

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kualitas Pelayanan**

Kualitas Goetsh dan Davis adalah keadaan dinamis, di antaranya berkaitan dengan produk, layanan, orang, proses, dan tempat yang memenuhi persepsi. Menurut Krajewski, kualitas dapat dilihat dari, produsen dan konsumen. Dari sudut pandang produsen, kualitas.<sup>7</sup>

Produksi sesuai dengan yang jenisnya atau standarnya yang dibuat oleh perusahaan. Sedangkan dari sudut pandang konsumen kualitas adalah nilai yang dipakai/digunakan.

Jasa, yaitu kegiatan, dan jasa, yang dapat dari bagian ke lain bagian dalam pada dasarnya tidak berwujud dan tidak diperlukan hasil dalam kepemilikan.<sup>8</sup> pelayanan adalah pemberian bantuan/jasa oleh seseorang kepada orang lain yaitu no materi dan no mengakibatkan dalam milik sesuatu dalam penjualan barang/jasa sehingga seseorang memperoleh sesuatu itu mau.

#### **B. Kualitas Pelayanan Kesehatan**

Kualitas pelayanan kesehatan merupakan pelayanan yang dipakai oleh lembaga yang diberi kepuasan bagi khalayak umum dan pada gilirannya kepuasan itu terciptanya loyalitas banyak orang kepada pegawai/karyawan/lembaga yang melakukan layanan tersebut. Layanan kesehatan

---

<sup>7</sup> Tjiptono, F. 2001. Strategi Pemasaran, Andi Offset, Yogyakarta hlm.354

<sup>8</sup> Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, diindonesiakan oleh Ancella Aniwati Hermawan, Salemba Empat : Prentice Hall Edisi Indonesia.hlm.202-203

jenisnya dari layanan publik sendiri menurut Levey dan Loomba adalah :  
”Setiap upaya yang diselenggarakan secara individu atau secara bersama-sama dalam suatu lembaga untuk terpeliharanya dan peningkatan sarana kesehatan, mencegah, menyembuhkan penyakit dan memulihkan kesehatan perseorangan, keluarga, kelompok, dan atau pun masyarakat”<sup>9</sup> Menurut Azwar, pelayanan kesehatan yang baik harus memenuhi persyaratan dasar sebagai berikut:

1. Tersedia dan berkelanjutan, yaitu jenis pelayanan kesehatan yang dibutuhkan tidak sulit ditemukan.
2. Dapat diterima dan wajar, artinya tidak bertentangan dengan keyakinan dan keyakinan masyarakat.
3. Mudah dijangkau, untuk memberikan pelayanan yang baik, pemerataan fasilitas kesehatan menjadi sangat penting. Sehingga tidak terjadi pemerataan pelayanan kesehatan.
4. Biaya pelayanan kesehatan mudah dijangkau dan sesuai dengan kemampuan ekonomi masyarakat.
5. Mutu yang mengarah pada kesempurnaan pelayanan kesehatan yang diberikan.

Menelaah sebuah layanan itu berkualitas dan terpenuhinya keinginan klien atau masyarakat, ada berapa cara-cara untuk menilainya, yakni dengan sistem keluhan dan saran, survei rasa puas klien, serta pengamatan pada kepuasan pelanggan.

---

<sup>9</sup> Azwaar, Azrul H. 1997. Menjaaga Mutu Pelayanan Kesehatan. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.hlm35

### C. Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, dkk.<sup>10</sup> Karakteristik Mutu Pelayanan dari dapat dievaluasi dalam lima dimensi utama, yaitu:

1. Tangible ( Bukti Fisik), Pengukuran, Fasilitas Fisik, Peralatan, Karyawan, dan Media.
2. Keandalan (Reliability), Pengukuran Kemampuan Perusahaan dalam memberikan pelayanan yang memadai dan dapat diandalkan.
3. Responsiveness (Responsiveness), Help dan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat.
4. Assurance (jaminan), pengukuran keterampilan dan kesopanan karyawan dan atribut dapat menjadi wali di antaranya milik karyawan; membebaskan dari bahaya; bebas dari risiko dan keraguan.
5. Empati (perhatian), pengukuran pemahaman karyawan

### D. Kepuasan Pasien

Kata kepuasan (kepuasan) berasal dari bahasa Latin "satis" (artinya cukup baik, pantas) dan "facio" (bertindak atau melakukan). Howard dan Sheth kepuasan konsumen adalah kognitif keaaan klien berkenan dengan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara hasil yang didpaat dibanding dengan sesuatu yang dilakukan.<sup>11</sup> Hal tersebut sesuai dengan dengan ayat di Al-qur'an surat An-Nisa':29.

---

<sup>10</sup> Sumarwaanto, E. 1994. "Staandar Perilaku Sbagai Upaya Peningkatan Mutu Pelayanan". CerminDunia Kedokteran. No. 19. Jakarta.hlm60

<sup>11</sup> Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa.yogyakarta: ANDI.hlm353

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ  
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S. An-Nisa’:29)

#### E. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien

Menurut Budiastuti faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien yaitu:<sup>12</sup>

1. Kualitas produk atau jasa
2. Mutu pelayanan.
3. Faktor emosional
4. Harga
5. Biaya

Hal lain, pendapat Maison, Walter dan White mengatakan bahwa faktor yang dipengaruhi kepuasan pasien, yaitu :<sup>13</sup>

1. Karakter produk
2. Harga

<sup>12</sup> Nooria, Wi. (2009).jurnal Peengaruh Persepsikualitas jasa layanan terhadap Kepuasan \pasien dan loyalitas pelanggan di RSU Saras Husada Purworejo.hlm 9

<sup>13</sup> Ibid hlm 35

3. Mutu layanan
4. Tepat
5. Fasilitas.
6. Desain visual, tata ruang dan dekorasi rumah sakit
7. Suasana.
8. Komunikasi, bagaimana pengaduan dari pasien dengan cepat dilayani oleh perawat.

#### **F. Hal-Hal yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien**

Hawkins dan Looney dalam hal yang mempengaruhi penilaian kepuasan klien/pasien terdiri dari :<sup>14</sup>

1. Kepatuhan terhadap harapan Ini adalah derajat kepatuhan di antara kinerja layanan apa yang diharapkan dari konsumen dan apa yang didapati oleh konsumen.
2. Minat untuk mengunjungi kembali merupakan kesediaan konsumen untuk mengunjungi kembali atau menggunakan kembali layanan terkait.
3. Kesediaan Merekomendasi bersedian konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

#### **G. Mengukur Tingkat Kepuasan Pasien**

Menurut Kotler dan Keller ada beberapa cara di antaranya digunakan oleh masing-masing perusahaan untuk mengawasi dan memantau kepuasan klien dan kompetitor . Kotler mengidentifikasi, antara lain, 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan;

---

<sup>14</sup> Ibid hlm 111

### 1. Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan akan memungkinkan untuk pelanggan mengirim keluhan, dengan memberi kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Berita dari klien ini akan membantu perusahaan agar cepat dalam menyelesaikan masalah-masalah. Cara ini tertuju pada indentifikasi masalah dan juga mengumpulkan keluhan dari kliennya langsung.

### 2. GhostShopping (Mystery Shopping)

sebagai klien hantu pembeli pada barang dari perusahaan juga dari barang kompetitor. Lalu mereka akan melaporkan hasilnya tentang kekuatan dan kelemahan dari barang perusahaan dan kompetitor menurut pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga bisa mengamati cara perlakuan terhadap setiap keluhan, baik dari perusahaan yang bersangkutan maupun dari kompetitornya.

### 3. Lost Customer Analysis

Perusahaan akan menelepon para kliennya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang memilih berhenti membeli produk atau yang telah pindah ke produk lain, agar dapat memahami penyebab mengapa klien tersebut berpindah ke tempat lain.

### 4. Survei kepuasan

Dengan terjun kelapangan perusahaan akan menerima jawaban dan balasan (feedback) dari kliennya dan memberi dampak positif terhadap para pelanggannya.

## H. Manfaat Mengukur Kepuasan Pasien

Menurut Azwar dalam situasi rumah sakit, di antaranya diprioritaskan pihak, menerima perawatan, karena pasien adalah klien, adalah mayoritas, maka keuntungan dapat diperoleh dengan memprioritaskan Kepuasan:<sup>15</sup>

1. rekomendasi medis untuk menyembuhkan pasien akan menjadi senang hati dalam mengikuti dari pasien yang merasa puas dengan pelayanan rumah sakit.
2. Timbulnya citra positif dan nama baik rumah sakit
3. Citra rumah sakit akan menguntungkan secara sosial dan ekonomi.
4. Berbagai pihak yang memiliki penyertaan rumah sakit, misalnya perusahaan asuransi dapat memberi rasa percaya pada rumah sakit sehingga mendapat dampak positif.
5. Pada rumah sakit yang memperhatikan kepuasan pasien lebih diwarnai dengan layanan yang mendahulukan hak-hak pasien

## I. Kerangka Penelitian

Kerangka berpikir yaitu semua hal, penelitian, dari dari perencanaan, pelaksanaan menjadi dengan selesai dalam hingga utuh.

Kepuasan konsumen atau pasien menggunakan konsepkonkrite, tanggapan, keandalan, keamanan, empati didasarkan dari 2 faktor yaitu ekspektasi klien atas layanan yang benar mereka rasakan dengan layanan yang diinginkan. Bila kebenaran melebihi dari yang di presepriikan, maka

---

<sup>15</sup> Ibid hm 106

layanan rumah sakit terbilang bagus sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan rumah sakit terbilang tidak bagus. Apabila kenyataan sama dengan persepsi klien, maka layanan rumah sakit disebut sesuai.