
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI STEPHANIE DENTAL**

Oleh

Raden Agustinus Randy Kelvianto¹, Elfrida Viesta Napitupulu²

^{1,2}Program Studi Magister Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos
Sudarso Kav. 87, Sunter,
Jakarta, 14350

E-mail: ¹0831901001@student.kwikkiangie.ac.id, ²elfrida.napitupulu@kwikkiangie.ac.id

Abstract

The authors are interested in examining the effect of service quality, price perception, and facilities on patient satisfaction at Stephanie Dental. The sample in this study were patients Stephanie Dental. Collecting data with a questionnaire and determining the sample by random sampling. The measuring tools used are validity test, reliability test, arithmetic mean, percentage analysis, scale range, classical assumption test, multiple regression analysis and interaction test using SPSS 25 application. The results of this study show the quality of service, price perception and facilities significant effect on patient satisfaction and respondents were satisfied. The results of the interaction test between service-price perception, service-facility and facility-price perception on customer satisfaction indicate that these three variables have no interaction with patient satisfaction.

Keywords: Quality Of Service, Price Perception, Facilities, Patient Satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ketatnya persaingan dalam bisnis turut dirasakan pada industri kesehatan, khususnya pada industri klinik gigi juga turut menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang sangat cepat yang ditandai dengan banyaknya dokter-dokter lulusan baru disertai dengan banyak bermunculan rumah sakit, klinik dan praktik mandiri. Kepuasan pelanggan yang harus dipenuhi klinik gigi salah satunya melalui pelayanannya. Dengan demikian setiap klinik gigi harus mampu memenuhi konsumen melalui kualitas pelayanan yang diberikan.

Tingkat pemanfaatan pelayanan kesehatan di Klinik oleh pasien menunjukkan seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas pelayanan kesehatan sekaligus menunjukkan tingkat kepercayaan pasien terhadap pelayanan yang diberikan. Klinik perlu memikirkan tentang persepsi harga. Harga yang ditetapkan haruslah tepat atau sesuai di mata pasien, karena harga yang tidak sesuai atau terlalu mahal justru membuat pasien pindah ke pelayanan kesehatan gigi

lainnya. Selain itu Peningkatan sarana dan prasarana Klinik Gigi perlu dilakukan untuk mencegah timbulnya kendala teknis saat pengobatan akan menjadi pemberian pelayanan kesehatan yang nyaman dan berkualitas.

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pasien mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan pasien merupakan salah satu unsur yang sangat penting bagi pelanggan dalam mengkonsumsi suatu jasa. Apabila pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali menggunakan jasa yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada masyarakat lainnya (Lupiyoadi, 2001).

Berdasarkan data diketahui bahwa jumlah kunjungan pasien di Stephanie Dental dari tahun 2015 hingga tahun 2020 terus mengalami penurunan. Fenomena ini perlu ditinjau oleh



pelayanan kesehatan karena dengan jumlah pasien yang mengalami penurunan akan memberikan pengaruh kurang maksimal bagi perusahaan jasa tersebut. Oleh karena itu untuk mengatasi fenomena tersebut maka pihak pelayanan kesehatan memperhatikan kinerja, keistimewaan tambahan dan lainnya yang dipersepsikan antara lain dengan memberikan pelayanan yang optimal, agar pasien akan menikmati pelayanan jasa dan akan kembali melakukan atau memakai kembali jasa yang telah diberikan.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan pada sub bab sebelumnya, maka teridentifikasi adanya permasalahan yang akan menjadi fokus penelitian ini, yaitu:

- 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Stephanie Dental?
- 2) Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Stephanie Dental?
- 3) Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Stephanie Dental?
- 4) Apakah kualitas pelayanan yang dimoderasi oleh persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Stephanie Dental?
- 5) Apakah kualitas pelayanan yang dimoderasi oleh fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Stephanie Dental?
- 6) Apakah persepsi harga yang dimoderasi fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Stephanie Dental?

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya terbentuk angka-angka (Syahrudin dan Salim, 2012). Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik (pengukuran). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey sedangkan metodenya, yaitu deskriptif analitis.

Data dikumpulkan melalui pengisian angket pada *google docs* yang akan diberikan kepada pasien yang berkunjung ke Stephanie Clinic. *Link google docs* diberikan kepada pasien melalui *whatsapp*.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien Stephanie Dental yang berkunjung ke klinik dalam kurun waktu 1 bulan yang berjumlah 128 pasien. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik pengambilan sampel probability sampling (pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel) menggunakan random sampling. Untuk mengukur besaran sampel yang akan diteliti peneliti menggunakan rumus Slovin dan responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi 97 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik komunikasi. Dalam teknik komunikasi, ditanyakan berbagai pertanyaan ke subjek penelitian dan dikumpulkan tanggapannya secara personal dan umum (Cooper & Schindler, 2014, p. 127). Dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *tools google form* kepada para responden yaitu pasien Stephanie Dental

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 25 dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, rata-rata hitung, analisis persentase, rentang skala, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji interaksi.

HASIL

Uji Validitas

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, fasilitas dan kepuasan pasien, dengan r tabel (0.199) (r hitung $>$ r tabel), maka hasil uji validitas dari indikator pernyataan pada masing-masing variabel telah valid dan dapat dimasukkan sebagai butir-butir pertanyaan kuesioner.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan fasilitas

diperoleh Cronbach's Alpha secara keseluruhan lebih besar dari 0,7. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan fasilitas reliabel (dapat dipercaya).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai pada kolom *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 diatas 0,05 maka terima H_0 , sehingga dapat dikatakan bahwa residual data pada penelitian ini memenuhi syarat normalitas dan dapat dikatakan bahwa data residual berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heteroskedastisitas nilai sig variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (Sig. 0,936), Harga (Sig. 0,660), dan Fasilitas (Sig. 0,231) diatas 0,05 maka terima H_0 , sehingga dapat dinyatakan tidak ada masalah heteroskedastisitas di dalam model regresi.

Uji Multikolinieritas

Seluruh variabel independen menghasilkan nilai VIF < 10 dan nilai tolerance < 0,1. Dengan demikian dapat disimpulkan bebas multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Nilai *Durbin Watson* sebesar 1,945. Dengan demikian nilai *Durbin Watson* tersebut berada pada interval antara -2 sampai 2, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda tersebut tidak terdapat gejala autokorelasi. Berdasarkan jumlah sample $n = 97$ dan variabel independen $k = 3$ maka $dL = 1,6063$ dan $dU = 1,7335$. Dapat diketahui dari tabel nilai DW adalah 1,945, nilai $DW > dU$ dan kurang dari $4 - 1,6063 = 2,3937$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji Keberartian Model

Berdasarkan hasil output uji keberartian model, diketahui bahwa nilai sig (0,000) atau < α (0,05). Keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Fasilitas secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien Stephanie Dental.

Berdasarkan hasil output uji keberartian model, diketahui bahwa nilai sig (0,000) atau < α (0,05). Keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Fasilitas secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien Stephanie Dental.

Uji t

Uji t digunakan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus $df = n - k = 97 - 3 = 94$. Pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1. Kualitas Pelayanan:** Hasil uji t pada variabel Kualitas Pelayanan atau X_1 diperoleh nilai sig sebesar (0,000) < α (0,05) sehingga diputuskan tolak H_0 dan H_a diterima, artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien.
- 2. Persepsi Harga:** Hasil uji t pada variabel Persepsi Harga atau X_2 diperoleh nilai sig sebesar (0,000) < α (0,05) sehingga diputuskan tolak H_0 dan H_a diterima, artinya Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien.
- 3. Fasilitas:** Hasil uji t pada variabel Fasilitas atau X_3 diperoleh nilai sig sebesar (0,000) < α (0,05) sehingga diputuskan tolak H_0 dan H_a diterima, artinya Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien.

Koefisien Determinasi (R^2)

Didapatkan nilai R Square (R^2) adalah sebesar 0,823. Berarti 82,3% dari variabel kepuasan pasien dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan fasilitas, sedangkan sisanya sebesar 17,7% dijelaskan oleh variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan fasilitas berperan dalam menjelaskan kepuasan pasien di Stephanie Dental.

Uji Interaksi

Interaksi Kualitas Layanan dan Persepsi Harga

- **Uji Keberartian Model:** Uji Anova atau *F test* menghasilkan nilai F hitung sebesar 124,997 dengan tingkat signifikansi 0,000.



Karena probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Y atau dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Interaksi antara Kualitas pelayanan-Persepsi Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien.

- **Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t Statistik):** Variabel Kualitas Layanan memberikan nilai koefisien parameter sebesar 2,096 dengan tingkat signifikansi 0,039 ($<0,05$). Variabel Persepsi Harga memberikan nilai koefisien parameter sebesar 2,439 dengan tingkat signifikansi 0,017 ($<0,05$). Variabel interaksi Kualitas Layanan-Persepsi Harga memberikan nilai koefisien parameter sebesar -0,984 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,328 ($>0,05$), sehingga diputuskan terima H_0 , Artinya Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga secara bersamaan tidak memiliki interaksi terhadap Kepuasan Pasien.

Interaksi Kualitas Pelayanan dan Fasilitas

- **Uji Keberartian Model:** Uji Anova atau *F test* menghasilkan nilai F hitung sebesar 123,748 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Y atau dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Interaksi antara Kualitas Pelayanan-Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien.
- **Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t Statistik):** Variabel Kualitas Pelayanan memberikan nilai koefisien parameter sebesar 2,850 dengan tingkat signifikansi 0,005 ($<0,05$). Variabel Fasilitas memberikan nilai koefisien parameter sebesar 2,462 dengan tingkat signifikansi 0,016 ($<0,05$). Variabel interaksi Kualitas Pelayanan-Fasilitas memberikan nilai koefisien parameter sebesar -1,432 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,155 ($>0,05$), sehingga diputuskan terima H_0 , Artinya Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara

bersamaan tidak memiliki interaksi terhadap Kepuasan Pasien

Interaksi Persepsi Harga dan Fasilitas

Uji Keberartian Model: Uji Anova atau *F test* menghasilkan nilai F hitung sebesar 116,214 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Y atau dapat dikatakan bahwa variabel persepsi harga, Fasilitas dan Interaksi antara Persepsi Harga-Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t Statistik): Variabel Persepsi Harga memberikan nilai koefisien parameter sebesar 0,116 dengan tingkat signifikansi 0,908 ($>0,05$). Variabel Fasilitas memberikan nilai koefisien parameter sebesar 2,462 dengan tingkat signifikansi 0,500 ($>0,05$). Variabel interaksi Persepsi Harga-Fasilitas memberikan nilai koefisien parameter sebesar -0,687 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,117 ($>0,05$), sehingga diputuskan terima H_0 , Artinya Persepsi Harga dan Fasilitas secara bersamaan tidak memiliki interaksi terhadap Kepuasan Pasien.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. **Kualitas pelayanan** yang diberikan Stephanie Dental kepada pasien secara keseluruhan dapat dikatakan baik, hal ini dapat dilihat dari indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pasien berada pada kategori baik yaitu 81,2%. Melihat segmen pasar Stephanie Dental yaitu kalangan atas, maka meskipun kualitas pelayanan yang berada pada kategori baik, hal ini bukan merupakan sesuatu yang bernilai lebih, karena dengan segmen tersebut seharusnya Stephanie Dental mendapatkan kategori sangat baik. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien sebesar 36,4%, nilai

tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka kepuasan pasien pada Stephanie Dental akan mengalami peningkatan. Kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pasien dibandingkan dengan harga dan fasilitas.

2. **Persepsi Harga** oleh pasien Stephanie Dental dapat dikatakan masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pasien, hal ini dapat dilihat dari indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pasien menunjukkan hanya berada pada kategori cukup atau sebesar 76,2%. Melihat segmen pasar Stephanie Dental yaitu kalangan atas, maka persepsi harga yang berada pada kategori cukup bukan merupakan hal yang baik bagi perusahaan dimana seharusnya dari segi persepsi harga berada pada kategori yang sangat baik. Besarnya pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pasien adalah sebesar 35,8%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila Harga semakin sesuai dengan harapan pasien maka Kepuasan Pasien pada Stephanie Dental akan mengalami peningkatan, begitu pula sebaliknya.
3. **Fasilitas** yang diberikan Stephanie Dental kepada pasien secara keseluruhan dapat dikatakan belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pasien, hal ini dapat dilihat dari indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pasien berada pada kategori cukup atau 74,3%. Melihat segmen pasar Stephanie Dental yaitu kalangan atas, maka fasilitas yang berada pada kategori cukup bukan merupakan hal yang baik bagi perusahaan dimana seharusnya dari segi fasilitas berada pada kategori yang sangat baik. Besarnya pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien adalah sebesar 25,6%. nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila fasilitas semakin sesuai dengan harapan pasien maka kepuasan pasien pada Stephanie Dental akan mengalami peningkatan, begitu pula sebaliknya.
4. **Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga** secara bersamaan tidak memiliki interaksi terhadap Kepuasan Pasien, Pada Stephanie Dental untuk dapat meningkatkan kepuasan pasien dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan tanpa disertai dengan penyesuaian harga atau sebaliknya peningkatan kualitas pelayanan dapat disertai dengan penyesuaian harga, langkah tersebut dapat dilakukan secara bersamaan karena tidak terdapat interaksi yang saling menguatkan atau melemahkan, sehingga kepuasan pasien atas kualitas pelayanan tidak berubah dengan ada atau tidak adanya penyesuaian harga.
5. **Kualitas Pelayanan dan Fasilitas** secara bersamaan tidak memiliki interaksi terhadap Kepuasan Pasien, Untuk meningkatkan kepuasan pasien dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan tanpa disertai dengan penyesuaian fasilitas atau sebaliknya peningkatan kualitas pelayanan dapat disertai dengan penyesuaian fasilitas, langkah tersebut dapat dilakukan secara bersamaan karena tidak terdapat interaksi yang saling menguatkan atau melemahkan, sehingga kepuasan pasien atas kualitas pelayanan tidak berubah dengan ada atau tidak adanya penyesuaian fasilitas.
6. **Persepsi Harga dan Fasilitas** secara bersamaan tidak memiliki interaksi terhadap Kepuasan Pasien, Pada Stephanie Dental untuk dapat meningkatkan kepuasan pasien dapat dilakukan dengan menyesuaikan harga tanpa disertai dengan penyesuaian fasilitas atau sebaliknya menyesuaikan harga dapat disertai dengan penyesuaian pada fasilitas, langkah tersebut dapat dilakukan secara bersamaan karena tidak terdapat interaksi yang saling menguatkan atau melemahkan, sehingga kepuasan pasien atas harga tidak berubah dengan ada atau tidak adanya penyesuaian pada fasilitas.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa hal yang disarankan peneliti. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:



1. Meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen tetap senantiasa merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan karena sesuai dengan teori kepuasan pelanggan bahwa pada dasarnya konsumen terus mencari keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi.
2. Menyesuaikan harga dengan kualitas pelayanan yang diberikan, karena pada hasil penelitian ini diketahui bahwa persepsi pasien terhadap harga Stephanie Dental hanya berada pada kategori cukup, dimana hal ini bukan merupakan hal yang kurang baik karena adanya pandangan ketidaksesuaian harga dengan manfaat yang didapat pasien.
3. Melakukan pembaharuan fasilitas untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman, mengikuti perkembangan dan selera pasien. Pengadaan fasilitas seperti tempat ibadah dan tambahan lahan parkir perlu dipertimbangkan sebagaimana merupakan masukan dari pasien Stephanie Dental, mengingat bahwa fasilitas di Stephanie Dental hanya berada pada kategori cukup.
4. Melakukan penilaian apakah masih relevan untuk berbisnis pada segmen target pasar yang ada sekarang ini dan kaitannya dengan penerapan harga, melihat bahwa kecenderungan mayoritas pasien berumur >55 tahun, bekerja sebagai karyawan swasta, status perkawinan telah menikah, dan dengan pengeluaran bulanan sebesar Rp 5.000.000 – Rp 25.000.000.
5. Dalam rangka meningkatkan kepuasan pasien, variabel kualitas pelayanan-harga, kualitas pelayanan-fasilitas dan harga-fasilitas, antar kedua variabel tersebut dapat dilakukan penyesuaian secara bersamaan atau tidak bersamaan, karena tidak terdapat interaksi yang saling menguatkan dan melemahkan terhadap kepuasan pasien.
6. Terkait penurunan jumlah pasien Stephanie Dental yang terjadi dalam kurun 5 tahun terakhir, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Stephanie Dental untuk tetap meningkatkan kualitas pelayanan, persepsi harga dan fasilitas, mengingat ketiga variabel tersebut berperan dalam menjelaskan kepuasan pasien di Stephanie Dental, sehingga penurunan jumlah pasien dapat ditekan.
7. Bagi penelitian selanjutnya, dapat dilakukan penelitian mengenai kepuasan pelanggan dengan variabel-variabel lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini. Hal itu dikarenakan dari hasil penelitian ini variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 82,3%, sedangkan masih terdapat pengaruh variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 17,7% yang belum dijelaskan dalam penelitian ini.
8. Dapat digunakan tambahan variabel *brand image* untuk penelitian selanjutnya untuk menemukan pengaruh variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 17,7% yang belum dijelaskan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah, M. 2014. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta : Penerbit Aswaja Pressindo.
- [2] Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valerie A, 1996. *Services Marketing*. Edisi1. Boston. MCGraw-Hill.
- [3] Casmita. 2003. *Kontribusi Kualitas Kinerja Pegawai Bagian Tata Usaha Dalam Menunjang Keberhasilan Pengelolaan Pendidikan Di SLTP PPS*. UPI. Bandung.
- [4] Cooper dan Schindler. (2014). *Bussinens Research Method*. New York: McGrawHill.
- [5] Dessler, Gary. 1992. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Perenhalindo.
- [6] Dwiastuti, Rini, dkk. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- [7] Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. 1995. *Consumer Behavior, 8th edition*, Orlando: The Dryden Press.
- [8] Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*

19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [9] Hansen dan Mowen. 2001. *Akuntansi Manajemen Biaya Jilid 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- [10] Jasfar, Farida. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offest, 2000
- [11] Kotler, Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga, 2009
- [12] Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba, 2000
- [13] Kotler & Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi 8*. Jakarta: Erlangga, 2011
- [14] Kotler, Philip dan G Amstrong. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2 edisi Bhs. Indonesia dari Principles of Marketing*, Jakarta : PT Perlindo
- [15] Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2001 dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba
- [16] Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba
- [17] Mudie, Peter dan Angela Pirrie. 2010. *Services Marketing Management, 3rd Edition*. Oxford: Elsevier
- [18] Nasution. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004
- [19] Petriellaz Yani. 2019. *Indonesia Kebanyakan Dokter*. Jakarta: Bisnis.com
- [20] Salim, Syahrums. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Cipta Pustaka.
- [21] Sukino, Sudono. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Edisi 3, 2005
- [22] Sumarwan, Ujang. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2012
- [23] Sunyoto, Danang. 2013. *Pengukuran Tingkat Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [24] Swastha, Basu. 2011. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty
- [25] Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Edisi Pertama, Cetakan Pertama*. Yogyakarta :Andi
- [26] Tjiptono, Fandy. 2001. *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Malang Jawa Timur: Bayu Media
- [27] Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Salemba Empat
- [28] Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- [29] Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi

LAMPIRAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Kualitas Pelayanan

		Correlations				
		Kinerja 1	Kinerja 2	Kinerja 3	Kinerja 4	Total_Kin
Kualitas1	Pearson Correlation	1	.387**	.457**	.468**	.726**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97
Kualitas2	Pearson Correlation	.387**	1	.344**	.518**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000
	N	97	97	97	97	97
Kualitas3	Pearson Correlation	.457**	.344**	1	.533**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000
	N	97	97	97	97	97
Kualitas4	Pearson Correlation	.468**	.518**	.533**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97
Total_Kin	Pearson Correlation	.726**	.733**	.773**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97

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

Persepsi Harga

		Correlations				
		Harga1	Harga2	Harga3	Harga4	Total_Har
Harga1	Pearson Correlation	1	.544**	.626**	.610**	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97
Harga2	Pearson Correlation	.544**	1	.492**	.681**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97



	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97
Harga3	Pearson Correlation	.626**	.492**	1	.653**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97
Harga4	Pearson Correlation	.610**	.681**	.653**	1	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97
Total_Har	Pearson Correlation	.837**	.791**	.836**	.882**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97

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

Fasilitas

		Correlations				
		Fas1	Fas2	Fas3	Fas4	Total_Fas
Fas1	Pearson Correlation	1	.486**	.448**	.338**	.801**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	97	97	97	97	97
Fas2	Pearson Correlation	.486**	1	.380**	.219*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.031	.000
	N	97	97	97	97	97
Fas3	Pearson Correlation	.448**	.380**	1	.344**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	97	97	97	97	97
Fas4	Pearson Correlation	.338**	.219*	.344**	1	.644**
	Sig. (2-tailed)	.001	.031	.001		.000
	N	97	97	97	97	97
Total_Fas	Pearson Correlation	.801**	.708**	.749**	.644**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kepuasan Pelanggan

		Correlations					Total_Ke p
		Kep1	Kep2	Kep3	Kep4	Kep5	
Kep1	Pearson Correlation	1	.409*	.359*	.199	.253*	.660**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.051	.013	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Kep2	Pearson Correlation	.409*	1	.435*	.205*	.379*	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.044	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Kep3	Pearson Correlation	.359*	.435*	1	.263*	.406*	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.009	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Kep4	Pearson Correlation	.199	.205*	.263*	1	.434*	.609**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97

	Sig. (2-tailed)	.051	.044	.009		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Kep5	Pearson Correlation	.253*	.379*	.406*	.434*	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
Total_Ke p	Pearson Correlation	.660**	.722**	.713**	.609**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	Keputusan
0.765	Reliable

Sumber: Hasil Pengolahan

Uji Reliabilitas Persepsi Harga

Cronbach's Alpha	Keputusan
0.856	Reliable

Sumber: Hasil Pengolahan

Uji Reliabilitas Fasilitas

Cronbach's Alpha	Keputusan
0.703	Reliable

Sumber: Hasil Pengolahan

Uji Reliabilitas Kepuasan Pasien

Cronbach's Alpha	Keputusan
0.713	Reliable

Sumber: Hasil Pengolahan

Uji Keberartian Model, Uji T, Koefisien Determinasi

Uji Keberartian Model

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	595.704	3	198.568	143.685	.000 ^b
	Residual	128.523	93	1.382		
	Total	724.227	96			

a. Dependent Variable: Total_Ke p

b. Predictors: (Constant), Total_Fas, Total_Kin, Total_Har

Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients	Standard Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
						B	Std. Error
1 (Constant)	-1.709	1.040		-1.642	.104		



Total_Kin	.498	.110	.364	4.509	.000	.293	3.418
Total_Har	.446	.118	.358	3.781	.000	.213	4.689
Total_Fas	.362	.103	.256	3.496	.001	.357	2.803

a. Dependent Variable: Total_Kej

Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.907 ^a	.823	1.17557	1.945

a. Predictors: (Constant), Total_Fas, Total_Kin, Total_Har
 b. Dependent Variable: Total_Kej

Lampiran 1 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual	
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.15705703
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.042
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^d

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.198	.626		.316	.752
	Total_Kin	.005	.067	.015	.080	.936
	Total_Har	-.031	.071	-.098	-.442	.660
	Total_Fas	.075	.062	.207	1.207	.231

a. Dependent Variable: ABs_Res

Uji multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-1.709	1.040		1.642	.104		

Total_Kin	.498	.110	.364	4.509	.000	.293	3.418
Total_Har	.446	.118	.358	3.781	.000	.213	4.689
Total_Fas	.362	.103	.256	3.496	.001	.357	2.803

a. Dependent Variable: Total_Kej

Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.907 ^a	.823	.817	1.17557	1.945

Uji Interaksi

Kualitas Layanan*Harga Layanan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.845 ^a	.715	.712	1.47464

a. Predictors: (Constant), Total_Kin

Layanan-Harga

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 ^a	.801	.795	1.24399

a. Predictors: (Constant), Kin_Har, Total_Kin, Total_Har

Model	ANOVA ^a					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	580.307	3	193.436	124.997	.000 ^b
	Residual	143.919	93	1.548		
	Total	724.227	96			

a. Dependent Variable: Total_Kej

b. Predictors: (Constant), Kin_Har, Total_Kin, Total_Har

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-7.457	7.159		-1.042	.300
	Total_Kin	1.001	.478	.732	2.096	.039
	Total_Har	1.093	.448	.877	2.439	.017
	Kin_Har	-.028	.028	-.651	-.984	.328

a. Dependent Variable: Total_Kej

Kualitas Layanan*Fasilitas Layanan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.845 ^a	.715	.712	1.47464

a. Predictors: (Constant), Total_Kin

Layanan-Fasilitas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 ^a	.800	.793	1.24901



a. Predictors: (Constant), Kin_Fas,
Total_Fas, Total_Kin

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	579.145	3	193.048	123.748	.000 ^b
	Residual	145.082	93	1.560		
	Total	724.227	96			

a. Dependent Variable: Total_Kej

b. Predictors: (Constant), Kin_Fas, Total_Fas, Total_Kin

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-13.966	8.203		-1.703	.092
	Total_Kin	1.518	.533	1.110	2.850	.005
	Total_Fas	1.334	.542	.943	2.462	.016
	Kin_Fas	-.049	.034	-1.010	-1.432	.155

a. Dependent Variable: Total_Kej

Harga*Fasilitas

Harga

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 ^a	.752	.749	1.37471

a. Predictors: (Constant), Total_Har

Harga-Fasilitas

Model	R	Adjusted R Square		Std. Error of the Estimate
		R Square	R Square	
1	.888 ^a	.789	.783	1.28057

a. Predictors: (Constant), Har_Fas, Total_Fas,
Total_Har

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	571.721	3	190.574	116.214	.000 ^b
	Residual	152.506	93	1.640		
	Total	724.227	96			

a. Dependent Variable: Total_Kej

b. Predictors: (Constant), Har_Fas, Total_Fas, Total_Har

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.015	6.802		1.619	.109
	Total_Har	.055	.472	.044	.116	.908
	Total_Fas	-.329	.485	-.232	-.678	.500
	Har_Fas	.050	.032	1.060	1.583	.117

a. Dependent Variable: Total_Kej