

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Tempat Penelitian**

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Wirosaban Kota Yogyakarta berdiri sejak tanggal 1 Oktober 1987. Pada tahun 1988 pelayanan sudah mulai memanfaatkan gedung rumah sakit yang berada di wilayah Wirosaban Kelurahan Sorosutan Kecamatan Umbulharjo.

Visi RSUD Wirosaban adalah menjadi pilhan utama dalam pelayanan Perumahsakit. Sedangkan misi meliputi: (1) mewujudkan pengembangan pelayanan perumahsakit dengan standar profesi tertinggi, (2) mewujudkan pengembangan sarana, prasarana dan infrastruktur rumah sakit yang modern, (3) mewujudkan pengembangan manajemen rumah sakit modern, (4) mewujudkan Sistem Informasi dan Manajemen Rumah Sakit yang handal, (5) meningkatkan secara terus menerus pengetahuan, keterampilan, sikap dan kinerja pegawai, (6) meningkatkan pelayanan rumah sakit sebagai tempat pendidikan, pelatihan serta penelitian dan pengembangan, (7) ikut mewujudkan Yogyakarta sebagai kota dengan lingkungan yang bersih dan sehat dan (8) memberikan pelayanan yang memuaskan bagi semua pelanggan.

Bedasarkan visi dan misi yang dimiliki RSUD Wirosaban tersebut, penelitian ini akan mengkaji secara lebih mendalam mengenai kualitas pelayanan dan bauran pemasaran yang telah diberikan oleh pihak rumah sakit dengan tingkat

kepuasan pasien yang mempergunakan jasa pelayanan kesehatan di RSUD Wirosaban.

## B. Analisis Data

Analisis data berisi tentang analisis validitas dan realibilitas instrumen penelitian dan hasil analisis regresi berganda. Subyek dalam penelitian ini adalah pasien yang ada di RSUD Wirosaban. Analisis data yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien.

### 1. Analisis Deskriptif

Penggunaan analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti berdasarkan fakta-fakta yang ada, dengan cara mengumpulkan, mengolah dan menganalisis berbagai macam data sehingga pada akhirnya akan dapat ditarik suatu kesimpulan mengenai hasil penelitian kasus tersebut. Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan berbagai karakteristik data, seperti rata-rata (*mean*), simpangan baku (*standard deviation*), varians (*variance*), nilai minimal (*minimum*), dan nilai maksimum (*maximum*).

Tabel 4.1  
Analisis Deskriptif

Keterangan	Jumlah Responden	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
Kualitas Pelayanan	100	77	124	93,48	9,331
Bauran Pemasaran	100	81	141	109,47	9,839
Kepuasan Pasien	100	22	30	27,37	2,294

Sumber: Hasil Olahdata (Lampiran)

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa:

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Dari tabel 4.1 variabel Kualitas Pelayanan (X1) nampak bahwa jumlah N sebanyak 100 sampel data atau  $N = 100$  sampel dari jumlah tersebut nilai rata-rata *Mean* sebesar 93,48, simbbangan baku atau *Std. Deviation* 9,331, nilai miminal atau *minimum* 77, dan nilai maksium atau *maximum* 124.

b. Variabel Bauran Pemasaran

Dari tabel 4.1 variabel Bauran Pemasaran (X2) nampak bahwa jumlah N sebanyak 100 sampel data atau  $N = 100$  sampel dari jumlah tersebut nilai rata-rata *Mean* sebesar 109,47, simbbangan baku atau *Std. Deviation* 9.839, nilai miminal atau *minimum* 81, dan nilai maksium atau *maximum* 141.

c. Variabel Kepuasan Pelanggan

Dari tabel 4.1 variabel Kepuasan Pelanggan (Y) nampak bahwa jumlah N sebanyak 100 sampel data atau  $N = 100$  sampel dari jumlah tersebut nilai rata-rata *Mean* sebesar 27,37, simbbangan baku atau *Std. Deviation* 2,294, nilai miminal atau *minimum* 22, dan nilai maksium atau *maximum* 30.

## 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### a. Hasil Uji Validitas

Jumlah responden untuk menguji validitas dan reliabilitas item pertanyaan berjumlah 100 responden. Ghozali (2013:53) mengemukakan bahwa uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah

jumlah sampel yaitu 100 (r tabel sebesar 0,1966). Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data primer (melalui angket) yang dipakai dapat sesuai dengan sasaran yang akan dituju dalam penelitian. Kriteria validitas instrumen didasarkan atas perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel = 0,1966 (Lampiran). Bila r hitung lebih besar dari nilai r tabel = 0,1966 atau nilai probabilitasnya tidak lebih besar dari setengah nilai kritis, maka pernyataan dianggap valid. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dibandingkan nilai r tabel = 0,1966 dan bernilai negatif atau nilai probabilitasnya lebih besar dari setengah nilai kritis, maka pernyataan dianggap gugur.

Berikut ini merupakan hasil uji validitas untuk masing-masing variabel:

1) Variabel kualitas pelayanan

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2  
Hasil Uji Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Kualitas Pelayanan		
	r hitung	r tabel	Keterangan
Item1	0,502	0,1966	Valid
Item2	0,578	0,1966	Valid
Item3	0,405	0,1966	Valid
Item4	0,663	0,1966	Valid
Item5	0,719	0,1966	Valid
Item6	0,731	0,1966	Valid
Item7	0,609	0,1966	Valid
Item8	0,755	0,1966	Valid
Item9	0,707	0,1966	Valid
Item10	0,704	0,1966	Valid
Item11	0,620	0,1966	Valid
Item 12	0,820	0,1966	Valid

Item	Kualitas Pelayanan		
	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 13	0,655	0,1966	Valid
Item 14	0,561	0,1966	Valid
Item 15	0,821	0,1966	Valid
Item 16	0,557	0,1966	Valid
Item 17	0,465	0,1966	Valid
Item 18	0,728	0,1966	Valid
Item 19	0,666	0,1966	Valid
Item 20	0,719	0,1966	Valid
Item 21	0,609	0,1966	Valid
Item 22	0,755	0,1966	Valid
Item 23	0,761	0,1966	Valid
Item 24	0,704	0,1966	Valid
Item 25	0,820	0,1966	Valid

Sumber: hasil olah data (lampiran)

Berdasarkan hasil rekapitulasi data yang tersaji dalam tabel di atas, terlihat bahwa nilai r hitung untuk semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan bernilai lebih dari 0,1966. Dengan demikian item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan dianggap valid dan dapat digunakan untuk mendapatkan data-data penelitian.

2) Variabel bauran pemasaran

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3  
Hasil Uji Variabel Bauran Pemasaran

Item	Bauran Pemasaran		
	r hitung	r tabel	Keterangan
Item1	0.750	0,1966	Valid
Item2	0.611	0,1966	Valid
Item3	0.873	0,1966	Valid
Item4	0.657	0,1966	Valid
Item5	0.882	0,1966	Valid
Item6	0.680	0,1966	Valid

Item	Bauran Pemasaran		
	r hitung	r tabel	Keterangan
Item7	0,658	0,1966	Valid
Item8	0,452	0,1966	Valid
Item9	0,649	0,1966	Valid
Item10	0,567	0,1966	Valid
Item11	0,480	0,1966	Valid
Item 12	0,750	0,1966	Valid
Item 13	0,858	0,1966	Valid
Item 14	0,906	0,1966	Valid
Item 15	0,749	0,1966	Valid
Item 16	0,615	0,1966	Valid
Item 17	0,873	0,1966	Valid
Item 18	0,657	0,1966	Valid
Item 19	0,882	0,1966	Valid
Item 20	0,675	0,1966	Valid
Item 21	0,611	0,1966	Valid
Item 22	0,873	0,1966	Valid
Item 23	0,657	0,1966	Valid
Item 24	0,876	0,1966	Valid
Item 25	0,675	0,1966	Valid
Item 26	0,658	0,1966	Valid
Item 27	0,615	0,1966	Valid
Item 28	0,873	0,1966	Valid
Item 29	0,631	0,1966	Valid
Item 30	0,882	0,1966	Valid
Item 31	0,760	0,1966	Valid
Item 32	0,841	0,1966	Valid

Sumber: hasil olah data (lampiran)

Berdasarkan hasil rekapitulasi data yang tersaji dalam tabel di atas, terlihat bahwa nilai r hitung untuk semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel bauran pemasaran bernilai lebih dari 0,1966. Dengan demikian item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel bauran pemasaran dianggap valid dan dapat digunakan untuk mendapatkan data-data penelitian.

### 3) Variabel kepuasan pasien

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4  
Hasil Uji Variabel Kepuasan Pasien

Item	Kepuasan Pasien		
	r hitung	r tabel	Keterangan
Item1	0,882	0,1966	Valid
Item2	0,661	0,1966	Valid
Item3	0,809	0,1966	Valid
Item4	0,551	0,1966	Valid
Item5	0,559	0,1966	Valid
Item6	0,397	0,1966	Valid
Item7	0,615	0,1966	Valid
Item8	0,685	0,1966	Valid
Item9	0,538	0,1966	Valid
Item10	0,598	0,1966	Valid
Item 11	0,884	0,1966	Valid
Item 12	0,858	0,1966	Valid
Item 13	0,478	0,1966	Valid
Item 14	0,828	0,1966	Valid
Item 15	0,552	0,1966	Valid

Sumber: hasil olah data (lampiran)

Berdasarkan hasil rekapitulasi data yang tersaji dalam tabel di atas, terlihat bahwa nilai r hitung untuk semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pasien bernilai lebih dari 0,1966. Dengan demikian item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pasien dianggap valid dan dapat digunakan untuk mendapatkan data-data penelitian.

#### b. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat ukur kestabilan hasil akhir. Sehingga bilamana alat ukur yang sama digunakan untuk menguji instrumen yang sama akan menghasilkan data yang dapat dipercaya

(reliabel). Di mana untuk mengukur reliabilitas instrumen dalam penelitian ini digunakan formulasi koefisien Alpha. Ghozali (2013:48) mengemukakan bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0.70. Berdasarkan uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan program SPSS dihasilkan data sebagai berikut:

Tabel 4.5  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,943	0,70	Reliabel
Bauran pemasaran	0,971	0,70	Reliabel
Kepuasan pasien	0,906	0,70	Reliabel

Sumber: hasil olah data (lampiran)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan, bauran pemasaran, dan kepuasan pasien berstatus reliabel. Ini terlihat dari koefisien alpha yang positif bernilai lebih besar dari 0,7. Dengan demikian instrumen penelitian tersebut dapat digunakan untuk meneliti data-data sama pada kondisi relatif sama, dengan probabilitas hasil penelitian yang dapat dipercaya.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penggunaan analisis regresi linear berganda pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap variabel kepuasan pasien. Hasil pengolahan data pada penelitian ini menggunakan program SPSS *for windows* versi 20.0, yang ringkasan hasilnya dapat digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 4.6  
Hasil Analisis Regresi Ganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.522	2.628		5.145	.000
KualitasPlyanan	.085	.028	.328	3.100	.003
BauranPemsaran	.053	.026	.213	2.018	.046

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,328 X_1 + 0,213 X_2$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pasien
- X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan
- X<sub>2</sub> = Bauran Pemasaran

Dengan melihat persamaan regresi linear di atas, maka dapat dijelaskan bahwa:

- a. Nilai koefisien kualitas pelayanan adalah 0,328. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan satu satuan maka variabel kepuasan pasien akan naik sebesar 0,328 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
- b. Nilai koefisien bauran pemasaran adalah 0,213. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel bauran pemasaran satu satuan maka variabel kepuasan pasien akan naik sebesar 0,213 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

#### 4. Uji t

Uji Statistik t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan

pasien. Adapun kriteria yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel tersebut dengan cara melihat nilai sig. (p-value) pada tabel Coefficient. Jika nilai sig lebih kecil dari nilai alpha (0,05) maka pengaruh secara parsial dari variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien bersifat signifikan. Berikut ini merupakan ringkasan hasil uji t:

Tabel 4.7  
Hasil Uji t (parsial)

Variabel	Nilai t	Nilai Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan	3,100	0,003	Signifikan
Bauran Pemasaran	2,018	0,046	Signifikan

Sumber: hasil olah data (lampiran)

Berdasarkan data-data yang tersaji pada tabel di atas, dapat dibuat rincian sebagai berikut:

a. Hipotesis pertama

Uji t dalam penelitian ini salah satunya digunakan untuk menguji hipotesis pertama, yaitu Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta. Berdasarkan tabel hasil uji t (parsial) di atas, dapat diketahui bahwa perhitungan SPSS diperoleh t hitung sebesar 3,100 dengan nilai sig sebesar 0,003. Nilai sig tersebut lebih kecil daripada nilai alpha (0,05). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pertama yang berbunyi Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta, dinyatakan diterima.

b. Hipotesis kedua

Uji t dalam penelitian ini selain digunakan untuk menguji hipotesis pertama, juga digunakan untuk menguji hipotesis kedua, yaitu Ada pengaruh signifikan antara bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta. Berdasarkan tabel hasil uji t (parsial) di atas, dapat diketahui bahwa perhitungan SPSS diperoleh t hitung sebesar 2,018 dengan nilai sig sebesar 0,046. Nilai sig tersebut lebih kecil daripada nilai alpha (0,05). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis kedua yang berbunyi, Ada pengaruh signifikan antara bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta, dinyatakan diterima.

## **5. Uji F**

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji hipotesis ketiga yaitu Ada pengaruh signifikan secara bermasa-sama antara kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta. Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier. Adapun kriteria yang digunakan untuk melihat linearitas antara variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien dengan cara melihat nilai sig pada tabel ANOVA. Jika nilai sig lebih kecil dari nilai alpha (0,05) maka pengaruh secara simultan (bersama-sama) dari variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien bersifat signifikan. Berikut ini merupakan ringkasan hasil uji F pada penelitian ini:

Tabel 4.8  
Hasil Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	133.678	2	66.839	14.358	.000 <sup>a</sup>
	Residual	451.562	97	4.655		
	Total	585.240	99			

a. Predictors: (Constant), bauran pemasaran, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan pasien

Dari hasil perhitungan dengan SPSS terlihat bahwa nilai F hitung adalah sebesar 14,358 dengan nilai sig sebesar 0,000. Nilai sig tersebut lebih kecil dari nilai alpha (0,05). Karena nilai sig lebih kecil daripada nilai alpha, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran bersifat signifikan.

## 6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Koefisien determinasi ini dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R). Hasil penghitungan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9  
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Pengaruh	Nilai R	Nilai R <sup>2</sup>
Kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien	0,487	0,228

Nilai R<sup>2</sup> yang tersaji pada tabel di atas menunjukkan nilai 0,228 atau 22,8%. Hal ini dapat diartikan bahwa sebanyak 22,8% kepuasan pasien dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran. Sedangkan sisanya yaitu

sebesar 77,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran.

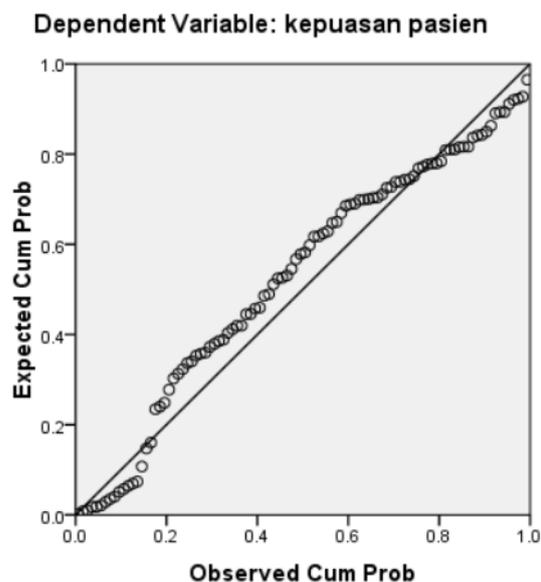
## 7. Hasil Uji Asumsi

Uji asumsi dalam penelitian ini terdiri dari:

### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan analisis grafik *Normal P.P Plot of Regression Standardized Residual*. Jika terdapat gejala bahwa letak titik-titik (data) itu ada pada atau menyebar sekitar garis lurus diagonalnya, maka dapat dikatakan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada grafik berikut:

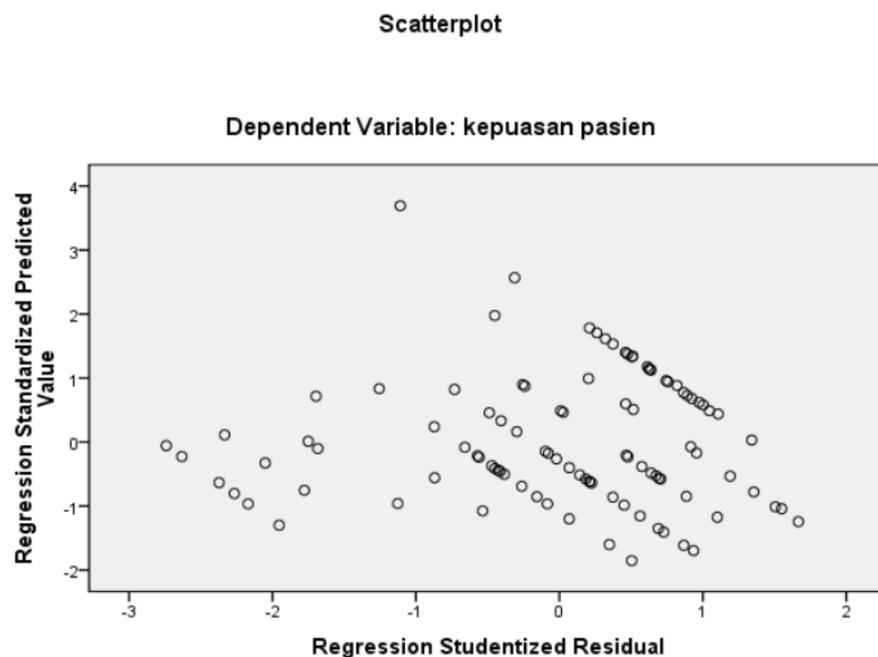
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1  
Hasil Uji Normalitas

b. Uji Heterokedastisitas

Pengujian Heterokedasitas digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedasitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedasitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Scatter Plot*. Apabila tidak terdapat pola yang teratur, maka model regresi tersebut bebas dari masalah heteroskedasitas. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 4.2  
Grafik pengujian heterokedastisitas

c. Uji Multikolinieritas

Dalam Uji Multikolinieritas ini untuk melihat bahwa Di dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinieritas yaitu tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel

bebas yang membentuk persamaan tersebut. Pengujian Multikolinearitas diketahui dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF), maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10  
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity statistic		
	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,711	1,407	Tidak terdapat multikolinieritas
Bauran pemasaran	0,711	1,407	Tidak terdapat multikolinieritas

Sumber: hasil olah data (lampiran)

Dari hasil output tabel Hasil Variance Inflation Factor (VIF) diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen kualitas pelayanan dan bauran pemasaran karena nilai VIF masing-masing adalah kualitas pelayanan 1,407 dan bauran pemasaran sebesar 1,407. Nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran kurang dari 10 dan nilai tolerance sebesar 0,711 yang lebih dari 0,1 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar anggota serangkaian data yang diobservasi dan dianalisis menurut ruang waktu Uji ini bertujuan untuk melihat ada tidaknya korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain.

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi yaitu (Ghozali, 2013:111):

Tabel 4.11  
Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4-d_l < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	Tidak ada keputusan	$4-d_u \leq d \leq 4-d_l$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Diterima	$d_u < d < 4-d_u$

Sumber: Ghozali (2013:111)

Pengujian Autokorelasi ini menggunakan metoda *Durbin – watson*, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12  
Hasil Uji Autokorelasi  
Model Summary<sup>p</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.478 <sup>a</sup>	.228	.213	2.15761	1.739

a. Predictors: (Constant), bauran pemasaran, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan pasien

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh DW hitung sebesar 1,739. Penelitian ini melibatkan 100 responden (n=100), dengan 2 variabel bebas (k=2). Dengan menggunakan tabel autokorelasi DW 5% dengan n=100, dan k=2, maka diperoleh nilai  $d_l$  sebesar 1,6337 dan nilai  $d_u$  sebesar 1,7152. Dengan menerapkan persamaan  $d_u < d < 4-d_u$  yaitu  $1,7152 < 1,739 < 2,2848$  hal ini berarti tidak terjadi autokorelasi.

## C. Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien

Dalam mengelola kualitas pengelolaan jasa, pemenuhan harapan konsumen adalah kunci utama. Harapan konsumen (pasien) terbentuk melalui pengalaman mereka, pemberitahuan dari mulut ke mulut atau bahkan komplain

langsung yang disampaikan oleh pasien kepada pihak penyedia jasa kesehatan. (Rismiati dan Suratno, 2006: 278).

Cronin & Taylor (dalam Tjiptono & Chandra, 2011: 313) kepuasan pasien akan membantu pasien dalam merevisi persepsi mereka terhadap kualitas jasa. Hal tersebut didasarkan pada pemikiran antara lain: (1) jika konsumen tidak memiliki pengalaman sebelumnya dengan penyedia jasa kesehatan yang digunakan maka persepsinya terhadap kualitas jasa akan didasarkan pada ekspektasinya, (2) interaksi berikutnya antara pasien dengan penyedia jasa kesehatan tersebut akan menyebabkan pasien memasuki proses diskonfirmasi dan merevisi persepsi mereka pada kualitas jasa, (3) interaksi tambahan dengan penyedia jasa kesehatan akan memperkuat atau malah mengubah persepsi pasien terhadap kualitas jasa, dan (4) persepsi terhadap kualitas jasa akan yang telah direvisi memodifikasi minat pasien atau keputusan untuk berobat pasien terhadap penyedia jasa kesehatan di masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh bahwa Nilai koefisien kualitas pelayanan adalah 0,328. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan satu satuan maka variabel kepuasan pasien akan naik sebesar 0,328 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien. Hal ini ditunjukkan melalui perhitungan uji statistik t yang diperoleh bahwa perhitungan SPSS diperoleh t hitung sebesar 3,3,100 dengan nilai sig sebesar 0,003. Nilai sig tersebut lebih kecil daripada nilai

alpha (0,05). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pertama yang berbunyi Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta, dinyatakan diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Agustiono dan Sumarno pada tahun 2006 serta penelitian yang dilakukan oleh Bustan (2012:91) yang menyatakan bahwa semua aspek pada kualitas pelayanan yakni reliabilitas, responsivitas, empati, jaminan, dan bukti fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien. Dalam penelitian Agustiono dan Sumarno (2006:12) diperoleh bahwa semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang diterima oleh pasien. Penyedia layanan yang memberikan kualitas tinggi dan pelayanan prima merupakan tujuan pelanggan yang puas.

## **2. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien**

Sebagai penyedia jasa pelayanan kesehatan, rumah sakit harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan utama yakni pelayanan yang optimal demi menciptakan kepuasan bagi pasien. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh bahwa nilai koefisien bauran pemasaran adalah 0,213. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel bauran pemasaran satu satuan maka variabel kepuasan pasien akan naik sebesar 0,213 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien. Hal ini dibuktikan melalui uji statistik t yang menunjukkan bahwa perhitungan SPSS diperoleh t hitung 2,018 dengan nilai sig sebesar 0,046. Nilai sig tersebut lebih kecil daripada nilai alpha (0,05). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis kedua yang berbunyi, Ada pengaruh signifikan antara bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta, dinyatakan diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Sani pada tahun 2015 yang menunjukkan hasil bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien. Bauran pemasaran diharapkan dapat meningkatkan penilaian pasien terhadap suatu pelayanan. Bila persepsi pasien terhadap mutu pelayanan dalam hal ini rumah sakit yang diberikan baik, maka pemahaman pasien terhadap rumah sakit akan baik pula. Kondisi inilah yang dapat meningkatkan kepuasan pasien.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien**

Tuntutan masyarakat sebagai konsumen (pasien) pada suatu penyedia jasa layanan kesehatan seperti rumah sakit terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, dapat menumbuhkan kepercayaan terhadap rumah sakit. Kesehatan menjadi hal yang paling vital bagi manusia, sehingga rumah sakit diharapkan dapat menyediakan pelayanan yang dapat diandalkan. Kualitas pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit akan dinilai oleh konsumen meskipun tidak secara

langsung melalui kepuasan yang dirasakan konsumen. Kualitas layanan tentu saja tidak dapat dipisahkan dengan bauran pemasaran, dimana terdapat keterkaitan diantara keduanya dan saling dukung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien. Hal ini ditunjukkan melalui uji statistik F yang menunjukkan bahwa hasil perhitungan dengan SPSS terlihat bahwa nilai F hitung adalah sebesar 14,358 dengan nilai sig sebesar 0,000. Nilai sig tersebut lebih kecil dari nilai alpha (0,05). Karena nilai sig lebih kecil daripada nilai alpha, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran bersifat signifikan.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan kesimpulan penelitian yang dilakukan oleh Tamrin (2012:96) yang menyatakan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan dan bauran pemasaran yang diberikan oleh penyedia pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Untuk melihat besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien dalam penelitian ini dilihat dari nilai koefisien determinasi. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Koefisien determinasi ini dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R). Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan nilai 0,228 atau 22,8%.

Hal ini dapat diartikan bahwa sebanyak 22,8% kepuasan pasien dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 77,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran.