

SKRIPSI

**PENGARUH COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA
PENGobatan PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH SELASIH
KABUPATEN PELALAWAN**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau*



OLEH:

PUTRI DIANTI

NPM : 155210071

PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2022



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kaharudin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax: (0761) 6748834 Pekanbaru 28284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : PUTRI DIANTI
NPM : 155210071
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA
PENGOBATAN PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH SELASIH
KABUPATEN PELALAWAN

Disahkan Oleh:
Pembimbing


Drs. Syahdanur, M.Si

Diketahui :

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau



Ketua Program Studi



(Abd.Razak Jer, SE.,M.Si)



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharudin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru-28284

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Putri Dianti
NPM : 155210071
Program Studi : Manajemen S1
Sponsor : Drs. Syahdanur, M. Si
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Costumer Relationship Management (CRM) terhadap
Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengobatan Pada
Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan
Disetujui oleh : Tim Penyeminar / Penguji Skripsi
Nama Dosen

1. Dr. Hj. Eka Nuraini R., M.Si ()
2. Azmansyah, M. Econ ()

Pekanbaru, 15 Maret 2022

Mengetahui:

Pembimbing

(Drs. Syahdanur, M.Si.,)

Ketua Program Studi

(Abd. Razak Jer, SE., M.Si)



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan
Telp.(0761) 674674 Fax. (0761) 674834 Pekanbaru-28284

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Dianti
NPM : 155210071
Program Studi : Manajemen S1
Sponsor : Drs. Syahdanur, M. Si
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Costumer Relationship Management (CRM) terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengobatan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan

No.	Waktu	Catatan Sponsor	Berita Acara	Paraf Sponsor
1.	30/07/2018	x	- Cari 3 penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian	
2.	06/08/ 2019	x	- Cari yang sesuai	
3.	26/09/2019	x	- Acc Seminar Proposal	
4.	28/09/2019	x	- Acc Kuesioner dan Lanjut Penelitian	
5.	27/07/2020	x	- Perbaiki yang sudah diperbaiki dana cc seminar hasil	

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Pekanbaru, 15 Maret 2022
Wakil Dekan I



Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpovan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau No: 242/KPTS/FE-UIR/2022, Tanggal 08 Maret 2022, Maka pada Hari Rabu 09 Maret 2022 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2021/2022.

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Nama | : Putri Dianti |
| 2. NPM | : 155210071 |
| 3. Program Studi | : Manajemen SI |
| 4. Judul skripsi | : Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengobatan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan. |
| 5. Tanggal ujian | : 09 Maret 2022 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : Lulus (A-) 76,5 |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Dina Hidavat, SE., M.Si., Ak., CA

Wakil Dekan Bidang Akademis

Abd. Razak Jer, SE., M.Si

Ketua Prodi Manajemen

Dosen penguji :

1. Drs. Syahdanur, M.Si
2. Dr. Hj. Eka Nuraini, R, M.Si
3. Azmansyah, SE., M.Econ

(.....)
(.....)
(.....)

Notulen

1. Rahmat Setiawan, SE., M.B.A

(.....)

Pekanbaru, 09 Maret 2022

Mengetahui
Dekan,



Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor : 242 / Kpts/FE-UIR/2022
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

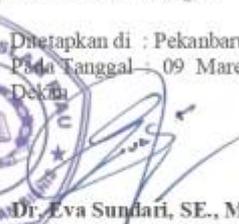
- Menimbang** : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau dilaksanakan ujian skripsi /oral comprehensive sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji.
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.
- Mengingat** : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018.
6. SK. Pimpinan YLP/Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLP/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:
- N a m a : Putri Dianti
N P M : 155210071
Program Studi : Manajemen S1
Judul skripsi : Pengaruh Costumer Relationship Management (CRM) Terhadap Keuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengobatan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan.
2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Drs. Syahdamur, M.Si	Lektor Kepala, D/a	Materi	Ketua
2	Dr. Hj. Eka Nuraini R. M.Si	Lektor Kepala, D/a	Sistematika	Sekretaris
3	Azmansyah, SE., M.Econ	Lektor, C/c	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6	Rahmat Setiawan, SE., M.B.A	Non Fungsional C/b	-	Notulen
7			-	Saksi II
8			-	Notulen

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.
Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 09 Maret 2022
Dekan

Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru
4. Yth : Sdr. Kepala BAAK UIR di Pekanbaru

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Putri Dianti
NPM : 155210071
Jurusan : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Pengaruh Costumer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengobatan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan.
Hari/Tanggal : Rabu 09 Maret 2022
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Drs. Syahdanur, M.Si		

Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Dr. Hj. Eka Nuraini. R, M.Si		
2	Azmansyah, SE., M.Econ		

Hasil Seminar : *)

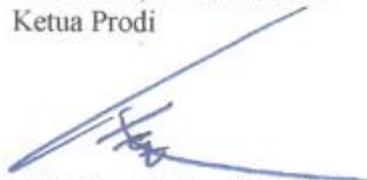
1. Lulus (Total Nilai)
2. Lulus dengan perbaikan (Total Nilai 76,5)
3. Tidak Lulus (Total Nilai)

Mengetahui
An.Dekan


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan I



Pekanbaru, 09 Maret 2022
Ketua Prodi


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

*) Coret yang tidak perlu

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor: 1748/Kpts/FE-UIR/2019
TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA SI
Bismillahirrohmanirrohim
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang:**
1. Surat penetapan Ketua Jurusan / Program Studi Manajemen tanggal 26 Maret 2019 tentang penunjukan Dosen Pembimbing skripsi mahasiswa
 2. Bahwa dalam membantu mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga Mendapat hasil yang baik perlu ditunjuk Dosen Pembimbing yang Akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap mahasiswa tersebut

- Mengingat:**
1. Surat Mendikbud RI
 - a. Nomor: 0880/U/1997
 - b. Nomor: 0213/O/1987
 - c. Nomor: 0378/U/1986
 - d. Nomor: 0387/U/1987
 2. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI
 - a. Nomor: 192/SK/BAN-PT/Ak XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Eko Pembangunan
 - b. Nomor: 197/SK/BAN-PT/Ak XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Manajemen
 - c. Nomor: 197/SK/BAN-PT/Ak XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Akuntansi S1
 - d. Nomor: 001/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/I/2014 Tentang Akreditasi D 3 Akuntansi
 3. Surat Keputusan YLPI Daerah Riau
 - a. Nomor: 66/Skep/YLPI/II/1987
 - b. Nomor: 10/Skep/YLPI/IV/1987
 4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013
 5. Surat Edaran Rektor Universitas Islam Riau tanggal 10 Maret 1987
 - a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

- Menetapkan:** 1. Mengangkat Saudara - saudara yang tersebut namanya di bawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu

No	Nama	Jabatan/Golongan	Keterangan
1	Drs. Syahdanur, M.Si	Lektor Kepala, D/a	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah
- Nama : Putri Dianti
 N P M : 155210071
 Jusan/Jenjang Pended : Manajemen / S1
 Judul Skripsi : Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengobatan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan
3. Tugas pembimbing adalah berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor: 52/UIR/Kpts/1989 tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa di lingkungan Universitas Islam Riau.
4. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya memperhatikan usul dan saran dari forum seminar proposal
5. Kepada pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
6. Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini segera akan ditinjau kembali
- Kutipan: Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan menurut semestinya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
 Pada Tanggal 27 Maret 2019
 Dekan,

Drs. Abrar, M.Si, Ak., CA

- Tembusan:** Disampaikan pada
1. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau
 2. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru.

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

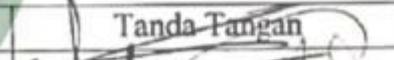
BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Putri Dianti
NPM : 155210071
Judul Proposal : Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengobatan Pada RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan
Pembimbing : I. Drs. Syahdanur, M.Si
Hari/Tanggal Seminar : Sabtu / 07 Maret 2020

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

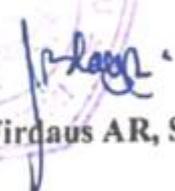
1. Judul : ~~Disetujui dirubah/perlu diseminarkan *~~
2. Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali *)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki *)
4. Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki *)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas *)
6. Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang *)
7. Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas *)
8. Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas *)
9. Sumber data : Jelas/tidak jelas *)
10. Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas *)
11. Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas *)
12. Daftar kepustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian *)
13. Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat *)
14. Kesimpulan tim seminar : ~~Revisi/tidak perlu diseminarkan kembali *~~

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Drs. Syahdanur, M.Si		1. 
2.	Dr. Dra. Hj. Eka Nuraini R, M.Si		2. 
3.	Azmansyah, SE., M.Econ		3. 

*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
A.n. Dekan Bidang Akademis


Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

Pekanbaru, 07 Maret 2020
Sekretaris,


Azmansyah SE., M.Econ

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis ini, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana, baik di Universitas Islam Riau maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis saya ini murni gagasan, dan penilaian saya sendiri atau bantuan pihak manapun, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat, karya pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Pekanbaru, Maret 2022

Saya yang membuat pernyataan,

PUTRI DIANTI

ABSTRAK

PENGARUH COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA PENGobatan PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH SELASIH KABUPATEN PELALAWAN

PUTRI DIANTI
NPM : 155210071

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Costumer Relationship Management (CRM) terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengobatan pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pengunjung yang menggunakan BPJS dan Non BPJS pada tahun 2021. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dengan rumus slovin yang berjumlah 72 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Costumer Relationship Management (CRM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengobatan pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan. Besarnya pengaruh CRM terhadap kepuasan konsumen sebesar 78%.

Kata Kunci: Costumer Relationship Management (CRM), Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) ON CONSUMER SATISFACTION IN USING TREATMENT SERVICES IN SELASIH REGIONAL GENERAL HOSPITAL, PELALAWAN REGENCY

PUTRI DIANTI
NPM : 155210071

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of Customer Relationship Management (CRM) on consumer satisfaction in using medical services at the Selasih Regional General Hospital, Pelalawan Regency. The population in this study are all visitors who use BPJS and Non BPJS in 2021. The sampling technique in this study uses purposive sampling with the slovin formula, totaling 72 people. Data collection techniques in this study used a questionnaire or questionnaire. The results of this study indicate that Customer Relationship Management (CRM) has a significant effect on consumer satisfaction in using medical services at the Selasih Regional General Hospital, Pelalawan Regency. The magnitude of the influence of CRM on customer satisfaction is 78%.

Key Word: Costumer Relationship Management (CRM), Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan fisik dan pikiran untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) diperlukan suatu karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Pada kesempatan ini penulis membuat skripsi yang berjudul **“Pengaruh Costumer Relationship Management (CRM) terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengobatan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan”** adapun skripsi ini dianjurkan untuk memenuhi syarat dalam mengikuti ujian comprehensive guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa sebagai karya manusia biasa, skripsi ini masih jauh dari skripsi, penulisan ini banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik segi ini maupun penulisan. Demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat membangun.

Selain dari itu, penulis juga banyak mendapat bantuan baik moril maupun materil serta bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Kepada Orang Tua Ayah (Ujang) dan Ibu (Siros) terimakasih banyak yang tak terhingga dengan perhatian cinta serta kasih sayang yang tak pernah berhenti

dan selalu membantu dari segi moril maupun materil selama hidup ananda selama ini terimakasih yang telah mendukung demi terselesaikannya skripsi ini.

2. Ibu Eva Sundari, SE., MM., CRBC Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau
3. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si selaku Ketua Pogram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
4. Bapak Drs. Syahdanur, M. Si selaku dosen pembimbing yang tak pernah lelah memberikan nasehat serta bimbingan kepada penulis sehingga karya ilmiah ini cepat diselesaikan. Meskipun banyak kekurangan dalam penelitian ini, penulis tetap mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya.
5. Karyawan/ti Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang telah ikut membantu proses kegiatan belajar mengajar di kampus.
6. Terimakasih untuk orang yang tersayang H. Samsari AS. Yang sudah mendukung dari segi moril dan motivasinya demi terselesaikannya skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya mengakui banyak terdapat kekurangan. Baik dari penulisan maupun sumber referensi. saya akui itulah kemampuan yang bisa saya berikan dalam penyusunan skripsi ini. Maka dari itu saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini lebih baik lagi dan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat.

Pekanbaru, 16 Mei 2020

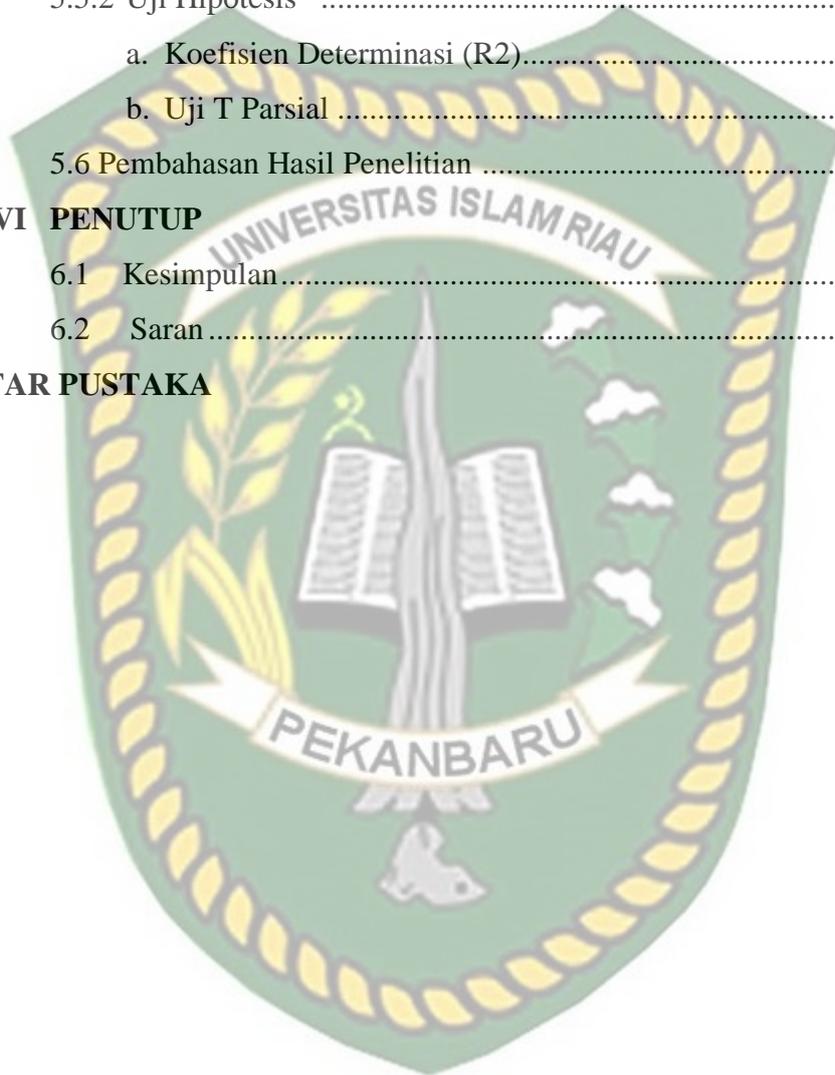
Putri Dianti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
2.1 Costumer Relationship Management	12
2.1.1 Pengertian Costumer Relationship Management	12
2.1.2 Tujuan Costumer Relationship Management.....	15
2.1.3 Manfaat Costumer Relationship Management.....	16
2.1.4 Strategi Costumer Relationship Management.....	17
2.1.5 Indikator Costumer Relationship Management	18
2.1.6 Konsep Costumer Relationship Management.....	20
2.2 Kepuasan Pasien.....	21
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pasien	21
2.2.2 Ciri-ciri Konsumen yang Puas	23
2.2.3 Komponen Kepuasan pelanggan	24
2.2.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	25
2.2.5 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2.6 Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan	28
2.2.7 Keuntungan Kepuasan Pelanggan	29
2.3 Pengaruh Costumer Relationship Management terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.4 Penelitian Terdahulu	30

2.5	Kerangka Pemikiran.....	31
2.6	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Lokasi dan Objek Penelitian	33
3.2	Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.3	Populasi dan Sampel	35
3.4	Jenis dan Sumber Data	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6	Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		
4.1	Sejarah RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan	46
4.2	Visi dan Misi RSUD Selasih.....	49
4.3	Struktur Organisasi RSUD Selasih.....	50
4.4	Aktivitas RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan.....	54
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
5.1	Karakteristik Umum Responden.....	55
5.1.1	Jenis Kelamin Responden	55
5.1.2	Usia Responden	56
5.1.3	Pendidikan Responden	57
5.1.4	Pekerjaan Responden	58
5.2	Uji Kualitas Data.....	59
5.2.1	Uji Validitas Data.....	59
5.2.2	Uji Reliabilitas.....	61
5.3	Analisis Deskriptif Variabel Costumer Relationship Management (CRM) pada Jasa Pengobatan RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan.....	62
5.4	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen pada Jasa Pengobatan RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan.....	82
5.5	Analisis Pengaruh Costumer Relationship Management (CRM) terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Pengobatan RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan.....	96

5.5.1 Uji Asumsi Klasik	96
a. Uji Normalitas	96
b. Analisis Regresi Linier Sederhana	98
5.5.2 Uji Hipotesis	100
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	100
b. Uji T Parsial	101
5.6 Pembahasan Hasil Penelitian	102
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan.....	105
6.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Pengunjung RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan pada Januari- Desember Tahun 2021	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian	34
Tabel 3.2	Alternatif Jawaban Responden	39
Tabel 5.1	Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin Responden....	55
Tabel 5.2	Identitas Responden berdasarkan Usia Responden	56
Tabel 5.3	Identitas Responden berdasarkan Pendidikan Responden	57
Tabel 5.4	Identitas Responden berdasarkan Pekerjaan Responden.....	58
Tabel 5.5	Uji Validitas	60
Tabel 5.6	Uji Reliabilitas	61
Tabel 5.7	Tanggapan Responden mengenai Pegawai RSUD Selasih selalu ramah kepada pasien dan pengunjung.....	63
Tabel 5.8	Tanggapan Responden mengenai Pegawai RSUD Selasih mampu menjaga hubungan yang baik dengan pasien	64
Tabel 5.9	Tanggapan Responden mengenai Pegawai RSUD Selasih memiliki keterampilan dalam merawat pasien	65
Tabel 5.10	Tanggapan Responden mengenai RSUD Selasih memberikan kemudahan kepada pasien yang melakukan pembayaran dan transaksi.....	66
Tabel 5.11	Tanggapan Responden mengenai RSUD Selasih mampu menyediakan semua pelayanan yang diberikan untuk pasien ...	67
Tabel 5.12	Tanggapan Responden mengenai RSUD Selasih mampu menangani pasien dengan cepat dan tepat.....	68
Tabel 5.13	Tanggapan Responden mengenai Perawat RSUD Selasih selalu berhubungan dan berkomunikasi dengan pasien	70
Tabel 5.14	Tanggapan Responden mengenai RSUD Selasih memberikan diskon apabila ada pasien yang sering berkunjung dan berobat	71

Tabel 5.15	Tanggapan Responden mengenai RSUD Selasih mampu menangani setiap keluhan yang dialami pasien dengan baik....	72
Tabel 5.16	Tanggapan Responden mengenai RSUD Selasih memberikan kemudahan pasien mendapatkan informasi melalui via telfon dan messaging.....	73
Tabel 5.17	Tanggapan Responden mengenai RSUD Selasih memiliki web atau media pemesanan dokter dan rawat inap secara online.....	75
Table 5.18	Tanggapan Responden mengenai RSUD Selasih memberikan promosi dan iklan pada media sosial untuk pasien yang membutuhkan.....	76
Table 5.19	Tanggapan Responden mengenai Pegawai RSUD Selasih memahami keinginan dan kebutuhan pasien.....	77
Tabel 5.20	Tanggapan Responden mengenai Pegawai RSUD Selasih mengetahui segala apa yang dibutuhkan pasien.....	78
Tabel 5.21	Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Costumer Relationship Management (CRM) pada Jasa Pengobatan RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan	79
Tabel 5.22	Tanggapan Responden mengenai Pasien merasa puas dengan pengobatan yang diberikan RSUD Selasih	83
Tabel 5.23	Tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memberikan pelayanan yang berbeda dengan rumah sakit lainnya	84
Tabel 5.24	Tanggapan responden mengenai Pasien yang ingin sembuh selalu berhasil oleh pengobatan pada RSUD Selasih.....	85
Tabel 5.25	Tanggapan responden mengenai Pelayanan yang diberikan RSUD Selasih sesuai dengan harapan pasien	86
Tabel 5.26	Tanggapan Responden mengenai Pasien memiliki harapan untuk sembuh setelah berobat di RSUD Selasih.....	87
Tabel 5.27	Tanggapan Responden mengenai Pasien selalu mengunjungi RSUD Selasih untuk berobat.....	88

Tabel 5.28	Tanggapan Responden mengenai Pasien merasa RSUD Selasih mampu memenuhi kebutuhan dan menyembuhkan penyakit	89
Tabel 5.29	Tanggapan Responden mengenai Pasien selalu tertarik untuk menggunakan jasa pengobatan RSUD Selasih.....	90
Tabel 5.30	Tanggapan Responden mengenai Pasien merekomendasikan RSUD Selasih kepada kerabat yang ingin berobat.....	91
Tabel 5.31	Tanggapan Responden mengenai Pasien selalu memberikan testimony karena senang dengan pelayanan yang diberikan RSUD Selasih.....	92
Tabel 5.32	Hasil Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan Konsumen pada Jasa Pengobatan RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan.....	93
Tabel 5.33	Analisis Regresi Linier Sederhana	99
Tabel 5.34	Koefisien Determinasi (R ²).....	100
Tabel 5.35	Uji t Parsial.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan.....	51
Gambar 5.1 Uji Histogram	97
Gambar 5.2 Normal P-Plot	98



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis yang akan semakin meningkat baik dipasar domestic maupun dipasar global yang berimbas juga pada pelayanan kesehatan rumah sakit yang pada hakikatnya termasuk ke dalam salah satu jenis industry yaitu industry jasa kesehatan, sebagai sebuah industry, rumah sakit yang berkaitan dengan kaidah-kaidah bisnis dengan berbagai peran dan fungsi manajerialnya. Pada sisi lain, pelayanan rumah sakit adalah bagian pelayanan kesehatan yang mempunyai ciri yang khas dan berbeda dengan pelayanan publik yang lain, sehingga akan memerlukan pendekatan khusus (Aditama, 2000: 13)

Dengan customer ignorance sering terjadi supply induced demand, providerlah yang akan menentukan pelayanan apa yang harus dibeli oleh pasien. Sementara ini kebutuhan akan pasien ini akan menyebabkan dan kesehatan mereka akan tetap membutuhkan pelayanan dari kesehatan (Tabrani, 2001: 87). Semakin banyaknya rumah sakit dan sarana dari pelayanan kesehatan akan memberikan banyak pilihan kepada masyarakat. Tingkat dari pertumbuhan dan mutu pelayanan rumah sakit di Indonesia ini semakin membaik dan menuntut para pengelola rumah sakit untuk selalu berinovasi dalam meningkatkan pelayanannya agar tidak kalah dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin kritis dan tinggi atas tuntutan tingkat kepuasan rumah sakit yang memang memiliki kewajiban dan juga tanggungjawab moral serta hukum untuk memberikan pelayanan bermutu kepada pasien yang akan di tangani.

Pada saat ini pada era jasa dan pelayanan dalam setiap usaha secara idealnya prioritas utama dalam organisasi bisnis adalah untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat berharga karena akan memberikan pemasukan secara terus menerus dan memberikan kondisi yang akan menyenangkan dan mempunyai efek yang berantai. Obsesi terhadap seorang pelanggan merupakan sebuah faktor penting yang akan menentukan kesuksesan pada dunia bisnis (Hopson, 2000: 124)

Rumah sakit saat ini bukan hanya untuk menggambarkan misi hubungan sosial, aspek bisnis dalam mengelola suatu rumah sakit ini sudah menjadi konsekuensi yang wajar pada era globalisasi ini, karena itu rumah sakit tidak perlu lagi untuk mengesampingkan upaya untuk lebih mempromosikan diri dalam media yang lainnya. Perusahaan atau organisasi bisnis dalam hal ini adalah industry rumah sakit yang mampu memberikan pelayanan yang memiliki daya saing yang sangat tinggi dan akan mampu mendominasi pasar.

Rumah sakit sebagai lembaga yang bergerak pada bidang kesehatan pada manajemen yang berhubungan dengan pelanggan (Customer Relationship Management) yang merupakan salah satu strategi penting yang dapat mempergunakan rumah sakit untuk mewujudkan patient centered. Saat ini rumah sakit telah mempunyai pergeseran tujuan yang pada awalnya rumah sakit ini didirikan dengan tujuan sosial tetapi seiring pada berjalannya waktu, tujuan rumah sakit ini tidak hanya pelayanan sosial tetapi juga mengarah pada tujuan ekonomi bahkan komersial.

Perubahan ini seiring pula dengan peningkatan pengetahuan masyarakat akan kualitas pelayanan kesehatan yang diterimanya. Hal ini juga akan menyebabkan industry perumaha-sakit-an yang terus menerus berkembang dan menata demi memenuhi penuntutan masyarakat akan kualitas pelayanan kesehatan. Perkembangan tersebut ini ditandai dengan munculnya berbagai rumah sakit swasta maupun rumah sakit pemerintah yang secara alami akan mendorong rumah sakit menjadi organisasi yang menghasilkan produk yang bervariasi dan juga output yang beragam sehingga membutuhkan penanganan dengan konsep manajemen yang tepat. Salah satu usaha dalam menghadapi globalisasi dengan menyiapkan daya saing yang tinggi melalui pemasaran yang efektif (Taurani, 2015).

Rumah sakit harus mampu memberikan pelayanan dan kualitas yang baik, dari kualitas pelayanan tersebut akan meningkatkan kepuasan pasien terhadap rumah sakit yang di pilihnya. Jika pasien tersebut merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka mereka akan menerima hubungan secara interpersonal yang harmonis dan akan terbentuk sikap yang baik. Hubungan interpersonal diantara rumah sakit yang baik akan mendorong pasien untuk menggunakan kembali jasa pelayanan rumah sakit sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan kepuasan terhadap pasien. Oleh sebab itu CRM (Customer Relationship Management) sangat diperlukan untuk mempertahankan kepuasan pasien.

Kemampuan rumah sakit dalam menarik dan mempertahankan pasien yang baru merupakan sebuah fungsi yang tidak ada asalnya dari produk atau pelayanan sendiri, namun berkaitan dengan bagaimana organisasi tersebut dalam melayani pasien dan reputasi yang akan diciptakan oleh Rumah Sakit. Baik didalam maupun

diluar rumah sakit. Mencari pasien yang baaru akan lebih sulit dan memerlukan biaya yang lebih mahal dibandingkan mempertahankan pasien lama.

Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan yang dimulai pada tahun 2000 yang awalnya hanya puskesmas perawatan plus yang terletak di Maharaja Indra sebelumnya puskesmas pembantu di Wilayah Kecamatan Langgam Kabupaten Kampar ini memiliki teknik dan metode dalam membangun organisasinya dengan pasiennya dengan seefektif mungkin, karena dalam melayani pasien juga harus memerlukan rencana dan strategi dalam mengutarakan reputasi dari instansi. Pasien yang menyampaikan keluhan kepada sebuah rumah sakit dan keluhan mereka diselesaikan dengan memuaskan dan menceritakan perlakuan yang baik dari yang mereka dapatkan setelah mendapatkan pelayanan tersebut. Namun mereka yang tidak menerima keluhan dan pihak rumah sakit kurang memperhatikan keluhannya maka pasien akan menceritakan hal yang buruk kepada orang lain.

RSUD Selasih Pelalawan berusaha untuk semampu mungkin mengatasi kesenjangan diantara setiap pasien yang berobat disana, jika persepsi yang berhubungan dengan pelayanan tidak diatasi secepat mungkin, maka pasien merasakan ketidakpuasan dan selalu membicarakan hal yang negative kepada ataupun pengunjung pasien yang lainnya. Untuk melihat data pengunjung RSUD Rumah Sakit Selasih pada tahun 2021 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1
Data Jumlah Pengunjung RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan Pada Tahun Januari- Desember 2021

No	Bulan	Non BPJS	BPJS
1	Januari	254	800
2	Februari	231	736
3	Maret	149	799
4	April	121	1.200
5	Mei	100	1.821
6	Juni	722	1.263
7	Juli	432	2.173
8	Agustus	556	952
9	September	453	820
10	Oktober	560	802
11	November	660	910
12	Desember	752	1.290
	Jumlah	4.990	13.566

Sumber: RSUD Selasih Pelalawan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan pada tahun 2021 yang berjumlah pasien NON BPJS 4.990 dan BPJS 13.566 orang. Hal ini dapat disimpulkan semakin banyaknya pasien yang ingin berobat di RSUD ini, dan Rumah Sakit harus lebih intens untuk menjaga pasien dan organisasinya dengan baik, apalagi pada tahun 2021 masa pandemic covid-19 yang mana maraknya penyakit penyakit yang menular dan harus berobat ke rumah sakit.

RSUD Selasih ini sudah melakukan *Costumer Relationship Management* yaitu membudayakan sapa dan senyum yang bertujuan unuk memberikan kenyamanan kepada setiap pengunjung. Interaksi dengan pasien juga tidak hanya melalui tatap muka tetapi RSUD Selasih ini memberikan informasi mengenai pelayanan di website mereka, dan memudahkan pasien dalam mendapat informasi mengenai pengobatan, syarat, dan jenis penyakit apa di dan keluhannya yang bagaimana.

RSUD Selasih ini dalam memberikan pelayanan kurang memberikan kepuasan pasien, namun dalam hal memberikan obat-obatan dan merawat selalu baik dan sesuai pada keinginan konsumen namun pada permasalahan yang terjadi di RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan ini ialah masih kurangnya komunikasi antara pasien dan perawat yang berdasarkan keluhan dialami oleh pasien, pasien lebih cenderung hanya mengikuti prosedur yang di tetapkan namun perawat atau bagian administrasi hanya berbicara sekedarnya.

Hambatan yang terjadi inilah menyebabkan pasien kurang merasakan kepuasannya selama mengunjungi dan berobat di RSUD Selsih ini. Dan masih ada beberapa permasalahan yang kurang, seperti masih ada perawat yang kurang peka terhadap pasien yang sakit dan mereka hanya bekerja tanpa membicarakan terlebih dahulu keluhan dari pasien, hal ini yang membuat pasien merasakan interaksi antara perawat dan pasien kurang nyaman.

Faktor dari hambatan tersebut sudah biasa terjadi, karena keterbatasan sumber daya yang esensial dalam sebuah institusi kesehatan untuk menyediakan layanan kesehatan yang maksimal. Keterbatasan pada sumber daya yang dimiliki oleh RSUD Selasih dan adanya berbagai permasalahan yang harus di hadapi oleh rumah sakit dan harus adanya keterpaduan dengan berbagai sector untuk menunjang dan memaksimalkan pelaksanaan rumah sakit salah satunya adalah pelayanan yang diberikan kepada pasien untuk membantu dan menyelesaikan permasalahan yang dialami serta meningkatkan efisiensi.

Aspek dari manajemen pelayanan mutu (CRM) ini juga memiliki pengaruh dalam membentuk kepuasan pasien, semakin banyaknya pasien yang puas maka

semakin rumah sakit menjadi pilihan pasien untuk berobat. Hal ini juga harus mampu meningkatkan pendapatan bagi Rumah Sakit. Menurut Kotler (2009: 20) manajemen hubungan pelanggan ialah proses mengelola informasi yang rinci tentang pelanggan, perorangan dan semua dari titik kontak pelanggan dengan seksama untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan.

Mempertahankan pasien dan membangun kepuasan pasien adalah sebuah tujuan dari program Customer Relationship Management (CRM) pada organisasi rumah sakit, untuk itu diperlukan adanya system manajemen hubungan pelanggan yang efektif dan dapat mengembangkan sebuah kegiatan yang berfokus kepada pasien dengan dukungan sumber daya manusia dan pelayanan yang berkualitas. Serta memfokuskan pasien berarti rumah sakit siap untuk melakukan proses pelayanan dari pasien, dapat merasakan keinginan dan kebutuhan serta harapan pasien dengan baik. Jika rumah sakit mampu memahami pasiennya dan memberikan kepuasan, kepercayaan sehingga pasien mau berbicara positif mengenai rumah sakit maka program CRM ini membuat pasien bertahan.

Strategi CRM (Customer Relationship Management) yang dilakukan oleh RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan ini adalah pelayanan customer service yang berfungsi untuk memberikan informasi langsung kepada pasien atau pengunjung, layanan telepon yang memberikan informasi pelayanan serta website yang dapat memberikan informasi mengenai rumah sakit. Selain itu CRM adalah cara untuk memaksimalkan kepuasan pasien dengan mengidentifikasi kebutuhan pasien dengan menyediakan layanan perawatan kesehatan yang berkualitas tinggi berdasarkan preferensi pasien (Choi, 2013: 19)

Kesadaran dalam membangun Customer Relationship Management merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah instansi. Karena dengan pelayanan yang puas juga akan meningkatkan jumlah pengunjung dengan rasa percaya dan konsistensi seseorang dalam memilih hal yang dibutuhkannya. Melalui Customer Relationship Management mampu memberdayakan kekuatan dan keinginan pelanggan dengan tekanan informasi dan pelayanan untuk memberikan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Kepuasan Pasien Dalam Menggunakan Jasa Pengobatan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Apakah Customer Relationship Management (CRM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien dalam menggunakan jasa pengobatan pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan”

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis Customer Relationship Management (CRM) pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan pasien pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Costumer Relationship Management (CRM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien dalam menggunakan jasa pengobatan pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1) Bagi Penulis

Menambah wawasan penulis karena dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama kuliah, serta penulis dapat melakukan analisis secara nyata untuk mengetahui pengaruh costumer relationship management terhadap kepuasan pasien

2) Bagi RSUD Selasih

Dapat memperoleh masukan-masukan yang positif dan membangun, yang dapat diterapkan rumah sakit dalam meningkatkan costumer relationship management sehingga bisa mempengaruhi hasil yang maksimal dalam mengelola perusahaan.

3) Bagi Pihak Lain

Diharapkan dalam penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan sesuai dengan topik penulisan dan sebagai sumbangan pemikiran tentang pengetahuan di bidang costumer relationship managemen dan kepuasan pelanggan.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I :PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II :TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang mendukung tentang variabel costumer relationship management dan kepuasan pelanggan beserta indikatornya, faktor yang mempengaruhi CRM dan kepuasan pasien, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian

BAB III :METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metode penelitian dan analisis data yang terdiri dari pemilihan lokasi dan objek penelitian, operasional variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data

BAB IV :GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

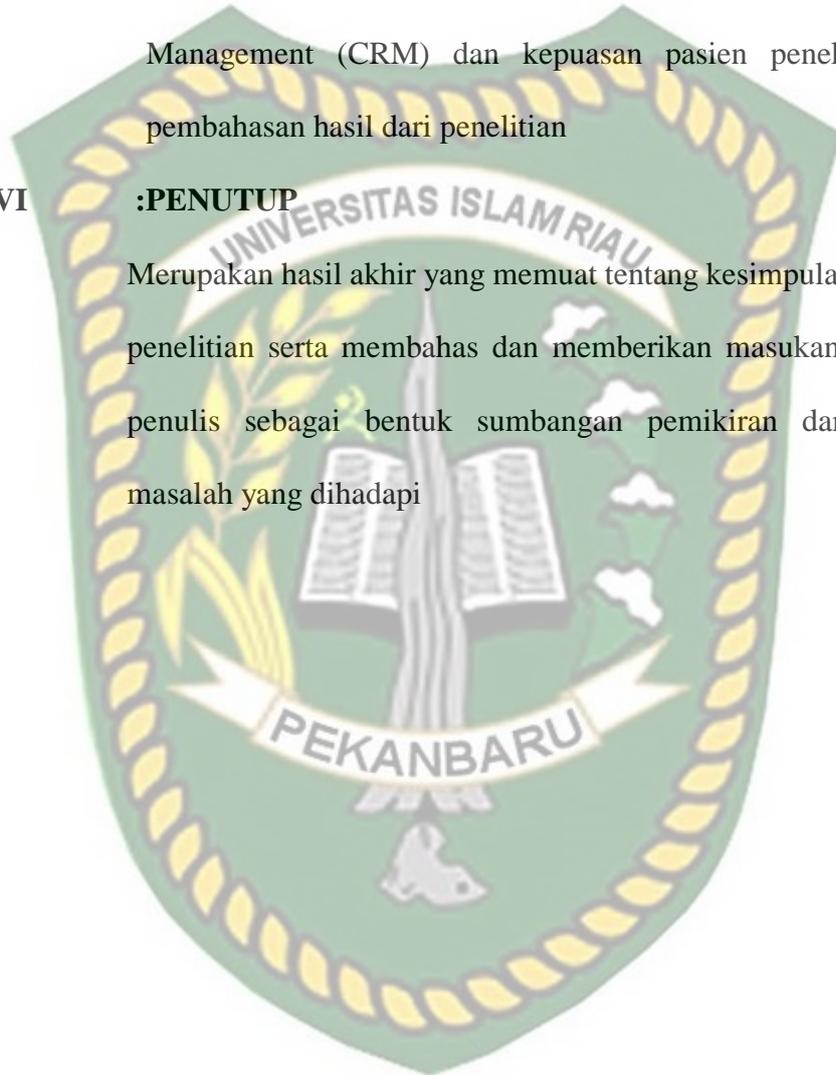
Pada bab ini akan memuat sejarah singkat RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan, Visi dan Misi RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan struktur organisasi RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan, dan aktivitas RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan

BAB V :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang mengemukakan hasil identitas responden, dan analisis deskriptif variabel Costumer Relationship Management (CRM) dan kepuasan pasien penelitian serta pembahasan hasil dari penelitian

BAB VI :PENUTUP

Merupakan hasil akhir yang memuat tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta membahas dan memberikan masukan dan saran penulis sebagai bentuk sumbangan pemikiran dari pecahan masalah yang dihadapi



BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 *Costumer Relationship Management*

2.1.1 Pengertian *Costumer Relationship Management*

Costumer Relationship Management dalam Bahasa Indonesia adalah manajemen hubungan pelanggan. Makna dari *Costumer Relationship Management* merupakan suatu jenis manajemen yang dalam khususnya untuk menangani hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan dimata pelanggannya. CRM bukanlah konsep yang adakan diterima atau tidak, dan CRM juga bukan konsep yang baru ditemukan oleh konsultan didunia. CRM merupakan sebuah paradigm yang dasar tentang bagaiman memandang pelanggan dan bagaimana lebih memuaskan pelanggan melalui hubungan yang harmonis dan berkualitas. CRM adalah strategi penjualan, pemasaran dan pelayanan yang terintegrasi dan yang bergantung kepada aksi yang terkoordinasi dari seluruh perusahaan (Ravi dan Robinsn, 2001: 172)

CRM menurut Frederick Newell (2008:8) adalah proses mengubah perilaku pelanggan dari waktu ke waktu dan belajar dari setiap interaksi yang menyesuaikan perbaikan pelanggan, dan memperkuat ikatan antara pelanggan dan perusahaan. Sebuah system yang terintegrasi yang digunakan untuk merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas-aktivitas penjualan dan pasca penjualan dalam sebuah organisasi.

Menurut Storbacka (2012: 5) mengatakan bahwa CRM memiliki tiga landasan yang pertama ialah penciptaan nilai pelanggan dari hubungan yang jangka

panjang, kedua melihat produk sebagai suatu proses dan yang ketiga ini berkaitan dengan tanggungjawab perusahaan, tidak cukup bagi perusahaan untuk menciptakan kepuasan saja tetapi juga harus menciptakan kepuasan.

Customer Relationship Management menjadi istilah yang pada beberapa tahun terakhir yang semakin populer, ditambah lagi dengan perkembangan teknologi yang semakin bertambah dari berbagai aplikasi bisnis, CRM yang menjadi salah satu proses bisnis yang menarik untuk dibahas. Kegiatan marketing untuk mengelola seluruh aspek dari daur hidup pelanggan, mulai dari acquisition (penambahan), fulfilment (pemenuhan), hingga retention (menciptakan kesetiaan). CRM merupakan sebuah strategi komprehensif dari perusahaan agar setiap proses dari daur hidup pelanggan yang dimanfaatkan secara optimal.

Aktivitas CRM pada dasarnya berhubungan dengan seseorang yang dianggap sebagai sahabat atau dengan kata lain sejauh mana tingkat hubungan kita dengan orang yang bersangkutan. Jika kita merasa bagian dari keluarga maka kita akan trust atau percaya yang sangat kuat. Kepercayaan karena kita memiliki teman yang sangat dipercayai sehingga munculnya komitmen. Dan komitmen ini menjadi syarat penting dalam membangun sebuah hubungan. Didalam relationship biasanya ada kehangatan, dan kaitannya dengan spirit dan keinginan untuk membentuk sesuatu yang sifatnya membangun dan berkelanjutan. Ada nya suatu continuum dalam suatu relationship yaitu dimulai dari suatu yang transaksional sampai kepada suatu yang sangat relationship.

Customer Relationship Management merupakan konsep yang paling penting dari pemasaran modern. Perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan

harus terus menciptakan hubungan dengan pelanggan secara berkelanjutan. Menurut Peelen dan Beltman (2013) mengatakan bahwa Customer Relationship Management adalah sebuah proses yang membahas semua komponen untuk mengidentifikasi pelanggan, menciptakan pengetahuan pelanggan, membangun hubungan pelanggan, dan berbagi persepsi mereka tentang organisasi dan produknya.

Menurut Rouse (2014) Customer Relationship Management adalah proses yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan hubungan bisnis dengan pelanggan. Perusahaan menggunakan strategi dan teknologi untuk mengelola dan menganalisis interaksi pelanggan termasuk data pelanggan selama siklus hidup pelanggan ini. Sementara menurut Sheth & Parvatiyar (2001: 5) Customer Relationship Management adalah strategi dan proses yang dilakukan secara komprehensif untuk memperoleh, mempertahankan dan bermitra dengan pelanggan selektif untuk menghasilkan nilai superior bagi perusahaan dan pelanggan.

Hal ini berarti akan melibatkan integrasi pemasaran, penjualan, layanan pelanggan dan fungsi rantai pasokan organisasi untuk mencapai efisiensi dan keefektifan yang lebih besar dalam memberikan nilai pelanggan. Dan menurut Buttle (2004: 48) mengatakan bahwa Customer Relationship Management sebagai strategi inti dalam sebuah bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi internal dengan semua jenis jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para pelanggan dengan sasaran secara profitable yang didukung dengan pelanggan yang berkualitas dan teknologi informasi.

Menurut Kotler dan Keller (2014) mengatakan bahwa manajemen hubungan konsumen (Customer Relationship Management) adalah sebuah proses untuk mengelola informasi rinci tentang konsumen secara perorangan dan semua titik kontak konsumen secara bersamaan untuk memaksimalkan kepuasan konsumen. Sementara menurut Tjiptono (2009: 526) Customer Relationship Management adalah sebuah proses membangun dan mengelola relasi dengan pelanggan pada level organisasional dengan jalan memahami, mengantisipasi, dan mengelola kebutuhan pelanggan berdasarkan pengetahuan yang didapat mengenai pelanggan dalam rangka meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan profitabilitas organisasi.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Customer Relationship Management merupakan strategi bisnis yang menjadi jangka panjang dan bertujuan untuk memperoleh dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan secara potensial yang didukung oleh data pelanggan dan teknologi perusahaan.

2.1.2 Tujuan *Customer Relationship Management*

Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan dari setiap strategi CRM adalah untuk mengembangkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Tujuan ini CRM sebagai profitabilitas pelanggan. Didalam konteks non profit, tujuan CRM akan berbeda hasilnya misalnya seperti efisiensi operasional atau peningkatan kepuasan pelanggan. Menurut Nguyen (2007: 16) tujuan dari Customer Relationship Management adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan loyalitas pelanggan dengan pendekatan kepada pelanggan untuk menggunakan data yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh perusahaan
- 2) Meningkatkan layanan yang berdasarkan interaksi sebelumnya dan pembelian pelanggan
- 3) Mengumpulkan informasi melalui kontak berkelanjutan dengan pelanggan dan memperbaharui data pelanggan, meneruskan informasi ke berbagai departemen perusahaan untuk menciptakan kesatuan dalam strategi orientasi pelanggan

2.1.3 Manfaat Customer Relationship Management

Manajemen hubungan pelanggan atau CRM memiliki beberapa manfaat. Menurut Tunggal (2008: 10) menyebutkan beberapa manfaat dari CRM yaitu sebagai berikut:

- 1) Peningkatan pendapatan

CRM menyediakan informasi untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan. Dengan CRM kita dapat melakukan penjualan dan pelayanan melalui internet, sehingga peluang dari penjualan secara global tanpa perlu menyediakan upaya khusus untuk mendukung penjualan dan pelayanan.

- 2) Mendorong loyalitas pelanggan

Aplikasi CRM akan memungkinkan perusahaan untuk mendayagunakan informasi dari semua titik kontak dengan pelanggan, baik via web, call, center ataupun lewat staff pemasaran dan pelayanan di lapangan.

Konsistensi dan aksesibilitas informasi ini akan memungkinkan penjualan dan pelayanan yang lebih baik dengan informasi penting mengenai pelanggan itu.

3) Mengurangi biaya

Perekrutan pada pelanggan baru akan memerlukan biaya. Dengan CRM juga akan memungkinkan penjualan atau pelayanan dengan biaya lebih murah dalam sebuah skema program pemasaran yang spesifik dan terfokus. Tertuju kepada pelanggan yang tepat pada waktu yang tepat.

4) Meningkatkan efisiensi operasional

Dengan CRM akan memungkinkan penghilangan sekat birokrasi karena CRM ini memungkinkan terjadinya otomatisasi transaksi, sehingga hambatan birokrasi dan administrasi dapat dikurangi.

5) Peningkatan time to market

CRM ini memungkinkan kita untuk membawa produk ke pasar dengan lebih cepat dengan informasi pelanggan ke yang lebih baik. Pemasaran melalui internet dapat mengurangi hambatan waktu dan geografis

2.1.4 Strategi Customer Relationship Management

Buttle (2009: 65) mengatakan bahwa strategi dari Customer Relationship Management adalah rencana tindakan tingkat tinggi yang menyelaraskan orang, proses dan teknologi untuk mencapai sasaran terkait pelanggan. Strategi CRM terfokus pada upaya pengembangan kultur usaha yang berorientasi pada pelanggan. Kultur ini juga ditujukan untuk merebut hati konsumen dan menjaga loyalitas mereka dengan menciptakan serta memberikan nilai bagi pelanggan.

Didalam kultur yang berorientasi pada pelanggan semua sumber daya akan dialokasikan untuk mendukung semua langkah yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata pelanggan, serta reward system yang dapat meningkatkan perilaku positif pada karyawan yang bermuara pada kepuasan pelanggan, serta peningkatan system pengumpulan, penyebarluasan dan aplikasi informasi tentang pelanggan untuk menunjang berbagai aktivitas perusahaan (Buttle, 2004: 4)

Garnet (2007) mengatakan bahwa strategi CRM harus berkaitan dengan strategi pemasaran perusahaan untuk menghubungkan kegiatan yang berorientasi kepada pelanggan dengan bagian atau bidang lain seperti produksi, teknologi informasi, dan sumber daya manusia. Strategi pemasaran yang memungkinkan untuk membangun posisi perusahaan area pasar dan hubungan dengan CRM memungkinkan untuk membangun kegiatan bisnis yang berpusat pada pelanggan yang selanjutnya mengarah pada kesetiaan pelanggan dan profitabilitas perusahaan.

2.1.5 Indikator Customer Relationship Management

Menurut Reinartz (2012: 8-10) mengatakan bahwa indikator dari customer relationship management ada empat yaitu:

1) Manusia (people)

Manusia atau SDM merupakan sebuah pendukung untuk keberhasilan dalam menerapkan CRM. Keterampilan, kemampuan dan sikap SDM yang diperlukan untuk keberhasilan kinerja CRM mungkin perlu diperiksa kembali dan ditingkatkan. Keterampilan dan kemampuan yang diperlukan meliputi bagaimana untuk mensegmentasikan, merancang percobaan dan memahami data percobaan

dengan menggunakan prosedur pelanggan. Adapun indicator people yang diteliti adalah:

- a. Keramahan karyawan
- b. Pelayanan karyawan dengan menjaga hubungan yang baik
- c. Keterampilan pegawai

2) Proses (process)

Proses adalah dimana segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan. Dari perspektif CRM proses ini perlu dirancang dan dioperasikan sehingga mereka akan berkontribusi bagi penciptaan nilai atau setidaknya tidak merusak nilai yang telah diciptakan bagi pelanggan. Kondisi ini akan mengimplementasikan efisiensi yang rendah maupun efektivitas (penyampaian hasil yang diinginkan). Pada CRM seluruh fungsi yang ada harus focus pada pelanggan. Indikator proses yang digunakan oleh peneliti ini adalah:

- a. Kemudahan dalam melakukan transaksi
- b. Ketersediaan pelayanan pelanggan
- c. Kecepatan proses penanganan keluhan yang cepat
- d. Hubungan berkelanjutan antara perawat dan pasien.
- e. Pemberian diskon
- f. Penanganan keluhan dan pemenuhan keinginan

3) Teknologi (Technology)

Teknologi CRM pada kenyataannya lebih dari sekedar seperangkat aplikasi yang sangat sederhana. Teknologi harus dapat bekerja disemua jalur komunikasi dan harus terpadu dengan system-sistem lain agar mampu memberikan pandangan

tunggal yang atas dan untuk pelanggan sehingga harus diterapkan sedemikian rupa agar praktik-praktik dan keterampilan kerja yang tepat dan tersebar. Indikator dari teknologi yang digunakan oleh peneliti adalah:

- a. Kemudahan pelanggan mendapatkan informasi melalui media elektronik
- b. Penggunaan teknologi pemesanan online
- c. Iklan online

2.1.6 Konsep Costumer Relationship Management

Buttle (2003) menjelaskan bahwa konsep CRM bisa dipahami pada tiga level yang akan dijelaskan berikut ini:

1. Strategic CRM berfokus pada pengembangan budaya bisnis yang bersifat customer centric. Budaya yang semacam ini didedikasikan pada upaya untuk merebut dan mempertahankan pelanggan dengan cara menciptakan dan menyampaikan nilai pelanggan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pada pesaing
2. Operational CRM berfokus pada otomatisasi proses bisnis dalam kaitannya dengan upaya melayani pelanggan. Berbagai aplikasi perangkat lunak CRM memudahkan proses otomatisasi pemasaran (seperti segmentasi pasar, manajemen komunikasi pemasaran, dan event based marketing), penjualan (diantaranya *lead management*, *operasi call centre*, *web based* dan *field services*).

3. Analytical CRM berfokus pada pendayagunaan data pelanggan (meliputi data penjualan, catatan pembayaran, respon terhadap kampanye pemasaran, data loyalitas, dan data layanan pelanggan dan sebagainya).

2.2 Kepuasan Pasien

2.2.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Kepuasan adalah fungsi dari penilaian dari hasil dan ekspektasi. Jika produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harapan oleh konsumen maka akan mendapatkan kepuasan (Buchori, 2011: 285)

Menurut Kotler dan Keller (2014: 150) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil). Menurut Philip Kotler (2000: 89). Dalam bukunya *principles of marketing* adalah hasil yang dirasakan oleh pembelian yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2000: 298) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas. Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2007: 19) kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan jugadapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.

Menurut Fandy Tjiptono (2012: 212) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Menurut Zeithaml dan Bitner (2000: 75) definisi kepuasan 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 Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007: 177) mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005: 65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan yang mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Dalam dunia bisnis manapun yang berdiri kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, organisasi perusahaan dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Menurut Engel dalam Tjiptono (2010: 24), Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau

melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang akan diterimanya Zeithaml (1993:65). Harapan-harapan pelanggan dari waktu ke waktu terus berkembang, seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima pelanggan serta semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

Pada gilirannya, semua ini akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan dan dapat dilihat bahwa betapa pentingnya perusahaan untuk dapat memuaskan pelanggannya sehingga mereka menjadi loyal pada perusahaan kita. Oleh sebab itu manajemen beserta semua komponen yang ada didalam perusahaan harus benar-benar menekankan tentang penanganan konsumen agar mereka menjadi puas.

Jadi disimpulkan bahwa harapan pelanggan mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar dan acuan. Dengan demikian, harapan pelanggannya melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya.

2.2.2 Ciri- Ciri Konsumen yang Puas

Menurut Kotler dan Keller (2016: 155) pada umumnya pelanggan yang sangat puas dapat dilihat dengan ciri-ciri sebagai berikut:

1. *Stay loyal longer* (tetap setia)
2. *Buy mre as the company introduces new and upgraded product* (membeli

lebih banyak pada produk baru perusahaan

3. *Talks favourably to others about the company and its product* (berbicara yang menguntungkan kepada orang lain tentang produk dan perusahaan)
4. *Pay less attention to competing brands and is less sensitive to price* (kurang memperhatikan merek pesaing dan kurang sensitive terhadap harga)
5. *Offer product or service ideas to company* (menawarkan ide atau produk atau jasa kepada perusahaan)
6. *Cost less to serve than new costumer because transaction can become routine* (mengurangi biaya untuk konsumen baru karena transaksinya dapat menjadi rutinitas)

2.2.3 Komponen Kepuasan Pelanggan

Seperti yang telah dikemukakan diatas bahwa ada banyak pengertian konsumen. Menurut Giese & Cote (2000) sekalipun banyak definisi kepuasan konsumen, namun secara umum tetap mengarah kepada tiga komponen utama, yaitu:

1. Respon

Kepuasan konsumen merupakan respon emosional dan juga kognitif intensitas responnya mulai dari sangat puas dan menyukai produk sampai sikap yang apatis terhadap produk tertentu.

2. Focus

Focus pada permormasi objek disesuaikan pada bebrapa standar. Nilai standar ini secara berhubungan dengan produk, konsumen, keputusan berbelanja, penjual dan toko

3. Waktu respon

Respon terjadi pada waktu tertentu, antara lain: setelah mengkonsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif. Durasi kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

2.2.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2014: 89) metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (customer oriented) perlu memberikan kesempatan seluas luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung ataupun yang bisa dikirimkan via pos kepada perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (customer hotlines) dan lain-lain. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan sehingga memungkinkannya untuk memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul.

2. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi (Peterson dan Wilson: 2010). Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan

sekaligus juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian kepada pelanggannya.

3. Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*)

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya para manajer perusahaan terjun langsung menjadi *ghost shopper* untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian (misalnya: dengan cara menelpon perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan), karena bila hal ini terjadi, perilaku mereka akan sangat 'manis' dan penilaian akan menjadi biasa.

4. Analisis Konsumen Beralih (*Lost Customer Analysis*)

Metode ini sedikit unik, perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2006: 37), faktor-faktor yang mendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

- 1) Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
- 2) Harga, untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
- 3) *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer *Service quality*.
- 4) *Emotional Factor*, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
- 5) Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.
- 6) *Customer relationship management* yang mana jika pelayanan dan sumber daya manusia yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dikatakan baik maka konsumen akan merasakan kepuasan yang jelas.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan menurut Gaspers (Nasution, 2004:50) adalah sebagai berikut :

- 1) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan

keinginan besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.

- 2) Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- 3) Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan beresiko tinggi.
- 4) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Orang-orang dibagian penjualan dan periklanan seyogianya tidak membuat kampanye yang berlebihan melewati tingkat ekspektasi pelanggan.

2.2.6 Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler (2010: 46) Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dimensi kepuasan pelanggan tersebut terdiri dari :

1. Tingkat kepuasan,

Adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005: 65).

2. Kepuasan dibandingkan harapan konsumen, adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

3. Minat berkunjung kembali adalah kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa tersebut.
4. Merekomendasikan, adalah suatu bentuk komunikasi sekaligus promosi tidak langsung yang dilakukan oleh para konsumen yang sudah pernah membeli produk atau jasa yang kemudian menceritakan berbagai pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa tersebut kepada orang lain. (Luwis dan Harsini : 2010).

2.2.7 Keuntungan Kepuasan Pelanggan

Menurut Kasmir (2017: 237) menyebutkan bahwa terdapat dua keuntungan yang diterima perusahaan terutama untuk pelanggan yang sudah pernah membeli di perusahaan, yaitu:

- 1) Mempertahankan pelanggan lama
- 2) Kepuasan pelanggan lama akan menular kepada pelanggan baru

Adapun keuntungan bagi perusahaan dan karyawan atas kepuasan pelanggan yakni (Kasmir, 2017: 238)

- a) Menumbuhkan loyalitas pelanggan
- b) Mengulang kembali pembelian produknya
- c) Menambah pembelian
- d) Memberikan promosi gratis dari mulut kemulut
- e) Meningkatkan keuntungan atau laba

2.3 Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Kepuasan

CRM adalah proses membangun dan menjaga hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan melalui penyediaan produk yang bernilai bagi

pelanggan dan menciptakan kepuasan (Schiffman dan Kanuk, 2004: 90). Perusahaan yang berhasil untuk menerapkan CRM secara tepat akan menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa CRM memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan.

Manajemen hubungan pelanggan akan menimbulkan kepuasan pasien, jika para mitra pemasar mampu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Tetapi jika mitra pemasar tidak mampu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan maka akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Hal ini akan mempengaruhi produktivitas perusahaan. Menurut Kotler (2008: 148) Customer Relationship management adalah proses mengelola informasi rinci tentang pelanggan perorangan dan semua dari titik kontak pelanggan secara seksama untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan.

Dalam bisnis saat ini, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting untuk terciptanya kepuasan pelanggan. Kotler dan Armstrong (2016: 408) menjelaskan bahwa kualitas produk atau layanan merupakan karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk memuaskan atau mencukupi kebutuhan pelanggan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Bintarto, ETTY, Agus (2021)	Pengaruh Customer relationship	Analisis regresi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa customer relationship

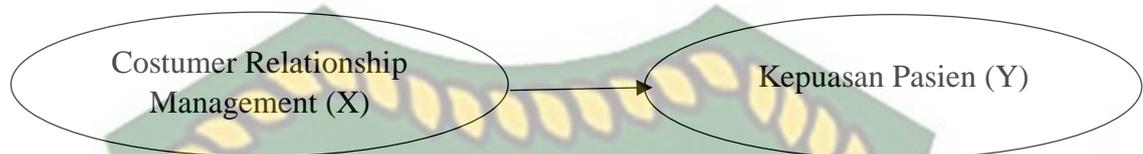
		management terhadap kepuasan pelanggan hotel di Samarinda	linier sederhana	managemen berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Samarinda
2	Ezra Edi Hastono (2013)	Pengaruh Costumer Relationship Management terhadap kepuasan pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Panti Wilasa Citarum Semarang	Analisis regresi linier sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa costumer relationship management berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Panti Wilasa Citarum Semarang
3	Rezky Amalia Amal (2018)	Pengaruh Costumer Relationship Management terhadap kepuasan pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Ibnu Sina Kota Makassar	Analisis regresi linier sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa costumer relationship management berpengaruh secara signifikan terhadap Rawat Inap Di Rumah Sakit Ibnu Sina Kota Makassar
4	Fakih Aidar Anshori (2017)	Pengaruh Costumer Relationship Management terhadap kepuasan pasien rawat jalan dan rawat Inap kelas 2 Rumah Sakit Annisa Cikarang	Analisis regresi linier sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa costumer relationship management berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan dan rawat Inap kelas 2 Rumah Sakit Annisa Cikarang

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

2.5 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Garnet (2007)

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti kebenarannya melalui data yang terkumpul (Arikunto, 2006). Berdasarkan permasalahan masalah dan telaah pustaka, maka hipotesis sebagai berikut: “Customer relationship management berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengobatan pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan”

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh customer relationship management terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengobatan pada RSUD Selasih yang beralamatkan di Pangkalan Kerinci Barat, Kec. Pelalawan Kabupaten Pelalawan Riau, 28654.

3.2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipahami dan dipelajari yang berhubungan dengan variabel penelitian sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian dapat ditarik kesimpulannya, yaitu:

1. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi penyebab dari variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Customer Relationship Management (X)

2. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel lain. Dalam variabel ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen (Y). Adapun Operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Customer Relationship Management (X) Adalah sebuah proses untuk mengelola informasi konsumen secara perorangan dan semua titik kontak konsumen secara bersamaan untuk memaksimalkan kepuasan konsumen (Kotler dan Keller, 2004)	People (manusia)	<ul style="list-style-type: none"> • Keramahan karyawan • Pelayanan karyawan dengan menjaga hubungan yang baik • Keterampilan pegawai 	Ordinal
	Proses (proses)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan dalam melakukan transaksi • Ketersediaan pelayanan pelanggan • Kecepatan proses penanganan keluhan yang cepat • Hubungan berkelanjutan antara perawat dan pasien. • Pemberian diskon • Penanganan keluhan dan pemenuhan keinginan 	Ordinal
	Technology (teknologi)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan pelanggan mendapatkan informasi melalui media elektronik • Penggunaan teknologi pemesanan online • Iklan online 	Ordinal
	Pengetahuan dan pemahaman	<ul style="list-style-type: none"> • Memahami keinginan pasien • Mengetahui segala apa yang dikeluhkan pasien 	Ordinal
Kepuasan (Y) Adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi	Tingkat Kepuasan	<ul style="list-style-type: none"> • Puas dengan jasa pengobatan • Perbedaan dengan pelayanan di jasa pengobatan yang lain 	Ordinal
	Kepuasan dibandingkan harapan	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil yang sesuai dengan harapan 	Ordinal

terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono, 2012)		<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang sesuai harapan • Terpenuhinya harapan konsumen untuk sembuh 	
	Minat berkunjung kembali	<ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan mengunjungi kembali • Minat dan kebutuhan terpenuhi • Tertarik untuk menggunakan jasa pengobatan 	Ordinal
	Merekomendasikan	<ul style="list-style-type: none"> • Pasien merekomendasi kepada kerabat • Pelanggan memberikan testimony kepada masyarakat sekitar 	Ordinal

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti atau dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:61). Adapun populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pasien BPJS dan Non BPJS yang berjumlah 18.556

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006). Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling*

menurut Sugiyono (2013: 156) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Responden tersebut didapatkan dengan cara bekerja sama dengan RSUD Selasih untuk menyebarkan kuesioner dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan tujuan dan secara kebetulan pada saat menemukan responden di tempat atau objek penelitian yang berjumlah 72 orang yang terdiri dari pasien BPJS dan Non BPJS

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder, berupa data kuantitatif dan kualitatif berikut ini:

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2012: 137), data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil survei kepada pengunjung dan pasien RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan.

2. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur dari berbagai buku maupun jurnal ilmiah. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian (Nazir, 2011). Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung dari objek penelitiannya, melainkan dari sumber lain, baik lisan maupun tulisan (Nazir, 2011).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode survey dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket

(kuesioner) yang diwujudkan dalam bentuk pernyataan. Menurut Sugiyono (2013) kuesioner merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab berikut ini:

1) **Wawancara**

Menurut Sugiyono (2012:137), Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Proses memperoleh keterangan untuk tujuan peneliti dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau koresponden dengan alat yang digunakan yang disebut interview guide (panduan wawancara).

2) **Kuisisioner**

Sugiyono (2012: 142) berpendapat bahwa kuisisioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Angket dalam penelitian ini berbentuk rating scale, yang berupa butir-butir pernyataan-pernyataan yang diikuti oleh kolom-kolom yang menunjukkan tingkatan: Sangat Setuju (SS) Setuju (S), Cukup Setuju (CS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat

Tidak Setuju (STS). Pada setiap pernyataan yang dijawab oleh responden memiliki nilai yang tercantum dalam tabel 5 dibawah ini:

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban Responden

Alternatif Jawaban	Skor Butir Soal
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2013

3.6 Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. “Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut” (Ghozali, 2012). Uji validitas adalah instrument yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang sepantasnya harus diukur (Sugiyono, 2011).

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antar data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya apa yang terjadi pada objek peneliti sehingga terdapat data yang valid. uji validitas digunakan untuk mengukur data yang terkumpul agar hasilnya valid. dengan instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu diharuskan valid. uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi bivariante diantara masing-masing skor perindikator dengan total skor variabel penelitian (Aslichati, 2011)

Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Dengan ketentuan sebagai berikut (Priyono, 2015) :

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)
- c) Dengan memperhatikan kolom Corrected Item-Total Correlation apabila nilai tiap variabel lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan reliable atau tetap konsisten jika dilakukan berkali-kali pada waktu yang beda. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik cronbach's alpha. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur kuesioner yang merupakan bagian indikator dari variabel-variabel yang diukur dengan uji statistic cronbach's alpha.

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas suatu skor dari suatu instrumen pengukur. Pengujian realibilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan *one shot*. Pengujian realibilitasnya digunakan uji statistic *cronbach alpha*, suatu konstruk atau variabel dikatakan realibel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ (ghozali,2013) . Pengujian realibilitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan *software statistical package for social science* (SPSS) versi 20.

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Menurut Ghozali, (2012) “Instrumen dikatakan reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”. Dengan ketentuan sebagai berikut (Priyono, 2015):

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)
- c. Dengan memperhatikan kolom Alpha If Item Deleted apabila nilai tiap variabel lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya data sampel. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual itu berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2012). Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya data sampel. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual itu berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2005). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik normal probability plot (grafik plot). Normalitas

dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data atau titik pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali, 2005). Uji normalitas tersebut juga dibutuhkan dalam melakukan uji statistik F dan Uji Statistik T.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik normal probability plot (grafik plot). Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data atau titik pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali, 2012). Uji normalitas tersebut juga dibutuhkan dalam melakukan uji statistik F dan Uji Statistik T.

Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik. Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data (titik) menyebar menjauh dari garis diagonal, maka tidak menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh customer relationship management terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa pengobatan pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasi Kabupaten Pelalawan. Rumus matematis dari regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Ghozali, 2012: 82):

$$Y = a + b X + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi antara CRM terhadap kepuasan

X = Customer Relationship Management

e = error

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase variabel independent terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinansi, semakin baik variabel independent dalam menjelaskan variabel dependennya, yang berarti persamaan regresi baik digunakan untuk mengestimasi nilai variabel dependen. (Sugiono, 2012).

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen pada pengujian hipotesis pertama koefisien determinasi dilihat dari besarnya nilai (*Adjusted R2*) untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas yaitu tekanan ketaatan, kompleksitas tugas, efikasi diri, tekanan anggaran waktu terhadap *audit judgment*. Nilai (*Adjusted R2*) mempunyai interval antara 0 dan 1.

Jika nilai *Adjusted R2* bernilai besar (mendekati 1) berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan jika (*Adjusted R2*) bernilai kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*cross-sectional*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun

waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2011).

3. Uji Hipotesis

a. Uji t Parsial

Menurut Ghozali (2012: 98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Salah satu cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungannya lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2012).

Untuk mempengaruhi variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dengan demikian variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat yang ada dalam model. Sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, dengan demikian variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikat atau dengan kata lain tidak ada pengaruh antara dua variabel yang diuji.

Salah satu cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungannya lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2012). Hipotesis nol (H_0) artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan

terhadap variabel dependen. Hipotesis alternative (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol.

H_0 : apabila signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen

H_a : apabila signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen



BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan

Rumah sakit kebanggaan Kabupaten Pelalawan, RSUD Selasih terus meningkatkan kinerjanya secara maksimal, baik dalam bidang pelayanan, pengobatan ataupun pada sarana dan prasarana. Dan untuk memaksimalkan hal tersebut, maka diakhir tahun 2013 mendatang atau awal 2014 nanti, RSUD Selasih akan berstatus Badan Layanan Umum Daerah (BLUD)

Dengan status BLUD maka RSUD akan mengatur rumah tangganya sendiri, artinya dapat menggunakan jasa pelayanan tanpa tergantung anggaran dari Pemerintah melalui APBD, dan setiap instansi yang berhubungan dengan pelayanan masyarakat bisa membentuk BLUD. RSUD Selasih diresmikan Sembilan tahun yang lalu oleh Gubernur Riau HM Rusli Zainal, tepatnya tanggal 20 Mart 2004, RSUD Selasih memiliki standar Rumah Sakit tipe C. Meski sudah terakreditasi namun saat itu, keberadaan RSUD Selasih mash berada di bawah naungan Dinas Kesehatan Pelalawan. Lima tahun kemudian, di tahun 2009, rumah sakit berplat merah in menjadi satuan kerja tersendiri, lepas dari naungan Dinas Kesehatan Kabupaten Pelalawan.

Sejak tahun 2009 hingga tahun 2014 ini, RSUD Selasih terus berupaya mengacu ke tipe B non pendidikan yang hanya fokus ke pelayanan. Karena itu, kita terus berupaya memberikan pelayanan dasar yang lebih baik kepada masyarakat. Selama ini, dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat, RSUD Selasih harus mengacu pada Prosedur Tetap (Protap). Dan ini sesuai dengan

Akreditasi Nasional yang sudah ditetapkan berdasarkan ketentuan RSUD kelas C.

Tak hanya

itu, keseriusan SUD Selasih dalam meningkatkan pelayanannya pada masyarakat juga dengan menerapkan program Hospital by Law atau Peraturan Internal rumah Sakit.

Peraturan internal rumah sakit ini sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan (Kepmenkes) RI. Dalam Kepmenkes itu dijelaskan bahwa hospital by law ini mengacu pada pedoman peraturan internal rumah sakit yang disesuaikan dengan situasi, kondisi dan kebutuhan masing-masing rumah sakit. Sementara pelayanan di RSUD Selasih telah diatur dalam Peraturan Bupati Pelalawan Nomor 12 Tahun 2013 tentang Pola Tata Kelola Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan.

Sedangkan untuk pasien yang menggunakan program Jaminan Kesehatan Daerah (Jamkesda), dari tahun ke tahun pasien Jamkesda ini terus bertambah. Dan untuk pelayanan kesehatan terhadap masyarakat miskin yang menggunakan Jamkesda ini, pihak SUD tetap memberikan pelayanan secara maksimal tanpa dikenakan biaya, baik itu obat maupun yang lainnya.

Dan dari tahun ke tahun, pasien yang berobat di SUD Selasih, baik itu yang rawat jalan, rawat inap maupun yang dirawat IGD dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Untuk tahun 2010, pasien rawat jalan mencapai 14.002 pasien dan rawat inap sebanyak 2079, jumlah total mencapai 16.081 pasien. Dan di tahun 2011, jumlah pasien yang dirawat di SUD Selasih mencapai 25.478 pasien. Dari jumlah

tersebut, rinciannya 22.450 pasien umum, rawat inap 3.028 pasien jumlah 25.478 pasien. Sedangkan di tahun 2012, pasien yang rawat jalan sebanyak 22.987 pasien, rawat inap 2.669 dengan jumlah keseluruhan 25.656. Sejak tahun 2009 hingga tahun 2014 ini, RSUD Selasih terus berupaya mengacu ke tipe B non pendidikan yang hanya fokus ke pelayanan. Karena itu, kita terus berupaya memberikan pelayanan dasar yang lebih baik kepada masyarakat.

Selama ini, dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat, RSUD Selasih harus mengacu pada Prosedur Tetap (Protap). Dan ini sesuai dengan Akreditasi Nasional yang sudah ditetapkan berdasarkan ketentuan RSUD kelas C. Tak hanya itu, keseriusan RSUD Selasih dalam meningkatkan pelayanannya pada masyarakat juga dengan menerapkan program Hospital by Law atau Peraturan Internal rumah Sakit. Peraturan internal rumah sakit ini sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan (Kepmenkes) RI Nomor 772/Menkes/SK/V1/02 tentang Peraturan Internal RS. Pelayanan Jamkesda di RSUD Selasih berjalan lancar dan pasien yang menggunakan jamkesda dilayani sebagaimana mestinya. Apalagi, Jamkesda ini merupakan tanggung jawab Pemerintah Daerah dengan anggaran dananya yang dibayarkan kepada pihak RSUD ataupun puskesmas yang ada.

Tentunya, program Jamkesda yang diperuntukkan bagi masyarakat miskin dan tidak mampu ini juga harus melengkapi persyaratan yang sudah ditentukan seperti rujukan surat miskin. dari puskesmas yang melakukan rujukan kepada Rumah Sakit atau kepengurusan surat tidak mampu dari Dinas Kesehatan bagi pasien RSUD.

Sesuai dengan Peraturan Daerah (Perda) Nomor 2 tahun 2012, terhitung sejak tanggal 1 Februari 2013 lalu, RSUD Selasih Pangkalan Kerinci memberlakukan kenaikan tarif pelayanan umum untuk jasa sarana dan pelayanan. Kenaikan tersebut merupakan dampak dari kenaikan biaya jasa dan sarana Retribusi Jasa Umum (RJU) yang tertuang dalam Peraturan Daerah (Perda) Nomor 2 tahun 2012 tentang Retribusi Jasa Umum.

4.2 Visi dan Misi RSUD Selasih

a. Visi

Visi RSUD Selasih ini sebagai pusat rujukan pelayanan kesehatan yang unggul, terpercaya dan dan terbilang tahun 2020

b. Misi

Adapun misi RSUD Selasih ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menyelenggarakan pelayanan kesehatan rujukan dan spesialis
- 2) Memberikan pelayanan kesehatan dasar secara prima, bermutu dan professional
- 3) Memberikan pelayanan asuhan keperawatan secara merata, menyeluruh dan berkeadilan
- 4) Melengkapi sarana dan prasarana penunjang medis yang berkualitas dan bermanfaat secara optimal

c. Moto

Memberikan pelayanan yang amanah (Aman, Mudah, Akurat, Nyaman Dan Akuntabel, Handal)

d. Tugas

- 1) Melaksanakan upaya kesehatan secara berdaya guna dan berhasil guna dengan mengutamakan penyembuhan, pemulihan yang dilakukan secara serasi, terpadu dengan upaya peningkatan dan pencegahan serta melaksanakan upaya rujukan
- 2) Melaksanakan pelayanan yang bermutu sesuai standar pelayanan rumah sakit

e. Fungsi

- 1) Pelayanan medis
- 2) Pelayanan medis dan para medis
- 3) Pelayanan asuhan keperawatan
- 4) Pelayanan rujukan pendidikan dan pelatihan
- 5) Pelayanan administrasi umum dan keuangan
- 6) Penelitian dan pengembangan

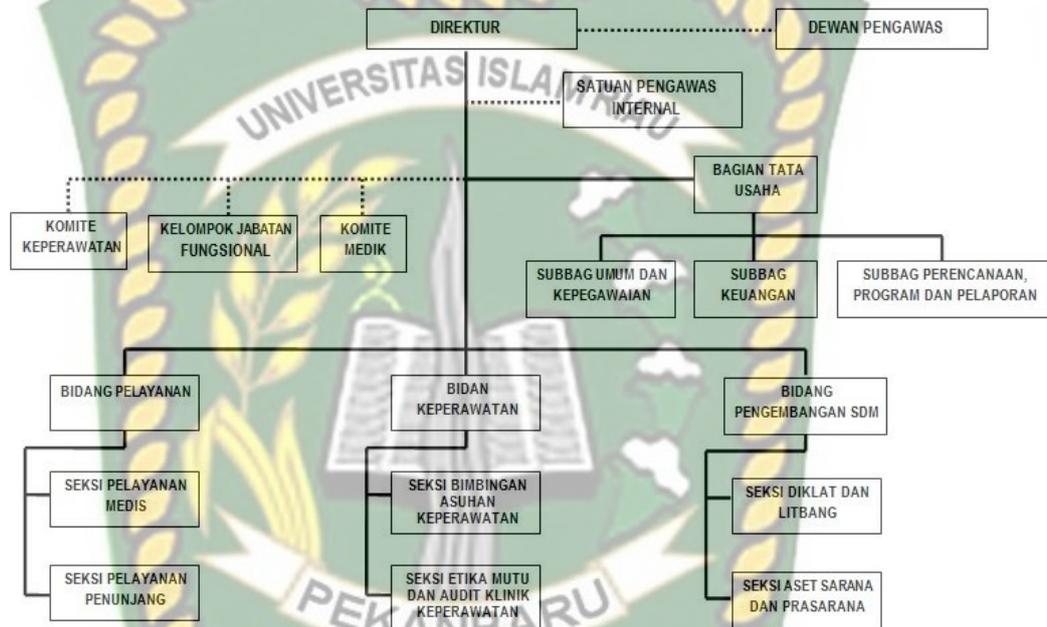
4.3 Struktur Organisasi RSUD Selasih

Struktur organisasi diperlukan untuk membedakan batas-batas wewenang dan tanggungjawab secara sistematis yang sudah ditunjukkan adanya hubungan atau keterkaitan antara setiap bagian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pembentukan organisasi dan pendelegasian wewenang serta tugas yang merupakan unsur utama dan juga merupakan sebuah alat untuk mencapai pengawasan yang baik.

Pengorganisasi yang berguna untuk mempersatukan orang dan sumber daya yang ada untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan. Dalam mencapai tujuan

perusahaan ini harus ditentukan alat-alat mana yang sesuai, siapa pemegang kunci dari jabatan yang dilakukannya dan setiap manajer yang memiliki wewenang untuk mengatur divisi masing-masing.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan



Sumber: RSUD Selasih, 2021

Tugas dan Tanggungjawab Pegawai RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan

1. Direktur

Direktur sebagai pimpinan yang bertugas untuk memimpin, mengatur, merumuskan, membina, mengendalikan, mengkoordinasikan, mengawasi dan mempertanggungjawabkan pelaksanaan tugas Rumah Sakit Umum Daerah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2. Bagian Tata Usaha merupakan unsur Staff

Bagian Tata Usaha dipimpin oleh Kepala Bagian dan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya bertanggungjawab kepada direktur. Bagian tata usaha bertugas

untuk memimpin, merumuskan, mengatur, membina, mengendalikan, mengkoordinasikan dan mempertanggungjawabkan tugas-tugas dibidang pengelolaan pelayanan ketatausahaan yang meliputi:

a. Kassubag Umum

- 1) Menyusun rencana kegiatan dibidang ketatausahaan RSUD
- 2) Pelaksanaan administrasi umum RSUD
- 3) Penyelenggaraan kegiatan pembuatan dan penggandaan surat/naskah dinas
- 4) Pelaksanaan penyimpanan, pengaturan dan pemeliharaan arsip
- 5) Pelaksanaan dan pengelolaan publikasi dan keprotokolan
- 6) Pelaporan hasil pelaksanaan tugas

b. Kassubag Kepegawaian

- 1) Penyusunan rencana kegiatan pengelolaan administrasi kepegawaian dan pengembangan sumber daya manusia
- 2) Pengumpulan dan pengolahan data pengelolaan administrasi kepegawaian
- 3) Penyusunan petunjuk teknik pengelolaan administrasi kepegawaian
- 4) Pengelolaan administrasi kepegawaian dan pengolahan data kepegawaian
- 5) Pelaksanaan peningkatan kesejahteraan pegawai
- 6) Penyusunan usulan pendidikan dan pelatihan pegawai

c. Kassubag Keuangan

- 1) Penetapan rumusan kebijakan teknis penyusunan program dan anggaran RSUD
- 2) Penetapan rumusan kebijakan teknis penyusunan program dan anggaran RSUD
- 3) Penetapan rumusan kebijakan penyusunan teknis/ prosedur tetap pengelolaan administrasi keuangan
- 4) Penetapan rumusan kebijakan teknis pengelolaan administrasi keuangan

3. Bidang pelayanan Medik

Bidang pelayanan medik dipimpin oleh Kepala Bidang dan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya bertanggungjawab kepada Direktur melalui bagian Tata Usaha.

1) Bidang Tata Usaha

Kabid Pelayanan Medik bertugas mengatur dan mengkoordinasikan semua kebutuhan pelayanan medis dan penunjang medis, melaksanakan pemantauan, pengawasan bangunan fasilitas serta pelayanan medis dan penunjang medis, melakukan pengawasan dan pengendalian penerimaan serta pemulangan pasien.

2) Kasi Pelayanan Medik

Bertugas untuk melayani dan mengkoordinasikan segala kebutuhan instalasi rawat inap, IGD, instalasi pemeliharaan sarana dan prasarana rumah sakit, instalasi rehabilitasi medik, instalasi farmasi dan instalasi gizi, melayani dan

mengkoordinasikan segala kebutuhan instalasi rawat jalan, instalasi bedah sentral, instalasi perawatan intensi dan VIP, instalasi radiologi dan laboratorium

3) Kasi Keperawatan

Seksi keperawatan bertugas untuk memimpin, merumuskan, mengatur, membina, mengendalikan, mengkoordinasikan dan mempertanggungjawabkan tugas-tugas di bidang keperawatan.

4.4 Aktivitas RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan

Untuk fasilitas di RSUD Selasih ini sendiri, sampai saat ini selasih telah memiliki fasilitas poli bedah, poli kandungan, poli anak, poli syaraf, poli mata, poli penyakit dalam, poli paru, poli gigi, poli fisiotherapi, poli umum dan apotik. RSUD Selasih juga mempunyai fasilitas Klinik Voluntary Clinical Treatment (VCT). Fungsinya itu untuk memberikan pelayanan terhadap pasien penderita HIV/AIDS dengan cara merangkul, mengajak pasien agar berobat dan sembuh.

Disamping itu, kini dengan selesainya pembangunan proyek air bersih yang selama ini selalu menjadi keluhan masyarakat baik pasien maupun keluarga pasien sudah teratasi, tempat pembangunan proyek bersih terletak pada bagian timur RSUD yang telah tuntas pembangunannya yang membuat persoalan air kini sudah teratasi karena air sudah mengalir ke seluruh ruangan dan kamar RSUD.

Proses pengolahan air bersih yang disedot dari perut bumi ini dalam prosesnya melalui beberapa tahapan. Pertama air di sedot kemudian di masukkan kedalam bak penampungan. Dari bak itu di pindah ke bak kedua untuk proses sanitasi kedua. Selanjutnya di sedot dan dialihkan ke tower penampungan

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Umum Responden

Identitas umum responden merupakan sebuah penilaian dari peneliti yang menunjukkan secara langsung sejauh mana identitas responden yang selalu mengunjungi RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan ini. Dengan menunjukkan sejauh mana identitas umum responden juga dilihat dan dapat diambil kesimpulannya. Adapun identitas atau karakteristik umum responden ini adalah: Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan tertinggi dan pekerjaan. Untuk melihat karakteristik umum responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

5.1.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin merupakan sebuah penilaian dari peneliti yang menunjukkan secara langsung sejauh mana pasien yang berobat dan berkunjung ke RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan ini. Karena dengan menilai jenis kelamin maka akan dapat diambil kesimpulan dari sejauh mana yang selalu berkunjung ke rumah sakit tersebut. Untuk melihat identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.1
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Perempuan	45	62,5
2	Laki-laki	27	37,5
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui identitas responden berdasarkan jenis kelamin yang berjumlah 72 orang. Responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 45 orang atau 62,5%. Dan responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 27 orang atau 37,5%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang selalu berkunjung dan berobat ke RSUD Selasih ini ialah perempuan. Hal ini dikarenakan bahwa perempuan lebih banyak berobat dan selalu kerumah sakit untuk menyembuhkan penyakitnya dibandingkan laki-laki.

5.1.2 Usia Responden

Usia merupakan sebuah penilaian dari peneliti yang menunjukkan sejauh mana pasien atau konsumen yang berobat ke RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan ini, usia merupakan standar dari peneliti yang dinilai seberapa dominan usia yang selalu mengunjungi objek penelitian tersebut. Untuk melihat identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.2
Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	20- 25 Tahun	10	13,8
2	26- 30 Tahun	9	12,5
3	31- 40 Tahun	20	27,7
4	41- 50 Tahun	22	30,5
5	Diatas 50 Tahun	11	15,2
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui identitas responden berdasarkan usia yang berjumlah 72 orang. Responden yang berusia 20-25 tahun berjumlah 10 orang atau 13,8%. Responden yang berusia 26- 30 tahun berjumlah 9 orang atau 12,5%.

Responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 20 orang atau 27,7%. Responden yang berusia 41-50 tahun berjumlah 22 orang atau 30,5%. Dan responden yang berusia diatas 50 tahun berjumlah 11 orang atau 15,2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang selalu mengunjungi RSUD Selasih ini ialah berusia 41-50 tahun hal ini dikarenakan bahwa banyak dari pasien dan pengunjung yang usia tua untuk pergi berobat dan selalu mengalami keluhan pada dirinya.

5.1.3 Pendidikan Tertinggi Responden

Pendidikan tertinggi merupakan sebuah penilaian dari peneliti yang menunjukkan sejauh mana responden atau pengunjung yang selalu ke RSUD Selasih ini untuk berobat. Dengan melihat pendidikan tertinggi maka akan secara langsung sejauh mana pendidikan responden yang mengunjungi rumah sakit. Untuk melihat identitas responden berdasarkan pendidikan tertinggi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.3
Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi

No	Pendidikan tertinggi Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	10	13,8
2	SMP	24	33,3
3	SMA/SMK	27	37,5
4	S1	11	15,2
5	Pascasarjana	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa identitas responden pendidikan tertinggi berjumlah 72 orang. Responden yang berpendidikan SD berjumlah 10 orang atau 13,8%. Responden yang berpendidikan SMP berjumlah 24 orang atau

33,3%. Responden yang berpendidikan SMA/SMK berjumlah 27 orang atau 37,5%. Dan responden yang berpendidikan S1 berjumlah 11 orang atau 15,2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang selalu mengunjungi dan berobat di RSUD Selasih ini ialah berpendidikan SMA/SMK. Hal ini dikarenakan memang lebih banyak pasien yang tamatan SMA dibandingkan yang lainnya. Hal ini tidak mempengaruhi penilaian dari seseorang terhadap pendidikan tersebut.

5.1.4 Pekerjaan Responden

Pekerjaan merupakan salah satu penilaian dari peneliti yang menunjukkan sejauh mana pasien yang bekerja dengan memenuhi kebutuhan penyakit atau menyembuhkan penyakitnya di RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan ini. Untuk melihat identitas responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.4
Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	PNS	15	20,8
2	BUMN	14	19,4
3	Karyawan Swasta	12	16,6
4	Wiraswasta	22	30,5
5	Mahasiswa/Pelajar	10	13,8
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui identitas responden berdasarkan pekerjaan yang berjumlah 72 orang. Responden yang bekerja sebagai PNS berjumlah 15 orang atau 20,8%. Responden yang bekerja sebagai BUMN berjumlah 14 orang atau 19,4%. Responden yang bekerja sebagai karyawan swasta

berjumlah 12 orang atau 16,6%. Responden yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 22 orang atau 30,5%. Dan responden sebagai mahasiswa/pelajar berjumlah 10 orang atau 13,8%

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang selalu berkunjung dan berobat ke RSUD Selasih ini ialah pasien yang bekerja sebagai wiraswasta. Hal ini dikarenakan bahwa banyaknya penduduk yang ada di Kabupaten Pelalawan ini yang mengutamakan kesembuhannya terutama yang bekerja sebagai wiraswasta.

5.2 Uji Kualitas Data

5.2.1 Uji Validitas Data

Menurut Sugiyono (2011) Uji Validitas adalah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan telah sesuai menjalankan keperluannya dengan menunjukkan ketepatan dan kecermatan dari alat ukur yang digunakan untuk selanjutnya mendeskripsikan hasil penelitian.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antar sebuah data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya apa yang terjadi pada objek peneliti sehingga terdapat data yang valid. Uji validitas digunakan untuk mengukur data yang terkumpul agar hasilnya valid. dengan instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu diharuskan valid. Dalam penelitian ini diketahui bahwa r tabel dalam penelitian ialah dengan rumus $Df = N - 1 = 72 - 2 = 70$ ialah 0,231. Untuk melihat hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.5
Uji Validitas Data

Variabel	Rhitung (Pearson Correlation)	rtabel	Keterangan
Costumer Relationship Management (X)	0,754	0,231	Valid
	0,796	0,231	Valid
	0,706	0,231	Valid
	0,642	0,231	Valid
	0,534	0,231	Valid
	0,802	0,231	Valid
	0,776	0,231	Valid
	0,731	0,231	Valid
	0,814	0,231	Valid
	0,756	0,231	Valid
	0,739	0,231	Valid
	0,681	0,231	Valid
	0,820	0,231	Valid
	0,867	0,231	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	0,714	0,231	Valid
	0,771	0,231	Valid
	0,663	0,231	Valid
	0,740	0,231	Valid
	0,753	0,231	Valid
	0,751	0,231	Valid
	0,730	0,231	Valid
	0,694	0,231	Valid
	0,661	0,231	Valid
	0,847	0,231	Valid

Sumber: Data Output SPSS, 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini merupakan uji validitas pada variabel Costumer Relationship Management (X), dan kepuasan konsumen (Y) yang diketahui bahwa nilai r tabel sebesar 0,231. Suatu indikator dikatakan valid apabila nilai pearson correlation lebih besar dari nilai r tabel. Jadi dapat diartikan bahwa secara keseluruhan dari 14 indikator variabel costumer relationship management (CRM), dan 10 indikator variabel kepuasan konsumen yang memiliki data yang valid dan bisa dilanjutkan oleh penelitian selanjutnya.

5.2.2 Uji Reliabilitas Data

Uji Reliabilitas dipergunakan atas dasar untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah sebuah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Menurut Ghazali (2012) mengatakan bahwa instrumen akan dikatakan reliabel apabila memiliki kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

Uji reliabilitas ialah suatu pengujian yang digunakan oleh peneliti untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang telah dikumpulkan sudah reliable atau tidak. Dikatakan data atau pernyataan yang reliable jika kuesioner dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama, artinya reliable merupakan sebuah konsistensi dari hasil tes uji. Untuk melihat hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.6
Uji Reliabilitas Data

Variabel	Item	Nilai Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Costumer Relationship Management (X)	14	0,938	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	10	0,904	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS 26, 2022

Dari tabel diatas diketahui mengenai uji reliabilitas dan yang terlihat nilai uji reliabilitas Costumer Relationship Management (X) lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha ($0,938 > 0,60$), dan variable kepuasan konsumen (Y) lebih besar dibandingkan dengan batas nilai cronbach's alpha ($0,904 > 0,60$). Artinya bahwa semua keseluruhan item pada variabel costumer relationship

management dan kepuasan konsumen dapat dikatakan reliable dan layak digunakan.

5.3 Analisis Deskriptif Variabel Customer Relationship Management (X) pada RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan

Customer Relationship Management adalah proses mengubah perilaku pelanggan dari waktu ke waktu dan belajar dari setiap interaksi yang menyesuaikan perbaikan pelanggan, dan memperkuat ikatan antara pelanggan dan perusahaan. Sebuah system yang terintegrasi yang digunakan untuk merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas-aktivitas penjualan dan pasca penjualan dalam sebuah organisasi. Karena dengan adanya perubahan dan memberikan nilai yang baik kepada setiap konsumen maka akan mempermudah jalannya suatu perusahaan dan bisnis yang sedang dijalankan. Untuk menjelaskan dimensi dari relationship management dapat dijelaskan berikut ini:

1. Pegawai RSUD Selasih Selalu Ramah Kepada Pasien

Keramahan dan memberikan sikap yang sangat positif kepada seseorang maka akan mempermudah setiap hal yang harus dilakukan oleh orang lain. Apalagi pada setiap rumah sakit yang mana diharuskan karyawan atau pegawainya ramah dalam melayani setiap pasien tersebut. Karena jika pegawai tidak ramah dalam melayani pengunjung maka pasien atau pengunjung tidak akan kembali lagi ke rumah sakit tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pegawai RSUD Selasih selalu ramah kepada pasien dan pengunjung dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.7
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai RSUD Selasih Selalu Ramah
Kepada Pasien

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	13	18
2	Setuju	17	23,6
3	Cukup Setuju	24	33,3
4	Tidak Setuju	18	25
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pegawai RSUD Selasih selalu ramah kepada pasien dan pengunjung yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 13 orang atau 18%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 17 orang atau 23,6%. Responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 24 orang atau 33,3%. Dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 18 orang atau 25%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah cukup setuju, hal ini dikarenakan bahwa pasien merasa bahwa perawat yang menjaga dan memberikan pelayanan kepada kami kurang ramah dan kurang bersosialisasi dengan baik, hal ini yang menyebabkan pasien sedikit mengeluh tentang keramahan dari perawat RSUD Selasih ini.

2. Pegawai RSUD Selasih Mampu Menjaga Hubungan Yang Baik

Menjaga hubungan yang baik dengan seseorang maupun konsumen maka akan lebih mempermudah orang tersebut dalam menerima dan memberikan dukungan yang positif kepada orang tersebut, khususnya kepada pasien, jika hubungan yang ada pada pasien dan pegawai itu baik, maka akan menciptakan suasana yang baik. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pegawai

RSUD Selasih mampu menjaga hubungan yang baik dengan pasien dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.8
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai RSUD Selasih Mampu Menjaga Hubungan Yang Baik

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	19	26,3
2	Setuju	13	18
3	Cukup Setuju	22	30,5
4	Tidak Setuju	18	25
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pegawai RSUD Selasih mampu menjaga hubungan yang baik dengan pasien yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 19 orang atau 26,3%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 13 orang atau 18%. Responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 22 orang atau 30,5%. Dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 18 orang atau 25%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah cukup setuju, hal ini dikarenakan bahwa pegawai yang ada di RSUD ini belum sepenuhnya mampu menjaga hubungan kepada pasien yang berobat dan kurang menjaga hubungan sosial secara berkelanjutan. Hal ini yang menyebabkan kurangnya komunikasi antara pegawai dan pasien.

3. Pegawai RSUD Selasih Memiliki Keterampilan

Keterampilan dalam merawat atau dalam melayani seseorang pada sebuah Rumah Sakit maka akan mempermudah seseorang yang memberikan tindakan yang

baik agar dalam setiap melayani pasien dengan keterampilan yang baik menjadikan pasien tersebut puas. Karena jika seseorang tidak memiliki keterampilan yang baik maka akan menjadikan seorang itu sulit untuk menerima apa yang ditangani oleh pegawai tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pegawai RSUD Selasih memiliki keterampilan dalam merawat pasien dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.9
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai RSUD Selasih Memiliki Keterampilan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	32	44,4
2	Setuju	27	37,5
3	Cukup Setuju	13	18
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pegawai RSUD Selasih memiliki keterampilan dalam merawat pasien yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 orang atau 44,4%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 27 orang atau 37,5%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 13 orang atau 18%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa pasien selalu menilai bahwa pegawai yang ada di RSUD Selasih ini selalu terampil dalam bekerja dan mampu melayani pasien sesuai dengan tingkat kemampuannya, sehingga pasien merasa puas dan ingin berobat kembali ke RSUD Selasih ini.

4. RSUD Selasih Memberikan Kemudahan Melakukan Pembayaran dan Transaksi

Kemudahan pasien dalam melakukan transaksi dalam membayar dan mengurus administrasi pembayaran akan memungkinkan konsumen atau pasien merasa tenang dan nyaman, karena dalam memudahkan transaksi pasien tidak perlu melakukan hal yang lain dalam menyelesaikan atau menuntaskannya. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memberikan kemudahan kepada pasien yang melakukan pembayaran dan transaksi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.10
Tanggapan Responden Mengenai RSUD Selasih Memberikan Kemudahan Melakukan Pembayaran Dan Transaksi

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	38	52,7
2	Setuju	24	33,3
3	Cukup Setuju	10	13,8
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memberikan kemudahan kepada pasien yang melakukan pembayaran dan transaksi yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 38 orang atau 52,7%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 24 orang atau 33,3%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 10 orang atau 13,8%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa pasien yang selalu berkunjung dan berobat ke RSUD ini mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi, khususnya pada pembayaran tunai atau debit. Hal ini akan memuaskan pasien karena mudah dalam melakukan pembayaran.

5. RSUD Selasih Mampu Menyediakan Semua Pelayanan Yang Diberikan

Menyediakan pelayanan yang diberikan oleh seseorang untuk melakukan dan memberikan kemudahan yang dapat memberikan pilihan kepada setiap konsumen untuk tersedianya setiap pelayanan yang dibutuhkan tersebut, karena jika ketidasediaan seseorang dalam melayani hal yang dibutuhkan maka akan kurang memuaskan konsumen. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai RSUD Selasih mampu menyediakan semua pelayanan yang diberikan untuk pasien dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.11
Tanggapan Responden Mengenai RSUD Selasih Mampu Menyediakan Semua Pelayanan Yang Diberikan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	31,9
2	Setuju	34	47,2
3	Cukup Setuju	15	20,8
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai RSUD Selasih mampu menyediakan semua pelayanan yang diberikan untuk pasien yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 23 orang

atau 31,9%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 34 orang atau 47,2%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 15 orang atau 20,8%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah setuju hal ini dikarenakan bahwa RSUD Selasih selalu menyediakan apa yang dibutuhkan oleh pasien dan menyeimbangkan antara keinginan dan selalu melayani pasien dengan baik.

6. RSUD Selasih Mampu Menangani Pasien Dengan Cepat Dan Tepat

Penanganan dalam sebuah rumah sakit akan mempermudah pelaksanaan setiap pekerjaan, jika setiap orang yang selalu dan mampu menangani apa yang seharusnya dilakukan oleh pelaksanaan yang memungkinkan, pelayanan yang cepat dan tepat akan membuat pasien puas. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai RSUD Selasih mampu menangani pasien dengan cepat dan tepat dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.12

Tanggapan Responden Mengenai RSUD Selasih Mampu Menangani Pasien Dengan Cepat Dan Tepat

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	26	36
2	Setuju	39	54
3	Cukup Setuju	7	9,7
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai RSUD Selasih mampu menangani pasien dengan cepat dan tepat yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 26 orang atau 36%. Responden

yang menjawab setuju berjumlah 39 orang atau 54%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 7 orang atau 9,7%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa RSUD selalu melayani dan menangani pasien dengan tepat pada kebutuhan pasien dengan baik, dan RSUD menangani dengan cepat. Tingkat pelayanan dalam menangani pasien ini sangat baik dan memudahkan konsumen.

7. Pegawai RSUD Selasih Selalu Berhubungan dan Berkomunikasi Dengan Pasien

Komunikasi dan berhubungan sosial dengan sebaik mungkin kepada setiap konsumen atau orang yang berkunjung ke Rumah Sakit ini akan mempermudah pelayanan dan proses yang diberikan oleh RS dalam menyeimbangkan kebutuhan dari pasien tersebut. Pelayanan yang memberikan hal yang mudah dan berkomunikasi akan dapat mempermudah jalannya dan situasi perusahaan. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pegawai RSUD Selasih selalu berhubungan dan berkomunikasi dengan pasien dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.13
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai RSUD Selasih Selalu Berhubungan Dan Berkomunikasi Dengan Pasien

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	18	25
2	Setuju	20	27,7
3	Cukup Setuju	28	38,8
4	Tidak Setuju	6	8,3
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pegawai RSUD Selasih selalu berhubungan dan berkomunikasi dengan pasien yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 18 orang atau 25%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 20 orang atau 27,7%. Responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 28 orang atau 38,8%. Dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 6 orang atau 8,3%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah cukup setuju, hal ini dikarenakan bahwa komunikasi antar perawat atau pegawai dengan pasien masih kurang berjalan dengan efektif, karena perawat tidak menginginkan untuk berubungan lebih dalam kepada setiap pasien.

8. RSUD Selasih Memberikan Diskon kepada Pasien

Memberikan diskon untuk menyeimbangkan suatu pilihan yang memungkinkan pasien atau konsumen, dengan memberikan diskon bagi pasien yang ingin merawat inap atau untuk berobat maka akan mempermudah pasien dan memuaskan pasien tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memberikan diskon apabila ada pasien yang sering berkunjung dan berobat dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.14
Tanggapan Responden Mengenai RSUD Selasih Memberikan Diskon kepada Pasien

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	17	23,6
2	Setuju	20	27,7
3	Cukup Setuju	27	37,5
4	Tidak Setuju	8	11
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memberikan diskon apabila ada pasien yang sering berkunjung dan berobat yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 17 orang atau 23,6%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 20 orang atau 27,7%. Responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 27 orang atau 37,5%. Dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 8 orang atau 11%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah cukup setuju, hal ini dikarenakan bahwa konsumen atau pasien selalu tidak pernah mendapatkan diskon dalam merawat inap dan berobat di RSUD Selasih ini, kecuali pasien yang memang inap di VIP mendapatkan diskon, dan pasien yang menggunakan BPJS Kesehatan selalu diberikan diskon atau pengurangan harga.

9. RSUD Selasih Mampu Menangani Setiap Keluhan

Menangani setiap keluhan yang alami oleh setiap pasien atau konsumen yang berkunjung dan berobat di RSUD Selasih ini akan memberikan penilaian dan kesesuaian kebutuhan yang dimiliki, baik itu untuk kesembuhan maupun dalam menyelesaikan penanganan setiap penyakit yang diderita pasien. Karena pada dasarnya jika pegawai RSUD tidak mampu menyelesaikan penanganan pasien dengan baik maka akan mempersulit pasien tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai RSUD Selasih mampu menangani setiap keluhan yang dialami pasien dengan baik dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.15
Tanggapan Responden Mengenai RSUD Selasih Mampu Menangani Setiap Keluhan

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	29	40,2
2	Setuju	36	50
3	Cukup Setuju	7	9,7
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai RSUD Selasih mampu menangani setiap keluhan yang dialami pasien dengan baik yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 29 orang atau 40,2%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 36 orang atau 50%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 7 orang atau 9,7%

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tanggapan tersebut ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa banyak dari konsumen atau pasien yang ditangani dengan baik dan pasien selalu sembuh setelah berobat di RSUD Selasih ini, hal ini yang membuat pasien puas terhadap apa yang di tangani oleh dokter atau perawat di RSUD ini.

10. RSUD Selasih Memberikan Kemudahan Pasien Mendapatkan Informasi

Kemudahan pasien dalam mendapatkan informasi melalui media atau pun media pesan yang akan menjadikan hal yang mudah dan fleksibel bagi setiap pasien yang membutuhkan informasi. Hal ini yang menjadikan pasien puas dalam hal tersebut. Pada dasarnya kemudahan seseorang untuk mendapatkan kebutuhan informasi akan menjadikan seseorang tersebut mampu menyeimbangkan antara

keinginan. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memberikan kemudahan pasien untuk mendapatkan informasi melalui via telepon dan messaging dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.16
Tanggapan Responden Mengenai RSUD Selasih Memberikan Kemudahan Pasien Untuk Mendapatkan Informasi

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	37	51,3
2	Setuju	35	48,6
3	Cukup Setuju	0	0
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memberikan kemudahan pasien untuk mendapatkan informasi melalui via telepon dan messaging yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 37 orang atau 51,3%. Dan responden yang menjawab setuju berjumlah 35 orang atau 48,6%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa pasien selalu mendapatkan informasi mengenai RSUD, kedatangan dokter dan jadwal dalam via telepon dan media yang lainnya yang membuat pasien aman dan mudah akan informasi.

11. RSUD Selasih Memiliki Web Atau Media Pemesanan Dokter Dan Rawat Inap Secara Online

Web dan media pemesanan pada dokter dan hal rawat inap akan menjadikan kemudahan dalam teknologi yang menjadikan sebuah dasar melakukan promosi

online dan pemesanan bagi pihak pasien yang membutuhkan informasi lebih lanjut, karena jika dalam web dan pemesanan media online dilakukan, akan lebih memudahkan pasien. Media online akan mempermudah jalannya seseorang untuk mendapatkan hal yang diinginkannya dan hal yang harus dilakukannya pada sebuah rumah sakit. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memiliki web atau media pemesanan dokter dan rawat inap secara online dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.17
Tanggapan Responden Mengenai RSUD Selasih Memiliki Web Atau Media Pemesaran Dokter Dan Rawat Inap Secara Online

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	16	22,2
2	Setuju	17	23,6
3	Cukup Setuju	25	34,7
4	Tidak Setuju	14	19,4
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memiliki web atau media pemesanan dokter dan rawat inap secara online yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 orang atau 22,2%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 17 orang atau 23,6%. Responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 25 orang atau 34,7%. Dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 14 orang atau 19,4%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah cukup setuju, hal ini dikarenakan bahwa web ataupun media pemesanan online pada RSUD Selasih ini tidak ada dan memang tidak

diberlakukan, pemesanan kamar ataupun penyakit harus datang langsung ke RSUD Selasih ini.

12. RSUD Selasih Memberikan Promosi Dan Iklan Pada Media Sosial

Memberikan promosi dan iklan pada sebuah media sosial akan memberikan keinginan kebutuhan dari setiap orang. Karena pada dasarnya jika RSUD memberikan promosi untuk berobat dan berkunjung maka akan mempermudah pasien untuk memenuhi apa yang diinginkannya. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memberikan promosi dan iklan pada media sosial untuk pasien yang membutuhkan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.18
Tanggapan Responden Mengenai RSUD Selasih Memberikan Promosi Dan Iklan Pada Media Sosial

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	20,8
2	Setuju	11	15,2
3	Cukup Setuju	28	38,8
4	Tidak Setuju	18	25
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memberikan promosi dan iklan pada media sosial untuk pasien yang membutuhkan yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 15 orang atau 20,8%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 11 orang atau 15,2%. Responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 28 orang atau 38,8%. Dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 18 orang atau 25%.

Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah cukup setuju, hal ini dikarenakan bahwa RSUD Selasih memang tidak menggunakan media sosial untuk promosi dan iklan yang menarik di media internet maupun elektronik lainnya, sehingga jika memang pasien yang membutuhkan perawatan intensif mereka langsung ke RSUD Selasih ini.

13. Pegawai RSUD Selasih Memahami Keinginan Dan Kebutuhan Pasien

Memahami dan menginginkan sesuatu yang dibutuhkan oleh seorang konsumen atau pasien akan mempermudah dan menjadikan pasien tersebut puas dalam setiap apa yang dilakukan oleh Rumah Sakit ini, hal ini yang akan menjadikan seseorang yang mendapatkan segala kebutuhannya akan dipenuhi. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pegawai RSUD Selasih memahami keinginan dan kebutuhan pasien dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.19
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai RSUD Selasih Memahami Keinginan Dan Kebutuhan Pasien

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	31	43
2	Setuju	27	37,5
3	Cukup Setuju	14	19,4
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pegawai RSUD Selasih memahami keinginan dan kebutuhan pasien yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 31 orang atau 43%.

Responden yang menjawab setuju berjumlah 27 orang atau 37,5%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 14 orang atau 19,4%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa setiap pasien yang berobat di RSUD ini selalu dipenuhi baik itu keinginan dan kebutuhan pasien, karena kesembuhan pasien adalah hal yang paling utama menurut RSUD Selasih ini.

14. Pegawai RSUD Selasih Mengetahui Segala Apa Yang Dibutuhkan Pasien

Pengetahuan dalam membutuhkan dan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pasien akan mempermudah seseorang untuk menyeimbangkan antara pengetahuan dan yang dilakukannya setelah mendapatkan apa yang diinginkannya. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pegawai RSUD Selasih mengetahui segala apa yang dibutuhkan pasien dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.20
Tanggapan Responden Mengenai Pegawai RSUD Selasih Mengetahui Segala Apa Yang Dibutuhkan Pasien

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	33	45,8
2	Setuju	28	38,8
3	Cukup Setuju	11	15,2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pegawai RSUD Selasih mengetahui apa yang dibutuhkan pasien yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 33 orang atau 45,8%.

Responden yang menjawab setuju berjumlah 28 orang atau 38,8%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 11 orang atau 15,2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa pasien selalu diberikan hal yang mudah dan di butuhkan oleh pasien, RSUD memahami dan mengetahui segala yang dibutuhkan pasien yang dirawat dan yang berobat. Hal ini dapat memberikan kepuasan bagi pasien.

Tabel 5.21
Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden berdasarkan Variabel
Costumer Relationship Management (CRM) (X) Konsumen pada Jasa
Pengobatan RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan

Variabel Costumer Relationship Management (CRM)	Skor Jawaban					Skor
	5	4	3	2	1	
Manusia (People)						
Pegawai RSUD Selasih selalu ramah kepada pasien dan pengunjung	13	17	24	18	0	241
Bobot Nilai	65	68	72	36	0	
Pegawai RSUD Selasih mampu menjaga hubungan yang baik	19	13	22	18	0	249
Bobot Nilai	95	52	66	36	0	
Pegawai RSUD Selasih memiliki keterampilan	32	27	13	0	0	325
Bobot Nilai	175	109	39	0	0	
Proses (Process)						
RSUD Selasih memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran dan transaksi	38	24	10	0	0	316
Bobot Nilai	190	96	30	0	0	
RSUD Selasih mampu menyediakan semua pelayanan yang diberikan	23	34	15	0	0	296
Bobot Nilai	115	136	45	0	0	

RSUD Selasih mampu menangani pasien dengan cepat dan tepat	26	39	7	0	0	307
Bobot Nilai	130	156	21	0	0	
Perawat RSUD Selasih selalu berhubungan dan berkomunikasi dengan pasien	18	20	28	6	0	266
Bobot Nilai	90	80	84	12	0	
RSUD Selasih memberikan diskon kepada pasien	17	20	27	8	0	262
Bobot Nilai	85	80	81	16	0	
RSUD Selasih mampu menangani setiap keluhan yang dialami	29	36	7	0	0	310
Bobot Nilai	145	144	21	0	0	
Teknologi (Technology)						
RSUD Selasih memberikan kemudahan pasien mendapatkan informasi	37	35	0	0	0	323
Bobot Nilai	185	140	0	0	0	
RSUD Selasih memiliki web atau media pemesanan dokter dan rawat inap	16	17	25	14	0	251
Bobot Nilai	80	68	75	28	0	
RSUD Selasih memberikan promosi dan iklan pada media sosial	15	11	28	18	0	239
Bobot Nilai	75	44	84	36	0	
Pengetahuan dan Pemahaman						
Pegawai RSUD Selasih memahami keinginan dan kebutuhan pasien	31	27	14	0	0	305
Bobot Nilai	155	108	42	0	0	
Pegawai RSUD Selasih mengetahui segala apa yang dibutuhkan pasien	33	28	11	0	0	310
Bobot Nilai	165	112	33	0	0	
Total Skor						4.000
Skor Tertinggi						323
Skor Terendah						239
Kriteria Penilaian						Baik

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada indicator Pegawai RSUD Selasih memiliki keterampilan dalam merawat pasien yaitu dengan skor sebanyak 325. Dan yang paling rendah berada pada indicator RSUD Selasih memberikan promosi dan iklan pada media sosial untuk pasien yang membutuhkan dengan skor sebanyak 239.

Dan untuk mengetahui jumlah skor ideal seluruh jawaban responden tertinggi maka dapat dilihat pada penjelasan berikut ini:

$$\text{Skor Maksimal} : \sum \text{item} \times \text{bobot tertinggi} \times \sum \text{Responden}$$

$$14 \times 5 \times 72 = 5.040$$

$$\text{Skor Minimal} : \sum \text{item} \times \text{bobot terendah} \times \sum \text{Responden}$$

$$14 \times 1 \times 72 = 1.008$$

$$\text{Rata-Rata} : \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{5}$$

$$: \frac{5.040 - 1.008}{5}$$

$$806$$

Untuk mengetahui tingkat kategori variabel Costumer Relationship Management (CRM) konsumen pada jasa pengobatan RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan maka dapat ditentukan dibawah ini:

$$\text{Sangat Baik} = 5.040 - 4.234$$

$$\text{Baik} = 4.234 - 3.428$$

$$\text{Netral} = 3.428 - 2.622$$

$$\text{Tidak Baik} = 2.622 - 1.816$$

Sangat Tidak Baik = 1.816- 1.010

Berdasarkan data pada tabel tersebut, hasil skor total untuk variabel Customer Relationship Management (CRM) konsumen pada jasa pengobatan RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan adalah sebesar 4.000. Pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 4.234- 3.428 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini dikarenakan bahwa pasien yang mengunjungi dan berobat ke RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan ini karena selalu melayani pasien dengan baik, dan mampu memberikan informasi yang mudah sehingga pasien merasa puas dengan setiap pelayanan yang diberikan oleh RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan ini.

5.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan yang mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Dalam dunia bisnis manapun yang berdiri kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Untuk menjelaskan kepuasan pasien pada RSUD Selasih ini dapat dijelaskan berikut ini:

1. Pasien Merasa Puas Dengan RSUD Selasih

Puas dengan pengobatan yang sudah diberikan akan memberikan persepsi yang baik kepada suatu produk sehingga dengan adanya pelayanan dan pengobatan yang dimiliki ini sangat memuaskan maka dalam artian konsumen akan memberikan penilaian, begitu juga dengan penilaian dengan pengobatan serta penganganan yang baik. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pasien merasa puas dengan pengobatan yang diberikan RSUD Selasih dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.22
Tanggapan Responden Mengenai Pasien Merasa Puas Dengan RSUD Selasih

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	26	36
2	Setuju	24	33,3
3	Cukup Setuju	22	30,5
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pasien merasa puas dengan pengobatan yang diberikan RSUD Selasih yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 26 orang atau 36%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 24 orang atau 33,3%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 22 orang atau 30,5%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa pasien merasa puas dengan pelayanan dan pengobatan yang diberikan oleh RSUD Selasih ini sehingga menyebabkan tingkat kepuasan pasien lebih dari apa yang diharapkannya.

2. RSUD Selasih Memberikan Pelayanan Yang Berbeda Dengan Rumah Sakit Lainnya

Kepuasan pada suatu pelayanan jika tidak ada bandingannya maka rumah sakit atau tempat lain tidak menjadi perhatian utama apabila seorang konsumen sudah menyukai pelayanan dan puas dengan apa yang sudah di tawarkan oleh sebuah produk tersebut, karena pada dasarnya jika seseorang yang merasa dirinya puas terhadap suatu pelayanan yang diberikan itu maka akan menjadikan sikap yang akan loyal kepada hal tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memberikan pelayanan yang berbeda dengan rumah sakit lainnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.23
Tanggapan Responden Mengenai RSUD Selasih Memberikan Pelayanan Yang Berbeda Dengan Rumah Sakit Lainnya

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	27	37,5
2	Setuju	36	50
3	Cukup Setuju	9	12,5
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai RSUD Selasih memberikan pelayanan yang berbeda dengan rumah sakit lainnya yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 27 orang atau 37,5%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 36 orang atau 50%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 9 orang atau 12,5%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa pelayanan yang diberikan RSUD Selasih ini selalu berbeda dengan yang diberikan oleh rumah sakit yang lainnya, hal ini karena rumah sakit Selasih ini menyesuaikan pelayanan dan kebutuhan yang diberikan untuk pasien.

3. Pasien Yang Ingin Sembuh Selalu Berhasil Oleh Pengobatan RSUD Selasih

Keberhasilan dalam setiap pengobatan akan memberikan kesembuhan kepada orang yang akan mengutamakan pilihannya dan mengobati apa yang diinginkan oleh pasien, karena jika pasien ingin sembuh maka akan berhasil di ciptakan oleh seseornag tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pasien yang ingin sembuh berhasil oleh pengobatan pada RSUD Selasih dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.24
Tanggapan Responden Mengenai Pasien Yang Ingin Sembuh Berhasil Oleh Pengobatan RSUD Selasih

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	36	50
2	Setuju	24	33,3
3	Cukup Setuju	12	16,6
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pasien yang ingin sembuh berhasil oleh pengobatan pada RSUD Selasih yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 36 orang atau 50%.

Responden yang menjawab setuju berjumlah 24 orang atau 33,3%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 12 orang atau 16,6%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa setiap pasien yang berobat di RSUD Selasih ini selalu sembuh dan memberikan harapan setiap konsumen untuk mengobati penyakitnya di RSUD ini. Hal ini yang membuat harapan pasien sesuai dengan apa yang diinginkannya.

4. Pelayanan Yang Diberikan RSUD Selasih Sesuai Dengan Harapan Pasien

Pelayanan yang merupakan sebuah keinginan dan harus dicapai dan dilakukan dengan sangat baik, karena pada prinsipnya rumah sakit harus memberikan pelayanan dengan baik kepada setiap pasien yang sakit. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pelayanan yang diberikan RSUD Selasih sesuai dengan harapan pasien dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.25

Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Yang Diberikan RSUD Selasih Sesuai Dengan Harapan Pasien

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	28	38,8
2	Setuju	44	61
3	Cukup Setuju	0	0
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pelayanan yang diberikan RSUD Selasih sesuai dengan harapan pasien yang

berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 28 orang atau 38,8%. Dan responden yang menjawab setuju berjumlah 44 orang atau 61%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa banyak dari pasien yang mendapatkan harapan yang baik dan sesuai dengan pelayanan yang diberikan oleh RSUD Pasien ini.

5. Pasien Memiliki Harapan Untuk Sembuh Setelah Berobat Di RSUD Selasih

Harapan dalam kesembuhan pada setiap pasien akan mempermudah setiap orang untuk menyesuaikan dan menginginkan hal yang diutamakannya, sehingga ketika harapan yang sesuai dengan keinginan pasien seperti kesembuhan juga akan memberikan kepuasan pasien. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pasien memiliki harapan untuk sembuh setelah berobat di RSUD Selasih dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.26

Tanggapan Responden Mengenai Pasien Memiliki Harapan Untuk Sembuh Setelah Berobat Di RSUD Selasih

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	37	51,3
2	Setuju	28	38,8
3	Cukup Setuju	8	11
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pasien memiliki harapan untuk sembuh setelah berobat di RSUD Selasih yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 37 orang atau 51,3%.

Responden yang menjawab setuju berjumlah 28 orang atau 38,8%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 8 orang atau 11%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa pasien yang berobat ke RSUD ini karena memiliki harapan untuk kesembuhannya dan RSUD selalu memberikan hasil yang terbaik untuk memuaskan pasien.

6. Pasien Selalu Mengunjungi RSUD Selasih Untuk Berobat

Mengunjungi suatu tempat atau rumah sakit maka akan mempermudah dan memberikan pilihan dari setiap orang yang ingin berobat, karena pada dasarnya jika seseorang yang sudah merasa puas maka ia akan mengunjungi tempat itu kembali. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pasien selalu mengunjungi RSUD Selasih untuk berobat dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.27
Tanggapan Responden Mengenai Pasien Selalu Mengunjungi RSUD Selasih Untuk Berobat

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	31	43
2	Setuju	29	40,2
3	Cukup Setuju	12	16,6
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pasien selalu mengunjungi RSUD Selasih untuk berobat yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 31 orang atau 43%. Responden

yang menjawab setuju berjumlah 29 orang atau 40,2%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 12 orang atau 16,6%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa pasien yang berobat ke RSUD Selasih ini karena mendapatkan fasilitas dan pelayanan yang baik, pasien akan terus berkunjung dan berobat di RSUD ini dibandingkan rumah sakit yang lainnya.

7. Pasien Merasa RSUD Selasih Mampu Memenuhi Kebutuhan Dan Menyembuhkan Penyakit

Penyembuhan penyakit dan mampu memenuhi kebutuhan yang dapat menjadikan sebuah pilihan yang nantinya akan menyeimbangkan antara kepuasan dan ketidakpuasan pasien dalam berobat maka akan disebut hal yang dianggap baik, jika pasien dirasa sudah memenuhi kebutuhannya maka mereka akan puas. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pasien merasa RSUD Selasih mampu memenuhi kebutuhan dan menyembuhkan penyakit dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.28

Tanggapan Responden Mengenai Pasien Merasa RSUD Selasih Mampu Memenuhi Kebutuhan Dan Menyembuhkan Penyakit

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	25	34,7
2	Setuju	27	37,5
3	Cukup Setuju	15	20,8
4	Tidak Setuju	5	6,9
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pasien merasa RSUD Selasih mampu memenuhi kebutuhan dan menyembuhkan penyakit yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 25 orang atau 34,7%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 27 orang atau 37,5%. Responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 15 orang atau 20,8%. Dan responden tidak setuju berjumlah 5 orang atau 6,9%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa pasien selalu sembuh setelah di obat di RSUD Selasih ini, dan pasien merasa kebutuhan selama ia ditangani oleh RSUD Selasih sangat baik.

8. Pasien Selalu Tertarik Untuk Menggunakan Jasa Pengobatan RSUD Selasih

Selalu tertarik dalam menggunakan jasa RSUD Selasih ini yang memberikan kepuasan pada setiap pasiennya, dalam menyeimbangkan untuk menggunakan jasa pengobatan ini karena memberikan perhatian baik itu fasilitas yang mempermudah setiap pasien tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pasien selalu tertarik untuk menggunakan jasa pengobatan RSUD Selasih dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.29
Tanggapan Responden Mengenai Pasien Selalu Tertarik Untuk Menggunakan Jasa Pengobatan RSUD Selasih

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	29
2	Setuju	14	19,4
3	Cukup Setuju	26	36
4	Tidak Setuju	11	15,2
5	Sangat Tidak Setuju	0	0

	Jumlah	72	100
--	--------	----	-----

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pasien selalu tertarik untuk menggunakan jasa pengobatan RSUD Selasih yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 21 orang atau 29%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 14 orang atau 19,4%. Responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 26 orang aau 36%. Dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 11 orang atau 15,2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah cukup setuju, hal ini dikarenakan bahwa pasien masih merasa kurang tertarik dengan pengobatan di RSUD Selasih karena kemungkinan besar pasien masih ada ingin berobat ke klink atau tempat lain yang lebih mudah dan lebih praktis dalam berobat.

9. Pasien Merekomendasikan RSUD Selasih Kepada Kerabat Yang Ingin Berobat

Rekomendasi ialah menyarankan sebuah pelayanan rumah sakit yang telah mendapatkan manfaatnya yang sangat cocok dan sesuai dengan keinginan pasien dan bagi yang melihatnya. Untuk merekomenadasikan tersebut akan melihat dan menentukan sejauh mana pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh RSUD. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pasien merekomendasikan RSUD Selasih kepada kerabat yang ingin berobat dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.30
Tanggapan Responden Mengenai Pasien Merekomendasikan RSUD Selasih
Kepada Kerabat Yang Ingin Berobat

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	28	38,8
2	Setuju	31	43
3	Cukup Setuju	13	18
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pasien merekomendasikan RSUD Selasih kepada kerabat yang ingin berobat yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 28 orang atau 38,8%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 31 orang atau 43%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 13 orang atau 18%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah setuju, hal ini dikarenakan bahwa pasien yang pernah berkunjung dan berobat ke RSUD selalu memberikan rekomendasi kepada kerabat dan temannya yang lain yang membutuhkan pengobatan terbaik.

10. Pasien Selalu Memberikan Testimony Karena Senang Dengan Pelayanan RSUD Selasih

Memberikan sebuah testimony kepada seseorang yang membutuhkan referensi akan mempermudah jalannya orang lain untuk memahami dan mendapatkan hal yang diinginkannya berupa informasi dan apa yang dibutuhkannya. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pasien selalu

memberikan testimony karena senang dengan pelayanan yang diberikan RSUD Selasih dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.30
Tanggapan Responden Mengenai Pasien Selalu Memberikan Testimony Karena Senang Dengan Pelayanan RSUD Selasih

No	Alternatif Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	32	44,4
2	Setuju	24	33,3
3	Cukup Setuju	16	22,2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	72	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden mengenai pasien selalu memberikan testimony karena senang dengan pelayanan yang diberikan RSUD Selasih yang berjumlah 72 orang. Responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 orang atau 44,4%. Responden yang menjawab setuju berjumlah 24 orang atau 33,3%. Dan responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 16 orang atau 22,2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tanggapan tersebut ialah sangat setuju, hal ini dikarenakan bahwa pasien yang sudah pernah berobat dan pernah mendapatkan pelayanan yang baik akan memberikan testimony kepada orang lain dan masyarakat yang membutuhkan pengobatan.

Tabel 5.32
Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden berdasarkan Variabel
Kepuasan (Y) Konsumen pada Jasa Pengobatan RSUD Selasih
Kabupaten Pelalawan

Variabel Kepuasan	Skor Jawaban					Skor
	5	4	3	2	1	
Tingkat Kepuasan						
Pasien merasa puas dengan pengobatan yang diberikan RSUD Selasih	26	24	22	0	0	292
Bobot Nilai	130	96	66	0	0	
RSUD Selasih memberikan pelayanan yang berbeda dengan rumah sakit lainnya	27	36	9	0	0	306
Bobot Nilai	135	144	27	0	0	
Kepuasan Dibandingkan Harapan						
Pasien yang ingin sembuh selalu berhasil oleh pengobatan pada RSUD Selasih	36	24	12	0	0	312
Bobot Nilai	180	96	36	0	0	
Pelayanan yang diberikan RSUD Selasih sesuai dengan harapan pasien	28	44	0	0	0	316
Bobot Nilai	140	176	0	0	0	
Pasien memiliki harapan untuk sembuh setelah berobat di RSUD Selasih	37	28	8	0	0	321
Bobot Nilai	185	112	24	0	0	
Minat Berkunjung Kembali						
Pasien selalu mengunjungi RSUD Selasih untuk berobat	31	29	12	0	0	307
Bobot Nilai	155	116	36	0	0	
Pasien merasa RSUD Selasih mampu memenuhi kebutuhan dan menyembuhkan penyakit	25	27	15	5	0	288
Bobot Nilai	125	108	45	10	0	
Pasien selalu tertarik untuk menggunakan jasa pengobatan RSUD Selasih	21	14	26	11	0	261

Bobot Nilai	105	56	78	22	0	
Merekomendasikan						
Pasien merekomendasikan RSUD Selasih kepada kerabat yang ingin berobat	28	31	13	0	0	303
Bobot Nilai	140	124	39	0	0	
Pasien selalu memberikan testimony karena senang dengan pelayanan yang diberikan RSUD Selasih	32	24	16	0	0	304
Bobot Nilai	160	96	48	0	0	
Total Skor						3.010
Skor Tertinggi						321
Skor Terendah						261
Kriteria Penilaian						Baik

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat persentase tertinggi berada pada indikator Pasien memiliki harapan untuk sembuh setelah berobat di RSUD Selasih yaitu dengan skor sebanyak 325. Dan yang paling rendah berada pada indikator Pasien selalu tertarik untuk menggunakan jasa pengobatan RSUD Selasih dengan skor sebanyak 261.

Dan untuk mengetahui jumlah skor ideal seluruh jawaban responden tertinggi maka dapat dilihat pada penjelasan berikut ini:

Skor Maksimal : $\sum \text{item} \times \text{bobot tertinggi} \times \sum \text{Responden}$

$$10 \times 5 \times 72 = 3.600$$

Skor Minimal : $\sum \text{item} \times \text{bobot terendah} \times \sum \text{Responden}$

$$10 \times 1 \times 72 = 720$$

Rata-Rata : $\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{5}$

$$: \frac{3.600 - 720}{5}$$

576

Untuk mengetahui tingkat kategori variabel kepuasan konsumen pada jasa pengobatan RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan maka dapat ditentukan dibawah ini:

Sangat Baik = 3.600- 3.024

Baik = 3.024- 2.448

Netral = 2.448- 1.872

Tidak Baik = 1.872- 1.296

Sangat Tidak Baik = 1.296- 720

Berdasarkan data pada tabel tersebut, hasil skor total untuk variabel kepuasan konsumen konsumen pada jasa pengobatan RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan adalah sebesar 3.010. Pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara 3.024- 2.448 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini dikarenakan bahwa pasien yang mengunjungi dan berobat ke RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan ini sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh RSUD ini kepada setiap pasien yang berobat sehingga pasien tersebut memberikan testimony dan merekomendasikan RSUD Selasih ini kepada kerabat dan teman yang membutuhkan pengobatan.

5.5 Analisis Pengaruh Costumer Relationship Management (CRM) terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa pengobatan Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan

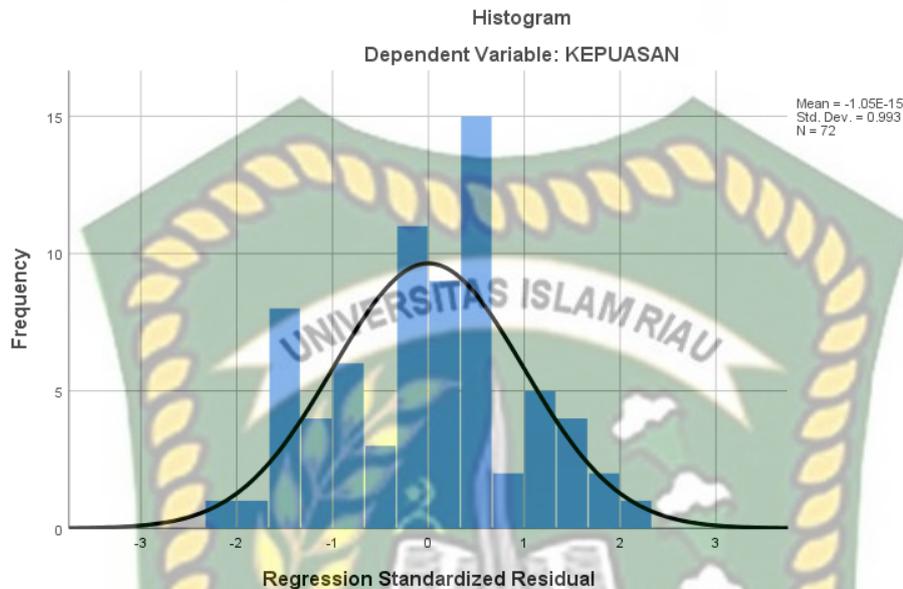
5.5.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi variabel atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara yang mudah untuk melihat normalitas data adalah melihat histogram dan melihat normal probability plots. Asumsi dari histogram tersebut adalah:

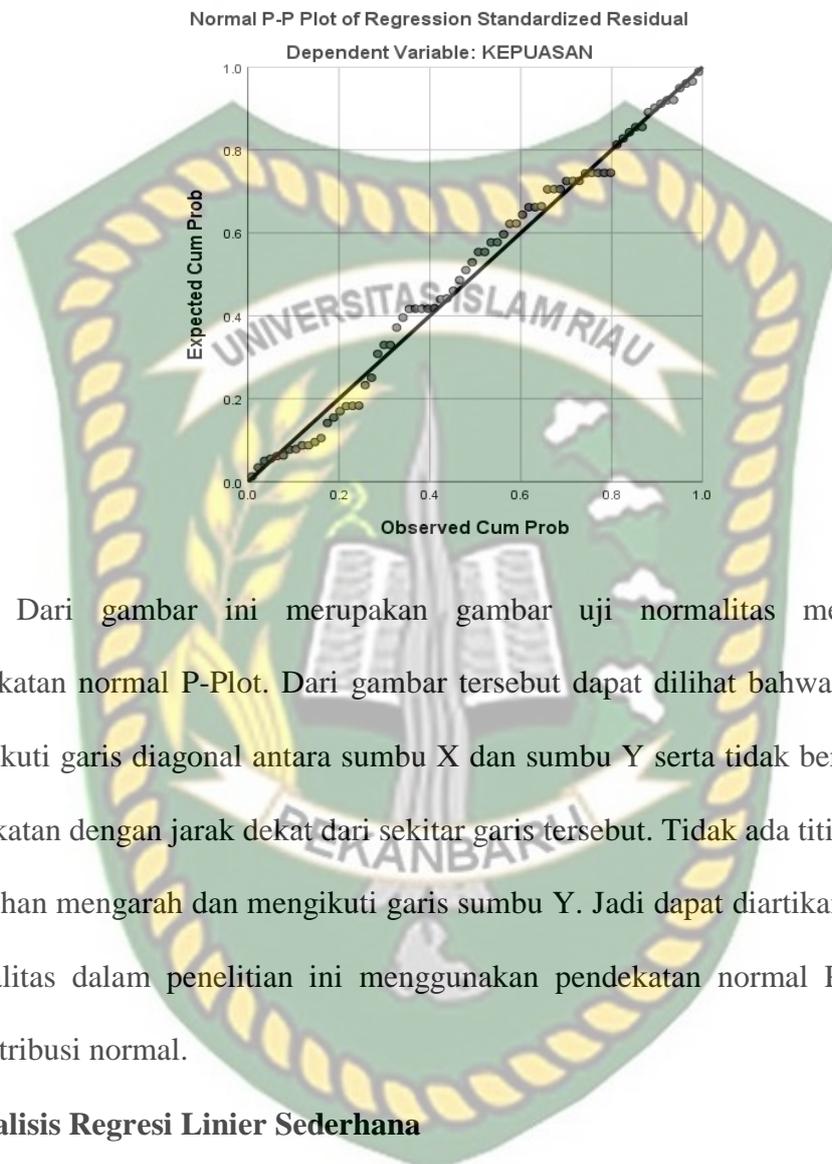
- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 5.1
Uji Normalitas



Dari gambar diatas telah diketahui bahwa uji normalitas menggunakan pendekatan histogram. Berdasarkan gambar yang dilihat ialah bahwa garis diagonal antara sumbu X dan Y sejalan meningkat dan tidak bergelombang seiring mengikuti garis yang sebenarnya sampai diakhir garis frekuensi. Garis yang mengikuti dan tinggi searah sumbu pada akhir garis frekuensi. Jadi dapat diartikan melalui pendekatan histogram penelitian ini berdistribusi normal. Dan adapun pendekatan yang digunakan selain uji histogram ialah grafik normal P-Plot yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 5.2
Normal P-Plot



Dari gambar ini merupakan gambar uji normalitas menggunakan pendekatan normal P-Plot. Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa bulat-bulat mengikuti garis diagonal antara sumbu X dan sumbu Y serta tidak berjauhan dan berdekatan dengan jarak dekat dari sekitar garis tersebut. Tidak ada titik-titik yang berjauhan mengarah dan mengikuti garis sumbu Y. Jadi dapat diartikan bahwa uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan normal P-Plot ialah berdistribusi normal.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana ini adalah teknik statistika yang berguna untuk membuat model dan menyelidiki pengaruh antara satu atau dari beberapa variabel bebas (independent) terhadap satu variabel dependent. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara CRM

terhadap kepuasan. Adapun nilai regresi linier sederhana dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.33
Analisis Regresi Linier Sederhana

Model		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta		
1	(Constant)	7.081		4.473	.000
	CRM	.601	.883	15.749	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 7,081 + 0,601 X_1 + e$$

Dari penjelasan tersebut, maka dapat diimplementasikan sebagai berikut:

- Nilai konstan dari variabel (Y) sebesar 7,081 artinya jika CRM satuan nilainya adalah (0), maka kepuasan pasien akan tetap berada pada 7,081. Artinya jika RSUD Selasih tidak memberikan pelayanan yang baik, dan memiliki keterampilan yang baik dalam mengobati pasien maka kepuasan pasien RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan akan tetap berada pada 7,081
- Koefisien regresi dari variabel CRM . Jika satuan nilai dari CRM memiliki coefficient (b1)= 0,601. Hal ini berarti jika RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan selalu meningkatkan pelayanan yang baik, dan meningkatkan hubungan antara pasien dan pegawai nya dengan baik, dan memberikan kenyamanan kepada pasien maka kepuasan pasien akan meningkat sebesar 0,601

5.5.2 Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen pada pengujian hipotesis pertama koefisien determinasi dilihat dari besarnya nilai (*Adjusted R²*) untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas yaitu tekanan ketaatan, kompleksitas tugas, efikasi diri, tekanan anggaran waktu terhadap *audit judgment*. Nilai (*Adjusted R²*) mempunyai interval antara 0 dan 1. Untuk melihat koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.34
Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.883 ^a	.780	.777	3.470	.926

a. Predictors: (Constant), CRM

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Berdasarkan tabel diatas ialah koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini dan dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar $R = .883^a$. Hal ini menunjukkan bahwa Customer Relationship Management (CRM) memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengobatan RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan yaitu sebesar 0,780 atau 78%.

Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan sejalan dengan tingkat hubungan yang cukup tinggi. Dari analisis data diatas diketahui bahwa besarnya *R Square* 0,780. Hal ini berarti 78% variabel kepuasan pasien dapat dipengaruhi oleh

Customer Relationship Management (CRM). Sedangkan sisanya (100% - 78% = 22%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti perilaku konsumen, harga, citra merek, kualitas produk, harga, strategi pemasaran, produk halal, store atmosphere dan lain-lain.

2. Uji t Parsial

Uji T parsial ialah uji yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan uji statistic t (Uji-T). Pengujian statistic ini dilakukan dengan melihat taraf signifikan (p value), jika taraf signifikansi yang memiliki nilai perhitungan dibawah (lebih besar) dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Adapun tanda (-) atau (+) dari Beta dan t menunjukkan arah pengaruh variabel. Apabila (-) maka variabel tersebut berpengaruh negative, artinya akan menurunkan keputusan pembelian dan apabila (+) maka berpengaruh positif yang berarti dengan peningkatan variabel tersebut akan meningkatkan komitmen organisasi. Adapun hasil uji hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.35

Uji t Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		
		B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.081	1.583		4.473	.000
	CRM	.601	.038	.883	15.749	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa uji t parsial yaitu bahwa nilai t-hitung untuk variabel Costumer Relationship Management (CRM) (X) = memiliki nilai t hitung 15,749 > dan T tabel 1,666 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00 (15,749 > 1,666). Maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya Costumer Relationship Management (CRM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengobatan di Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan.

5.6 Pembahasan

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Costumer Relationship Management (CRM) terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengobatan RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan. Dengan menilai manajemen baik dari proses, teknologi dan pemahaman yang dimiliki oleh pegawai RSUD maka akan menciptakan kepuasan pasien dengan sebaik mungkin.

Berdasarkan pengujian menggunakan uji t statistic dapat dilihat bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel dan disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya Costumer Relationship Management (CRM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengobatan di Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan.

Costumer Relationship Management (CRM) berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, yang artinya jika RSUD Selasih ini tidak meningkatkan proses dan melayani pasien dengan baik, dan hanya bekerja selayaknya memenuhi keinginan sendiri tanpa melayani pasien dengan kesembuhannya maka kepuasan pasien akan semakin menurun. Dan begitu juga sebaliknya jika RSUD memiliki

CRM yang baik seperti membantu pasien untuk memenuhi kebutuhannya, melayani pasien dengan baik dan berhubungan erat kepada pasien maka kepuasan pasien akan semakin meningkat.

Skor persentase tertinggi pada CRM berada pada indikator Pegawai RSUD Selasih memiliki keterampilan dalam merawat pasien, hal ini dikarenakan bahwa pegawai RSUD Selasih memiliki kemampuan yang baik dan pengetahuan yang maksimal dalam merawat dan menjaga pasien sehingga pasien dilayani dengan baik. Sehingga proses yang dilakukan RSUD Selasih kepada pasien selalu menjaga hubungan yang baik, dan selalu memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pasien tersebut.

Dan yang paling rendah berada pada indikator RSUD Selasih memberikan promosi dan iklan pada media sosial untuk pasien yang membutuhkan, hal ini dikarenakan bahwa RSUD Selasih tidak memiliki media sosial, baik Instagram, line maupun media lainnya untuk melakukan promosi atau informasi yang dapat memudahkan seseorang untuk mengetahui RSUD tersebut.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Fakhri Aidar Anshori pada tahun 2017 yang berjudul Pengaruh Customer Relationship Management terhadap kepuasan pasien rawat jalan dan rawat Inap kelas 2 Rumah Sakit Annisa Cikarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa customer relationship management berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan dan rawat Inap kelas 2 Rumah Sakit Annisa Cikarang. Dan penelitian yang dilakukan oleh Rezky Amalia Amal pada tahun 2018 yang

berjudul Pengaruh Costumer Relationship Management terhadap kepuasan pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Ibnu Sina Kota Makassar.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian, maka adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Customer Relationship Management (CRM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pengobatan pada Rumah Sakit Umum Daerah Selasih Kabupaten Pelalawan
2. Skor persentase tertinggi pada CRM berada pada indikator Pegawai RSUD Selasih memiliki keterampilan dalam merawat pasien, hal ini dikarenakan bahwa pegawai RSUD Selasih memiliki kemampuan yang baik dan pengetahuan yang maksimal dalam merawat dan menjaga pasien sehingga pasien dilayani dengan baik. Sehingga proses yang dilakukan RSUD Selasih kepada pasien selalu menjaga hubungan yang baik, dan selalu memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pasien tersebut.
3. Dan yang paling rendah berada pada indikator RSUD Selasih memberikan promosi dan iklan pada media sosial untuk pasien yang membutuhkan, hal ini dikarenakan bahwa RSUD Selasih tidak memiliki media sosial, baik Instagram, line maupun media lainnya untuk melakukan promosi atau informasi yang dapat memudahkan seseorang untuk mengetahui RSUD tersebut.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka adapun saran yang akan peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada Pegawai RSUD Selasih untuk menjaga hubungan berkelanjutan kepada pasien dengan baik, karena jika hubungan yang erat akan menjadikan pasien puas dalam setiap pelayanan yang diberikan.
2. Diharapkan juga kepada RSUD Selasih untuk menyediakan media sosial dan media lainnya sebagai sarana promosi dan memberikan informasi agar konsumen mengetahui lebih lanjut mengenai informasi yang dibutuhkan untuk pasien sebelum berobat ke RSUD Selasih Kabupaten Pelalawan.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti dan memperluas variabel-variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini meskipun diobjek yang sama namun peneliti selanjutnya meneliti variabel terbaru agar menjadi penelitian yang sempurna.
4. Diharapkan bagi penulis untuk mengimplementasikan hasil penelitian ini yang baik atau indicator pada variabel Costumer Relationship Management dan Kepuasan ini untuk menjadi bahan pertimbangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta
- Buttle, Francis. 2004. *Costumer Relationship Management: Concepst and Tolls*. (Terj. Arief Subiyanto). Malang: Bayumedia
- Iriandini, A. P. 2015. *Pengaruh customer relationship management (CRM) terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Survey pada Pelanggan PT. Gemilang Libra Logistics, Kota Surabaya)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Kasmir, 2017. *Costumer Services Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers
- Keagen, Warwn J., Sandra E. Moriarty & Thomas R. Duncan, 2002, *Marketing*. Englewood Cliffts. NJ: Prentice Hall.
- Kotler, Amstrong Gary. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Bumi Aksara
- Kotler, P., dan Keller., K.L 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid. 1. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2014, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan 2, oleh Alexander Sindoro, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Alih bahasa oleh A.B Susanto. Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, Philip, 2009., *Manajemen Pemasaran jasa*, Edisi tiga belas Bahasa Indonesia, Jilid 1 dan 2, Salemba Empat, Jakarta.
- Kumar, V., & Reinartz, W. 2018. *Customer relationship management*. Springer-Verlag GmbH Germany, part of Springer Nature 2006, 2012, 2018.
- Kurniawan, F., & Lubis, N. 2013. Pengaruh relationship marketing dan layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan PT. Astra Internasional Isuzu Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1).
- Lamb, 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Maholtra, Naresh, 2005. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Terjemahan Soleh Rusyadi. Edisi 4. Jakarta: PT. Indeks.

- Mowen, John. Michael. 2002. *Perilaku Konsumen Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga
- Nanang, Martono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisa Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, Setiadi. 2008. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Ketiga. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Robinette, Scott, 2001, *Emotion Marketing* Jakarta: Mc.Grow Hill Book Company.
- Santoso, L. R. 2015. Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Koran Kompas di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-11.
- Schiffman, Leon, Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa Oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta Indeks
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisni Jilid 2*, Salemba Empat. Jakarta
- Setiadi, Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen dan Implikasi untuk Strategi dan penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Group
- Simamora, Bilson, 2004, *Riset Pemasaran Falsafah, Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Simamora, Bilson. 2001. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Stantom dan Lamarto, 2007. *Prinsip Pemasaran Edisi Tujuh*, Erlangga. Jakarta
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan metode R&D*, Bandung: Alfabeta
- Suharsimi, Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: CAPS
- Supranto, J, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Menaikan Pangsa Pasar*, Jilid 1, Rineka Cipta Jakarta.
- Swastha, 2016, *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*, BPFEE, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Strategi Pemasaran Edisi 2*, Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi

Toriman, M. 2017. Pengaruh relationship marketing terhadap kepuasan konsumen.

Jurnal Manajemen, 8(1), 66-79.

Umar, Husein, 2003, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi,

Jakarta: Gramedia



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau