

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kualitas Pelayanan

##### 1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Goesth dan Davis kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan erat dengan produk, layanan, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan, yang bertujuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan.<sup>1</sup> Menurut Kotler Kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen yang dilakukan dengan membandingkan antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap memadai dan memberikan kepuasan.<sup>2</sup>

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, yang dilakukan dengan metode penyampaian yang tepat guna mencapai harapan dan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, *service quality* atau kualitas layanan mencakup pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui penyampaian yang efektif dan efisien untuk menyeimbangkan ekspektasi pelanggan.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> S. Goetsch D., & Davis, *Quality Management For Organizational Excellence: Introduction to Total Quality*, 8th Editio. (Printice Hall International, Inc., 2019).

<sup>2</sup> Kotler, Philip, et al., *Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E)*. (Global Edition. 2016)

<sup>3</sup> Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra, *Service Quality Dan Satisfication*, Edisi Keempat. (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016) 245.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terbentuk dari perbandingan antara ekspektasi konsumen dengan persepsi mereka terhadap kinerja yang diterima. Kualitas layanan mencerminkan evaluasi pelanggan terhadap esensi pelayanan, baik terhadap individu pemberi layanan maupun institusi. Dalam pelayanan yang optimal, masyarakat menuntut fasilitas yang berkualitas dan mengutamakan kenyamanan dalam proses pelayanan. Jadi institusi perlu berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan serta memberi perhatian yang komprehensif terhadap seluruh aspek kualitas layanan yang diselenggarakan.

## **2. Pengertian Kualitas Pelayanan Kesehatan**

Pelayanan kesehatan menurut Tjiptono dalam merujuk pada layanan yang diberikan oleh institusi kesehatan atau tenaga medis kepada pasien. Kualitas pelayanan kesehatan umumnya diukur berdasarkan kemampuan rumah sakit dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan standar profesi kesehatan serta dapat diterima oleh pasien. Hal ini diharapkan dapat memotivasi tenaga kesehatan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan.<sup>4</sup> Menurut Donabedian mengenai kualitas layanan kesehatan, ia menyoroti pentingnya aspek keselamatan pasien, serta pelayanan yang berorientasi pada pasien dan mengutamakan pemenuhan kebutuhan individu pasien.<sup>5</sup>

## **3. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono dalam Meithiana Indrasari, ada lima indikator utama yang dijadikan acuan pelanggan dalam menilai atau menentukan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan. Kelima indikator tersebut adalah sebagai berikut<sup>6</sup>:

---

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa Edisi Kedua* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 243.

<sup>5</sup> Avedis Donabedian, *An Introduction To Quality Assurance In Health Care*. (Oxford: University Press, 2013) hal. 244.

<sup>6</sup> Diana dan Fandy Tjiptono, *Total Quality Management*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2018) hal. 118-119.

a. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik mencakup segala aspek yang dapat dilihat secara langsung, seperti fasilitas, peralatan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi yang tersedia, yang secara keseluruhan mencerminkan profesionalisme dan kualitas layanan yang diberikan pada pelanggan.

b. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan mengacu pada kemampuan pihak penyedia layanan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara tepat waktu, akurat, dan sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini mencakup konsistensi dalam menyelesaikan tugas dengan standar yang telah ditentukan sehingga mampu menciptakan kepuasan pelanggan.

c. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan merujuk pada kesediaan dan inisiatif staf untuk membantu pelanggan serta memberikan pelayanan secara cepat dan efisien. Kesiapan dalam merespons kebutuhan atau keluhan pelanggan menunjukkan komitmen penyedia layanan memenuhi ekspektasi.

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh staf dalam menjalankan tugasnya. Selain itu, jaminan juga mencakup upaya menciptakan rasa aman bagi pelanggan dengan mengurangi risiko, ketidakpastian, atau kekhawatiran saat menggunakan layanan.

e. Empati (*Empathy*)

Empati melibatkan kemampuan untuk memahami kebutuhan, keinginan, perasaan pelanggan melalui komunikasi yang baik dan memberikan perhatian secara tulus dan personal, sehingga tercipta hubungan yang baik antara penyedia layanan dan pelanggan.

**1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Faktor-faktor yang memengaruhi mutu layanan di rumah sakit, sebagaimana dijelaskan oleh Tjiptono, mencakup beberapa aspek<sup>7</sup>:

- a. Faktor Kesadaran: Kesadaran yang dimiliki oleh staf atau tenaga medis berperan penting dalam pelaksanaan tugas. Dengan adanya kesadaran, diharapkan mereka dapat menjalankan tanggung jawab dengan penuh keikhlasan, dedikasi, dan kedisiplinan.
- b. Faktor Peraturan: Peraturan ditetapkan untuk mengarahkan perilaku manusia sebagai subjek yang menjalankan aturan tersebut. Pelaksanaan aturan perlu diawasi agar tetap sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
- c. Faktor Struktur Organisasi: merujuk pada susunan, pembagian tugas, wewenang, serta tanggung jawab dalam institusi yang memengaruhi efektivitas koordinasi, komunikasi, dan pengambilan keputusan, sehingga berperan penting dalam pencapaian tujuan organisasi.
- d. Faktor Empati: Merujuk pada kemampuan penyedia layanan untuk memahami perspektif pelanggan, memberikan perhatian personal, serta menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

---

<sup>7</sup> Fand Tjiptonoy Dan Gregorius Chandra, *Manajemen Pelayanan Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2018) hal. 154.

- e. Faktor Kompetensi dan Keahlian: Kemampuan individu dalam menjalankan tugasnya dengan memanfaatkan keahlian secara optimal menjadi salah satu faktor penting. Pelaksanaan tugas ini diharapkan mengikuti pedoman atau standar yang telah ditetapkan.
- f. Faktor Fasilitas Layanan: Fasilitas yang dimaksud meliputi peralatan, perlengkapan kerja, serta sarana pendukung lainnya yang menjadi elemen utama dalam menunjang pelaksanaan tugas.

## **B. Kepuasan Pasien**

### **1. Pengertian Kepuasan Pasien**

Menurut Kotler kepuasan merupakan tingkat perasaan senang seseorang setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diterima dengan ekspektasi atau harapan yang dimilikinya.<sup>8</sup> Menurut Tjiptono, kepuasan pasien merupakan suatu evaluasi atau penilaian kognitif yang dilakukan secara sadar mengenai apakah kinerja produk atau jasa yang diterima dianggap baik atau buruk, serta apakah produk atau jasa tersebut sesuai dengan tujuan penggunaannya.<sup>9</sup> Dapat disimpulkan Kepuasan pasien dapat diartikan sebagai tingkat kesesuaian antara manfaat yang dirasakan oleh pasien dengan harapan yang dimilikinya terkait layanan yang diberikan. Kepuasan pasien sering kali terbentuk berdasarkan pengalaman sebelumnya, di mana pasien mengevaluasi pelayanan yang diterimanya saat berkunjung ke Rumah Sakit atau fasilitas kesehatan lainnya. Pengalaman tersebut menjadi dasar penilaian mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan, yang pada akhirnya memengaruhi persepsi mereka tentang kepuasan terhadap layanan kesehatan yang diterima.

---

<sup>8</sup> Philip Kotler, and Gary Amstrong., *Pemasaran* (Jakarta : Erlangga 2010) 186.

<sup>9</sup> Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Penerbit Andi.2019 hal. 223.

## 2. Indikator Kepuasan Pasien

Menurut Tjiptono, ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Indikator- indikator tersebut adalah sebagai berikut:<sup>10</sup>

### a. Kesesuaian dengan Harapan

Kesesuaian dengan harapan mengacu pada tingkat pencapaian kinerja perusahaan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Indikator-indikator tersebut antara lain:

- 1) Produk atau layanan yang diterima pelanggan memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka.
- 2) Layanan yang diberikan oleh perusahaan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.
- 3) Fasilitas yang dirasakan pelanggan sesuai atau melebihi harapan.

### b. Keinginan Berkunjung Kembali

Keinginan untuk kembali menunjukkan tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan. Indikator-indikator ini termasuk:

- 1) Pelanggan tertarik untuk kembali karena puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan.
- 2) Pelanggan bersedia menggunakan kembali produk atau jasa karena memperoleh manfaat dan nilai setelah menggunakannya.
- 3) Pelanggan tertarik untuk kembali karena fasilitas pendukung yang tersedia dinilai sangat memadai.

---

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta.: Andi Offset, 2015). 101

c. Kesiediaan Memberikan Rekomendasi

Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan suatu produk atau jasa mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi. Indikator tersebut antara lain:

- 1) Pelanggan merekomendasikan produk atau jasa kepada teman dan kerabatnya karena pelayanan yang diberikan sangat memuaskan.
- 2) Pelanggan mendorong teman dan kerabatnya untuk menggunakan produk atau jasa karena fasilitas pendukung yang sangat memadai.
- 3) Pelanggan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain karena produk tersebut memberikan manfaat atau nilai tambah yang mereka rasakan setelah menggunakannya.<sup>11</sup>

### 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien

Kepuasan pelanggan yang dirasakan terhadap menurut Tjiptono dipengaruhi oleh berbagai faktor, dijelaskan sebagai berikut:<sup>12</sup>

a. Kualitas Produk

Pelanggan yang memperoleh barang atau jasa dengan kualitas unggul akan merasa puas setelah menggunakannya. Kepuasan ini mendorong pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut dan dengan sukarela merekomendasikannya kepada keluarga, teman atau orang terdekatnya.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang memenuhi harapan pelanggan, maka dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan terhadap perusahaan.

---

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> Tjiptono, *Strategi Pemasaran Jasa Edisi 2*, Edisi 2. (Yogyakarta: Andi Offset, 2017) hal. 109.

c. Aspek Emosional

Pengaruh kedekatan hubungan personal, seperti keberadaan saudara atau kerabat di instansi, serta rasa puas dan bangga menggunakan produk atau layanan, yang didorong oleh nilai sosial merek dan menumbuhkan rasa percaya serta kenyamanan pada pelanggan.

d. Harga

Pelanggan akan merasa puas jika memperoleh barang atau jasa dengan kualitas yang setara, namun ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau mengeluarkan biaya lebih rendah dibandingkan lainnya, akan merasa puas dengan produk yang digunakannya. Efisiensi biaya ini menjadi pertimbangan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.<sup>13</sup>

### C. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pasien

Kualitas layanan mewakili evaluasi pelanggan (pasien) terhadap keseluruhan tingkat keandalan dan keunggulan layanan. Pelanggan akan membandingkan apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka alami atau peroleh.<sup>14</sup> Pelayanan berkualitas melalui proses bertahap yang membutuhkan perhatian dan kesungguhan bisnis. Keberhasilan bisnis dicapai dengan memberikan nilai yang berfokus pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pandangan ini sejalan dengan pendapat Fandy Tjiptono, menyatakan bahwa faktor utama untuk memenangkan persaingan adalah kemampuan perusahaan dalam menyediakan layanan yang mampu memenuhi kepuasan konsumen.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Ibid.

<sup>14</sup> Marnovita, "Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan," *Psikoborneo*, Vol. 8, No. 1, (Maret, 2020), 103-104.

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014).

Kepuasan pasien erat kaitannya dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh instansi Rumah Sakit. Ketika pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pasien, maka tingkat kepuasan akan meningkat secara signifikan. Kepuasan ini tidak hanya berdampak pada hubungan jangka pendek, tetapi juga memiliki kontribusi besar terhadap keberlanjutan hubungan loyalitas dalam jangka panjang. Pelanggan yang merasa puas cenderung kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga meningkatkan keinginan untuk berobat kembali.<sup>16</sup>

Penyediaan layanan yang berkualitas tinggi menjadi elemen utama dalam membangun loyalitas pasien. Pasien yang puas tidak hanya berpotensi menjadi pengguna tetap, tetapi juga menjadi pendukung aktif perusahaan melalui rekomendasi kepada orang lain.<sup>17</sup> Kualitas pelayanan yang baik menunjukkan perhatian perusahaan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga menciptakan rasa kepercayaan dan loyalitas yang berkelanjutan. Hal ini mencerminkan pentingnya pelayanan yang tidak hanya berfokus pada kuantitas, tetapi hubungan baik perusahaan dan pelanggan.

Selain mempertimbangkan aspek tersebut, pasien juga sangat menghargai kualitas produk atau jasa yang mereka terima. Kualitas yang baik memberikan nilai tambah yang signifikan, terutama dalam meningkatkan pengalaman pasien. Ketika pelanggan merasakan bahwa produk atau layanan yang diterima sesuai dengan harapan mereka, maka kepuasan menjadi hasil yang tidak terelakkan.<sup>18</sup> Dengan demikian, kualitas pelayanan terus ditingkatkan merupakan langkah strategis bagi perusahaan dalam menjaga kepercayaan dan loyalitas pasien di tengah persaingan kompetitif Rumah Sakit.

---

<sup>16</sup> Pratama Kesuma Tanudjaya, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Klinik Gigi Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pasien Sehingga Meningkatkan Keinginan Untuk Berobat Kembali.” *Jurnal Manajemen dan pemasaran jasa* 07, no. 01 (2014): 39–60.

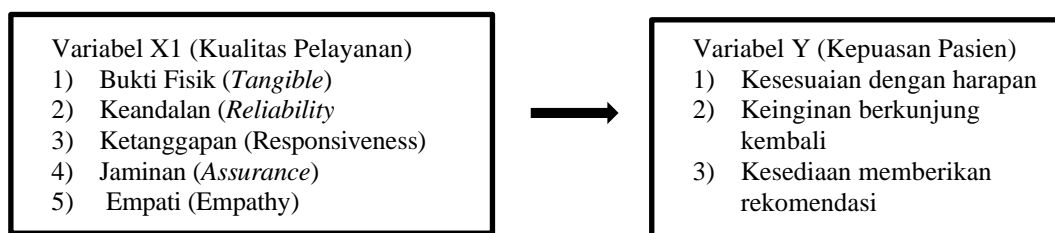
<sup>17</sup> Yolanda Anastasia Sihombing, *Loyalitas Pasien: Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, Dan Hospital Image* (Penerbit NEM, 2022).

<sup>18</sup> Mukhlis et al. Yunus, *Hospitality Hospital Management* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2023), 63.

## D. Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono, kerangka berpikir merupakan suatu konsep pemikiran yang berfungsi memberikan arah dan tujuan dalam membantu menemukan permasalahan penelitian, sekaligus menghubungkan berbagai teori yang relevan. Dalam penelitian ini, variabel yang dikaji meliputi Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), dan Kepuasan Pasien (Y). Kerangka pemikiran penelitian ini sebagai berikut.<sup>19</sup>

**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**



## E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan awal yang bersifat sementara dan akan diuji kebenarannya melalui penelitian. Berdasarkan definisi dari berbagai ahli, disimpulkan bahwa hipotesis mengandung beberapa unsur penting yaitu asumsi awal, hubungan antar variabel, dan proses uji untuk menjamin validitasnya<sup>20</sup>. Hipotesis ditolak apabila tidak sesuai data empiris yang diperoleh, dan diterima jika didukung bukti valid. Peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pasien Rumah Sakit Tk. IV DKT Kediri Kota Kediri.
2. H<sub>a</sub>: Ada pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pasien Rumah Sakit Tk. IV DKT Kediri Kota Kediri.

<sup>19</sup> Fransiscus Xaverius Pudjo Wibowo, *Statistika Bisnis dan Ekonomi Dengan SPSS 25*, 1 ed. (Jakarta selatan: Salemba Empat, 2022), hal 333.

<sup>20</sup> Jim Hoy Yam and Ruhayat Taufik, "Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi" 3, no. 2 (2021): 96–102.