

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Klinik Gigi Palapa Dentists Jakarta Selatan)

Vina Islami

Akademi Sekretari dan Manajemen Bina Sarana Informatika Jakarta

e-mail: vina.vii@bsi.ac.id

Abstract

Services is one of the business activities in which the services are basically all economic activity that results were not a product in a physical form or construction. In the era of globalization, the dynamics of the business world is getting harder and tighter included in the health care field. With the increasing quality of the service, the service functions in a dental clinic or the health sector needs to be improved in order to become more effective and efficient and give satisfaction to the patient and society. The more advanced the renewal in the field of technology, the field of health services has also increased, the field of modern infrastructure and facilities as well as being more accurate in the field of services. In connection with such matters, besides the quality of health services must be prioritized, service quality must also be considered again. Therefore, patients in need of quality health care services with satisfactory service. Palapa Dentists dental clinic (Klinik Dr. drgAnggraeni SP, KG) is one company that is engaged in services, especially health.

Key words : Service Quality, Satisfaction

I. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari – hari, manusia disibukkan dengan bermacam – macam kegiatan dalam berbagai bidang kehidupan, terutama dibidang kesehatan. Hal ini menuntut penyedia jasa kesehatan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik. Pelanggan menemukan banyak sekali perusahaan yang menawarkan jasa dalam setiap kategori dan pelanggan memiliki beragam kebutuhan dalam kombinasi serta harga jasa. Harapan dan keinginan pelanggan tentang mutu dan layanan semakin tinggi dan terus meningkat. Ditengah pilihan yang begitu banyak, pelanggan cenderung memilih tawaran yang paling sesuai kebutuhan serta harapan mereka.

Jasa merupakan salah satu kegiatan bisnis dimana pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi. Pada era globalisasi, dinamika kehidupan dunia usaha semakin keras dan ketat termasuk di bidang layanan kesehatan. Dengan semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka fungsi pelayanan pada klinik gigi atau pada bidang kesehatan perlu ditingkatkan agar menjadi lebih efektif dan efisien serta memberikan kepuasan terhadap pasien dan masyarakat.

Semakin maju pembaharuan dibidang teknologi, maka layanan dibidang kesehatan juga mengalami kemajuan, dibidang sarana dan prasarana yang modern serta menjadi lebih akurat dalam bidang layanannya. Berkaitan dengan hal-hal tersebut maka disamping kualitas pelayanan kesehatan harus diutamakan, kualitas pelayanan juga harus lebih

diperhatikan lagi. Oleh sebab itu pasien membutuhkan layanan perawatan kesehatan yang berkualitas dengan layanan yang memuaskan. Klinik gigi Palapa Dentists (Klinik Dr drg Anggraeni SP,KG) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa terutama kesehatan.

A. Pelayanan

Pelayanan merupakan hal tombak utama dalam sebuah perusahaan. Sebagaimana diantara kita yang belum mampu memaknai arti pelayanan. Berikut ini adalah beberapa pendapat dari para ahli tentang pelayanan yaitu:

Menurut Kolter dalam (Kasmir, 2016), jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Menurut Gronroos dalam (Kasmir, 2016) , pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Kualitas Pelayanan (Service Quality) menurut (Lupiyoadi, 2016) merupakan seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para

pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

1) B. Dimensi Pelayanan

Menurut (Kasmir, 2016), mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok layanan yaitu:

1. Realiabilitas, mencakup dua aspek, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Memenuhi janjinya secara akurat dan andal (misalnya, memberikan layanan sesuai dengan jadwal yang disepakati), menyimpan data (*record*) secara tepat, dan mengirimkan tagihan yang akurat.
2. Responsivitas atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu dan melayani para pelanggan dengan segera. Beberapa contoh diantaranya ketepatan waktu layanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan penyampaian layanan secara cepat.
3. Kompetensi, artinya penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat melayani sesuai kebutuhan pelanggan. Termasuk di dalamnya adalah pengetahuan dan keterampilan karyawan kontak, pengetahuan, dan keterampilan personal dukungan operasional, dan kapabilitas riset organisasi.
4. Akses, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu mengantri atau menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi (contohnya, telepon, surat, email, fax, website, dan seterusnya), jam operasi nyaman.
5. Kesopanan (*Courtesy*), meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan kontak (seperti resepsionis, operator telepon, *bell person*, *teller bank*, dan lain-lain).
6. Komunikasi, artinya menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Termasuk didalamnya adalah penjelasan mengenai jasa/layanan yang ditawarkan, biaya layanan, *trade-off* antara layanan dan biaya, serta proses penanganan masalah potensial yang mungkin timbul.
7. Kredibilitas, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi dengan pelanggan (*hard selling versus soft selling approach*).

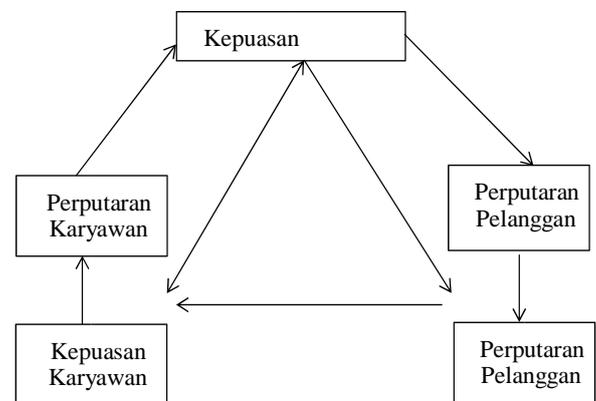
8. Keamanan (*Security*), yaitu bebas dari bahaya, risiko atau keraguan-raguan. Termasuk di dalamnya adalah keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan (*finansial security*), privasi, kerahasiaan (*confidentiality*).
9. Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan reguler.
10. Bukti Fisik (*Tangibles*), meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan (seperti kartu bisnis, kop surat, dan lain-lain).

C. Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kasmir, 2016), Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapan. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Al Rasid (2017). Kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Menurut (Dharmawansyah, 2017) pelanggan yang puas memiliki ukuran sebagai berikut: 1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Makes regular repeat purchase*). 2. Membeli produk lain dari produsen yang sama (*Purchase across product and service lines*). 3. Merekomendasikan produk lain (*Refers other*).



Sumber: Kasmir (2016).

Gambar 1
Siklus kepuasan pelanggan

II. METODELOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada pada divisi *Human Capital* PT Sucofindo Jakarta. Penelitian dilakukan pada tanggal 03 Agustus 2015 - 31 Agustus 2015.

Metode yang digunakan adalah metode kuisisioner dengan perolehan data sebanyak 30 responden. Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel data adalah sampel jenuh dengan skala likert. Data tersebut diolah menggunakan program aplikasi SPSS versi 17. Kemudian data dihitung untuk menentukan nilai dari uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji persamaan regresi. Instrumen penelitian ini suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, dalam hal ini berupa variabel penelitian.

1. Uji Validitas

Menurut (Sujarweni, 2015), uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan yang di uji validitasnya. Hasil r hitung akan dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan signifikansi 5%. Jika r tabel $<$ r hitung, maka data tersebut dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan butir-butir pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner.

Menurut (Priyatno, 2014), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuisisioner. Item yang termasuk pengujian adalah item yang valid saja, untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian penulis menggunakan sampel sampling *Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data tentang jumlah kunjungan atau pasien pada Klinik Gigi Palapa Dentists adalah sebanyak 120 orang pelanggan. Jumlah kunjungan pelanggan tersebut akan dijadikan populasi dalam penelitian ini.

Berdasarkan perhitungan diatas untuk pengambilan sampel pada Klinik Gigi Palapa Dentists sebesar

92,30 dibulatkan menjadi sebanyak 93 orang Responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Berdasarkan olah data kuesioner dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 29 orang dengan presentase sebesar 31,2% sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 64 orang dengan presentase sebesar 68,8%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan olah data kuesioner dapat diketahui responden dengan usia 15-23 tahun sebanyak 16 orang dengan presentase sebesar 17,2%, usia 24-35 tahun sebanyak 37 orang dengan presentase sebesar 39,8%, usia 36-64 tahun sebanyak 35 orang dengan presentase sebesar 37,6%, usia $>$ 65 tahun sebanyak 5 orang dengan presentase sebesar 5,4%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan olah data kuesioner dapat diketahui responden latar belakang pendidikan terakhir responden dari mulai yang berpendidikan SMP sebanyak 1 orang dengan presentase sebesar 1,1%, SMA sebanyak 16 orang dengan presentase sebesar 17,2%, D3 sebanyak 10 orang dengan presentase sebesar 10,8%, S1 sebanyak 56 orang dengan presentase sebesar 60,2%, S2 sebanyak 9 orang dengan presentase sebesar 9,7%, S3 sebanyak 1 orang dengan presentase sebesar 1,1%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan olah data kuesioner dapat diketahui bahwa bidang pekerjaan responden sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 11 orang dengan presentase sebesar 11,8%, Karyawan Swasta sebanyak 41 orang dengan presentase sebesar 44,1%, Wiraswasta sebanyak 9 orang dengan presentase sebesar 9,7%, PNS sebanyak 8 orang dengan presentase sebesar 8,6%, BUMN sebanyak 4 orang dengan presentase sebesar 4,3%, Ibu Rumah Tangga sebanyak 15 orang dengan presentase sebesar 16,1%, Lain-lain sebanyak 5 orang dengan presentase sebesar 5,4%.

3.1 Uji Statistik

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Service Quality

No	Indikator	Item Pernyataan	Korelasi Item Total
1	Reabilitas	V1	0,491
2	Responsivitas	V2	0,69
3	Kompetensi	V3	0,736
4	Akses	V4	0,613
5	Kesopanan	V5	0,686

6	Komunikasi	V6	0,658
7	Kredibilitas	V7	0,684
8	Keamanan	V8	0,592
9	Kemampuan	V9	0,677

Berdasarkan hasil perhitungan r tabel dengan N=93 pada distribusi nilai r tabel signifikan 5% diperoleh nilai r tabel sebesar 0,202. Artinya item-item pelayanan (X) dapat dikatakan valid.

Hasil Uji reabilitas untuk variabel-variabel yang digunakan yaitu customer satisfaction dan service quality tersaji pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alfa
1	Customer Satisfaction	0,881
2	Service Quality	0,911

Sumber : Hasil Penelitian (2016)

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa nilai uji reabilitas untuk variabel customer satisfaction dan service quality berada diatas nilai 0,60 hal ini dapat diartikan kedua variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

3.2. Analisis Variabel Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

3.2.1. Uji Koefisien Korelasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui berapa besar hubungan dan interpretasi antara variabel pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Gigi Palapa Dentists. Maka perhitungan koefisien korelasi menggunakan SPSS sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Perhitungan Uji Koefisien Korelasi

Correlations			
		Customer Satisfaction	Service Quality
totalX	Pearson Correlation	1	,834**
	Sig. (2tailed)		,000
	N	93	93
totalY	Pearson Correlation	,834**	1
	Sig. (2tailed)	,000	
	N	93	93

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-

Sumber: Data SPSS, 2016

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif sebesar 0,834 antara pelayanan dan kepuasan pelanggan. Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan itu, maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel II.5 yaitu 0,80-1,000 yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat maka koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,834 termasuk pada kategori sangat kuat antara pelayanan dan kepuasan pelanggan.

3.2.2. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,834 ^a	,696	,692	2,101

a. Predictors: (Constant), totalX

Sumber: Data SPSS, 2016

Berdasarkan hasil perhitungan determinasi, hasil sebesar 0,696 sehingga variabel pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 69,6% dan 30,4% dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, citra perusahaan dan faktor lain yang membutuhkan penelitian lebih lanjut.

3.2.3. Uji Persamaan Regresi

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan hubungan antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan dengan taraf signifikan dan nilai t tabel.

H₀: Tidak ada persamaan regresi

H₁: Ada persamaan regresi

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	9,489	2,286		4,152	,000
	Service Quality	,871	,060	,834	14,421	,000

Sumber: Data SPSS, 2016

Diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel Pelayanan (X) adalah sebesar 0,871 bernilai positif, dengan t hitung (14,421) > t tabel (1.661) maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, yang berarti ada pengaruh

yang nyata (signifikan) variabel Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Sehingga dapat dikatakan bahwa Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pengaruh positif dapat diartikan, bahwa semakin meningkatnya Pelayanan (X) maka akan meningkat pula Kepuasan Pelanggan (Y).

Analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa jumlah perubahan variabel Y dan X nilai bisa dilihat pada tabel 5. Berikut perhitungannya:

$$\begin{aligned} Y &= a + bX \\ &= 9,489 + 0,871X \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, ini menunjukkan bahwa:

Nilai a sebesar 9,489 artinya jika X (pelayanan) = 0, maka nilai kepuasan pelanggan adalah 9,489 atau kata lain variabel kepuasan pelanggan sudah ada sebesar 9,489 tanpa dipengaruhi oleh variabel pelayanan.

Nilai b sebesar 0,871 artinya jika X = 1 angka atau setiap kenaikan pelayanan sebesar 1 maka akan menaikkan nilai Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 10,36.

VI. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis dapat mengambil kesimpulan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Gigi Palapa Dentists Jakarta Selatan sebagai berikut:

1. Hasil uji koefisien korelasi sebesar 0,834 yang artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara pelayanan dan kepuasan pelanggan.
2. Hasil Koefisien Determinasi pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 69,6% dan 30,4% dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, citra perusahaan dan faktor lain yang membutuhkan penelitian lebih lanjut.
3. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui F tabel sebesar 3,95 sedangkan F hitung sebesar 207,972 dengan demikian F hitung (207,972) > F tabel (3,95) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya signifikan. maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.
4. Berdasarkan dengan t hitung (14,421) > t tabel (1,661) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil Persamaan Regresi didapatkan koefisien regresi yaitu Nilai a sebesar 9,489 nilai b sebesar 0,871.

Dengan demikian penulis menyimpulkan pelayanan yang diberikan oleh Klinik Palapa Dentists Jakarta Selatan sudah baik dan memberikan kepuasan kepada para konsumennya, yang didukung oleh hasil penelitian. Hal ini menunjukkan pelayanan

merupakan hal penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

REFERENSI

- Al Rased, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Ecodemica Journal ISSN: 2355-0295, e-ISSN: 2528-2255* 258, 210-224.
- Dharmawansyah. (2017). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Jurnal Ecodemica. *Management Analysis Journal Vol. 1 No. 2 September 2017 ISSN: 2355-0295, e-ISSN: 2528-2255* 258.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lupiyoadi, H. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: AND.
- Ratminto. (n.d.). 2015.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers.

PROFIL PENULIS

Vina Islami, S.Pi, MM, lahir di Bima 25 Desember 1985, menyelesaikan S1 pada Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Institut Pertanian Bogor (FPIK IPB) tahun 2008. Tahun 2010 menyelesaikan program Magister Manajemen Bisnis pada Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor (SB – IPB). Mengajar pada STIE Dewantara Bogor dan Akademi Sekretari dan Manajemen Bina Sarana Informatika Jakarta dari Maret 2013 sampai sekarang. Di BSI sebagai Dosen dan masuk komisi ASM (Akademi Sekretari dan Manajemen) dan mengampu matakuliah Komunikasi Bisnis, Hukum dan Etika Bisnis, Administrasi Bisnis, Service Excellent dan Entrepreneur. Artikel ilmiah yang pernah ditulis “**Analisis Penerapan Manajemen Strategik Perubahan Studi Kasus LPK Success Bogor**” pada Jurnal Widya Cipta Vol. VIII No.2 September 2016 ISSN 1411-8637, “**Prosedur Lelang Hak Tanggungan Di Koperasi Simpan Pinjam Intidana Cabang Jakarta Pusat**” pada Jurnal Cakrawala Vol VII No 1 Maret 2017 ISSN 2579-3314, “**Pengaruh Perkembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Sucofindo (persero) Jakarta**” p ISSN 1411-8629 e ISSN 2579-3314. Selain itu, mengikuti

kegiatan seminar-seminar baik yang bersifat lokal kampus, nasional dan internasional serta aktif sebagai anggota Asosiasi Dosen Indonesia (ADI).