

**ANALISIS PENGARUH TINGKAT KUALITAS PELAYANAN JASA PUSKESMAS
TERHADAP KEPUASAN PASIEN
(Studi kasus pada Puskesmas Kedung Mundu Semarang)**

Ferry Ardiyan¹, Yulianeu², Azis Fathoni³, Leonardo Budi H.⁴

¹Mahasiswa Manajemen Universitas Pandanaran Semarang

²Dosen Manajemen Universitas Pandanaran Semarang

^{3, 4}Dosen Pembimbing Skripsi

ABTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh tingkat kualitas pelayanan jasa Puskesmas terhadap kepuasan pasien. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Adapun metode pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji F, koefisien determinasi, uji t dan analisis regresi berganda.

Dengan menggunakan metode regresi berganda dapat disimpulkan bahwa variabel bukti langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi (*P Value*) sebesar $0,003 < 0,05$. Sedangkan kehandalan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi (*P Value*) sebesar $0,440 > 0,05$. Jaminan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi (*P Value*) sebesar $0,164 < 0,05$. Daya tanggap berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi (*P Value*) sebesar $0,339 > 0,05$. Untuk empati tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi (*P Value*) sebesar $0,623 > 0,05$. Secara simultan bukti langsung, kehandalan, jaminan, daya tanggap dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan *F* hitung sebesar 11,186 dengan angka signifikansi (*P Value*) sebesar $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi yang dihasilkan adalah sebesar 0,34 yang berarti 34 persen perubahan variabel kepuasan konsumen dijelaskan oleh perubahan variabel bukti langsung, kehandalan, jaminan, daya tanggap dan empati secara bersama-sama, sedangkan sisanya sebesar 66 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : bukti Langsung, kehandalan, jaminan, daya tanggap, empati, kepuasan konsumen

ABSTRACTION

This study was conducted to examine the effect of service quality levels on patient satisfaction health center. The sample used in this study of 100 respondents. The method of sampling using purposive sampling. Data analysis method used is quantitative analysis using validity and reliability test, classic assumption test, F test, the coefficient of determination, t test and multiple regression analysis.

*By using multiple regression analysis can be concluded that the direct evidence variable positive and significant impact on customer satisfaction with the value of significance (*P value*) of $0.003 < 0.05$. While reliability but not significant positive effect on customer satisfaction with the value of significance (*P value*) amounted to $0.440 > 0.05$. Assurance but not significant positive effect on customer satisfaction with the value of significance (*P value*) amounted to $0.164 < 0.05$. Responsiveness but not significant positive effect on customer satisfaction with the value of significance (*P value*) amounted to $0.339 > 0.05$. For no empathy and no significant positive effect on customer satisfaction with the value of significance (*P value*) amounted to $0.623 > 0.05$. Simultaneously direct evidence, reliability, assurance, responsiveness and empathy significantly influence consumer satisfaction with *F* count equal to 11.186 with the number of significance (*P value*) of $0.000 < 0.05$. The resulting coefficient of determination is 0.34, which means a 34 percent change in consumer satisfaction variables explained by changes in variable direct evidence, reliability, assurance, responsiveness and empathy together, while the remaining 66 percent is explained by other variables not included in the this research.*

Keywords: direct evidence, reliability, assurance, responsiveness, empathy, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Terwujudnya keadaan sehat adalah kehendak semua pihak. Tidak hanya oleh orang per orang, tetapi juga oleh keluarga, kelompok dan bahkan masyarakat. Dalam rangka mewujudkan status kesehatan masyarakat yang optimal, maka

berbagai upaya harus dilaksanakan, salah satu di antaranya ialah menyelenggarakan pelayanan kesehatan. Penyelenggaraan pelayanan kesehatan untuk masyarakat di tingkat dasar di Indonesia adalah melalui Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas) yang merupakan unit organisasi

fungsional Dinas Kesehatan Kabupaten/ Kotamadya dan diberi tanggung jawab sebagai pengelola kesehatan bagi masyarakat tiap wilayah kecamatan dari kabupaten/ kotamadya bersangkutan.

Sebagai lembaga kesehatan yang bermisi meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, Puskesmas ini telah berperan dalam memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Kepercayaan yang diberikan masyarakat dan pemerintah terhadap Puskesmas tersebut adalah sebuah kehormatan sekaligus amanat dan tugas berat yang harus dipikul dengan sungguh-sungguh dan hati penuh keikhlasan, lebih-lebih dengan perkembangan ilmu dan teknologi dalam bidang kesehatan maka Puskesmas ini dituntut lebih keras lagi berusaha dan meningkatkan profesionalisme dalam bekerja khususnya dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada para pasiennya.

Jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dikehendaki, maka pasien akan puas, jika yang terjadi sebaliknya maka akan menyebabkan kehilangan minat pasien untuk berobat dan ini akan menyebabkan pasien mempunyai image negatif terhadap Puskesmas tersebut, yang akan mengakibatkan menurunnya jumlah pasien akhirnya akan menyebabkan pengurangan keuntungan. Apalagi banyaknya puskesmas yang ada di Semarang menyebabkan Puskesmas Kedung Mundu Semarang harus punya strategi pemasaran yang tepat. Dalam lingkungan global yang semakin ketat dengan masuknya pelayanan yang inovatif di pasaran disatu sisi dan kondisi pasar yang jenuh untuk pelayanan-pelayanan yang monoton disisi lain mengelola loyalitas pasien menjadi tantangan manajerial Puskesmas. Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas maka peneliti akan mengadakan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas Terhadap Kepuasan Pasien**” (Studi Kasus Di Puskesmas Kedung Mundu Semarang).

TINJAUAN PUSTAKA

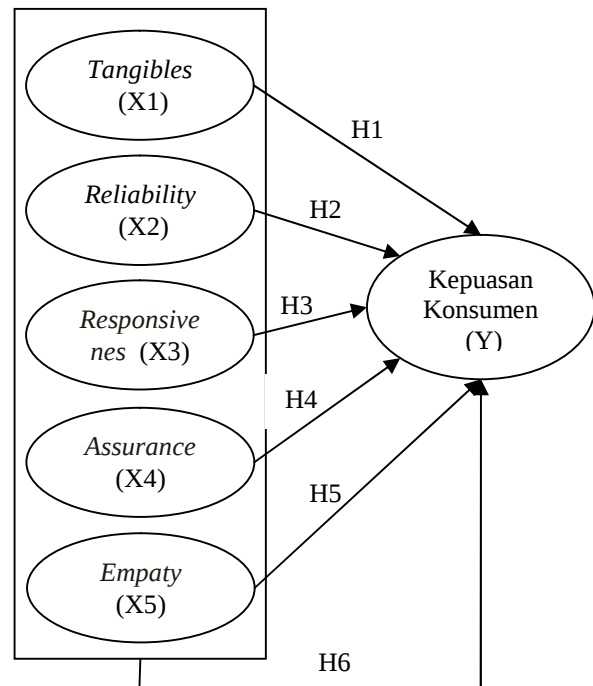
Landasan Teori

Kualitas adalah keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, 2005). Menurut Azwar (1996) kualitas pelayanan bersifat multidimensional, yaitu kualitas menurut pemakai pelayanan kesehatan dan menurut penyedia jasa layanan kesehatan.

Sementara Kotler (2003) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Dari segi pemakai jasa pelayanan, kualitas pelayanan terutama berhubungan dengan ketanggapan dan kemampuan

petugas puskesmas dalam memenuhi kebutuhan pasar dan komunikasi pasien termasuk di dalamnya sifat ramah dan kesungguhan. Dari pihak penyedia jasa dalam hal ini puskesmas, kualitas pelayanan terkait pada pemakaian yang sesuai dengan perkembangan ilmu dan teknologi. Menurut Azwar (1996) secara umum dapat dirumuskan bahwa batasan

Kerangka Pemikiran Teoritis



Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan dalam penelitian. Adapun hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- H1:** Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari bukti langsung (*tangibles*) terhadap kepuasan konsumen.
- H2:** Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen.
- H3:** Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen.
- H4:** Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen.
- H5:** Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari perhatian (*empaty*) terhadap kepuasan konsumen.
- H6:** Variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empaty* secara bersama-sama berpengaruh pada kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 1999). Populasi dalam penelitian ini adalah pasien yang berobat di Puskesmas Kedung Mundu Semarang. Sample penelitian berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampelnya adalah dengan cara *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan 5 skala likert. Sementara teknik analisis datanya menggunakan regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengukuran validitas instrumen dilakukan dengan mengkorelasikan antara nilai masing-masing item dengan total item, atau membandingkan nilai *r* hitung dengan nilai *r* tabel. Suatu variabel dinyatakan valid jika *r* hitung > *r* tabel (Ghozali, 2009).

Tabel 1 : Hasil Pengujian Validitas

Variabel/Item	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Ket.
Variabel Bukti Langsung			
BL1	0.252	0.168	Valid
BL2	0.498	0.168	Valid
BL3	0.312	0.168	Valid
BL4	0.314	0.168	Valid
BL5	0.393	0.168	Valid
BL6	0.524	0.168	Valid
Variabel Kehandalan			
KH1	0.524	0.168	Valid
KH2	0.624	0.168	Valid
KH3	0.643	0.168	Valid
KH4	0.606	0.168	Valid
KH5	0.554	0.168	Valid
Variabel Jaminan			
JM1	0.446	0.168	Valid
JM2	0.528	0.168	Valid
JM3	0.621	0.168	Valid
JM4	0.626	0.168	Valid
Variabel Daya Tanggap			
DT1	0.381	0.168	Valid
DT2	0.531	0.168	Valid
DT3	0.325	0.168	Valid

Variabel Empati			
E1	0.356	0.168	Valid
E2	0.661	0.168	Valid
E3	0.613	0.168	Valid
Variabel Kepuasan Konsumen			
KK1	0.303	0.168	Valid
KK2	0.361	0.168	Valid
KK3	0.179	0.168	Valid
KK4	0.610	0.168	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk/variabel penelitian. Suatu variabel dikatakan *reliable* (handal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Tingkat reliabilitas suatu konstruk / variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai cronbach alpha > 0,60 (Ghozali, 2005). Hasil perhitungan reliabilitas oleh SPSS dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2 : Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket.
Bukti Langsung	0,670	Reliabel
Kehandalan	0,807	Reliabel
Jaminan	0,756	Reliabel
Daya Tanggap	0,605	Reliabel
Empati	0,713	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,606	Reliabel

Pengujian Hipotesis Penelitian

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 3 : Hasil Uji t

VARIABEL	Hasil Uji Signifikansi
Bukti Langsung	0.003
Kehandalan	0.440
Jaminan	0.164
Daya Tanggap	0.339
Empati	0.623

Berdasarkan tabel, maka hasil uji t pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pada variabel bukti langsung dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$). Angka signifikansi (*P Value*) pada variabel bukti langsung sebesar $0,003 < 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak atau berarti variabel bukti

langsung mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Maka **H1 diterima**.

2. Pada variabel kehandalan dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$). Angka signifikansi (P Value) pada variabel kehandalan sebesar $0,440 > 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 diterima atau berarti variabel kehandalan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Maka **H2 ditolak**.
3. Pada variabel jaminan dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$). Angka signifikansi (P Value) pada variabel kehandalan sebesar $0,164 > 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 diterima atau berarti variabel jaminan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Maka **H3 ditolak**.
4. Pada variabel daya tanggap dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$). Angka signifikansi (P Value) pada variabel daya tanggap sebesar $0,339 > 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 diterima atau berarti variabel daya tanggap tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Maka **H4 ditolak**.
5. Pada variabel empati dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$). Angka signifikansi (P Value) pada variabel empati sebesar $0,623 > 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 diterima atau berarti variabel empati tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Maka **H5 ditolak**.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	92.528	5	18.506	11.186	.000 ^a
Residual	155.512	94	1.654		
Total	248.040	99			

Tabel 4 : Hasil Uji F)

Dari hasil uji F pada penelitian ini didapatkan nilai F hitung sebesar 11,186 dengan angka signifikansi (P value) sebesar $0,000 < 0,05$. Atas dasar perbandingan tersebut, maka H_0 ditolak atau berarti variabel bukti langsung, kehandalan, jaminan, daya tanggap dan empati mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan konsumen. Maka **H6 diterima**.

Koefisien Determinasi

Tabel 5 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611 ^a	.373	.340	1.286

a. Predictors: (Constant), E, DT, BL, JM, KH

b. Dependent Variable: KK

Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R^2 adalah sebesar 0,34. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independent (bukti langsung, kehandalan, jaminan, daya tanggap dan empati) dapat menjelaskan variabel dependent (kepuasan konsumen) sebesar 34%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 : Hasil Uji Regresi (Koefisien Regresi)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.653	1.834		2.537	.013		
BL	.259	.085	.360	3.063	.003	.483	2.069
KH	.091	.118	.124	.776	.440	.262	3.815
JM	.193	.138	.191	1.401	.164	.359	2.788
DT	.119	.124	.094	.961	.339	.694	1.441
E	-.077	.156	-.060	-.493	.623	.454	2.202

Berdasarkan pada tabel 6 maka didapatkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,36 X_1 + 0,124 X_2 + 0,191 X_3 + 0,094 X_4 - 0,06 X_5$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai 0,36 pada variabel bukti langsung (X_1) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi bukti langsung yang diberikan Puskesmas, maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen.
2. Nilai 0,124 pada variabel kehandalan (X_2) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat kehandalan yang diberikan Puskesmas, maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen.
3. Nilai 0,191 pada variabel jaminan (X_3) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi jaminan yang diberikan Puskesmas, maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen.
4. Nilai 0,094 pada variabel daya tanggap (X_4) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi daya tanggap yang diberikan Puskesmas, maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen.
5. Nilai -0,06 pada variabel empati (X_5) adalah bernilai negatif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi rasa empati yang diberikan Puskesmas, tidak berarti akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Pembahasan

H₁ : Bukti langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pernyataan hipotesis pertama bahwa Bukti langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (*P Value*) sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,36. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi bukti langsung yang diberikan Puskesmas ke pasien, maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumennya.

H₂ : Kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pernyataan hipotesis kedua bahwa kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (*P Value*) sebesar 0,440 yang jauh diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,124. Dapat disimpulkan bahwa kehandalan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H₃ : Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pernyataan hipotesis ketiga bahwa jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (*P Value*) sebesar 0,164 yang jauh diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,191. Dapat disimpulkan bahwa jaminan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H₄ : Daya Tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pernyataan hipotesis keempat bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (*P Value*) sebesar 0,339 yang jauh diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,094. Dapat disimpulkan bahwa jaminan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H₅ : Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pernyataan hipotesis kedua bahwa kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tidak terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi (*P Value*) sebesar 0,623 yang jauh diatas 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar - 0,06. Dapat disimpulkan bahwa empati tidak berpengaruh positif dan juga tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui pula bahwa dari variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan perhatian, variabel bukti langsung yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan pasien Dimana variabel bukti langsung ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Faktor kehandalan, daya tanggap, jaminan mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Sedangkan faktor empati menurut hasil penelitian ini tidak berpengaruh positif dan juga tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

PENUTUP

Simpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut $Y = 0,36 X_1 + 0,124 X_2 + 0,191 X_3 + 0,094 X_4 - 0,06 X_5$
2. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, maka dapat dilihat bahwa yang paling berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen adalah variabel bukti langsung dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,36 (36 persen).

3. Variabel kehandalan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,124 (12,4 persen). Variabel jaminan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,164 (16,4 persen). Variabel daya tanggap berpengaruh positif tetapi tidak signifikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,094 (9,4 persen).
4. Sedangkan variabel empati tidak berpengaruh positif dan juga tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan nilai signifikan (*P value*) sebesar 0,623 yang lebih besar dari 0,05.
5. Pada pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F (secara bersama-sama atau smultan) dapat dijelaskan bahwa kelima variabel yaitu bukti langsung (X_1), kehandalan (X_2), jaminan (X_3), daya tanggap (X_4) dan empati (X_5) terhadap variabel terikat kepuasan konsumen (Y) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dari nilai F hitung sebesar 11,186 dengan angka signifikansi (P Value) sebesar $0,000 < 0,05$.
6. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan adalah 0,34. Hal ini berarti sebesar 34 persen perubahan variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh perubahan variabel bukti langsung, kehandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati secara bersama-sama, sedangkan sisanya sebesar 66 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran:

1. Pihak Manajemen Puskesmas Kedung MunduSemarang
 - a. Puskesmas Kedung MunduSemarang perlu meningkatkan aspek bukti langsung kondisi gedung Puskesmas, peralatan pendukung untuk melakukan pemeriksaan pasien, ruang tunggu yang disediakan oleh Puskesmas, penampilan dan kondisi setiap ruangan Puskesmas. Kehandalan tindakan pelayanan yang akurat oleh tenaga medis Puskesmas, profesionalisme dalam menangani keluhan pasien oleh para tenaga medis Puskesmas, melayani dengan baik dan ramah saat melakukan pengobatan dan perawatan, memberikan pelayanan dengan tepat dan benar sesuai dengan prosedur yang ditetapkan dalam memberikan pelayanan selalu sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Jaminan rasa aman dan terjaminnya pasien pada saat melakukan pengobatan atau perawatan, rapat menumbuhkan rasa kepercayaan untuk cepat

sembuh kepada pasien, petugas berpengalaman dan terlatih dalam melakukan pengobatan dan mampu mengatasi keluhan dengan cepat mengenai kondisi kesehatan pasiennya. Empati pelayanan, keramahan yang sama tanpa memandang status pasien, dapat memberikan perhatian kepada setiap pasiennya, pengertian terhadap keluhan-keluhan pasiennya.

- b. Untuk meningkatkan pelayanan bukan hanya dilihat dari modernnya fasilitas yang ada, tetapi fokus pada para pasien agar pasien merasakan kepuasan sehingga tercipta loyalitas terhadap Puskesmas.
2. Penelitian yang akan datang
 - a. Diharapkan penelitian yang akan datang, sampel yang digunakan lebih banyak sehingga hasil dari analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.
 - b. Melakukan penelitian dengan aspek yang sama dengan menambahkan variabel yang menyangkut aspek tersebut untuk lebih mengetahui variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen, diluar variabel yang telah diteliti penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2003, **Statistik Induktif: untuk ekonomi dan bisnis**, Edisi kedua, UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Basu Swastha, 1984, **Azas-azas Marketing**, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta
- Basuswastha, 1984, **Azas-azas Marketing**, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta
- Djunaidi, Moch, 2006, **Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Fuzzy Service Quality dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan**, Jurnal Ilmiah Teknik Industri, Vol 4, No.3, April 2006, hal 139-146
- Engel, James F, and, Blackwell, Roger D, 1994, **Perilaku Konsumen**, Edisi Keenam, Jilid I, Binarupa, Jakarta
- Fandy Tjiptono, 1995, **Manajemen Jasa**, Andi Offset, Yogyakarta
- Ghozali, Imam, 2001, **Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- _____, 2005, **Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Handoko, Hani, 1997, **Manajemen Personal SDM**, Edisi Ketiga, BPFE, Yogyakarta
- Hartuti, Purnaweni, 2004, **Profil Layanan Publik Di Bidang Kesehatan di Jawa Tengah, JIAKP**, Vol 1, No 1

- Helmi, Ahmad, 2003, **Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Citra Rumah Sakit, Medan**
- Husein, Umar, 2003, **Riset Sumber Daya Manusia dalam organisasi**, cetakan ketiga, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Indriantoro, Supomo, 2002, **Metodologi Penelitian bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen**, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta
- Kotler, Philip, 1994, **Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**, Edisi Kedelapan, Jilid I, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta
- _____, 1997, **Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol**, Jilid I, PT Prehalindo, Jakarta
- Nazir, Moh, 1999, **Metode Penelitian, Cetakan Ketiga**, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Sudibyo, Supardi, 2008, **Faktor-faktor yang berhubungan dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan dan Rawat Inap di Puskesmas**, Buletin Penelitian, Volume 36, No 4 tahun 2008
- Sugiyono, 1999, **Metode Penelitian Bisnis**, CV Alfabeta, Bandung
- Widiyanto, Ibnu, 2005, **Metode Riset Bisnis**, STIE IPWIJA, Jakarta
- Swastha, dan Irawan, 2001, **Manajemen Pemasaran Modern**, Liberty, Yogyakarta