BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler dan Keller (2016:143) menjelaskan pengertian kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Kualitas adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memiliki keunggulan tinggi, memiliki totalitas yang menunjang serta dapat diandalkan dari segi bahan dan kegunaan sehingga dapat memuaskan konsumen dari segi kebutuhan.

Sedangkan menurut Heizer J & Render B (2015) dalam Anang R (2015:4), mengatakan bahwa :

> "Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik sebuah produk atau jasa yang mengandalkan pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dijanjikan dan tersirat."

Pendapat lain dikemukakan oleh Goets dan Davis (2019) dalam Wahdania, *et al* (2015:3), menjelaskan bahwa :

> "Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan publik, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan."

Dijelaskan oleh Kotler (2019:143) pengertian dari kualitas pelayanan yaitu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan,maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan, kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantikan akan menjadi pelanggan setia.

Sedangkan menurut Tjiptono dalam Meithiana Indrasari (2019:61) menjelaskan bahwa :

> "Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan."

Kesehatan menurut *World Health Organization* (WHO) didefisinikan sebagai suatu keadaan sejahtera secara fisik, mental dan bukan hanya sekedar tidak memiliki penyakit. Kesehatan adalah hak dan investasi, semua warga Negara berhak atas kesehatannya. Kesehatan dapat diartikan investasi karena kesehatan adalah modal dasar yang sangat diperlukan oleh segenap lapisan masyarakat untuk beraktivitas sesuai dengan tugas dan kewajibannya masing-masing

sehingga mampu menghasilkan sesuatu yang bermanfaat secara ekonomi. (Wahdania, *et al* 2015:3).

Berdasarkan berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan kesehatan adalah nilai dari pelayanan yang sesuai dengan standar profesi dan standar pelayanan dengan menggunakan potensi sumber daya yang tersedia. Tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan pasien, artinya layanan bisa disebut berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan para pasien.

2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kualitas Pelayanan

Menurut Nursalam & Pariani (2016) dalam Fitria R (2021:30) kualitas pelayanan terdiri atas beberapa faktor yaitu:

1. Komunakasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*), biasanya komunikasi dari mulut ke mulut sering dilakukan oleh masyarakat awam yang telah mendapatkan perawatan dari sebuah instansi. Yang nantinya akan menyebarkan berita positif apabila mereka mendapatkan perlakuan yang baik selama di rawat atau menyampaikan berita negatif tentang kualitas pelayanan berdasarkan pengalaman yang tidak mengenakkan.
2. Kebutuhan pribadi (*personal need*), kebutuhan dari masing-masing pasien bervariasi maka kualitas pelayanan juga harus menyesuaikan berdasarkan kebutuhan pribadi pasien.
3. Pengalaman masa lalu (*past experience*), seorang pasien akan cenderung menilai sesuatu berdasarkan pengalaman yang pernah mereka alami. Didalam kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman yang baik kepada setiap pasien, namun sebaliknya jika seseorang pernah mengalami hal kurang

baik terhadap kualitas pelayanan maka akan melekat sampai dia mendapatkan perawatan kembali di suatu instansi.

4. Komunikasi eksternal (*company's external communication*), sebagai pemberi kualitas pelayanan juga dapat melakukan promosi sehingga pasien akan mempercayai penuh terhadap kualitas pelayanan di instansi tersebut.

Sedangkan menurut Triwibowo (2013) dalam Fitria R (2021:31) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan itu sendiri meliputi 6 kriteria diantaranya:

1. Mengenal kemampuan diri, seorang petugas sebelum melakukan sebuah tindakan pelayanan kepada pasien harus mengetahui kelemahan dan kekuatan yang ada pada diri petugas sendiri. Karena intropeksi diri yang baik akan menghasilkan atau meminimalisir kejadian yang tidak diinginkan.
2. Meningkatkan kerja sama, petugas harus bekerjasama dalam melakukan pelayanan baik dengan tim medis, teman sejawat petugas, pasien dan keluarga pasien.
3. Pengetahuan keterampilan masa kini, dimaksudkan agar petugas lebih memiliki pengetahuan yang luas dan berfungsi dalam penyelesaian keluhan pasien dengan cermat dan baik.
4. Penyelesaian tugas, petugas merupakan anggota tim medis yang paling dekat dengan pasien. Oleh karena itu, petugas dituntut untuk mengetahui keluhan pasien dengan mendetail dan melakukan pendokumentasian teliti setelah melakukan pelayanan.
5. Pertimbangan prioritas, seorang petugas harus mampu melakukan penilaian dan tindakan pelayanan yang sesuai dengan prioritas utama pasien.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi persepsi kualitas pelayanan salah satunya yaitu kepedulian pada diri sendiri, sehingga lebih

mengenal kemampuan yang dimiliki yang dapat membantu memberikan pelayanan yang baik pada pasien.

2.1.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Barry, *et al* dalam Wiwik S (2018:27) pengukuran kualitas layanan sering disebut sebagai SERVQUAL. Dimensi-dimensi dasar yang digunakan untuk mengukur kualitasa layanan yang diberikan oleh industry jasa antara lain :

1. *Tangibles*
   Penampilan dari fasilitas fisik, peralatan, personel dan alat-alat komunikasi yang dapat ditangkap panca indra konsumen.
2. *Reliability*
   Keandalan dari pemberi jasa untuk memberikan layanan sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. *Responsiveness*
   Rasa tanggung jawab dari pemberi jasa untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan secara tepat.
4. *Competence*
   Kemampuan pemberi jasa dalam menguasai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam memberikan pelayanan.
5. *Courtesy*
   Sikap sopan santun dan perilaku pemberi jasa dalam memberikan pelayanan.
6. *Credibility*
   Keunggulan pemberi jasa dipandang dari sudut kepercayaan yang diberikan konsumen.
7. *Security*
   Tingkat keamanan yang didapat bila berhubungan dengan pemberi jas
8. *Acces*
   Kemudahan untuk dijangkau dan dihubungi
9. *Communication*
   Kemudahan konsumen untuk berkomunikasi dengan pemberi jasa mengenai keluhan dan keinginan yang belum tercapai.

10. *Understanding*
    Usaha pemberi jasa untuk mengerti dan memahami konsumen.

Sedangkan menurut Pasuraman, *et al* (1988) dalam Kotler (2005:122) menyatakan kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan lima indikator dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) sebagai berikut :

1. *Tangibles* (Bukti Langsung)
   Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Dalam hal ini berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan atau dpat pula berupa representasi fisik atau jasa, meliputi :
   a. Fasilitas yang manarik
   b. Kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruangan
   c. Kelengkapan peralatan
   d. Penampilan karyawan
2. *Empathy* (Empati)
   Perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya untuk memahami keinginan pelanggan, meliputi :
   a. Kemudahan kepada konsumen untuk menghubungi perusahaan
   b. Memberikan perhatian individu kepada konsumen
   c. Karyawan yang mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen serta selalu mendengarkan saran dan keluhan dari pelanggan.
3. *Reliability* (Keandalan)
   Kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan secara tepat sejak pertama kalinya, meliputi :
   a. Memberikan pelayanan sesuai janji
   b. Tanggung jawab pelayanan kepada konsumen akan masalah pelayanan
   c. Memberikan pelayanan tepat waktu
   d. Memberikan informasi kepada konsumen tentang kapan pelayanan yang dijanjikan akan direalisasikan.

4. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
   Keinginan dan kesigapan dari para karyawan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya, meliputi:
   a. Memberikan pelayanan secara cepat dan tepat
   b. Kerelaan untuk membantu dan menolong konsumen
   c. Penanganan keluhan pelanggan
5. *Assurance* (Jaminan)
   Kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan berupa kompetensi (memiliki keterampilan dan pengetahun yang berhubungan dengan perusahaan); kesopanan (sikap sopan santun, perhatian dan keramahtamahan yang memiliki oleh para *contact personel*); kredibilitas (sifat jujur dan dapat dipercaya yang mencakup nama perusahan, reputasi perusahaan dan karakteristik pribadi), meliputi :
   a. Sopan santun karyawan dalam memberikan pelayanan
   b. Karyawan memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan konsumen
   c. Kemampuan karyawan untuk membuat konsumen merasa aman saat menggunakan jasa perusahaan.

2.1.2 Kepercayaan

2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan

Menurut Akbar dan Parvez (2009:26) menyatakan "kepercayaan muncul ketika ada salah satu pihak yakin dengan adanya hubungan kerjasama yang bisa diandalkan serta adanya integritas". Kepercayaan tersebut sering disebut sebagai *object attribute linkages* yaitu kepercayaan konsumen tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah objek dengan atributnya yang relevan. Kepercayaan (*trust*), timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak

saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin di antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah, hubungan perusahaan dan pelanggan tercemin dari tingkat kepercayaan (trust) para pelanggan. Kasinem (2020:332).

Adapun pengertian kepercayaan menurut Jogiyanto (2019:935) adalah sebagai berikut :

> "Kepercayaan adalah evaluasi seorang individu setelah memperoleh, mengolah, dan mengumpulkan informasi, yang kemudian menghasilkan berbagai penilaian dan asumsi. Kepercayaan seseorang kepada pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak setelah mengumpulkan berbagai informasi berdasarkan keyakinan bahwa salah satu pihak dapat melaksanakan kewajiban yang diharapkan."

Sedangkan menurut Akbar Mohammad Muzahid, *et al* (2009:26), mendefinisikan kepercayaan yaitu :

> "Sebagai suatu kondisi di mana salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan keandalan dan integritas pihak lain. Dengan kata lain kepercayaan tersebut timbul karena ada keyakinan bahwa pihak yang terlibat dalam pertukaran akan memberikan kualitas yang konsisten, jujur, dan bertanggung jawab"

Dari pendapat para ahli di atas maka dapat diartikan, kepercayaan secara umum adalah suatu sikap yang ditujukkan oleh manusia saat ia maraca cukup bahwa apa yang diharapkan sudah sesuai dengan keinginan. Kepercayaan adalah variabel terpenting dalam

membangun hubungan jangka panjang antara pihak satu dengan lainnya.

2.1.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang. McKnight, *et al* (2017:42), menyatakan bawa ada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen yaitu :

1. *Perceived web vendor reputation*
   Reputasi merupakan suatu atribut yang diberikan kepada penjual berdasarkan pada informasi dari orang atau sumber lain. Reputasi dapat menjadi penting untuk membangun kepercayaan seseorang konsumen terhadap penjual karena konsumen tidak memiliki pengalaman pribadi dengan penjual. Reputasi dari mulut ke mulut yang juga dapat menjadi kunci ketertarikan konsumen. Informasi positif yang didengar oleh konsumen tentang penjual dapat mengurangi persepsi terhadap resiko dan ketidak amanan ketika bertransaksi dengan penjual. Hal ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen tentang kompetensi, dan integritas pada penjual.
2. *Perceived web site quality*
   Perceived web site quality yaitu persepsi akan kualitas situs dari took maya. Tampilan toko maya dapat mempengaruhi kesan pertama yang terbentuk. Menampilkan *website* secara professional mengindikasikan bahwa toko maya tersebut berkompeten dalam menjalankan operasionalnya. Tampilan *website* yang professional memberikan rasa nyaman kepada pelanggan, dengan begitu pelanggan dapat lebih percaya dan nyaman dalam melakukan pembelian.

Sedangkan menurut Job dan Putnam (2017:58) mengatakan ada dua faktor yang mempengaruhi kepercayaan yaitu:

1. Faktor rasional, yaitu faktor yang bersifat strategis dan kalkulatif dengan kata lain orang dapat dipercaya karena memiliki keahlian khusus atau memiliki jabatan professional.
2. Faktor relasional, yaitu faktor kepercayaan yang berdasarkan etika yang baik dan berbasis pada kebaikan seseorang.

2.1.2.3 Indikator Kepercayaan

Menurut Mayer, *et al* (1995) dalam David Wong (2017:6) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrty*). Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kemampuan (*Ability*). Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi.
2. Kebaikan (*Benevolence*). Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen.

3. Integritas (*Integrity*). Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk/jasa yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak. Integritas dapat dilihat dari sudut kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterus-terangan (*honestly*), keterkaitan (*dependbility*), dan kehandalan (*reliability*).

2.1.3 Kepuasan Pasien

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pasien

Menurut Kotler (2007) dalam Saputra,A.A (2018:3) menjelaskan pengertian kepuasan pasien adalah perasaan senang atau kecewa yang di dapatkan seorang dari membandingkan kinerja atau hasil produk/jasa yang di rasakan (*perceived performance*) dengan ekspetasinya"

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia (2015:26), mengatakan bahwa kepuasan adalah :

> "Penilaian terhadap kemampuan produk atau jasa dalam memberikan tingkat pemenuhan kebutuhan konsumsi yang menyenangkan".

Kepuasan pasien memang merupakan nilai subjektif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, oleh karenanya subjektifitas pasien dipenuhi oleh pengalaman pasien dimasa lalu, pendidikan, situasi fisik saat itu, dan pengaruh lingkungan. Dengan adanya informasi kepuasan pasien dengan manajemen puskesmas akan memberikan gambaran

seberapa bermutu layanan yang diberikan kepada pasien sesuai dengan kebutuhan pasien.

Memahami kebutuhan dan keinginan pasien untuk proses penyembuhan mereka adalah faktor penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan pasien. Pasien yang merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima menjadi asset yang sangat berharga, karena kepuasan pasien dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan layanan tersebut. Namun, jika pasien merasa tidak puas, mereka mungkin akan merasa kecewa dan berbagi pengalaman negatif mereka dengan orang lain.

2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) mengatakan terdapat dua dimensi yang dapat mepengaruhi kepuasan pasien yaitu:

1. Kinerja
   Kinerja ialah persepsi pasien atau pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah menggunakan jasa.
2. Harapan
   Harapan ialah keyakinan atau perkiraan tentang apa yang akan mereka terima ketika mereka menggunakan layanan tersebut.

Sedangkan menurut Budi Astuti dalam Silalahi, et al (2021:117) menjelaskan faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien yaitu:

1. Kualitas produk atau jasa, pasien akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang digunakan berkualitas. Persepsi pasien terhadap kualitas produk atau jasa dipengaruhi oleh dua hal yaitu kenyataan kualitas produk atau jasa dan komukasi perusahaan.
2. Kualitas pelayanan, pasien akan merasa puas jika mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Faktor emosional, pasien merasa bangga, puas dan kagum terhadap puskesmas yang dipandang "puskesmas mahal".
4. Harga, semakin mahal harga perawatan maka pasien mempunyai harapan yang lebih besar. Sedangkan puskesmas yang berkualitas sama tetapi berharga murah, memberi nilai yang lebih tinggi pada pasien.
5. Biaya, pasien yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan jasa pelayanan, maka pasien cenderung puas terhadap jasa dengan biaya pelayanan yang diberikan Dokter kepada pasien.

Berdasarkan faktor-faktor yang dijelaskan diatas kepuasan pasien tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Suatu pelayanan dikategorikan baik oleh pasien, ditentukan oleh kenyataan apakah pelayanan yang diberikan bisa memenuhi kebutuhan pasien, dengan menggunakan persepsi pasien tentang pelayanan yang diterima (memuaskan atau mengecewakan, juga termasuk lamanya waktu pelayanan).

2.1.3.3 Indikator Kepuasan Pasien

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2001:101) atribut-atribut pembentuk kepuasan terdiri dari :

1. Kesesuaian harapan
   Merupakan gabungan dari kemampuan suatu produk atau jasa dan promosi yang diandalkan, sehingga suatu produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan apa yang dijanjikan produsen, meliputi:
   a. Produk atau jasa yang didapat sesuai dengan promosi.
   b. Pelyanan yang didapat sesuai dengan promosi.
   c. Fasilitas yang didapat sesuai dengan promosi.
2. Kemudahan dalam memperoleh
   Produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen tersedia di outlet-outlet dan toko yang dekat dengan pembeli potensial, meliputi:
   a. Lokasi perusahaan yang strategis sehingga memudahkan pasien untuk datang.
   b. Tersedia pelayanan kesehatan yang lengkap sehingga pasien mendapatkan perawatan yang sesuai dengan kebutuhan.
3. Kesediaan untuk merekomendasi
   Kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak, meliputi:
   a. Menyarankan teman atau kerabat untuk memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
   b. Menyarankan teman atau kerabat untuk memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan karena memiliki peralatan medis yang lengkap.
   c. Menyarankan teman atau kerabat untuk memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan karena fasilitas yang memadai.

2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berikut ini dideskripsikan dalam Tabel 2.1 tentang beberapa penelitian terdahulu sebagai pendukung dalam penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Amelia Tri Utami, *et al* (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Pasien Rawat Jalan di Unit Gawat Darurat Rumah Sakit Bhayangkara Pusat Pendidikan Brigade Mobile Watukosek)	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan/bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Sedangkan secara parsial, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Sedangkan variabel *Responsiveness*, *Assurance* secara parsial tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.
2.	Nova Fulgara, *et al* (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Peserta BPJS Kesehatan di Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien peserta BPJS. Terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan pasien. Secara simultan kualitas pelayanan dan

			kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pasien peserta BPJS.
3.	Deby Santyo Rusandy (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Iskak Tulungagung.	Hasil dari penelitian ini yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pasien rawat inap Di RSUD Dr. Iskak Tulungagung, sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan maka semakin rendah pula tingkat kepuasan pasien rawat inap Di RSUD Dr. Iskak Tulungagung. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pasien rawat inap Di RSUD Dr. Iskak Tulungagung, sebaliknya semakin rendah kepercayaan maka semakin rendah pula tingkat kepuasan pasien rawat inap Di RSUD Dr. Iskak Tulungagung.

4.	Okky Erviana (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal.	Penelitian ini menyimpulkan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal baik secara parsial maupun simultan.
5.	Syaiful Rahman, *et al* (2018)	Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien BPJS Kesehatan di Rumah Sakit Moh Ridwan Meuraksa Jakarta.	Hasil penelitian ditemukan bahwa pengaruh kepecayaan, kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki dampak positif pada kepuasan pasien dan variabel kualitas pelayanan ditemukan paling banyak dominan. Dan hasil penelitian dengan uji t menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, kemudian untuk hasil uji f menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan

			terhadap kepuasan pasien.
6.	Ani Setianingsih, Ai Susi Susanti (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit "S"	Penelitian ini menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien. Dari hasil penelitian menunjukan bahwa indikator reliability, responsiveness dan emphaty sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit "S", sedangkan assurance dan tangible masih belum berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit "S"

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menurut Sugiyono (2019:95), merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran menjelaskan pola hubungan antara variabel yang ingin diteliti yaitu hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y). Dalam penelitian ini, terdiri dari satu variabel terikat (*dependent variable*) yaitu kepuasan pasien dan dua variabel bebas

(*independent variable*) yaitu kualitas pelayanan kesehatan dan kepercayaan.

2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Kesehatan (X_1) Terhadap Kepuasan Pasien (Y)

Kualitas Pelayanan menjadi salah satu kunci yang wajib diperhatikan, karena tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan. Artinya, layanan bisa disebut berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan para konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).

Sedangkan Yunus Nek Kamal Yeop, *et al* (2009:67), mengatakan bahwa:

> "Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya pelanggan atau bahkan hilang karena pelanggan berpindah ke jasa layanan lain, sehingga tidak ada sedikitpun keraguan mengenai arti penting dari layanan yang berkualitas sebagai tujuan akhir dari penyedia layanan di seluruh dunia."

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangatlah penting bagi penyedia jasa layanan, karena akan berpengaruh terhadap nilai kepuasan pelanggan. Jadi kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi masyarakat atas

layanan yang seharusnya mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya.

Dalam penelitian sebelumnya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Pasien Rawat Jalan di Unit Gawat Darurat Rumah Sakit Bhayangkara Pusat Pendidikan Brigade Mobile Watukosek)" Amelia Tri Utami, *et al* (2013) mengatakan bahwa semua aspek dari indikator kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai variabel kualitas pelayanan sebesar 73,6% dan nilai variabel kepuasan pasien sebesar 70%, artinya nilai kepuasan pasien berada pada nilai interval konversi antara 62,51 – 81,25 dengan kinerjanya unit pelayanan dinyatakan baik.

2.3.2 Hubungan Kepercayaan (X_2) Terhadap Kepuasan Pasien (Y)

Selain kualitas pelayanan sangat penting bagi kepuasan pasien, kepercayaan pun sangat berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Menurut Nova Fulgara, *et al* (2020) Kepercayaan merupakan faktor penting yang dapat mengatasi krisis dan kesulitan antara organisasi dan pelanggan, juga merupakan asset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang.

Sedangkan menurut Mowen dan Minor (2013:201) mengatakan bahwa :

> "Kepercayaan pasien adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pasien dan semua kesimpulan yang dibuat oleh pasien tentang objek, atribut, dan manfaatnya."

Sedangkan menurut Halim, *et al* dalam Nova Fulgara, *et al* (2015:6) menjelaskan bahwa :

> "*Customer trust as a positive expectation of consumers to producer for his ability to produce product that satisfy customer"*

Dengan demikian dapat disimpulkan bawa kepercayaan adalah variabel terpenting dalam membangun hubungan jangka panjang antara pihak satu dengan yang lainnya. Dengan kata lain kepercayaan tersebut timbul karena kualitas mendapatkan kualitas yang konsisten, jujur, dan bertanggung jawab.

Dalam penelitian sebelumnya yang berjudul "Peningkatan Kepuasan Pasien Melalui Kepercayaan, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan" Gusti Ayu C D dan Dewa Nyoman B K (2023) mengatakan bahwa benar kepercayaan, fasilitas, dan kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh yang positif dan juga secara sifnifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dengan

tingkat signifikan 0,000. Artinya kepercayaan yang baik akan meningkatkan kepuasan pasien.

2.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Kesehatan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) Terhadap Kepuasan pasien (Y).

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan pelayanan yang bisa penuhi keinginan pelanggan atau pasien yang diberikan oleh tenaga medis, para medis, serta penunjang medis. Kepercayaan menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendorong adanya kepuasan. Rasa kepercayaan yang dimiliki oleh pasien harus dijaga dengan baik oleh pemberi pelayanan kesehatan agar pasien tidak merasa kecewa. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) mengatakan bahwa :

> "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan"

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:158) mengatakan bahwa :

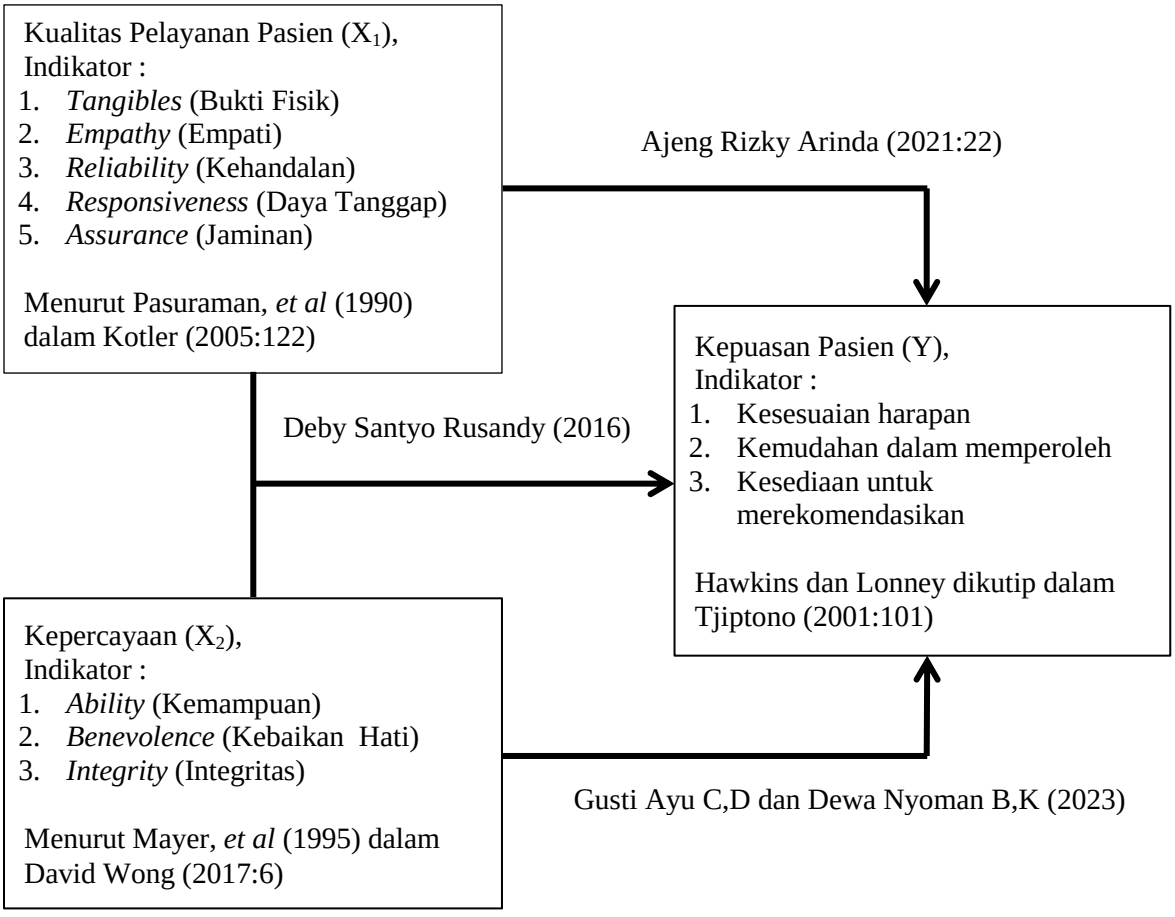
> "Terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan, yaitu : 1. Produk, 2. Harga, 3. Emosional, 4. Biaya dan kemudahan, dan 5. Pelayanan"

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien dapat dipengaruhi oleh berbagai hal. Dalam peningkatannya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan harus benar-benar diperhatikan dan dipertahankan.

Dalam penelitian sebelumnya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien

Rawat Inap di RSUD Dr. Iskak Tulungagung." Deby Santyo Rusandy (2016). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh keterangan bahwa secara simultan kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Dari penjelasan diatas, maka paradigma dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.4 Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2019:99), adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Sedangkan menurut Moh. Nazir (1998:182) hipotesis merupakan sebuah jawaban sementara sebuah penelitian yang perlu diuji kebenarannya.

Hipotesis pada umumnya diartikan sebagai jawaban (dugaan) sementara dari masalah suatu penelitian. Mengumpamakan hipotesis seperti sebuah perkiraan atau dugaan akan kemungkinan terjadinya sesuatu. Dalam menyusun hipotesis penelitian harus didasari dengan teori-teori ilmiah ataupun hasil observasi supaya pembuktian yang dihasilkan dalam penelitiannya dapat dipercaya.

Berdasarkan hubungan antara variabel dalam kerangka pemikiran, maka dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut :

a. Kualitas pelayanan kesehatan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.
b. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.
c. Kualitas pelayanan kesehatan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.