

APLIKASI METODE KANO DALAM ANALISIS INDIKATOR KUALITAS PELAYANAN DI RUMAH SAKIT ARIFIN AHMAD PEKANBARU

Nofirza, Kus Indrayani

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi UIN SUSKA Riau
Jl. HR. Soebrantas KM.15 Panam, Pekanbaru-Riau

ABSTRAK

Rumah sakit sebagai fasilitas umum seharusnya dapat memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik, sehingga dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Berbagai macam keluhan yang sering muncul baik dalam media cetak ataupun dari pengamatan awal, menjadikan analisis indikator kualitas pelayanan Rumah Sakit Umum Arifin Ahmad menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui indikator-indikator kepuasan pelanggan terutama indikator mana yang paling berpengaruh terhadap kenaikan dan penurunan tingkat kepuasan tersebut. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan Diagram Kano untuk menganalisa dan mengkategorikan atribut-atribut dari kualitas pelayanan, berdasarkan seberapa baik tingkat pelayanan tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan rumah sakit. Hasil analisa dari nilai *better* dan *worst* Diagram Kano diketahui atribut-atribut yang berpengaruh terhadap kenaikan kepuasan pelanggan yaitu: Ketepatan Dokter dalam menetapkan diagnosis penyakit pasien (kepuasan naik sampai 87%), ketersediaan obat di apotik rumah sakit (kepuasan naik sampai 74%), kecepatan pemeriksaan pasien (kepuasan naik sampai 74%) dan kerapian ruang rawat inap pasien (kepuasan naik sampai 74%), sedangkan atribut-atribut yang paling berpengaruh pada penurunan kepuasan pelanggan jika tidak dipenuhi adalah: Kecepatan pemeriksaan pasien (turun sampai 85%), Ketepatan Dokter dalam menetapkan diagnosis penyakit pasien (turun sampai 85%), Kinerja petugas dalam memberikan informasi kepada pasien (turun sampai 84%) dan Pelayanan pemeriksaan pasien tanpa membedakan status pasien (turun sampai 80%).

Kata Kunci: Diagram Kano, Kepuasan pelanggan, Kualitas pelayanan

ABSTRACT

As a public sector, hospital should give the best quality service it has, to satisfy the customers. Based on many complain on the newspaper and from direct initial survey that posted to Arifin Ahmad Hospital, make this research became critical to conduct. The aim of this research are to explore the hospital quality services indicators that influence to customer satisfaction, and figure out which indicators are giving the impact to the increase and decrease of it. This is an analytic descriptive research that using Kano Diagram to analyse and categorize the indicators in fulfilling the customer satisfaction. And from Kano diagram with better and worst criteria analyse, resulting 4 indicators that influence significantly both for increasing the customer satisfaction if it fulfil and decreasing satisfaction if it don't fulfil. The indicators that have significant impact to increase the satisfaction are: doctor accuracy in disease diagnostic (up to 87%), the availability of medicines in the hospital (up to 74%), patient checking service rate (up to 74%), and the neat of patient room (up to 74%). The indicators that will affect in decreasing satisfaction if not fulfill are: patient checking service rate (down to 85%), the doctor accuracy in disease diagnosis (down to 85%), the staff performance in giving information needed (down to 84%) and no status discrimination in the service (down to 80%).

Key words: Customer satisfaction, Kano Diagram, Service quality

PENDAHULUAN

Rumah sakit adalah tombak pembangunan kesehatan masyarakat. Namun, tidak sedikit keluhan selama ini diarahkan pada kualitas pelayanan rumah sakit yang dinilai masih rendah terutama rumah sakit daerah atau rumah sakit milik pemerintah. Dalam bentuk pelayanan yang berkembang sekarang ini, mutu pelayanan semakin rumit

dan memerlukan upaya yang sungguh-sungguh dari berbagai pihak. Persepsi konsumen merupakan penilaian subyektif terhadap pelayanan yang diperolehnya. Harapan konsumen merupakan referensi standar kinerja pelayanan dan seringkali diformulasikan berdasarkan keyakinan konsumen tentang apa yang akan terjadi. Persepsi yang akurat mengenai harapan

konsumen merupakan hal yang perlu, namun tidak cukup untuk memberikan pelayanan yang berkualitas, perusahaan harus mewujudkan persepsi yang akurat mengenai harapan konsumen ke dalam standar kinerja pelayanan. Upaya atau tindakan yang harus dilakukan untuk mewujudkan persepsi yang akurat terhadap harapan konsumen kedalam standar pelayanan akan efektif hanya bila pihak manajemen memiliki filosofi manajemen yaitu komitmen dan ketulusan kehendak untuk memberikan layanan yang berkualitas.

RSUD Arifin Ahmad merupakan salah satu rumah sakit milik pemerintah provinsi Riau yang bergerak dibidang pelayanan kesehatan masyarakat. Sebagian besar masyarakat perkotaan maupun pedesaan kurang puas atas pelayanan rumah sakit pemerintah. Rendahnya persepsi masyarakat tersebut merupakan salah satu indikasi keterampilan dan kualifikasi yang menghasilkan pelayanan tidak memenuhi standar. Berdasarkan survey pendahuluan dan pengamatan objek penelitian serta wawancara terhadap keluarga pasien serta pihak rumah sakit, diketahui banyaknya keluhan yang disampaikan oleh para pelanggan RSUD Arifin Ahmad tentang pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit diantaranya lambatnya proses penanganan dan pengobatan pasien rawat inap serta lambatnya prosedur pengobatan.

Beberapa atribut pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit yang diharapkan mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan rawat inap, ternyata tidak semua program yang dijalankan memuaskan pelanggan rawat inap. Hal ini menuntut pihak RSUD Arifin Ahmad untuk lebih selektif dalam memberikan pelayanan kepada pasien agar pihak rumah sakit dapat menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dengan mencari informasi yang akurat dari pelanggan mengenai bentuk pelayanan yang diharapkan pelanggan rawat inap.

Kualitas Jasa

Menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1988) yang dikutip dari Tjiptono (1996), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat

keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama (Gronroos dalam Hutt dan Speh, 1992), yaitu:

1. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasuraman, et al. (dalam Bojonc, 1991), *technical quality* dapat diperinci lagi menjadi:
 - a. *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
 - b. *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa. Contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapian hasil.
 - c. *Credence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa. Misalnya kualitas operasi jantung.
2. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
3. *Corporate Image*, yaitu profil, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Zeithaml et.al dalam kutipan (Simamora, 2003) mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa yaitu:

1. *Reability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
2. *Responsiveness*, yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
3. *Assurance*, yaitu meliputi kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dalam memberikan informasi, kemampuan memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
4. *Empathy*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan

untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

5. *Tangibles*, meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung, ruangan, kebersihan, kenyamanan dan kelengkapan peralatan.

Model Kano

Model kano dikembangkan oleh Noriaki Kano (Kano, 1984). Model kano adalah model yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Atribut-atribut layanan dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, pada kategori *must be* atau *basic needs*, pelanggan menjadi tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi. Dalam kategori *one dimensional* atau *performance needs*, tingkat kepuasan berhubungan linear dengan kinerja atribut, sehingga pada kinerja atribut yang tinggi akan mengakibatkan tingginya kepuasan pelanggan pula. Sedangkan kategori *attractive* atau *excitement needs*, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sangat tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan.

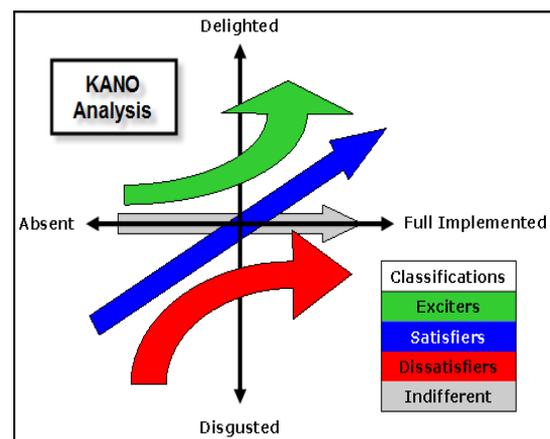
Semua kategori telah dialihkan kedalam bahasa Inggris menggunakan berbagai nama yang berbeda, akan tetapi semua mengacu kepada artikel asli yang ditulis oleh Dr. Kano.

Kano model menitikberatkan pada penurunan *featur* produk yang difokuskan pada kebutuhan pelanggan. Kano juga menghasilkan metodologi untuk memetakan respon pelanggan pada kuesioner. Atribut-atribut layanan dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, yaitu:

1. *Must be* atau *basic needs*, pelanggan menjadi tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi.
2. *One dimensional* atau *performance needs*, tingkat kepuasan berhubungan linear dengan kinerja atribut, sehingga pada kinerja atribut yang tinggi akan

mengakibatkan tingginya kepuasan pelanggan pula.

3. *Attractive* atau *excitement needs*, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sangat tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan. Pengolahan data ini bertujuan agar data mentah yang diperoleh bisa dianalisa dan kemudian memudahkan dalam mengambil kesimpulan atau menjawab permasalahan yang sedang dialami sehingga dapat melakukan perbaikan kualitas.
4. *Indifferent*, Pelanggan tidak peduli dengan adanya atribut yang ditawarkan sehingga ada atau tidaknya atribut tersebut tidak akan berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan tingkat kepuasan pelanggan.



Gambar 1. Diagram Kano Analisis

Langkah-langkah pengukuran kualitas layanan dengan metode kano yang sudah diadaptasikan dengan metode servqual yaitu:

Langkah 1: Identifikasi atribut dengan melakukan pengelompokan berdasarkan dimensi servqual. Dari atribut-atribut itu, disusun pra kuesioner yang dikelompokkan menurut dimensi servqual.

Langkah 2: Tes pra kuesioner kano berdimensi servqual. Pra kuesioner kano disebarikan kepada 15 konsumen untuk mengidentifikasi pertanyaan mana yang dianggap tidak perlu oleh konsumen.

Langkah 3: Kuesioner, dilakukan penyusunan kuesioner sebagai contoh kuesioner yang digunakan untuk menentukan preferensi konsumen.

Langkah 4 : Langkah-langkah mengklasifikasi atribut berdasarkan model Kano.

- a. Menentukan kategori atribut tiap responden berdasarkan tabel 1:

Tabel 1. Penentuan kategori Kano

Customer Requirements		Dysfunctional				
		1. Like	2. Must-be	3. Neutral	4. Live with	5. Dislike
Functional	1. Like	Q	A	A	A	O
	2. Must-be	R	I	I	I	M
	3. Neutral	R	I	I	I	M
	4. Live with	R	I	I	I	M
	5. Dislike	R	R	R	R	Q

Keterangan:

- Q** : *Questionable* **R** : *Reserve*
A : *Attractive* **I** : *Indifferent*
O : *One Dimensional* **M** : *Must be*

- 1 = Suka
 2 = Sudah semestinya
 3 = Netral
 4 = Tidak masalah
 5 = Tidak suka

- b. Menghitung jumlah masing-masing kategori kano dalam tiap-tiap atribut.
- c. Menentukan kategori kano untuk tiap atribut dengan menggunakan Blauth's formula (walden,1993) sebagai berikut:
 - Jika (*one dimensional + attractive + must be*) > (*indifferent + reserve + questionable*) maka *grade* diperoleh dari yang paling maksimum dari (*one dimensional, attractive, must be*).
 - Jika (*one dimensional + attractive + must be*) < (*indifferent + reserve + questionable*) maka *grade* diperoleh dari yang paling maksimum dari (*indifferent + reserve + questionable*).

Langkah 5 : Menghitung nilai *better* dan *worse*. *Better* mengindikasikan seberapa banyak kenaikan kepuasan pelanggan jika kita menyediakan fitur nya (A&O). *Worse* mengindikasikan seberapa banyak penurunan kepuasan pelanggan jika kita tidak menyediakan fiturnya (O&M). Adapun rumus untuk menghitung *Worse* Dan *Better* adalah sebagai berikut:

$$Better = \frac{A + O}{A + O + M + I}$$

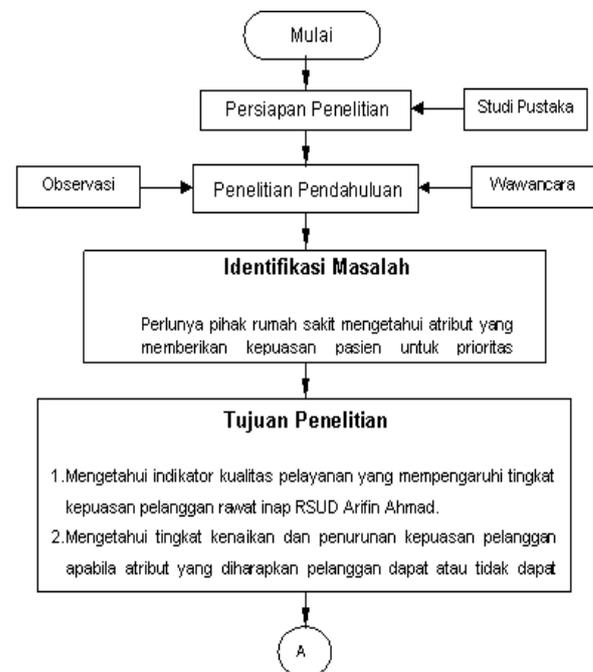
$$Worse = \frac{O + M}{A + O + M + I}$$

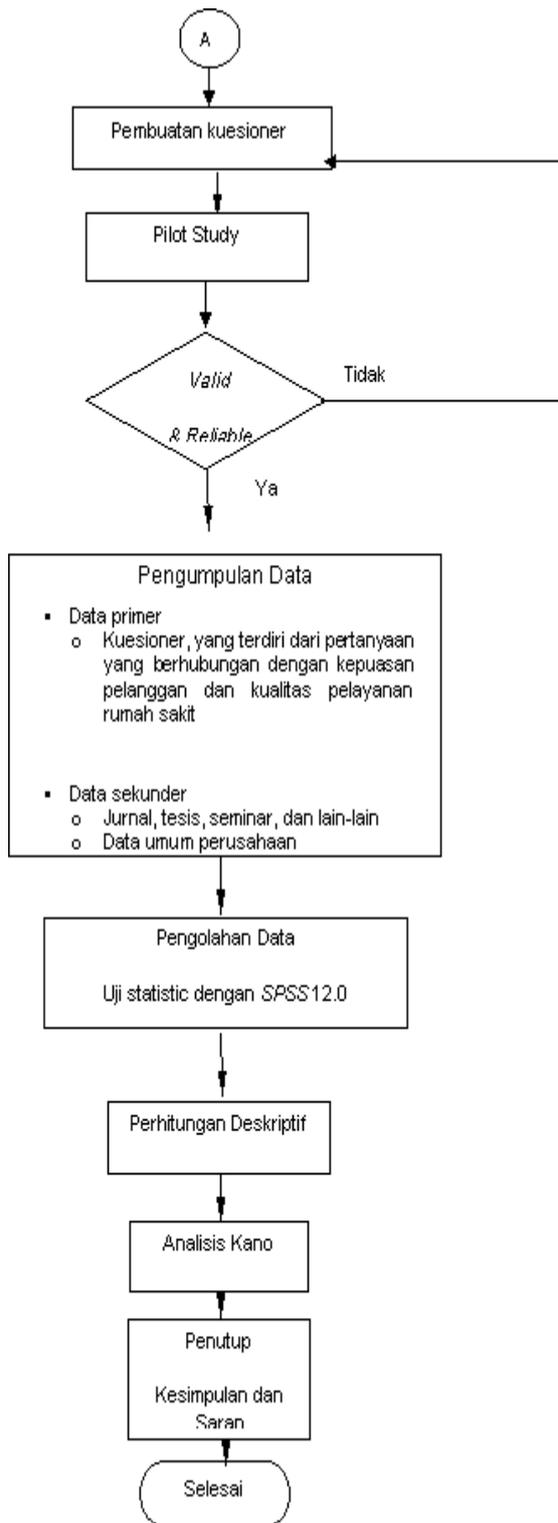
Langkah 6: Tindakan perbaikan, secara umum panduan bagi organisasi dalam menentukan target untuk kategori kano adalah berupaya memenuhi semua atribut must be, mempunyai kinerja yang lebih baik dari pada kompetitor pada atribut one dimensional, dan memasukkan atribut attractive yang beda dengan kompetitor. (Center Quality Of Management Journal, 1993)

Keuntungan penggunaan metode Kano adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai permintaan konsumen.
2. Dapat memprioritaskan permintaan-permintaan konsumen untuk pengembangan aktivitas selanjutnya.
3. Dapat membedakan karakteristik pangsa pasar.
4. Membantu dalam proses desain penjualan.

BAHAN DAN METODE





Gambar 2. Flowchart tahapan penelitian

Pengumpulan Data

Data yang diambil merupakan data hasil wawancara dengan pihak rumah sakit serta data kuesioner dari keluarga pasien rawat inap yang ada pada kelas I rumah sakit umum arifin ahmad pekanbaru.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik pengambilan sampel random dengan menggunakan cara teknik sampling kebetulan dimana teknik ini digunakan apabila pemilihan anggota sampelnya dilakukan terhadap orang atau benda yang kebetulan ada atau dijumpai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan Data

Variabel Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang merupakan hasil rancangan yang dibangun dari kombinasi informasi hasil observasi awal, wawancara dan pengembangan lima dimensi kualitas pelayanan. Berikut variabel penelitian yang dikembangkan (tabel 2).

Kuesioner ini telah melalui tahap uji validitas dan reliabilitas dalam *pilot study*, sehingga terbukti secara empirik layak untuk dijadikan instrument penelitian.

Skala yang digunakan adalah skala likert karena perilaku merupakan variabel kualitatif, Dimana skala yang digunakan adalah skala likert 1-5 yaitu:

1. Fungsional	2. Dysfungsional
1 = Suka (Bobot 5)	1 = Suka (Bobot 1)
2 = Sudah semestinya (Bobot 4)	2 = Sudah semestinya (Bobot 2)
3 = Netral (Bobot 3)	3 = Netral (Bobot 3)
4 = Tidak masalah (Bobot 2)	4 = Tidak masalah (Bobot 4)
5 = Tidak suka (Bobot 1)	5 = Tidak suka (Bobot 5)

Penentuan kategori kano

Langkah awal yang dilakukan pada pengolahan data dengan menggunakan metode kano adalah mengkategorikan jawaban responden kedalam kategori kano, yaitu dengan mencocokkan jawaban responden terhadap pertanyaan *functional* dan jawaban responden terhadap pertanyaan *dysfunctional* yang kemudian dipetakan dengan kategori kano, dimana penetapan kategori berdasarkan jawaban responden dapat dilihat dalam tabel 3.

Tabel 2. Variabel Penelitian

Dimensi	Variabel penelitian	Item kuessioner
Reliability	Kecepatan pelayanan pemeriksaan pasien	1
	Ketepatan pelayanan pengobatan	2
	Ketersediaan obat-obatan di Apotik	3
	Ketepatan jadwal pemberian makanan	4
	Prosedur pengobatan pasien	5
Responsivess	Kemudahan kontak dengan dokter	6
	Kemudahan kontak dengan perawat	7
	Kinerja petugas dalam menyampaikan informasi	8
Assurance	Ketepatan dokter dalam menetapkan diagnosis	9
	Keramahan dokter dalam bekerja	10
	Keramahan perawat dalam bekerja	11
	Keterampilan dokter dalam bekerja	12
	Keterampilan perawat dalam bekerja	13
	Ketepatan jadwal kunjungan pasien	14
	Keamanan rumah sakit	15
Empaty	Kesamaan pemberian pelayanan kepada pasien	16
	Perhatian dokter dalam menangani keluhan pasien	17
	Perhatian perawat dalam menangani keluhan pasien	18
Tangibles	Keberfungsian peralatan	19
	Kerapian ruang rawat inap	20
	Kebersihan ruangan rawat inap	21
	Kebersihan lingkungan rumah sakit	22
	Kelengkapan teknologi	23
	Kerapian penampilan perawat	24
	Kerapian penampilan dokter	25
	Bangunan rumah sakit yang bagus	26

Tabel 3. Penetapan kategori kano berdasarkan jawaban responden

Customer Requirements		Dysfunctional				
		1. Suka	2. Sudah semestinya	3. Netral	4. Tidak masalah	5. Tidak suka
Functional	1. Suka	Q	A	A	A	O
	2. Sudah semestinya	R	I	I	I	M
	3. Netral	R	I	I	I	M
	4. Tidak masalah	R	I	I	I	M
	5. Tidak Suka	R	R	R	R	Q

Berdasarkan jawaban responden dengan mencocokkan terhadap kategori metode kano maka dapat diketahui jumlah tiap masing-masing atribut. Menentukan kategori kano untuk masing-masing atribut dengan menggunakan formula sebagai berikut:

- Jika (one dimensional + attractive + must be) > (indifferent + reserve + questionable) maka grade diperoleh dari

yang paling maksimum dari (one dimensional, attractive, must be).

- Jika (one dimensional + attractive + must be) < (indifferent + reserve + questionable) maka grade diperoleh dari yang paling maksimum dari (indifferent + reserve + questionable).

Contoh: pada pertanyaan 1 responden menjawab pertanyaan positif atau *fungsiional* (a) dengan jawaban sudah semestinya(2) dan menjawab pertanyaan negatif atau *Dysfunctional* (b) dengan jawaban tidak masalah (4) maka jawaban responden tersebut termasuk kedalam kategori *indifferent*.

Keterangan:

- a = Jawaban pertanyaan positif/*Fungsiional*
- b = Jawaban pertanyaan negatif/*Dysfungsiional*
- k = Ketentuan kategori Kano

Formulasi Penggunaan Metode Kano

Berdasarkan deskripsi jawaban responden maka dapat diketahui jumlah masing-masing kategori kano sebagai gambaran jawaban dari 100 responden (tabel 4).

Tabel 4. Rekapitulasi jawaban responden berdasarkan metode Kano

No	A	M	O	I	Total	Grade
1	4	16	69	11	100	O
2	5	14	59	22	100	O
3	57	7	17	19	100	A
4	30	51	9	10	100	M
5	11	53	14	22	100	M
6	13	36	37	14	100	O
7	11	45	35	9	100	M
8	10	55	29	6	100	M
9	6	4	81	9	100	O
10	23	21	26	30	100	I
11	12	54	24	10	100	M
12	7	59	19	15	100	M
13	13	54	18	15	100	M
14	23	20	6	51	100	I
15	10	28	13	49	100	I
16	18	14	14	54	100	I
17	7	20	55	18	100	O
18	9	27	53	11	100	O
19	19	52	7	22	100	M
20	10	45	20	25	100	M
21	9	54	14	23	100	M
22	61	6	12	21	100	A
23	13	55	9	23	100	M
24	18	55	12	15	100	M
25	9	20	58	13	100	O
26	42	26	12	20	100	A
Total	450	891	722	537	2600	
%	17.30	34.26	27.78	20.66	100	

Analisa Diagram Kano

Berdasarkan penilaian jawaban responden dengan Diagram Kano, maka diketahui interpretasinya sebagai berikut:

One Dimensional

Merupakan atribut yang termasuk kedalam kategori sangat penting untuk diprioritaskan oleh pihak rumah sakit karena tingkat kepuasan berhubungan linear dengan kinerja atribut. Faktor-faktor yang termasuk kedalam kategori ini adalah sebagai berikut:

- Kecepatan pelayanan pemeriksaan pasien
- Ketepatan pelayanan pengobatan pasien
- Kemudahan kontak dengan dokter
- Ketepatan dokter dalam mendiagnosis penyakit pasien
- Keamanan rumah sakit terjaga dengan baik
- Pelayanan pemeriksaan pasien tanpa membedakan status pasien
- Teknologi yang digunakan rumah sakit

Atractive

Merupakan atribut yang termasuk kedalam kategori perlu dipertahankan karena tingkat kepuasan pelanggan akan menjadi sangat tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan. Faktor-faktor yang termasuk kedalam kategori ini adalah:

- Ketersediaan obat yang disediakan Apotik rumah sakit
- Kerapian ruangan rawat inap
- Bangunan fisik rumah sakit

Must be atau basic needs

Merupakan atribut yang berada pada kategori masih dianggap perlu oleh pelanggan karena pelanggan menjadi tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi. *Must be* merupakan pernyataan lemah dari kepuasan tetapi lebih positif dari netral. Adapun faktor-faktor yang termasuk kedalam kategori ini adalah:

- Jadwal pemberian makanan
- Prosedur pengobatan
- Kemudahan kontak dengan perawat
- Kinerja petugas dalam memberikan informasi kepada pasien
- Keramahan perawat

- Ketrampilan dokter
- Ketrampilan perawat
- Keberfungsian peralatan
- Kebersihan ruangan rawat inap
- Kebersihan lingkungan rumah sakit
- Perhatian dokter
- Perhatian perawat

Indifferent

Merupakan atribut yang berada pada kategori kurang diperhatikan oleh pelanggan sehingga ada atau tidaknya atribut tersebut tidak akan berpengaruh terhadap kenaikan atau penurunan tingkat kepuasan pelanggan. Adapun faktor-faktor yang termasuk kedalam kategori ini adalah:

- Keramahan dokter
- Penampilan dokter
- Penampilan perawat
- Jadwal kunjungan pasien

Penilaian Metode Kano

Nilai *Better* mengindikasikan seberapa banyak kenaikan kepuasan pelanggan jika kita menyediakan fitur nya (A&O). *Worse* mengindikasikan seberapa banyak penurunan kepuasan pelanggan jika kita tidak menyediakan fiturnya (O&M).

Tabel 5. Rekapitulasi nilai Better dan worse

No	A	M	O	I	Better	Worse
1	4	16	69	11	0,73	0,85
2	5	14	59	22	0,64	0,73
3	57	7	17	19	0,74	0,24
4	30	51	9	10	0,39	0,60
5	11	53	14	22	0,25	0,67
6	13	36	37	14	0,50	0,73
7	11	45	35	9	0,46	0,80
8	10	55	29	6	0,39	0,84
9	6	4	81	9	0,87	0,85
10	23	21	26	30	0,49	0,47
11	12	54	24	10	0,36	0,78
12	7	59	19	15	0,26	0,78
13	13	54	18	15	0,31	0,72
14	23	20	6	51	0,29	0,26
15	10	28	13	49	0,23	0,41
16	18	14	14	54	0,32	0,28
17	7	20	55	18	0,62	0,75
18	9	27	53	11	0,62	0,80
19	19	52	7	22	0,26	0,59
20	10	45	20	25	0,30	0,65
21	9	54	14	23	0,23	0,68
22	61	6	12	21	0,73	0,18
23	13	55	9	23	0,22	0,64
24	18	55	12	15	0,30	0,67
25	9	20	58	13	0,67	0,78
26	42	26	12	20	0,54	0,38

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan memperhatikan kepentingan atau harapan pelanggan terhadap kinerja pelayanan rumah sakit maka atribut pelayanan yang perlu untuk terus ditingkatkan adalah:

1. Kecepatan pelayanan pemeriksaan pasien
2. Ketepatan pelayanan pengobatan pasien
3. Kemudahan kontak dengan dokter
4. Ketepatan dokter dalam mendiagnosis penyakit pasien
5. Keamanan rumah sakit terjaga dengan baik
6. Pelayanan pemeriksaan pasien tanpa membedakan status pasien
7. Teknologi yang digunakan rumah sakit

Berdasarkan penilaian *better* dan *worse* maka dapat diketahui atribut yang sangat berpengaruh kepada kenaikan tingkat kepuasan pelanggan jika atribut tersebut dipenuhi:

- Ketepatan Dokter dalam menetapkan diagnosis penyakit pasien (dimana kenaikan kepuasan pelanggan mencapai 87% jika terpenuhi).
- Ketersediaan obat di apotik rumah sakit (dimana kenaikan kepuasan pelanggan mencapai 74% jika terpenuhi).
- Kecepatan pemeriksaan pasien (dimana kenaikan kepuasan pelanggan mencapai 74% jika terpenuhi).
- Kerapian ruang rawat inap pasien (dimana kenaikan kepuasan pelanggan mencapai 74% jika terpenuhi).

Sedangkan atribut yang berpengaruh terhadap penurunan tingkat kepuasan pelanggan rawat inap RSUD Arifin Ahmad Pekanbaru jika atribut tersebut tidak dipenuhi:

- Kecepatan pemeriksaan pasien (dimana penurunan tingkat kepuasan pelanggan mencapai 85% jika pihak rumah sakit tidak dapat memenuhinya).
- Ketepatan dokter dalam mendiagnosis penyakit pasien (dimana penurunan tingkat kepuasan pelanggan mencapai 85% jika tidak terpenuhi).
- Kinerja petugas dalam memberikan informasi kepada pasien (dimana penurunan tingkat kepuasan pelanggan mencapai 84% jika tidak terpenuhi).
- Pelayanan pemeriksaan pasien tanpa membedakan status pasien (dimana penurunan tingkat kepuasan pelanggan mencapai 80% jika tidak terpenuhi).

Berdasarkan hasil penelitian diatas diharapkan pihak rumah sakit dapat

meningkatkan kinerja atribut pelayanannya berdasarkan harapan dari pelanggan, dan penelitian ini dapat dilanjutkan dengan menganalisis faktor-faktor penyebab rendahnya beberapa kinerja atribut pelayanan yang penting, sehingga peningkatan kualitas pelayanan rumah sakit dapat dikedepankan sebagai sektor publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Saifudin.1996 Reliabilitas dan Validitas Penerbit Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Gaspersz, Vincent. 2001, Total Quality Management. Penerbit : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hakim, Abdul. 2001, Statistika Deskriptif untuk Ekonomi dan Bisnis. Penerbit Ekonisia, Yogyakarta
- Kotler, 2004. Ten Deadly Marketing Sins, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Olga L.Crocker *at all*, 2002, Gugus Kendali Mutu Penerbit Bumi Aksara Jakarta
- Prawirosentono.S, 2002, Manajemen Mutu Terpadu. Penerbit Bumi Aksara Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 1997, Riset Pemasaran. Penerbit : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Schiffman, Leon. 2004, Perilaku Konsumen. Penerbit: PT. Indeks
- Sabarguna, Bs. 2006 Sistem Bantu Keputusan untuk Quality Management Rumah Sakit Penerbit Konsorium DIY, Yogyakarta
- Singgih S, 2002, SPSS Versi 10 (Mengolah Data Statistik Secara Profesional), PT. Alex Media Komputindo :Jakarta
- Simamora, Bilson. 2004, Panduan Riset Perilaku konsumen Penerbit PT.Gramedia pustaka Utama, Jakarta.
- Siregar, Charles. 2004, Farmasi Rumah Sakit Teori dan Penerapannya. Penerbit Buku kedokteran EGC, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, Total Quality Service Penerbit Andi Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 1996. Manajemen Jasa. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Umar,Husein. 2005 Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta