

Kualitas layanan dan maksud perilaku konsumen pasca penggunaan jasa rawat inap di rumah sakit ibu dan anak Hermina Bekasi

Retno Kusumastuti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=79407&lokasi=lokal>

Abstrak

Ide penulisan tentang kualitas layanan dipelopori oleh Valarie Zeitham, dkk. pada tahun 1990-an yang terkenal dengan konsep Servqualnya yang banyak dijadikan acuan bagi peneliti yang tertarik mengeksplorasi masalah produk jasa. Pada dasarnya penelitian ini merupakan replikasi konstruktif karena peneliti melakukan perombakan terhadap variabel yang menjadi model penelitian terdahulu kemudian juga menggunakan metodologi dan sampel yang berbeda. Penelitian ini hendak "membedah" kualitas jasa Rumah Sakit Ibu dan Anak Hermina Bekasi (selanjutnya disingkat RSIAH Bekasi) khususnya jasa rawat inap dalam proses bersalin kemudian dikorelasikan dengan maksud perilaku konsumen pasca penggunaan jasa di masa yang akan datang.

Penelitian ini dilakukan sebagai upaya pihak RS dalam menggali informasi mengenai kualitas jasa perusahaan dan kecenderungan maksud perilaku konsumen RSIA sebagai informasi yang penting bagi pihak manajemen untuk mendapatkan gambaran yang valid dan reliabel dari pihak konsumen. Informasi ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berharga bagi pihak pengambil keputusan di RSIA Hermina. Pengambilan RS ini sebagai lokasi penelitian disebabkan karena kekhususannya dalam menangani pasien ibu bersalin dan anak dengan pertumbuhan yang cukup pesat sejak pendiriannya di tahun 1997. Pendiriannya disebabkan karena semakin tingginya permintaan akan RS khusus bersalin yang ditunjukkan dengan angka occupancy yang tinggi di pusat maupun cabang-cabang Hermina lainnya seperti Hermina Jatinegara, Podomoro, Depok dan Daan Mogot.

Teori yang digunakan mengacu pada konsep servqual dari Zeitham, dkk. tetapi dengan beberapa penyesuaian sesuai dengan karakteristik dan subyek penelitian. Fokus penelitian ini adalah kualitas kinerja perusahaan dengan sampel para ibu yang sudah pernah mengalami rawat inap di RS Hermina Bekasi dalam empat bulan terakhir sebanyak 150 responden. Dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden diperoleh data primer yang selanjutnya diolah dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 10.0. Terlebih dahulu instrumen penelitian diuji reliabilitas dan validitasnya dengan melihat nilai koefisien alpha cronbach dan koefisien corrected total-item.

Dari 7 dimensi awal kualitas layanan, ternyata dimensi kebersihan tidak dapat diikutsertakan dalam proses selanjutnya karena memiliki angka cronbach alpha dibawah 0,6. Hal ini mengindikasikan bahwa responden tidak cukup konsisten dalam menjawab item-item pernyataan yang membangun dimensi ini sehingga disebut tidak reliabel. Sisanya diteruskan dalam proses korelasi dengan variabel kecenderungan maksud perilaku yang memiliki 5 dimensi menggunakan rank order Spearman.

Hasil perhitungan skor terhadap kualitas layanan menunjukkan bahwa kinerja RSIA Hermina Bekasi

ditinjau dari dimensi tangible (4,19), reliability (4,06), responsiveness (4,17), assurance (4,18), cleanliness (4,18) menghasilkan penilaian yang "baik" bahkan "sangat baik" untuk dimensi empathy (4,23) dan food (4,23). Perhitungan skor terhadap kecenderungan maksud perilaku konsumen pasta penggunaan jasa menghasilkan rata-rata skor dengan interpretasi "menguntungkan" untuk dimensi loyalty (3,92), pay more (3,62), external response (3,63) dan switch (3,65) dan "sangat menguntungkan" untuk dimensi internal response (4,23).

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa semua Hipotesis Nol yang diajukan untuk diuji ditolak, sehingga Hipotesis Alternatif diterima. Artinya terdapat hubungan antara variabel kualitas layanan dengan kecenderungan maksud perilaku konsumen di masa yang akan datang. Hubungan yang ada ternyata merupakan korelasi yang "cukup kuat" yang ditunjukkan dengan koefisien korelasi sebesar 0,529. Sedangkan jika dipilah per dimensi, koefisien korelasi dari yang terkuat berturut-turut ditunjukkan oleh dimensi empathy (0,476), reliability (0,461), assurance (0,435), tangible (0,418), food (0,373) dan responsiveness (0,337).

Hasil penelitian ternyata memperkuat teori yang selama ini ada bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas jasa dengan maksud perilaku, walaupun dengan intensitas hubungan yang berbeda sesuai dengan subyek penelitian yang diambil.