

PENGARUH LAYANAN TATAP-MUKA BERBASIS INTERPESONAL PADA *SERVICE QUALITY, PATIENT TRUST, DAN PATIENT SATISFACTION*

**Disusun oleh:
Denis Dwisatya
J. Ellyawati**

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari 43-44, Yogyakarta

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis adanya pengaruh layanan medis tatap-muka berbasis interpersonal pada *service quality*, *patient trust*, dan *patient satisfaction* pada rumah sakit yang telah ditentukan oleh peneliti yang berada di Solo atau Yogyakarta. Penelitian ini mengambil responden dengan kriteria yang telah ditentukan dan disebarakan melalui *online*. Jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 250 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner *online*. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana, dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan medis tatap-muka berbasis interpersonal berpengaruh positif terhadap kualitas layanan, dan kepuasan pasien, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pasien, dan kepercayaan pasien berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Serta adanya pengaruh layanan tatap-muka dan kepercayaan pasien terhadap kepuasan pasien secara bersama.

Kata Kunci : Layanan medis tatap-muka berbasis interpersonal, kualitas layanan, kepuasan pasien, kepercayaan pasien

Latar Belakang

Kesehatan merupakan faktor penting untuk semua orang, karena jika sakit orang akan terganggu aktivitasnya hingga bisa mengalami kematian. Pasien yang berobat memiliki dokter yang dipercaya untuk menangani sakit yang dialami oleh pasien. Sebelum periksa pasien biasanya memiliki rekomendasi dari teman atau mungkin pasien sudah memiliki dokter yang sudah dipercaya. Penelitian ini melibatkan penyedia jasa dan pasien karena dari kedua pihak saling berinteraksi. Dalam proses pelayanan, konsep kualitas atas jasa medis penting untuk kepuasan pasien di dalam pelayanan tatap-muka. Kesan pertama dalam pelayanan tatap-muka dapat dibuat lebih menarik melalui lingkungan yang baik dan nyaman, sehingga dapat membawa pasien melihat akan kualitas pelayanan yang akan diberikan, dan memainkan peran tambahan di dalam pemasaran penyedia jasa karena pasien akan datang dan masuk ke ruangan (Chang *et al.*, 2013).

Kepuasan pasien tidak bisa diukur. Penyedia jasa memiliki tujuan untuk memuaskan pasien tetapi pada kenyataannya mungkin tidak bisa diterapkan dengan baik, hal ini bisa jadi penyebab larinya pasien ke penyedia jasa lain. Pasien akan memilih tempat yang mereka percayai untuk mendapatkan layanan yang maksimal serta hasil yang memuaskan. Hal ini menjadi persaingan bisnis dalam layanan kesehatan. Penyedia jasa saling berlomba untuk

menjadi yang terbaik. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada kepuasan pasien dalam melakukan pelayanan medis tatap-muka yang ada di Solo atau Yogyakarta.

Kualitas layanan merupakan penilaian dari pelanggan dari keseluruhan layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, dan penilaian juga terjadi selama pelayanan tatap-muka (Farrell *et al.*, 2001). Oleh sebab itu pelayanan tatap-muka berperan penting terhadap kualitas layanan karena dengan adanya layanan tatap-muka yang baik maka kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien akan lebih maksimal dan pasien tersebut akan puas karena kualitas pelayanan yang baik.

Kepuasan pasien merupakan tujuan utama penyedia jasa, karena jika dapat melayani pasien dengan baik maka diharapkan pasien akan berobat lagi kepada penyedia jasa tersebut. Penyedia jasa akan membangun hubungan dengan pasien melalui kepuasan yang diberikan, dan diharapkan pasien mau berkunjung lagi jika mengalami masalah kesehatan. Kepuasan pasien (*Patient satisfaction*) merupakan indikator penting dalam mengevaluasi kualitas dengan kesehatan suatu negara (Sajid dan Baig, 2007).

Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi layanan tatap-muka berbasis interpersonal berpengaruh secara positif terhadap kualitas layanan?
2. Apakah persepsi layanan tatap-muka berbasis interpersonal berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pasien?
3. Apakah persepsi kualitas layanan berpengaruh secara positif pada kepercayaan pasien?
4. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh secara positif pada kepuasan pasien?
5. Apakah persepsi kepuasan pasien dipengaruhi oleh layanan tatap-muka berbasis interpersonal dan kepercayaan pasien secara bersama-sama?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah persepsi layanan medis berbasis interpersonal berpengaruh secara positif terhadap kualitas layanan.
2. Mengetahui apakah persepsi layanan medis berbasis interpersonal berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pasien.
3. Mengetahui apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh secara positif pada kepercayaan pasien.
4. Mengetahui apakah persepsi kepercayaan berpengaruh secara positif pada kepuasan pasien.
5. Mengetahui apakah persepsi kepuasan pasien dipengaruhi oleh layanan tatap-muka berbasis interpersonal dan kepercayaan pasien secara bersama-sama.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penyedia jasa. Mengetahui pengaruh layanan tatap-muka berbasis interpersonal pada kualitas layanan, kepercayaan pasien, dan kepuasan pasien. Penyedia jasa dapat memperbaiki layanan yang mereka berikan terhadap pasien, agar kepuasan pasien tercapai. Selain itu dapat membangun hubungan yang baik dengan pasien sehingga berobat lagi ke penyedia jasa yang sama.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi rumah sakit yang berada di Yogyakarta atau Solo yang telah ditentukan. Agar layanan pada rumah sakit tersebut dapat menjadi lebih baik, serta dapat membuat persaingan dalam layanan rumah sakit menjadi lebih kompetitif.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), produk atau jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Adanya kualitas layanan yang baik akan membuat pelanggan akan merasa puas. Kualitas layanan (*Service Quality*) adalah tolak ukur untuk mengukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Parasuraman *et al.*, 1985). Ini berarti bahwa kebutuhan yang diinginkan pelanggan terpenuhi oleh penyedia jasa, lebih lanjut dapat dikatakan bahwa konsumen telah puas dengan pelayanan yang diberikan.

Kepercayaan Pasien (*Patient Trust*)

Pasien mempunyai pilihan untuk memeriksakan kesehatan mereka kepada dokter yang dipercaya. Pasien berkunjung ke dokter untuk berkonsultasi atau berobat. Dalam penelitian Doney dan Cannon (1997) mengungkapkan bahwa timbulnya kepercayaan dibangun oleh dua dimensi, yaitu: *credibility* (kemampuan untuk dapat dipercaya) merupakan dimensi pertama dari kepercayaan yaitu seseorang yang dapat dipercaya atas kemampuannya. Kedua, *Benevolence* (perbuatan baik) merupakan dimensi kedua dari kepercayaan yaitu penyedia jasa memberikan jasa yang diberikan sesuai dengan kemampuannya sehingga sama-sama saling menguntungkan. Kepercayaan didasarkan pada kesadaran seseorang, ketika penyedia jasa memenuhi perannya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut (Erdem dan Ozen, 2003).

Kepuasan Pasien (*Patient Satisfaction*)

Kepuasan pasien merupakan tujuan utama penyedia jasa, karena jika dapat melayani pasien dengan baik maka diharapkan pasien akan berobat lagi kepada penyedia jasa tersebut. Kepuasan pasien (*Patient satisfaction*) merupakan indikator penting dalam mengevaluasi kualitas dengan kesehatan suatu negara (Sajid dan Baig, 2007). Mengidentifikasi kepuasan pasien juga dapat membantu manajer dalam mereka untuk upaya meningkatkan layanan yang ada (Tucker, 2002). Kepuasan pasien merupakan faktor kunci untuk menarik pelanggan dan memastikan loyalitas pasien (Hausman, 2003). Hal ini yang nantinya muncul pengalaman yang nantinya menimbulkan kepercayaan pada pihak penyedia jasa. Pengalaman pasien merupakan dasar yang berguna untuk meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan (Morrow *et al.*, 2010). Kemampuan dokter dalam memberikan jasa memiliki hubungan antara pribadi dengan pasien dapat memicu kepuasan (Tung dan Chang, 2009). Menurut Kotler (2010)

mengatakan bahwa, kepuasan konsumen adalah perasaan dari seseorang yang telah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kinerja yang baik akan menghasilkan kepuasan pelanggan, oleh sebab itu kepuasan pelanggan selalu penting karena dengan kepuasan pelanggan muncul loyalitas yang baik untuk penyedia jasa. Setiap ada konsumen yang datang terhadap penyedia jasa, maka penyedia jasa harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar pelanggan puas.

Layanan Medis Tatap-Muka berbasis Interpersonal (*Interpersonal Based Medical Service Encounters*)

Dalam proses pelayanan, konsep kualitas atas jasa medis sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di dalam pelayanan tatap-muka. Kesan pertama dalam pelayanan tatap-muka dapat dibuat lebih menarik melalui lingkungan yang baik dan nyaman, sehingga dapat membawa pasien melihat akan kualitas pelayanan yang akan diberikan, dan dapat memberikan peran tambahan di dalam pemasaran perusahaan karena pasien akan datang dan melihat situasi lingkungan (Chang *et al.*, 2013). Para penyedia jasa berlomba untuk memperbaiki kekurangannya untuk memberikan kepuasan pasien, serta mereka menambahkan dokter dengan berpengalaman agar pasien dapat percaya terhadap dokter yang disediakan oleh rumah sakit. Interpersonal merupakan hubungan antar dua orang atau lebih seperti memulai kontak, dukungan emosional, keterbukaan, dan mengatasi konflik, Handfield (2006) mengatakan bahwa interpersonal merupakan kemampuan seseorang bekerja dengan orang lain.

Hipotesis

Pelayanan medis tatap-muka berbasis interpersonal merupakan hal utama yang diberikan oleh penyedia jasa yang akan mempengaruhi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Kesan pertama dalam pelayanan tatap-muka dapat dibuat lebih menarik melalui lingkungan yang baik dan nyaman, sehingga dapat membantu pasien melihat kualitas pelayanan yang akan diberikan, dan dapat memberikan peran tambahan di dalam pemasaran perusahaan karena pasien akan datang dan melihat situasi lingkungan (Chang *et al.*, 2013). Kualitas pelayanan merupakan penilaian untuk pelanggan dari keseluruhan layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, dan penilaian juga terjadi selama pelayanan tatap-muka (Farrell *et al.*, 2001). Oleh sebab itu pelayanan tatap-muka berperan penting terhadap kualitas layanan karena, dengan adanya pelayanan tatap-muka yang baik maka kualitas pelayanan yang diberikan oleh pasien akan lebih maksimal dan pasien tersebut akan puas karena kualitas pelayanan yang baik. Oleh sebab itu peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Persepsi layanan medis tatap-muka berbasis interpersonal berpengaruh secara positif terhadap kualitas layanan

Layanan tatap-muka memiliki peran yang besar untuk kepuasan pasien, karena dengan adanya layanan tata-muka yang baik, pasien akan memiliki penilaian tersendiri dalam dirinya. Kesan pertama dalam pelayanan tatap-muka dapat dibuat lebih menarik melalui lingkungan yang baik dan nyaman, sehingga dapat membantu pasien melihat terhadap kualitas pelayanan yang akan diberikan, dan dapat memberikan peran tambahan di dalam pemasaran perusahaan karena pasien akan datang dan melihat situasi lingkungan (Chang *et al.*, 2013). Penyedia jasa harus memenuhi kebutuhan pasien melalui apa yang dimiliki, sebisa mungkin penyedia jasa harus membuat nyaman agar pasien, karena ini akan memiliki peran yang besar pada kepuasan pasien. Kepuasan pasien merupakan faktor kunci untuk menarik pelanggan dan memastikan loyalitas pasien (Hausman, 2003). Hal ini yang nantinya muncul

pengalaman yang nantinya menimbulkan kepercayaan pada pihak penyedia jasa. Oleh sebab itu peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Persepsi layanan medis tatap-muka berbasis interpersonal berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pasien

Kualitas pelayanan akan suatu jasa akan memberikan kepercayaan tersendiri untuk pasien karena dengan adanya kualitas pelayanan. Dalam penelitian Doney dan Cannon (1997) mengungkapkan bahwa timbulnya kepercayaan dibangun oleh dua dimensi, yaitu *credibility* (kemampuan untuk dapat dipercaya) yang merupakan dimensi pertama dari kepercayaan yaitu seseorang yang dapat dipercaya untuk kemampuannya. Kedua, *Benevolence* (perbuatan baik) merupakan dimensi kedua dari kepercayaan yaitu penyedia jasa memberikan jasa yang diberikan sesuai dengan kemampuannya sehingga sama-sama saling menguntungkan. Kepercayaan didasarkan pada kesadaran seseorang, ketika penyedia jasa memenuhi perannya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut (Erdem dan Ozen, 2003). Oleh sebab itu peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh secara positif pada kepercayaan pasien

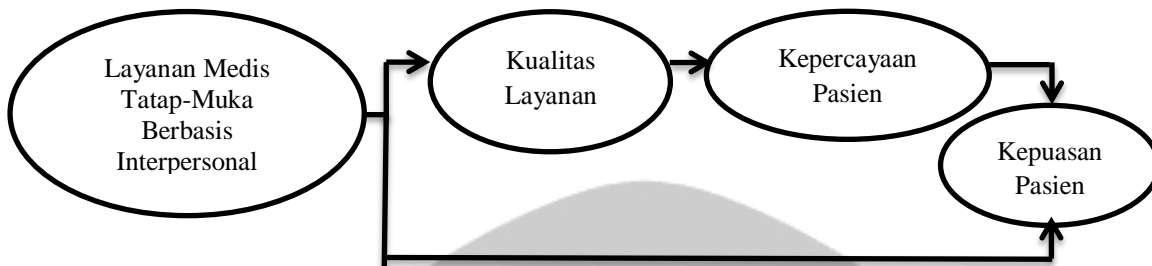
Kepercayaan pasien timbul dari kepuasan konsumen, oleh karena penyedia jasa telah memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga pasien sendiri akan puas terhadap pelayanan yang diberikan. Kepercayaan didasarkan pada kesadaran seseorang, ketika penyedia jasa akan memenuhi perannya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut (Erdem dan Ozen, 2003). Mencapai tingkat kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan merupakan tanda pertama hubungan antara pelanggan-*supplier* (Moliner *et al.*, 2007). Maka penyedia jasa harus memberikan kualitas layanan yang maksimal, agar pelanggan puas sesuai dengan permintaan serta dapat membuat pelanggan percaya terhadap penyedia jasa. Hal ini didukung oleh loyalitas yang berarti muncul kepuasan pasien yang bisa dilihat dari loyalitas tersebut. Oleh sebab itu peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Persepsi kepercayaan pasien berpengaruh secara positif pada kepuasan pasien

Kepuasan pasien merupakan tujuan utama dari penyedia jasa, kepuasan pasien muncul melalui layanan tatap-muka dan kepercayaan pasien saat proses layanan medis dilakukan penanganan terhadap pasien. Penyedia jasa dapat mengukur layanan yang diberikan melihat tingkat kepuasan pasien. Mengidentifikasi kepuasan pasien juga dapat membantu manajer dalam mereka untuk upaya meningkatkan layanan yang ada (Tucker, 2002). Hal ini dapat dilakukan oleh penyedia jasa untuk memperbaiki layanan tatap-muka. Kepuasan pasien merupakan faktor kunci untuk menarik pelanggan dan memastikan loyalitas pasien (Hausman, 2003). Kepercayaan didasarkan pada kesadaran seseorang, ketika penyedia jasa akan memenuhi perannya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut (Erdem dan Ozen, 2003), melalui kepercayaan penyedia jasa dapat mendapatkan kepuasan pasien. Oleh sebab itu kepuasan pasien secara tidak langsung memiliki hubungan layanan tatap-muka dan kepercayaan pasien. Oleh sebab itu peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Persepsi kepuasan pasien dipengaruhi oleh layanan tatap-muka berbasis interpersonal dan kepercayaan pasien secara bersama-sama

METODE PENELITIAN



Gambar 1 Model Penelitian
Sumber: Chang *et al.*, (2013)

Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan dibagikan melalui email dengan google.docs kepada responden yang sesuai kriteria. Responden yang dituju adalah pasien pernah mendapat pelayanan medis interpersonal berbasis pertemuan yang berada di Yogyakarta atau di Solo.

Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Sampling

Sampel merupakan sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih populasi (Sekaran, 2009). Populasi adalah keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak kita uji (Suliyanto, 2006). Metode pemilihan sampel bersifat *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*, maka unsur populasi yang ditentukan menjadi sampel didasarkan pada kriteria tertentu (Suliyanto, 2006) yaitu suatu metode penentuan sampel berdasarkan ciri tertentu yang dianggap mempunyai hubungan erat dengan ciri populasi karena responden harus sesuai kriteria agar sesuai dengan penelitian ini. Pemilihan subyek akan diseleksi apakah pasien pernah mendapat pelayanan medis interpersonal berbasis tatap-muka, lalu peneliti juga memiliki beberapa subyek yang sudah dikumpulkan sebelumnya sehingga kuesioner sudah siap untuk dibagikan kepada subyek, dengan karakteristik responden adalah pria atau wanita usia 17-60 tahun, yang pernah berobat di rumah sakit yang berada di Yogyakarta atau Solo sebanyak 250 responden.

Metode Pengujian Instrumen Uji Validitas

Tabel 1
Uji Validitas

Variabel	Butir	r-hitung	Keterangan
<i>Professional Personnel</i>	PP1	.459	Valid
	PP2	.668	Valid
	PP3	.537	Valid
	PP4	.484	Valid
	PP5	.513	Valid
<i>General Administrative Personnel</i>	GAP1	.529	Valid
	GAP2	.672	Valid
	GAP3	.558	Valid
	GAP4	.702	Valid
<i>Environment and Space</i>	ES1	.327	Valid
	ES2	.787	Valid
	ES3	.770	Valid

	ES4	.572	Valid
	ES5	.591	Valid
<i>Response</i>	RS1	.592	Valid
	RS2	.442	Valid
	RS3	.461	Valid
<i>Reliability</i>	RL1	.668	Valid
	RL2	.607	Valid
	RL3	.571	Valid
<i>Assurance</i>	AS1	.566	Valid
	AS2	.640	Valid
	AS3	.715	Valid
<i>Patient Trust</i>	PT1	.469	Valid
	PT2	.488	Valid
	PT3	.535	Valid
	PT4	.618	Valid
	PT5	.648	Valid
<i>Patient Satisfaction</i>	PS1	.710	Valid
	PS2	.629	Valid
	PS3	.710	Valid
	PS4	.678	Valid

Sumber : Data primer (2016)

Uji Reliabilitas

Tabel 3
Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Professional Personnel</i>	0,759	Reliabel
<i>General Administrative Personnel</i>	0,800	Reliabel
<i>Environment and Space</i>	0,815	Reliabel
<i>Response</i>	0,671	Reliabel
<i>Reliability</i>	0,768	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,794	Reliabel
<i>Patient Trust</i>	0,775	Reliabel
<i>Patient Satisfaction</i>	0,845	Reliabel

Sumber : Data primer (2016)

Semua variabel reliabel, dan setiap butir pertanyaan dari semua variabel valid. Dengan r-hitung > r-tabel (0.1381) dan Koefisien Cronbach Alpha > 0.6.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Karakteristik Demografi Responden

Untuk mengetahui karakteristik responden, penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif.

Tabel 4
Karateristik Demografi Responden

Pertanyaan	Jawaban	Frekuensi	Persen (%)
Usia	16-19	41	16,4
	20-23	195	78
	24-27	12	4,8

	28-31	1	0,4
	32-35	1	0,4
Jenis Kelamin	Laki-laki	107	42,8
	Perempuan	143	57,2
Pekerjaan	Pelajar	181	72,4
	Mahasiswa	16	6,4
	Pegawai Swasta	33	13,2
	Wiraswasta	16	6,4
	Dosen	1	0,4
	Freelance	2	0,8
	Belum Bekerja	1	0,4
Uang saku atau Pendapatan per bulan	< Rp 1.000.000	50	20
	Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000	119	47,6
	Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000	40	16
	Rp 3.000.001 – Rp 4.000.000	15	6
	Rp 4.000.001 – Rp 5.000.000	12	4,8
	> Rp 5.000.00	14	5,6
Rumah sakit yang dikunjungi untuk berobat	Bethesda	37	14,8
	Dr. Sardjito	3	1,2
	Panti Rapih	70	28,0
	Dr. Oen Surakarta	61	24,4
	Dr. Moewardi Surakarta	4	1,6
	Kasih Ibu Surakarta	34	13,6
	Lainnya	41	16,4

Sumber : Data Primer (2016)

Hasil analisis statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa, mayoritas pasien pengguna jasa layanan rumah sakit yang menjadi obyek dalam penelitian ini (78%) berusia antara 20 sampai 23 tahun, jenis kelamin didominasi oleh perempuan 57,2%, memiliki pekerjaan pelajar yaitu sebesar 72,4%, penghasilan Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000 sebesar 47,6% dan yang telah menggunakan jasa layanan Panti Rapih sebesar 28%.

Analisis Regresi

Tabel 5

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh Layanan Medis Tatap-muka Berbasis interpersonal terhadap Kualitas Layanan

Variabel	Dependen Variabel	Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
		Beta			
Layanan tatap-muka	Kualitas Layanan	0,676	14,465	0,000	Signifikan
R = 0,676		F-hitung = 209,227		0,000	Signifikan
Adjusted R ² = 0,455					

Persepsi layanan medis tatap-muka berbasis interpersonal berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien (H1), terbukti dengan nilai koefisien beta regresi yang positif sebesar 0,676. Layanan tatap-muka memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kualitas layanan. Artinya, semakin baik layanan tatap-muka pada jasa layanan rumah sakit akan semakin meningkatkan kualitas layanan.

Tabel 6
Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Layanan Medis Tatap-Muka Berbasis Interpersonal terhadap Kepuasan Pasien

Variabel	Dependen Variabel	Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
		Beta			
Layanan Tatap-muka	Kepuasan Pasien	0,700	15,418	0,000	Signifikan
R = 0,700		Fhitung = 237,706		0,000	Signifikan
Adjusted R ² = 0,487					

Persepsi layanan medis tatap-muka berbasis interpersonal berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien (H2), terbukti dengan nilai koefisien beta regresi yang positif sebesar 0,752. Layanan tatap-muka memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Artinya, semakin baik layanan tatap-muka pada jasa layanan rumah sakit akan semakin meningkatkan kepuasan pasien.

Tabel 7
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Pasien

Variabel	Dependen Variabel	Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
		Beta			
Kualitas layanan	Kepercayaan pasien	0,752	17,941	0,000	Signifikan
R = 0,752		Fhitung = 321,872		0,000	Signifikan
Adjusted R ² = 0,563					

Persepsi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pasien (H3), terbukti dengan nilai koefisien beta regresi yang positif sebesar 0,304. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan pasien. Artinya, semakin kualitas layanan pada jasa layanan rumah sakit akan semakin meningkatkan kepercayaan pasien.

Tabel 8
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kepercayaan Pasien terhadap Kepuasan Pasien

Variabel	Dependen Variabel	Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
		Beta			
Kepercayaan pasien	Kepuasan pasien	0,799	20,901	0,000	Signifikan
R = 0,799		Fhitung = 436,842		0,000	Signifikan
Adjusted R ² = 0,636					

Persepsi kepercayaan pasien berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien (H4), terbukti dengan nilai koefisien beta regresi yang positif sebesar 0,597. Kepercayaan pasien memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Artinya, semakin tinggi kepercayaan pada jasa layanan rumah sakit akan semakin meningkatkan kepercayaan pasien.

Tabel 9
Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Layanan Tatap-muka dan Kepercayaan Pasien secara Bersama-sama

Variabel	Dependen Variabel	Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
		Beta			
Layanan tatap-muka	Kepuasan pasien	0,304	6,434	0,000	Signifikan
Kepercayaan Pasien		0,597	12,635	0,000	Signifikan
R = 0,831		Fhitung = 274,700		0,000	Signifikan
Adjusted R ² = 0,687					

Persepsi kepuasan pasien memiliki pengaruh positif layanan tatap-muka dan kepercayaan pasien secara bersama-sama (H5), besarnya layanan tatap-muka dan kepercayaan pasien terhadap kepuasan pasien ditunjukkan oleh *Adjusted R-square* sebesar 0,687 artinya layanan tatap-muka dan kepercayaan sebesar 68,7% berpengaruh terhadap kepuasan pasien, sedangkan untuk 21,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan tatap-muka memiliki berpengaruh positif terhadap kualitas layanan. Pada hasil penelitian yang lain, hasil layanan tatap-muka memiliki berpengaruh positif terhadap kualitas layanan. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi hasil penelitian Jhayawardhena (2010) yang menunjukkan adanya pengaruh positif. Hasil penelitian pada Kundu dan Datta (2015) telah membuktikan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pasien, dan kepercayaan pasien berpengaruh positif kepuasan pasien. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Chang *et al.* (2013) yang meneliti tentang layanan tatap-muka berpengaruh positif terhadap kualitas layanan, layanan tatap-muka berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pasien, dan kepercayaan pasien berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Berdasarkan analisis regresi berganda pada Tabel 9 dapat dilihat bahwa pengaruh variabel layanan tatap-muka dan kepercayaan pasien pada kepuasan pasien secara bersama-sama memiliki hubungan yang kuat dan signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa layanan tatap-muka dan kepercayaan pasien berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepuasan pasien, yang sesuai dengan penelitian Chang *et al.* (2013).

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan tatap-muka berpengaruh positif terhadap kualitas layanan, layanan tatap-muka berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pasien, kepercayaan pasien berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, serta layanan tatap-muka dan kepercayaan pasien berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien dapat terjadi jika penyedia jasa memberikan layanan kesehatan yang baik. Pasien yang puas dengan kualitas layanan maka pasien akan datang kembali jika membutuhkan.

Implikasi Manajerial

Hasil temuan studi yang telah dilakukan dapat digunakan untuk perbaikan layanan oleh rumah sakit. Layanan pada rumah sakit penting untuk meningkatkan kepuasan pasien. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan pasien dari pengunjung rumah sakit adalah faktor kualitas layanan, dan layanan medis tatap-muka. Rumah sakit perlu memberikan pelatihan yang baik terhadap karyawan agar pasien mendapatkan pelayanan yang baik sehingga bisa mendorong kepuasan pasien yang diinginkan. Selain itu karyawan rumah sakit harus sopan dan ramah agar pasien yang berobat merasakan kualitas layanan dari rumah sakit yang dikunjungi, sehingga secara tidak langsung akan mendapatkan penilaian yang baik dari pasien atau pengunjung yang datang. Jika rumah sakit tidak memberikan layanan yang memadai maka pasien akan berpindah ke rumah sakit lain, karena saat ini rumah sakit saling berlomba untuk memberikan layanan yang baik. Layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pasien, karena penilaian terjadi disaat pasien telah masuk ke rumah sakit. Serta pasien yang berobat di salah satu rumah sakit dapat kembali lagi untuk ke rumah sakit yang sama.

Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Mendatang

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yakni, responden yang sejumlah 250 yang berobat di rumah sakit Yogyakarta atau Solo. Rumah sakit dalam penelitian ini menggunakan fasilitas kesehatan kelas A, kelas B, dan kelas C karena sesuai dengan kuesioner yang ada. Penulis menyarankan pada penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian pada kota lain. Agar nantinya bisa berguna untuk tolak ukur kepada rumah sakit yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Alison E. Lloyd, E.A., dan Luk, S.T.K. (2011), Interaction behaviors leading to comfort in the service encounter. *Journal of Services Marketing*. 176-189
- Brady, M.K., Cronin, J.J. dan Brand, R.R. (2002), "Performance-only measurement of service quality: a replication and extension", *Journal of Business Research*, Vol. 55 No. 1, pp. 17-31.
- Chang, C.S., Chen, S.Y., dan Lan, Y.T., (2013). Service Quality, Trust, and Patient Satisfaction Interpersonal Based Medical Service Encounters. *BMC Health Services Research*, 13.
- Debata, B. P., Patnaik, B., Mahapatra. S.S., dan Sree. K., (2013). Interrelations of service quality and service loyalty dimensions in medical tourism. *Benchmarking: An International Journal*. Vol. 22 No. 1.
- Doney P.M. dan Cannon J.P., (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships, *Journal of Marketing*, 61(2), 35-51.
- Durvasula, S., Lysonski, S., dan Mehta, S. (2005), Service Encounters: The Missing Link Between Service Quality Perceptions and Satisfaction. *The Journal of Applied Business Research*. Volume 21. Number 3
- Erdem, F. dan Ozen, J. (2003), "Cognitive and affective dimensions of trust in developing team performance", *Team Performance Management: An International Journal*, Vol. 9, No. 5/6, pp. 131-135
- Farrell, A.M., Souchon, A.L. dan Durden, G.R. (2001), A conceptualisation of service encounters: employees' service behaviours and customers' perceptions of service quality, *Journal of Marketing Management*, Vol. 17 Nos 5/6, pp. 577-94.
- Guenzi, P., Johnson, M.D., dan Castaldo, S. (2009), A comprehensive model of customer trust in two retail stores. *Journal of Service Management*. Vol. 20 No. 3
- Handfield, R. (2006). *Supply market intelligence*. Boca Raton, FL: Auerbach Publications.
- Hausman, A., (2003), "Professional service relationship: a multi context study of factors impacting satisfaction, repatronization and recommendation". *The journal of service marketing*, 17(2&3), pp.226-243.
- Hausman, A., (2004), "Modeling the Patient-Physician Service Encounter: Improving Patient Outcomes". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Volume 32, No.4, pages 403-417.
- Jayawardhena, C. (2009), The impact of service encounter quality in service evaluation: evidence from a business-to-business context. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 338-348

- Johnson, D. dan Grayson, K. (2005), "Cognitive and affective trust in service relationships", *Journal of Business Research*, Vol. 58, No. 4, pp. 500-507
- Kotler, P., (2012), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit: Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2010), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Kundu, S., dan Datta, S.K. (2015), Impact of trust on the relationship of e-service quality and customer satisfaction. *EuroMed Journal of Business*. Vol. 10 No. 1, 2015
- Moliner, M.A., Sanchez, J.S., Rodriguez, R.M. dan Callarisa, L. (2007), "Perceived relationship quality and post-purchase perceived value An integrative framework", *European Journal of Marketing*, Vol. 41, No. 11/12, 2007, pp. 1392-1422.
- Morrow, E., Ross, F., Grocott, P. & Bennett, J. (2010) A model and measure for quality service user involvement in health research. *International Journal of Consumer Studies*, 34, 532–539.
- Mihaela, Simona. (2013), The Influence Of Overall Satisfaction And Trust on Customer Loyalty. *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*. Vol. 8, No. 1, pp. 109-128
- Parasuraman, A., Zeithaml V.A., Berry L.L., (1985). A Conceptual model of service quality and its implication for future research journal marketing. *Journal of Marketing*. Vol. 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml V.A., Berry L.L., (1998). SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Meansuring Consumer Perseption of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64. pp 12-40.
- Prentice, C. (2013), Service quality perceptions and customer loyalty in casinos International. *Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 25 No. 1
- Sajid, M.S. & Baig, M.K. (2007) Quality of health care: an absolute necessity for public satisfaction. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 20, 545–548.
- Sekaran, U., (2009), *Research Methods for Business: a Skill-Building Approach*, 4th ed, New York: John Willey & Sons Inc.
- Senic, V., dan Marinkovic, V. (2013), Patient care, satisfaction and service quality in health care. *International Journal of Consumer Studies* 37. 312–319
- Sugiyono (2009), *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit: CV Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto, (2006), *Metode Riset Bisnis*, Edisi Pertama, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Stephen, M.D. (2010), Effect of Digital Enablement of Business-to-Business Exchange on Customer Outcomes: The Role of Information Systems Quality and Relationship Characteristics, Dissertation thesis, *Robinson College of Business of Georgia State University*.
- Tucker, J.L. (2002) The moderators of patient satisfaction. *Journal of Management in Medicine*, 16, 48–66.

- Tucker, J. III & Adams, S.R. (2001) Incorporating patients' assessments of satisfaction and quality: an integrative model of patients' evaluations of their care. *Managing Service Quality*, 11, 272–286.
- Tung, Y. dan Chang, G. (2009), "Patient satisfaction with and recommendation of a primary care provider: associations of perceived quality and patient education", *International Journal for Quality in Healthcare*, Vol. 21 No. 3, pp. 206-213.

