



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN INTERNAL DI  
LABORATORIUM PUSAT RUJUKAN NASIONAL  
PRODIA JAKARTA**

**TESIS**

**YENNY HARTONO  
0806444423**

**FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
PROGRAM STUDI  
KAJIAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT  
UNIVERSITAS INDONESIA  
DEPOK  
JUNI 2010**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN INTERNAL DI  
LABORATORIUM PUSAT RUJUKAN NASIONAL  
PRODIA JAKARTA**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Administrasi Rumah Sakit**

**YENNY HARTONO  
0806444423**

**FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
PROGRAM STUDI  
KAJIAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT  
UNIVERSITAS INDONESIA  
DEPOK  
JUNI 2010**

**Universitas Indonesia**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : YENNY HARTONO

NPM : 0806444423

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Juni 2010

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tesis ini diajukan oleh :  
Nama : YENNY HARTONO  
NPM : 080644423  
Program Studi : Kajian Administrasi Rumah Sakit  
Judul Tesis : Tingkat Kepuasan Pelanggan Internal di  
Laboratorium Pusat Rujukan Nasional  
Prodia Jakarta

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Administrasi Rumah Sakit pada Program Studi Kajian Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Prof. dr. Hasbullah Thabrany, MPH, Ph.D

Penguji : Prof. dr. Purnawan Junadi, MPH, Ph.D

Penguji : Atik Nurwahyuni, SKM, M.Kes

Penguji : Amila Megraini, SE, MBA

Ditetapkan di : Depok  
Tanggal : 24 Juni 2010

## KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, saya dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Administrasi Rumah Sakit pada Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

- (1) Prof. Dr. dr. Hasbullah Thabrany MPH, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini.
- (2) PT. Prodia Widyahusada, yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan serta memberikan kesempatan saya untuk menyelesaikan tesis ini.
- (3) Orang tua, keluarga saya yang telah memberikan semangat dan dorongan besar bagi saya serta memberikan hal yang terbaik bagi saya.
- (4) Teman - teman KARS 2008, yang memberikan banyak informasi dan selalu memberikan semangat bagi saya.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pihak - pihak terkait.

Depok, 24 Juni 2010

Penulis



Yenny Hartono

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan  
dibawah ini :

Nama : YENNY HARTONO  
NPM : 0806444423  
Program Studi : Kajian Administrasi Rumah Sakit  
Departemen : AKK  
Fakultas : Kesehatan Masyarakat  
Jenis karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada  
Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-  
Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Tingkat Kepuasan Pelanggan Internal di Laboratorium Pusat Rujukan  
Nasional Prodia Jakarta**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti  
Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan,  
mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*),  
merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama  
saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 24 Juni 2010

Yang menyatakan

METERAI  
TEMPEL  
6000  
(Yenny Hartono)

## ABSTRAK

Nama : YENNY HARTONO  
Program Studi : Kajian Administrasi Rumah Sakit  
Judul Tesis : Tingkat Kepuasan Pelanggan Internal di  
Laboratorium Pusat Rujukan Nasional  
Prodia Jakarta

Tesis ini membahas tingkat kepuasan pelanggan di Laboratorium Pusat Rujukan Nasional Prodia Jakarta tahun 2010 dengan menggunakan dimensi kualitas jasa yaitu kehandalan, daya tanggap, meyakinkan, empati dan bukti fisik. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional*. Hasil penelitian didapatkan bahwa tingkat kepuasan terhadap lima dimensi kualitas jasa tidak semua dimensi hasilnya memuaskan, sehingga perlu segera dilakukan langkah perbaikan terutama pada dimensi bukti fisik, dimana didapatkan tingkat kepuasan di daerah Jawa 25 % sedangkan di Luar Jawa hanya 8.3 %

Kata kunci : kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan

## ABSTRACT

Name : YENNY HARTONO  
Study Program : Hospital Administration Program  
Faculty of Public Health  
University of Indonesia  
Title : Internal Customer Satisfaction Index Prodia  
National Referral Laboratory Jakarta

This thesis describes the level of customer satisfaction in the National Referral Center Laboratory Prodia Jakarta in 2010 by using the dimensions of service quality are reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles. This research is quantitative research with cross sectional approach. The results showed that the level of satisfaction with the five dimensions of service quality dimensions are not all the results are satisfactory, so that corrective measures need to be conducted mainly on the dimensions of the physical evidence, which showed the level of satisfaction of 25% whereas the Java area outside of Java, only 8.3%

Key words : customer satisfaction, service quality

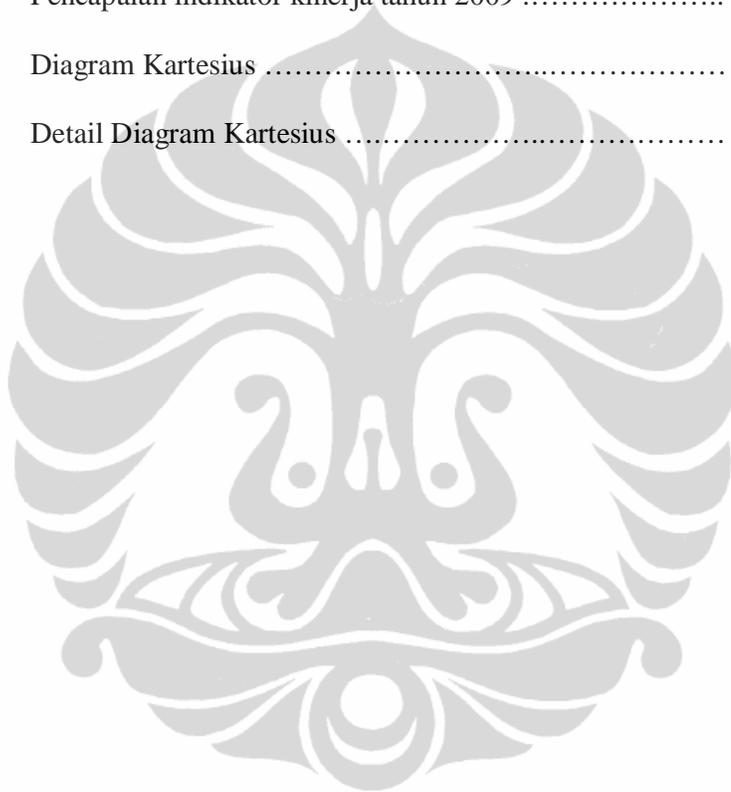
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRAK BAHASA INDONESIA .....	vi
ABSTRAK BAHASA INGGRIS .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
<b>1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
<b>2. GAMBARAN UMUM LABORATORIUM KLINIK PRODIA ...</b>	<b>9</b>
2.1 Sejarah Laboratorium Klinik Prodia .....	9
2.2 Landasan Usaha Untuk Menjadi Terbesar dan Terbaik .....	10
2.2.1 Visi Prodia .....	10
2.2.2 Misi Prodia .....	10
2.2.3 Falsafah Usaha Prodia .....	11
<b>3. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
3.1 Laboratorium Kesehatan .....	12
3.2 Pengertian Jasa Pelayanan .....	12
3.3 Pengertian Kualitas .....	13
3.4 Gap (kesenjangan) Kualitas .....	14
3.4.1 Mengurangi Gap (Kualitas) Pelayanan .....	15
3.5 Pelanggan .....	17
3.5.1 Pengertian Pelanggan .....	17
3.5.2 Jenis Pelanggan .....	17
3.6 Kepuasan Pelanggan .....	17
3.7 Pengertian Harapan Pelanggan .....	18
3.8 Mengukur Kepuasan Pelanggan dengan Servqual .....	18
<b>4. KERANGKA KONSEP DAN DEFINISI OPERASIONAL .....</b>	<b>22</b>
4.1 Kerangka konsep .....	22
4.2 Definisi Operasional .....	23
<b>5. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
5.1 Desain Penelitian .....	27

5.2	Alat Ukur .....	27
5.3	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	29
5.3.1	Lokasi .....	29
5.3.2	Waktu Penelitian .....	29
5.4	Populasi Penelitian dan Jumlah sampel .....	29
5.4.1	Populasi .....	29
5.4.2	Jumlah Sampel .....	29
5.5	Teknik Pengumpulan Data .....	30
5.6	Analisa Data .....	30
5.6.1	Analisa Univariat .....	30
5.6.2	Analisa Bivariat .....	30
5.7	Uji Validitas dan reabilitas .....	30
<b>6.</b>	<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
6.1	Gambaran Umum Laboratorium Pusat Rujukan Nasional Prodia Jakarta .....	32
6.2	Karakteristik responden .....	33
6.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	33
6.4	Gambaran kepuasan Lima dimensi Pelayanan dari cabang Prodia berdasarkan wilayah .....	35
6.5	Diagram Kartesius .....	40
<b>7.</b>	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
7.1	Dimensi Kepuasan Bukti Fisik .....	45
7.2	Kepuasan dimensi Keandalan .....	46
7.3	Kepuasan dimensi Daya Tanggap .....	47
7.4	Kepuasan dimensi Empati .....	48
7.5	Kepuasan dimensi Meyakinkan .....	48
<b>8.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>49</b>
8.1	Kesimpulan .....	49
8.2	Saran .....	50
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>52</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Keluhan tahun 2009 .....	4
Gambar 1.2	Grafik Jumlah Sampel tahun 2009 .....	5
Gambar 1.3	Grafik Perbandingan Jumlah Sampel dan keluhan tahun 2009 .....	5
Gambar 1.4	Pencapaian indikator kinerja tahun 2009 .....	5
Gambar 5.1	Diagram Kartesius .....	28
Gambar 6.1	Detail Diagram Kartesius .....	41



## DAFTAR TABEL

Tabel 6.1	Gambaran karakteristik Responden berdasarkan Wilayah Jawa dan diluar Jawa .....	33
Tabel 6.2	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Dimensi Bukti Fisik/ <i>Tangibles</i> .....	34
Tabel 6.3	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Dimensi Kehandalan / <i>Realibility</i> .....	35
Tabel 6.4	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Dimensi Daya Tanggap / <i>Responsiveness</i> .....	35
Tabel 6.5	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Dimensi Empati / <i>Empathy</i> .....	35
Tabel 6.6	Gambaran Kepuasan dimensi Bukti Fisik / <i>Tangibles</i> ...	37
Tabel 6.7	Gambaran Kepuasan dimensi Kehandalan / <i>Reliability</i> .	37
Tabel 6.8	Gambaran Kepuasan dimensi Daya Tanggap / <i>Responsiveness</i> .....	38
Tabel 6.9	Gambaran Kepuasan dimensi Empati / <i>Empathy</i> .....	38
Tabel 6.10	Gambaran Kepuasan dimensi Meyakinkan / <i>Assurance</i>	38
Tabel 6.11	Rangkuman Gambaran Kepuasan Responden berdasarkan Wilayah .....	39

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Dewasa ini, dunia kesehatan menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat. Taraf hidup masyarakat yang semakin meningkat, maka meningkat pula tuntutan masyarakat terhadap kualitas kesehatan. Hal ini tentunya menuntut penyedia layanan jasa kesehatan dalam meningkatkan mutu pelayanan kepada masyarakat selain untuk meningkatkan kualitas hidup juga memberikan kepuasan layanan bagi pelanggan.

Seiring dengan perkembangan waktu, banyak sekali bermunculan penyedia layanan jasa dibidang kesehatan seperti Rumah Sakit dan Laboratorium klinik, hal ini terkait dengan diterbitkannya berbagai peraturan perundang – undangan yang bertujuan untuk mendorong investasi dan menciptakan kondisi bisnis dan jasa layanan kesehatan terutama rumah sakit yang lebih baik. (*M.Emil Azhary*).

Pada tahun 2008, jumlah rumah Sakit di Indonesia mencapai 1.320 rumah sakit (Depkes 2009), atau bertambah sebanyak 86 rumah sakit dari posisi tahun 2003. Dari total 1.320 rumah sakit, 657 diantaranya milik swasta dengan rata – rata pertumbuhan jumlah rumah sakit per tahun sekitar 1.14 %. Sisanya merupakan rumah sakit yang dibangun oleh pemerintah (Depkes, Pemprov, Pemkot, TNI/Polri dan BUMN).

Demikian juga dengan perkembangan Klinik kesehatan sebagai salah satu penyedia jasa layanan kesehatan. Klinik lebih fleksibel dibanding Rumah Sakit, serta mempermudah dan mempersingkat pelayanan. Selain investasi usahanya lebih murah, klinik juga lebih inovatif dalam menciptakan layanan baru sesuai dengan tuntutan masyarakat. Yang perlu diwaspadai saat ini adalah, pertumbuhan jasa kesehatan yang cukup tinggi namun tidak sebanding dengan kualitas yang dihasilkan.

Menghadapi tantangan tersebut maka Laboratorium Klinik Prodia sebagai salah satu penyedia layanan jasa di bidang kesehatan, berupaya untuk memenangkan persaingan yaitu dengan peningkatan mutu produk dan jasa di berbagai cabangnya di Indonesia secara bertahap. Dimulai dengan Prodia yang bertempat di Jl. Kramat Raya Jakarta Pusat mendapatkan sertifikasi ISO 9001:2000 pada tahun 2003 dan pada awal 2008 berhasil mendapatkan akreditasi ISO 15189 yang dapat diterapkan dalam jasa pelayanan kesehatan seperti Laboratorium klinik.

Dengan ISO, Laboratorium Prodia telah diakui dunia Internasional dalam penerapan standar manajemen mutu. Implementasi system manajemen mutu menjadikan pelayanan menjadi lebih baik, semua kegiatan dilakukan secara prosedural, terdokumentasi dan secara rutin dilakukan analisis terhadap kegiatan yang telah dilakukan.

Saat ini, Prodia melayani permintaan pemeriksaan Laboratorium. Pemeriksaan rutin dikerjakan hampir diseluruh cabang Prodia di Indonesia. Dalam perjalanannya, untuk memenuhi salah satu misinya sebagai *Laboratorium klinik yang Terlengkap* di Indonesia yaitu layanan dengan jenis pemeriksaan yang paling lengkap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan maupun para klinisi, maka dibutuhkan suatu tempat rujukan untuk mengerjakan pemeriksaan khusus .

Pemeriksaan khusus ini adalah pemeriksaan yang tidak biasa diminta oleh pelanggan akan tetapi tetap dibutuhkan untuk mendukung diagnosa di bidang kedokteran. Permintaan pemeriksaan khusus ini biasanya tidak terlalu banyak diminta oleh para pelanggan sehingga akan sangat berdampak pada peningkatan biaya per test apabila dilakukan di setiap cabang yang ada di Prodia.

Tempat Rujukan untuk pemeriksaan khusus ini bertempat di Jl. Kramat Raya 150 dan diberi nama *Prodia Pusat Rujukan Nasional Jakarta* . Jam operasional tempat rujukan ini adalah 24 jam dan hanya melayani rujukan berupa sampel yang datang dari pelanggan internal Prodia. Pelanggan internal Prodia adalah seluruh cabang Prodia di Indonesia yang merujuk seluruh pemeriksaan khususnya ke Prodia Pusat

Rujukan Nasional Jakarta berupa sampel dan bukan melayani pelanggan secara langsung.

Dalam menghadapi persaingan yang ketat, Laboratorium Prodia dituntut untuk bekerja dengan professional, sehingga dalam hal ini menuntut pula Pusat Rujukan Nasional Jakarta untuk bekerja dengan lebih professional. Pusat Rujukan Nasional dituntut untuk melayani pelanggan internal dengan kualitas layanan yang bermutu/berkualitas baik dari hasil pemeriksaan yang dikeluarkan maupun dari jasa layanan informasi yang diberikan.

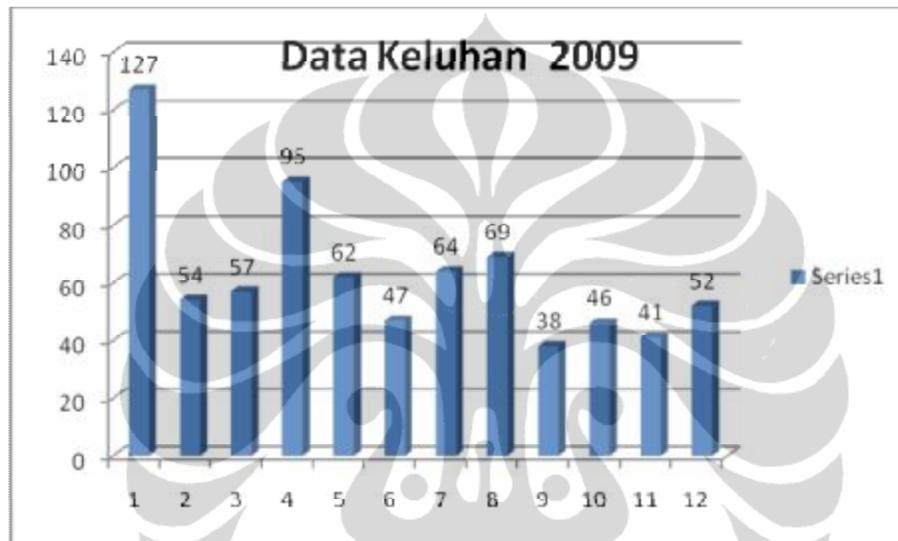
Di setiap cabang Prodia dipimpin oleh seorang Kepala Cabang dan dr Penanggung Jawab sebagai penanggung jawab secara keseluruhan operasional. Apabila terjadi keluhan pelanggan terhadap mutu hasil atau layanan laboratorium yang dihasilkan maka dr Penanggung jawab bersama dengan jajarannya harus dapat mempertanggungjawabkan apa yang telah dibuat oleh cabang yang menjadi tanggung jawabnya. Untuk itu dr Penanggung Jawab sangat perhatian terhadap hasil pemeriksaan yang dikeluarkan di setiap cabang yang menjadi tanggung jawabnya serta pemantauan hasil yang dikeluarkan oleh Pusat Rujukan Nasional menjadi sangat ketat.

Setiap Cabang yang ada di Prodia di himbau agar merujuk semua pemeriksaan khusus ke Pusat Rujukan Nasional akan tetapi pada proses pelaksanaannya, maka dapat merujuk ke Rumah Sakit atau Laboratorium Klinik lain atas anjuran dr Penanggung jawabnya terkait dengan keraguan kualitas hasil yang dikeluarkan oleh Pusat Rujukan Nasional. Dengan demikian adanya keluhan pelanggan internal harus mendapat perhatian yang cukup serius. Karena hal tersebut akan menjadi ancaman bagi Prodia dalam memenuhi misinya.

Data keluhan pelanggan internal yang diterima dari Januari sampai dengan Desember 2009 menunjukkan bahwa telah terjadi keluhan pelanggan internal setiap bulannya mengalami pasang surut. Hal ini mengindikasikan adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Data keluhan ini

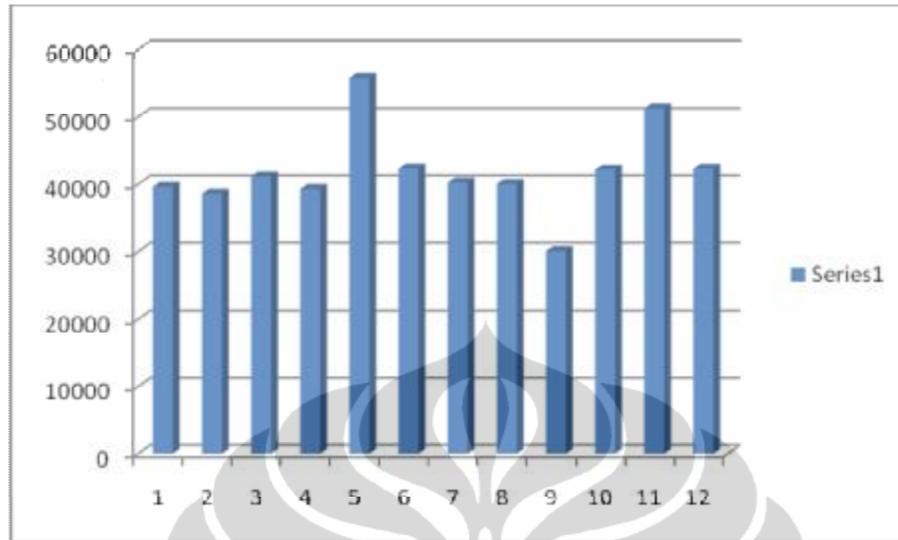
merupakan data yang didapat dari Cabang Prodia yang bersumber dari Cabang itu sendiri atau pun dari keluhan yang bersumber dari pelanggan mereka yang disampaikan melalui cabang tersebut.

Berikut adalah data keluhan selama tahun 2009 yang diterima oleh Pusat Rujukan Nasional dari seluruh cabang Prodia .

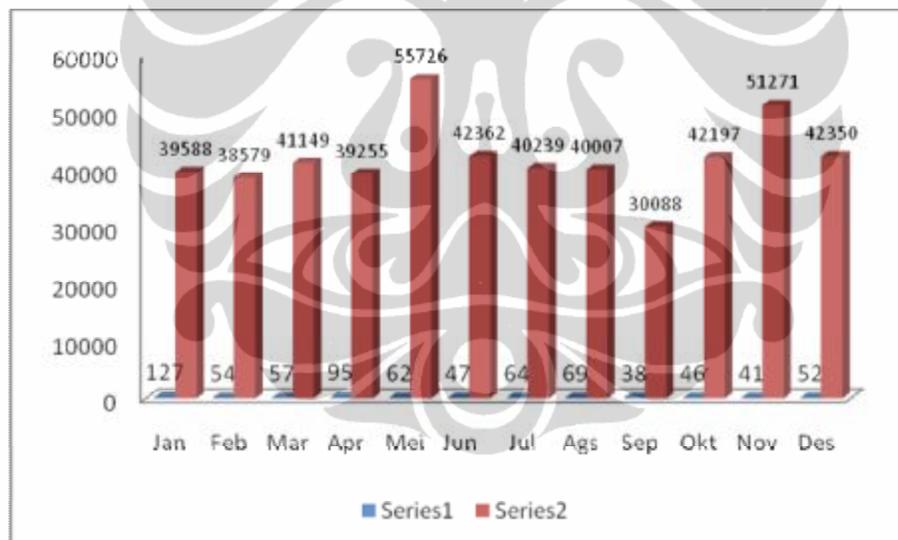


Grafik 1.1. Grafik Keluhan tahun 2009

Data jumlah sampel yang diterima oleh Pusat Rujukan Nasional dari seluruh cabang Prodia setiap bulannya adalah sekitar kurang lebih 41.901 sampel. Berikut adalah data jumlah sampel yang diterima selama tahun 2009



Grafik 1.2. Grafik Jumlah sampel tahun 2009



Grafik 1.3. Grafik Perbandingan jumlah sampel dan keluhan tahun 2009

Dari data diatas tampak bahwa jumlah keluhan yang diterima tidak sebanding dengan jumlah sampel yang diterima, jumlah keluhan yang diterima hanya sekitar 0,15 % dari jumlah sampel yang diterima.

The Technical Assistance Research Programs Corporation of Washington ,D.C., yang menerbitkan data statistic mengenai keluhan pelanggan, telah menemukan

bahwa untuk setiap keluhan pelanggan yang diterima oleh suatu perusahaan, terdapat 26 pelanggan lain yang juga merasa tidak puas tapi tidak mengajukan keluhan. Ke 27 pelanggan yang merasa tidak puas tersebut akan menceritakan pengalamannya kepada 8 hingga 16 orang lainnya dan 10 % dari mereka akan bercerita kepada lebih dari 20 pelanggan potensial. Jika dilakukan perhitungan secara aritmatika, akan ditemukan bahwa tiga keluhan akan berubah menjadi 1000 pelanggan potensial yang mendengar mengenai pelayanan buruk perusahaan. Tidak ada perusahaan yang mampu menanggung akibatnya jika tidak segera menangani keluhan pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan ini harus dikurangi terus menerus.

Apabila dilihat dari indikator kinerja Laboratorium Klinik Prodia , dimana batas toleransi penerimaan keluhan pelanggan masih diperbolehkan dengan target 1/1000 sampel yang diterima artinya 1 keluhan dalam 1000 sampel yang diterima masih dapat ditoleransi ,maka pencapaian indikator kinerja Prodia Pusat Rujukan Nasional rata –rata masih belum dapat memenuhi kriteria tersebut diatas. Data berikut adalah hasil pencapaian indikator kinerja Prodia Pusat Rujukan Nasional selama tahun 2009



Grafik 1.4. Pencapaian indikator kinerja tahun 2009

Mengingat adanya keluhan pelanggan internal dan pencapaian indikator kinerja yang belum dapat memenuhi target ,dimana adanya keluhan mengindikasikan adanya ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan serta mengingat sampai saat ini belum pernah diadakan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan internal, maka sangat diperlukan adanya pengukuran terhadap layanan yang diberikan apakah layanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan internal prodia.

Pengukuran kepuasan pelanggan adalah mutlak diperlukan untuk dua hal. Pertama, agar perusahaan tidak membuang uang percuma, karena dampak dari keluhan pelanggan bila tidak diatasi segera dapat mengakibatkan proses hukum yang berjalan. Tanpa pengukuran, perusahaan tidak akan mampu untuk menentukan perbaikan kualitas produk atau pelayanan yang diharapkan oleh pelanggannya. Kedua, agar perusahaan dapat menggalang komitmen dari semua lapisan karyawannya untuk terlibat dalam proses peningkatan kepuasan pelanggan. ( Handi Irawan).

Dengan tercapainya kepuasan pelanggan yang optimal maka dapat menjalin hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dan pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi penyedia jasa layanan.

Berdasarkan hal tersebut, ingin dilakukan penelitian “Tingkat Kepuasan Pelanggan Internal di Laboratorium Pusat Rujukan Nasional Prodia Jakarta”.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH PENELITIAN**

1. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Prodia Pusat Rujukan Nasional Jakarta telah sesuai dengan harapan pelanggan internal?
2. Variable manakah diantara dimensi kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kualitas Layanan Prodia Pusat Rujukan Nasional Jakarta ?

### **1.3. TUJUAN PENELITIAN**

#### **TUJUAN UMUM :**

Diketuinya status tingkat kepuasan pelanggan internal terhadap layanan yang diberikan oleh Prodia Pusat Rujukan Nasional Jakarta.

#### **TUJUAN KHUSUS :**

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Prodia Pusat Rujukan Nasional Jakarta selama ini apakah sudah sesuai dengan harapan pelanggan internal atau belum?
2. Untuk mengetahui dimensi mana yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kualitas.

### **1.4 RUANG LINGKUP PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan internal di Laboratorium Pusat Rujukan Nasional dengan melakukan survey kepuasan pelanggan internal. Penelitian ini direncanakan pada Mei sampai dengan Juni 2010

### **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi Perusahaan mengenai kualitas jasa pelayanan yang diberikan.
- b. Sebagai bahan masukan untuk perbaikan kualitas pelayanan guna memenuhi kepuasan pelanggan internal, sehingga dapat menentukan langkah-langkah perbaikan selanjutnya

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM LABORATORIUM KLINIK PRODIA**

#### **2.1 SEJARAH LABORATORIUM KLINIK PRODIA**

Laboratorium Klinik Prodia adalah salah satu anak perusahaan milik PT. Prodia Widyahusada yang bergerak di dalam pelayanan pemeriksaan laboratorium. Berdiri pada 7 Mei 1973 di kota Solo, diawali dengan sebuah Laboratorium kecil dengan peralatan sederhana.

Dalam kurun waktu 35 tahun Prodia telah menjadi laboratorium Klinik yang terkemuka. Pada saat ini, Prodia merupakan laboratorium klinik yang terbesar di Indonesia. Dengan jaringan 103 cabang yang tersebar di 73 kota, 25 propinsi. Prodia mampu melayani sekitar 48.000 pelanggan per tahun di seluruh Nusantara. Didukung lebih dari 2700 karyawan yang professional dan berdedikasi tinggi.

Prodia melayani para pelanggannya yaitu para dokter, perusahaan, rumah sakit, perguruan tinggi, perusahaan farmasi, laboratorium serta institusi lain dan masyarakat umum yang membutuhkan jasanya. Dengan modal manajemen yang tangguh, fasilitas peralatan dan layanan pemeriksaan yang berkualitas, ditambah kemampuan melayani lebih dari 2000 jenis pemeriksaan, Prodia telah berperan sebagai laboratorium rujukan berskala nasional.

Laboratorium Pusat Rujukan Nasional Prodia yang berlokasi di Jl. Kramat Raya 150 Jakarta beroperasi 24 jam sehari, melayani rujukan dari berbagai tempat di seluruh Nusantara seperti Rumah Sakit, Laboratorium lain dan lembaga kesehatan. Dalam mengembangkan perannya sebagai sarana pelayanan kesehatan, Prodia memfokuskan perhatiannya kepada aspek ilmiah. Karena itu perkembangan teknologi dan sains di bidang laboratorium kedokteran senantiasa menjadi bagian inovasi, edukasi, dan pelayanan Prodia.

Dengan latar belakang inilah Prodia memiliki reputasi sebagai laboratorium paling aktif menunjang berbagai kebutuhan penelitian kedokteran untuk tujuan akademis, epidemiologis, dan publikasi ilmiah. Untuk uji klinik obat, Prodia juga melayani kebutuhan pemeriksaan laboratorium khusus yang pelayanannya menjangkau hingga seluruh wilayah Asia Pasifik.

Kepedulian Prodia yang besar terhadap mutu hasil pemeriksaan dan layanan kepada pelanggan telah membuahkan sertifikasi ISO 9002 pada tahun 1999 yang kemudian ditingkatkan ke versi ISO 9001:2000 pada bulan Juni 2003. Pada awal 2008, Prodia cabang Kramat Raya berhasil mendapatkan akreditasi ISO 15189. Dengan demikian, Prodia merupakan laboratorium klinik pertama dan satu-satunya di Indonesia (untuk saat ini) yang memperoleh akreditasi ISO 15189. Program akreditasi ISO 15189 sedang dipersiapkan juga untuk beberapa cabang lainnya. Selain itu, Prodia juga mempersiapkan program Akreditasi Laboratorium Kesehatan dari Departemen Kesehatan Republik Indonesia.

## **2.2 LANDASAN USAHA UNTUK MENJADI TERBESAR DAN TERBAIK**

Untuk memastikan fokus dan arah gerak perusahaan, segenap komisaris, direksi dan manajemen Prodia menggariskan Visi dan Misi perusahaan sebagai berikut :

### **2.2.1 VISI PRODIA**

Prodia bertekad menjadi perusahaan terbaik dan terbesar dalam mutu dan pelayanan di bidang kesehatan melalui :

1. Layanan pemeriksaan Laboratorium
2. Layanan diagnostik selain laboratorium
3. Layanan riset dan uji alat laboratorium
4. Membangun kemitraan dengan lembaga kesehatan di dalam dan luar negeri

### **2.2.2 MISI PRODIA**

**“ Untuk diagnosa lebih baik dengan layanan sepenuh hati “**

Menyediakan layanan diagnosis yang terbaik, diwujudkan dalam mutu hasil pemeriksaan yang akurat, terpercaya dan tepat guna yang memuaskan pelanggan dan semua pihak terkait.

**“Untuk si Dia yang bergabung dengan Prodia “**

Menjadi wadah usaha dan lingkungan kerja yang membawa kesejahteraan dan memungkinkan aktualisasi diri bagi semua karyawan maupun setiap pihak yang berkepentingan dengan keberadaan Prodia.

### **2.2.3 FALSAFAH USAHA PRODIA**

Selanjutnya untuk memegang teguh etos kerja, pendiri Prodia menggariskan Falsafah Usaha Perusahaan, yaitu :

Dalam menjalankan roda usaha, seluruh jajaran Prodia akan selalu mengupayakan mutu yang terbaik, perhatian pada kebutuhan dan kepentingan pelanggan, pendekatan win-win dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan hubungan kerja, menjunjung tinggi integritas serta hubungan antar personal yang serasi, dan memiliki sikap terbuka terhadap perubahan.

Sedangkan untuk membina motivasi seluruh jajaran karyawan dalam perusahaan, dianut semangat *The Spirit of Prodia*, yaitu :

Setiap karyawan Prodia dalam bekerja haruslah memiliki semangat yang tinggi untuk :

- Melaksanakan Visi, Misi dan Falsafah Usaha Prodia
- Terus mengembangkan diri dan meningkatkan kemampuan untuk meraih sukses.
- Mampu mewujudkan impian dan cita- cita menjadi kenyataan.

## **BAB III**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **3.1 LABORATORIUM KESEHATAN**

Menurut Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 364/MENKES/SK/III/2003, mendefinisikan bahwa Laboratorium Kesehatan adalah sarana kesehatan yang melaksanakan pengukuran, penetapan dan pengujian terhadap bahan yang berasal dari manusia atau bahan bukan berasal dari manusia untuk penentuan jenis penyakit, penyebab penyakit, kondisi kesehatan atau factor yang dapat berpengaruh pada kesehatan perorangan dan masyarakat.

Laboratorium klinik adalah laboratorium kesehatan yang melaksanakan pelayanan pemeriksaan di bidang hematologi, kimia klinik, mikrobiologi klinik, parasitologi klinik, imunologi klinik, patologi anatomi dan atau bidang lain yang berkaitan dengan kepentingan kesehatan perorangan terutama untuk menunjang upaya diagnosis penyakit, penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan.

Laboratorium kesehatan Masyarakat adalah Laboratorium Kesehatan yang melaksanakan pelayanan pemeriksaan di bidang mikrobiologi, fisika, kimia dan atau bidang lain yang berkaitan dengan kepentingan kesehatan masyarakat dan kesehatan lingkungan terutama untuk menunjang upaya pencegahan penyakit dan peningkatan kesehatan masyarakat

#### **3.2 PENGERTIAN JASA PELAYANAN**

Jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Tjiptono, 1997: 134)

Jasa merupakan suatu hasil yang diciptakan melalui aktifitas dalam keterkaitan diantara pemasok dan pelanggan dan melalui aktifitas internal pemasok, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Gaspersz, 1997 : 124)

Olsen dan Wyckoff juga memasukkan atribut yang dapat diraba (tangible) dan yang tidak dapat diraba (intangibile). Definisi secara umum dari kualitas jasa pelayanan ini dapat dilihat dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas jasa pelayanan.

### **3.3 PENGERTIAN KUALITAS**

Kualitas memiliki banyak kriteria, banyak pakar dibidang kualitas mencoba mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandangnya masing-masing. Menurut W.Edwards Deming, Philip B.Crosby dan Joseph M.Juran (dalam Zulian Yamit, 2005 :7).

Deming mendefinisikan kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Crosby mendefinisikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Juran mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi, jika dilihat dari sudut pandang produsen.

Sedangkan secara obyektif kualitas menurut Juran (dalam Zulian Yamit, 1996 : 337) adalah suatu standar khusus dimana kemampuannya (availability), kinerja (performance), keandalannya (reliability), kemudahan pemeliharaan (maintainability) dan karakteristiknya dapat diukur.

Menurut Gaspersz (2002:181) mendefinisikan kualitas totalitas dari karakteristik suatu produk (barang dan atau jasa) yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan. Kualitas seringkali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan pelanggan atau kesesuaian terhadap persyaratan atau kebutuhan.

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh (J.Supranto,1997:228)

### 3.4 GAP (KESENJANGAN) KUALITAS

Menurut Nursya'bani Purnama (2006:33), Harapan Konsumen terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka peroleh. Dari sudut pandang konsumen, sumber informasi bisa berasal dari internal maupun eksternal. Pemahaman terhadap lima dimensi kualitas pelayanan harus dipahami oleh perusahaan dan diharapkan dapat terwujud. Pada kenyataannya sering timbul keluhan dari konsumen karena layanan yang diterima tidak sesuai dengan layanan yang diharapkan. Hal inilah yang disebut dengan gap (kesenjangan) kualitas pelayanan.

Terdapat 5 gap yang timbul dari kualitas pelayanan yaitu :

Gap 1 : Gap antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen, yang disebabkan oleh kesalahan manajemen dalam memahami harapan konsumen.

Gap 2 : Gap antara persepsi manajemen atas harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas layanan, yang disebabkan oleh kesalahan manajemen dalam menterjemahkan harapan konsumen kedalam tolok ukur atau standar kualitas layanan

Gap 3 : Gap antara spesifikasi kualitas layanan dengan layanan yang diberikan, yang disebabkan oleh ketidakmampuan sumber daya manusia (SDM) perusahaan dalam memenuhi standar kualitas layanan yang telah ditetapkan

Gap 4 : Gap antara layanan yang diberikan dengan komunikasi eksternal yang disebabkan ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi janji yang telah dikomunikasikan secara eksternal.

Gap 5 : Gap antara harapan konsumen dengan layanan yang diterima (dirasakan) konsumen yang disebabkan tidak terpenuhinya harapan konsumen.

Zeithaml dan Bitner (dalam Nursya'bani Purnama,2006:35) menyebutkan bahwa gap yang terjadi disebabkan oleh beberapa factor. Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Gap Kualitas Layanan :

1. Faktor Penyebab Gap 1 :

- a. Orientasi riset pemasaran tidak seimbang
  - b. Kurang komunikasi keatas
  - c. Fokus yang kurang mencukupi
2. Faktor Penyebab Gap 2 :
- a. Tidak ada standar yang berorientasi pada konsumen
  - b. Kepemimpinan yang tidak memadai
  - c. Desain layanan yang tidak baik
3. Faktor Penyebab Gap 3 :
- a. Penyimpanan kebijakan sumber daya manusia
  - b. Kegagalan menyesuaikan permintaan dan penawaran
  - c. Konsumen tidak memainkan peran
4. Faktor Penyebab Gap 4 :
- a. Manajemen harapan konsumen yang tidak akurat
  - b. Janji yang berlebihan
  - c. Komunikasi horizontal (perusahaan-konsumen) tidak memadai

### **3.4.1 MENGURANGI GAP (KUALITAS) LAYANAN**

Menurut Berry (dalam Nursya'bani Purnama,2006:36). Seharusnya kualitas layanan yang diterima konsumen sama dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Sehingga hal ini menjadi tantangan bagi perusahaan untuk menghilangkan gap yang terjadi. Terkadang upaya menghilangkan gap sangat sulit akan tetapi paling tidak harus ada upaya dari perusahaan untuk meminimalkan gap tersebut.

Terdapat empat langkah untuk menghilangkan gap kualitas layanan, yaitu:

1. Menumbuhkan kepemimpinan efektif

Kepemimpinan merupakan penggerak utama perbaikan layanan. Tanpa layanan yang efektif, kepemimpinan tanpa visi dan arah yang jelas, serta tanpa bimbingan manajemen puncak, upaya pemberian layanan yang berkualitas tidak bisa diciptakan. Untuk mengembangkan kepemimpinan yang efektif, empat cara berikut bisa ditempuh, yaitu :

- Mendorong kelancaran proses pembelajaran dikalangan top manajemen

- Promosi orang yang tepat pada jabatan eksekutif puncak
  - Mendorong peran individu
  - Mengembangkan budaya saling percaya
2. Membangun Sistem Informasi Layanan  
Sistem Informasi Layanan yang efektif akan mengakomodasikan keinginan dan harapan konsumen, mengidentifikasi kekurangan yang diberikan perusahaan, memandu alokasi sumber daya perusahaan untuk kepentingan peningkatan kualitas layanan dan memungkinkan perusahaan memantau layanan pesaing.
  3. Merumuskan strategi layanan  
Strategi Layanan adalah strategi untuk memberikan layanan dengan kualitas sebaik mungkin kepada konsumen. Strategi Layanan harus menjadi pedoman bagi pekerja sehingga pelaksanaan pekerjaan harus mengacu pada tujuan yang ditetapkan.
  4. Implementasi Strategi Pelayanan  
Strategi Pelayanan dapat diimplementasikan dengan efektif jika syarat-syarat berikut ini dipenuhi :
    - a. Struktur organisasi yang memungkinkan berkembangnya budaya perusahaan dengan titik berat pada perbaikan berkelanjutan, menjadi pedoman bagi perbaikan kualitas layanan, peningkatan kemampuan teknis sumber daya yang mendukung perbaikan kualitas layanan, serta memberikan solusi terhadap setiap persoalan yang menyangkut kualitas layanan
    - b. Teknologi yang applicable untuk memperbaiki sumber daya, metode kerja, dan system informasi yang mendukung upaya perbaikan kualitas layanan.
  5. Sumber daya manusia yang memiliki sikap, perilaku, pengetahuan, dan kemampuan yang mendukung efektivitas realisasi strategi pelayanan.

### **3.5 PELANGGAN**

#### **3.5.1 PENGERTIAN PELANGGAN**

Menurut Gaspersz 1997:73, mengenai pengertian pelanggan adalah sebagai berikut.

- a. Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita (perusahaan kita) untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi (performance) kita (perusahaan kita).
- b. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung kepada kita, tetapi kita tergantung padanya
- c. Pelanggan adalah orang yang membawa kita pada keinginannya
- d. Tidak ada seorangpun yang pernah menyangkal berargumentasi dengan pelanggan
- e. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan

#### **3.5.2 JENIS PELANGGAN**

Menurut Gaspersz 1997:73, pada dasarnya dikenal tiga macam pelanggan dalam sistem modern yaitu :

- a. Pelanggan internal  
Adalah orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performansi (performance) pekerjaan atau perusahaan kita.
- b. Pelanggan perantara  
Adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara bukan sebagai pemakai akhir produk itu
- c. Pelanggan eksternal  
Adalah pembeli atau pemakai akhir, yang sering disebut sebagai pelanggan yang nyata (real customer). Pelanggan eksternal merupakan orang yang membayar untuk menggunakan produk yang dihasilkan itu.

### **3.6 KEPUASAN PELANGGAN**

Menurut Yamit, 2001 :78, kepuasan pelanggan adalah hasil (output) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah

membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan di bandingkan dengan harapannya (Kotler,1996)

### **3.7 PENGERTIAN HARAPAN PELANGGAN**

Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya (Zeithaml,et al.,1993). Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan besar dalam menentukan kualitas produk (barang atau jasa) dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan, dengan demikian, harapan pelangganlah yang melatar belakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya.

### **3.8 MENGUKUR KEPUASAN PELANGGAN DENGAN SERVQUAL**

Salah satu konsep pengukuran kepuasan dalam bidang jasa yang saat ini banyak digunakan yaitu metode SERVQUAL hasil kerja 3 sekawan Berry, Zeithamil dan Parasuraman diakhiri decade 80-an.

Metode ini mempunyai kekuatan selain di formulasikan berdasarkan hasil riset yang panjang dan mendalam tetapi disertai juga dengan cara – cara pengukuran yang dapat dimengerti. Dengan metode ini dapat menilai kualitas jasa atau pelayanan menggunakan lima dimensi, yaitu :

1. Responsiveness (daya tanggap)

Yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan serta penanganan keluhan dengan cepat tanggap.

2. Reliability (keandalan)

Yaitu kemampuan untuk memberikan dan melaksanakan jasa atau pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat, tepat dan dapat diandalkan. Keandalan mencakup dua hal pokok, yaitu : konsistensi kerja (Performance) dan kemampuan untuk dipercaya (Dependability). Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan secara tepat semenjak pertama dan memenuhi janjinya.

3. Assurance (kepastian / jaminan)

yaitu berhubungan dengan pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

Dimensi ini merupakan gabungan dari dimensi :

- Kompetensi (Competence), artinya keterampilan dan pengetahuan karyawan dalam melakukan pelayanan
- Kesopanan (Courtesy), meliputi keramahan, perhatian dan sikap karyawan.
- Kredibilitas (Credibility), berhubungan dengan hal yang menumbuhkan kepercayaan kepada perusahaan seperti reputasi, prestasi dan lainnya.

4. Empathy (empati)

Yaitu adanya kesediaan dari karyawan untuk peduli, memberikan perhatian khusus yang bersifat pribadi, kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.

Dimensi ini merupakan gabungan dari dimensi :

- Akses (Access), yaitu kemudahan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan
- Komunikasi (Communication), merupakan kemampuan menyampaikan informasi kepada pelanggan atau menerima masukan dari pelanggan
- Memahami pelanggan (Understanding the customer), meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan.

5. Tangibles (bukti fisik)

Kualitas jasa yang ditentukan dengan melihat penampilan fisik, peralatan, penampilan karyawan dan sarana komunikasi yang ada. Menurut Han dan Leong dalam SInaga (2003) mengemukakan bahwa dimensi ini merupakan dimensi yang pertama kali disadari oleh pelanggan dan menjadi hal paling penting, kekurangan atau keburukan dari dimensi ini akan cepat terlihat.

Kemudian 5 dimensi dijabarkan dalam atribut yang total berjumlah 22 atribut akan tetapi tidak ada keharusan untuk selalu menggunakan 22

atribut. Atribut dapat ditambah atau dikurangi sesuai dengan kondisi perusahaan.

Pada metode ini akan didapat perhitungan berdasarkan gap . Hal tersebut di karenakan responden di tanyakan dua kali untuk masing – masing atribut pelayanan yang harus di jawab oleh responden. Setelah itu skor persepsi dibandingkan dengan skor harapan. Gap dalam hal ini adalah hasil perhitungan skor persepsi di kurangi skor harapan. Gap Positif akan terjadi bila skor persepsi lebih tinggi dari skor harapan. Apabila skor harapan lebih tinggi, maka akan diperoleh gap negative atau berarti harapan pelanggan untuk atribut tersebut tidak tercapai.

Skala yang digunakan adalah skala 1-7 dimana skor 1 adalah sangat tidak setuju dan skor 7 berarti sangat setuju. Akan tetapi biasanya banyak yang memodifikasi skala tersebut menjadi skala 1- 5 dengan pertimbangan bahwa skala 1-7 terlalu banyak dan menyulitkan responden dalam memberikan penilaian. Hal ini diperbolehkan dan tidak akan mempengaruhi kualitas hasil pengukuran.

Pada pengukuran ServQual ini, tingkat kepentingan dari kelima dimensi ini diukur dengan skala sum-scale. Responden diminta untuk memberikan bobot terhadap masing masing dimensi dalam bentuk persentase sehingga apabila dijumlah menjadi 100 %. Setiap dimensi yang diberi persentase paling tinggi, menunjukkan bahwa dimensi tersebut paling penting di mata responden dan sebaliknya. Bobot dari masing – masing dimensi ini kemudian dikalikan dengan rata- rata gap untuk setiap dimensi.

Jadi, berdasarkan metode ServQual, setiap atribut dalam satu dimensi, diasumsikan mempunyai bobot yang sama. Secara umum, apabila gap positif, maka pelanggan dianggap sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan, akan tetapi biasanya sebagian besar, gap yang dihasilkan adalah negative. Semakin kecil negative-nya, semakin baik. Biasanya, perusahaan

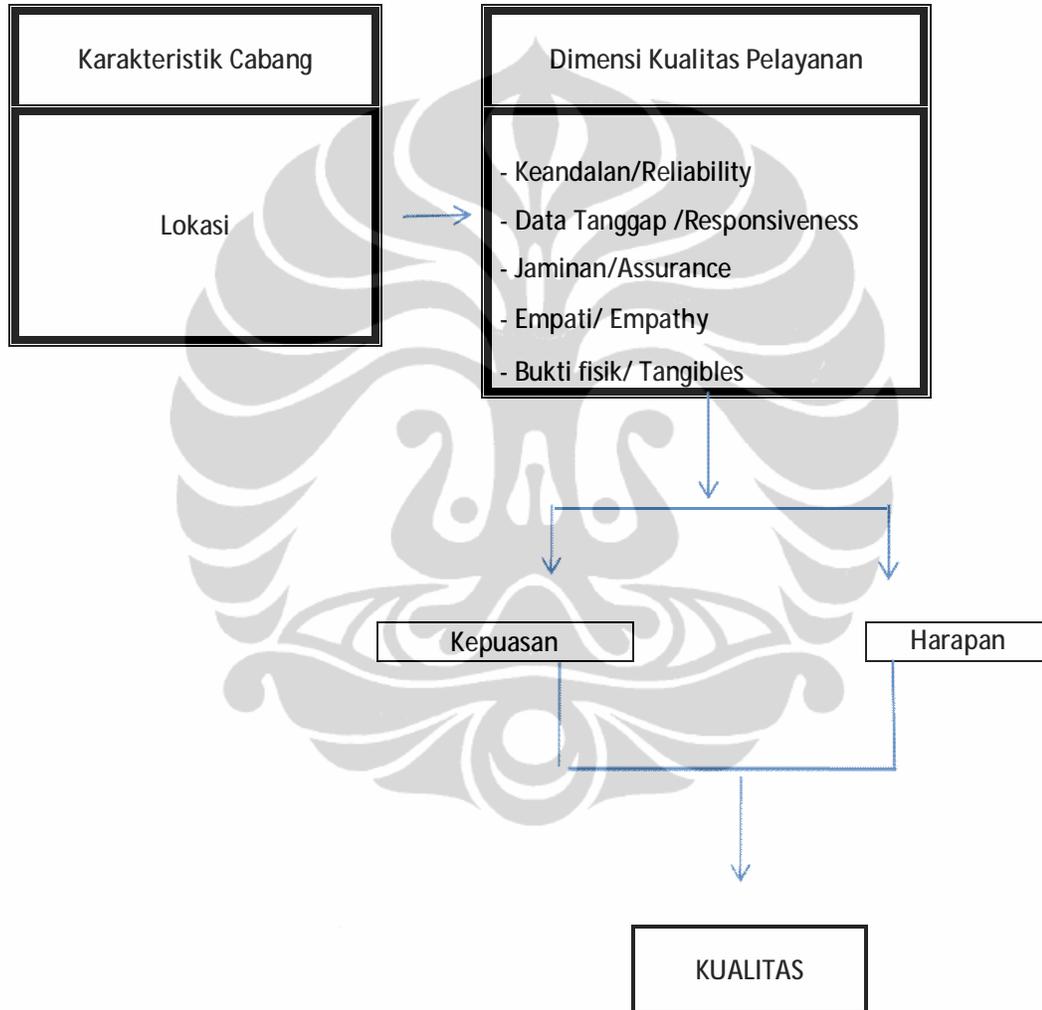
dengan tingkat pelayanan yang baik, akan memperoleh gap lebih kecil dari – (minus) 1.0.

Kelemahan dari SerQual antara lain, jumlah pertanyaan menjadi dua kali lipat, yaitu menghitung skor harapan dan skor persepsi, sehingga panjangnya pertanyaan mempunyai potensi bias karena besarnya jumlah responden yang menolak atau rendahnya keseriusan dalam memberikan jawaban. Walaupun demikian, metode ServQual masih mempunyai pengaruh yang besar dibanding metode kepuasan pelanggan yang lain.



**BAB IV**  
**KERANGKA KONSEP DAN DEFINISI OPERASIONAL**

**4.1 KERANGKA KONSEP**



## 4.2 DEFINISI OPERASIONAL

Definisi Operasional merupakan definisi yang diberikan kepada suatu variable atau konstruk dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variable tersebut (Nazir,M .1999)

Tabel 4.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Cara Ukur	Alat Ukur	Hasil Ukur	Skala
	Variabel Dependen					
1	Berwujud/ Tangibles	Adalah penampilan fisik,peralatan,karyawan dan sarana komunikasi (1) Kemudahan menghubungi Tower – Prodia Jkt (2) Kemudahan menghubungi PNRL melalui no telepon yang telah diinformasikan (3) Kemudahan menghubungi Customer Service PNRL (4)Keberhasilan informasi yang diberikan melalui media komunikasi FTP,SMS broadcast,Fax dan Email (5) Informasi yang diberikan bermanfaat dan informative melalui media komunikasi FTP, SMS Broadcast, Fax,Email (6) Keberhasilan sisten IT pada system On Line (7) HPRI yang dikirimkan apakah bermanfaat	Hasil Jawaban kuesioner	Kuesioner	Diketahuinya kepuasan dan kepentingan responden terhadap penampilan fisik ,peralatan,karyawan dan sarana komunikasi Kepuasan, diukur dengan Skor 1-5 : 1= Sangat Tidak Memuaskan 2= Tidak Memuaskan 3= Cukup Memuaskan 4= Memuaskan 5= Sangat Memuaskan Kepentingan,diukur dengan skor 1-5 : 1= Sangat Tidak Penting 2= Tidak Penting 3= Cukup Penting 4= Penting 5= Sangat Penting	Ordinal

2	Keandalan/ Reliability	Adalah kemampuan dalam memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, meliputi : (1)Kelengkapan jenis pemeriksaan (2)Kecepatan hasil pemeriksaan yang dikeluarkan (3) Kebenaran dan keakuratan hasil pemeriksaan yang dikeluarkan	Hasil Jawaban kuesioner	Kuesioner	Diketahui nya kepuasan dan kepentingan responden terhadap kehandalan pelayanan di Laboratorium dengan : Kepuasan, diukur dengan Skor 1-5 : 1= Sangat Tidak Memuaskan 2= Tidak Memuaskan 3= Cukup Memuaskan 4= Memuaskan 5= Sangat Memuaskan Kepentingan,diukur dengan skor 1-5 : 1= Sangat Tidak Penting 2= Tidak Penting 3= Cukup Penting 4= Penting 5= Sangat Penting	Ordinal
3	Daya Tanggap/ Responsiveness	Adalah kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan menyediakan /memberikan jasa dengan cepat, meliputi : (1)Kemampuan SDM dalam menangani masalah (2)Kecepatan penanganan SDM terhadap keluhan pelanggan	Hasil jawaban kuesioner	Kuesioner	Diketahui nya kepuasan dan kepentingan responden terhadap kemampuan membantu pelanggan menyediakan jasa Laboratorium Kepuasan, diukur dengan Skor 1-5 : 1= Sangat Tidak Memuaskan 2= Tidak	Ordinal

					<p>Memuaskan</p> <p>3= Cukup</p> <p>Memuaskan</p> <p>4= Memuaskan</p> <p>5= Sangat</p> <p>Memuaskan</p> <p>Kepentingan,diukur dengan skor 1-5 :</p> <p>1= Sangat Tidak Penting</p> <p>2= Tidak Penting</p> <p>3= Cukup Penting</p> <p>4= Penting</p> <p>5= Sangat Penting</p>	
4	Kepastian/ Assurance	Adalah pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan ,meliputi : (1)SDM bersikap ramah,sopan kepada pelanggan dan mampu memberi kepercayaan	Hasil Jawaban Kuesioner	Kuesioner	<p>Diketahuinya</p> <p>kepuasan dan kepentingan responden terhadap jaminan yang diterima</p> <p>Kepuasan, diukur dengan Skor 1-5 :</p> <p>1= Sangat Tidak Memuaskan</p> <p>2= Tidak Memuaskan</p> <p>3= Cukup Memuaskan</p> <p>4= Memuaskan</p> <p>5= Sangat Memuaskan</p> <p>Kepentingan,diukur dengan skor 1-5 :</p> <p>1= Sangat Tidak Penting</p> <p>2= Tidak Penting</p> <p>3= Cukup Penting</p> <p>4= Penting</p> <p>5= Sangat Penting</p>	Ordinal

5	Emphaty	Adalah kesediaan karyawan untuk peduli, memberikan perhatian yang bersifat pribadi, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan ,meliputi : (1)SDM mematuhi etika bertelepon (2) Informasi yang diberikan mudah dimengerti (3)Petugas dapat mendengar dengan sabar dan penuh perhatian	Hasil jawaban kuesioner	Kuesioner	Diketahuinya persepsi dan harapan responden terhadap sikap peduli dan perhatian petugas dengan , Kepuasan, diukur dengan Skor 1-5 : 1= Sangat Tidak Memuaskan 2= Tidak Memuaskan 3= Cukup Memuaskan 4= Memuaskan 5= Sangat Memuaskan Kepentingan,diukur dengan skor 1-5 : 1= Sangat Tidak Penting 2= Tidak Penting 3= Cukup Penting 4= Penting 5= Sangat Penting	Ordinal
6	Kepuasan pelanggan	Yaitu Perasaan pelanggan setelah membandingkan kepentingan dengan kinerja pada komponen mutu/kualitas pelayanan	Hasil jawaban kuesioner	Kuesioner	Jika tingkat kepuasan rasio antara kepuasan dan kepentingan $> = 80 \%$	
	VARIABEL INDEPENDEN					
1	Lokasi	Tempat dimana responden bekerja	Hasil jawaban kuesioner	Kuesioner	Diketahuinya Wilayah tempat responden bekerja	Ordinal

## **BAB V**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **5.1 DESAIN PENELITIAN**

Untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelanggan internal terhadap layanan Pusat Rujukan Nasional Prodia Jakarta, maka digunakan metode kuantitatif dengan pendekatan cross sectional

#### **5.2 ALAT UKUR**

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner dengan skala Likert baik untuk mengukur kepentingan maupun kinerja. Untuk mengukur kepentingan digunakan skala 5 (lima) tingkat yang terdiri dari sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting. Kelima penilaian diberi bobot sebagai berikut :

- a. 5 untuk jawaban Sangat Penting
- b. 4 untuk jawaban Penting
- c. 3 untuk jawaban Cukup Penting
- d. 2 untuk jawaban Kurang Penting
- e. 1 untuk jawaban Sangat Tidak Penting

Untuk mengukur kinerja pada atribut kualitas pelayanan digunakan skala 5 (lima) tingkat sebagai berikut :

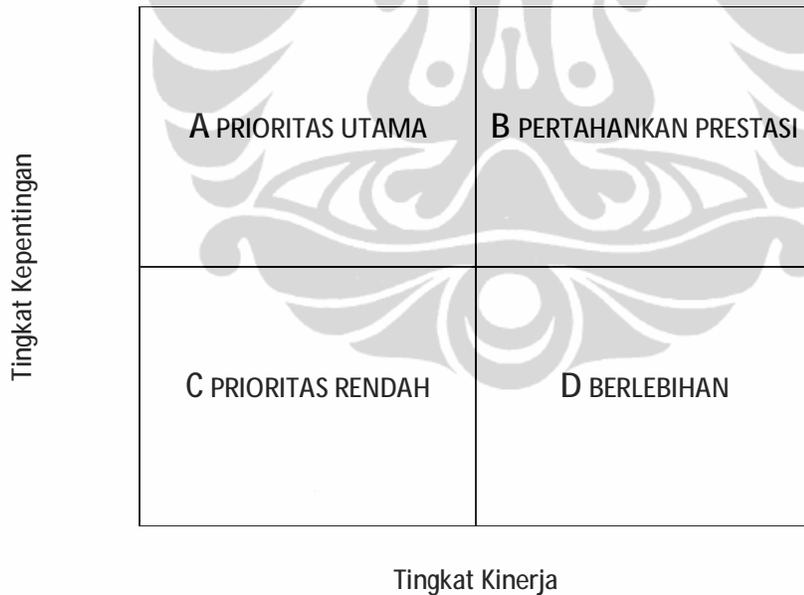
- a. 5 untuk jawaban sangat memuaskan
- b. 4 untuk jawaban Memuaskan
- c. 3 untuk jawaban Cukup memuaskan
- d. 2 untuk jawaban Kurang penting
- e. 1 untuk jawaban Sangat Tidak Memuaskan

Wawancara (interview) yaitu dengan cara mengadakan Tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan permasalahan guna mendapatkan data dan keterangan terkait dengan tujuan penelitian.

Wawancara akan dilakukan untuk memperkuat hasil analisa kuantitatif terhadap permasalahan yang ditemukan.

Berdasarkan Sumarwan (2003), kepuasan dianalisis dengan membandingkan harapan dan yang sesungguhnya dirasakan. Apabila kinerja pelayanan sama dengan atau melebihi harapan maka dinyatakan puas dan apabila kinerja pelayanan lebih rendah dari harapan maka dinyatakan tidak puas.

Untuk menyusun strategi perbaikan pelayanan maka digunakan Diagram Kartesius ( Supranto 2001). Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus merupakan skor rata – rata dari kinerja seluruh atribut kualitas pelayanan dan merupakan rata- rata dari kepentingan seluruh atribut kualitas pelayanan. Dibawah ini merupakan Gb Diagram Kartesius



Gambar 5.1 Diagram Kartesius

Keterangan :

Kuadarant A = menunjukkan atribut – atribut kualitas pelayanan dengan tingkat kepentingan yang tinggi sedangkan tingkat kinerjanya dinilai rendah, kepuasan konsumen rendah.

Kuadrant B = menunjukkan atribut – atribut tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang sama – sama tinggi sehingga konsumen merasakan kepuasan. Hal ini menuntut perusahaan untuk mempertahankan posisinya.

Kuadrant C = menunjukkan atribut – atribut kualitas pelayanan memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang sama – sama rendah. Atribut kualitas pelayanan pada kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh konsumen, perusahaan melaksanakannya biasa- biasa saja sehingga belum perlu memperbaiki kinerja (prioritas rendah)

Kuadrant D = menunjukkan atribut atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kinerjanya tinggi .Dalam pelaksanaan atribut ini dirasakan terlalu berlebihan padahal konsumen menganggapnya kurang penting.

### **5.3 LOKASI DAN WAKTU PENILAIAN**

#### **5.3.1 LOKASI**

Laboratorium Klinik Prodia Seluruh cabang di Indonesia

#### **5.3.2 WAKTU PENELITIAN**

Penelitian dilakukan pada Mei s/d Juni 2010

### **5.4 POPULASI PENELITIAN DAN JUMLAH SAMPEL**

#### **5.4.1 POPULASI**

Populasi penelitian yaitu Seluruh cabang di Laboratorium Klinik Prodia yaitu sebanyak 103 Cabang yang tersebar di Indonesia.

#### **5.4.2 JUMLAH SAMPEL**

Besar sample yang diambil adalah sebesar 96 cabang hasil dari proses random terhadap populasi .

## **5.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Kuesioner tertutup dengan skala Likert. Kuesioner tertutup yang telah disediakan pilihan jawabannya sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Wawancara akan dilakukan untuk memperkuat hasil analisa kuantitatif terhadap permasalahan yang ditemukan. Kuesioner disebarkan melalui email beserta dengan tata caranya dan diberikan tenggat waktu. Apabila didapatkan jawaban yang meragukan maka peneliti akan segera melakukan wawancara melalui telepon terhadap jawaban yang diberikan.

## **5.6 ANALISA DATA**

Untuk menunjang kegiatan analisa dalam upaya pembuktian hipotesa, maka digunakan teknik analisa sebagai berikut :

### **5.6.1 ANALISA UNIVARIAT**

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan masing masing variable yang digunakan dalam penelitian ini dengan melihat distribusi frekuensi dengan table frekuensi.

### **5.6.2 ANALISA BIVARIAT**

Analisa ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan antara cabang Prodia di jawa dan luar jawa dengan menggunakan uji chi square.

## **5.7 UJI VALIDITAS DAN REABILITAS**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid bila mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menguji validitas maka digunakan perangkat lunak Software SPSS 12 for windows. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table .

Uji Reabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner apakah dapat dikatakan reliable atau handal yaitu jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah

konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menguji realibilitas maka dapat digunakan metode Cronbach Alpha. Membandingkan besar nilai r table dengan r hitung.



## **BAB VI**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **6.1 GAMBARAN UMUM LABORATORIUM PUSAT RUJUKAN NASIONAL PRODIA JAKARTA**

Laboratorium Pusat Rujukan Nasional Prodia Jakarta yang terletak di Jl.Kramat Raya 150 Jakarta Pusat merupakan tempat rujukan pemeriksaan khusus bagi lebih dari 100 cabang – cabang Prodia di seluruh Indonesia. Untuk mempermudah koordinasi internal, maka cabang cabang tersebut dibagi menjadi 8 wilayah, dimana pembagian tersebut berdasarkan areanya, sebagai berikut :

**Wilayah Jawa**, terdiri dari :

- Wilayah III (Jabodetabek) yaitu : Prodia cabang Jakarta Kramat, Kebayoran, Kelapa Gading, Bogor, Pluit, RS Bunda, Bona Indah, Cideng, Bekasi, Kedoya, Arteri, Tangerang, Sunter, Cibubur, Pasar Minggu, Puri Indah, Kampung Melayu, Depok dan Bintaro
- Wilayah IV (Jawa Barat) yaitu : Bandung, Tasikmalaya, Buah Batu, Cimahi, Kurdi, Cirebon, Kopo dan Karawang.
- Wilayah V (Jawa Tengah) yaitu : Semarang, Solo, Yogyakarta, Tegal, Purwokerto, Salatiga, Klaten, Kudus dan Wonogiri.
- Wilayah VI (Jawa Timur) yaitu : Surabaya, Malang, Jemursari, Mega Galaxy, Kupang, Sidoarjo, Kediri

**Wilayah Luar Jawa**, terdiri dari :

- Wilayah I yaitu : Prodia Cabang Medan S Parman, Banda Aceh, Pematang Siantar , Medan Gatsu dan Lhokseumawe
- Wilayah II yaitu : Prodia Cabang Pekanbaru,Batam,Padang dan Jambi
- Wilayah III yaitu : Lampung dan Palembang
- Wilayah VI yaitu : Denpasar, Mataram
- Wilayah VII yaitu : Prodia Cabang Banjarmasin, Balikpapan , Pontianak dan Samarinda.
- Wilayah VIII yaitu : Prodia Cabang Makassar, Manado, Palu dan Ternate .

Setiap bulan Laboratorium Pusat Rujukan Nasional Jakarta menerima sampel lebih dari 40.000 sampel pemeriksaan khusus dari seluruh cabang Prodia. Didalam menjalankan operasional Laboratorium sangat dibutuhkan tenaga – tenaga yang terampil dan professional di bidangnya agar hasil pemeriksaan dapat dikeluarkan dengan cepat, tepat dan akurat.

Didalam menjalankan operasional Laboratorium Pusat Rujukan Nasional Jakarta mempunyai ± 70 tenaga professional yang terbagi menjadi 3 shift. Laboratorium Pusat Rujukan Nasional dituntut agar dapat memberikan layanan yang dapat memuaskan pelanggan internal yaitu cabang – cabang Prodia di seluruh Indonesia.

## 6.2 KARAKTERISTIK RESPONDEN

Distribusi responden menurut wilayah/lokasi yang terbagi menjadi wilayah Jawa dan di Luar Jawa

**Tabel 6.1 Gambaran karakteristik Responden berdasarkan Wilayah Jawa dan di Luar Jawa**

Lokasi / wilayah	Jumlah	%
Jawa	64	66,7
Luar Jawa	32	33,3
Total	96	100,0

Dari Tabel diatas dapat dilihat, bahwa responden terbanyak berada di area Jawa sebanyak 66,7 %, sedangkan di Luar Jawa sebesar 33,3 %

## 6.3 UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS

Uji validitas digunakan untuk melihat item pertanyaan mana yang dapat digunakan sebagai alat ukur sebuah subdimensi dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini terdapat 5 dimensi kepuasan yang diukur yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty*.

Untuk setiap dimensi akan dilihat indikator (petanyaan yang digunakan) mana yang valid dan tidak valid. Ukuran valid tidaknya sebuah indikator (pertanyaan)

dapat dilihat dari nilai korelasi pearson yang ditampilkan dari hasil analisisnya (Corrected Item-Total Correlation) yang nilainya harus lebih besar dari r tabel. Untuk jumlah responden 30 orang maka nilai r tabelnya adalah 0,361.

Uji reliabilitas pada penelitian ini adalah uji untuk melihat konsistensi jawaban responden dalam menjawab sebuah subdimensi. Uji ini menggunakan indikator nilai alpha cronbach . Sebuah subdimensi dikatakan sudah reliabel jika nilai alpha cronbach > 0,5. Hasil rekapitulasi dari uji validitas dan reliabilitas nampak pada table dibawah ini:

**Tabel 6.2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Dimensi Bukti Fisik / Tangibles**

No	Pertanyaan	Nilai r	Validitas	Reliabilitas
A2	Kemudahan menghubungi Tower - Prodia Jakarta	0,542	Valid	Nilai Cronbach's Alpha 0,951
B2	Kemudahan menghubungi PNRL melalui nomor telepon yang telah kami berikan	0,769	Valid	
C2	Kemudahan menghubungi Layanan Pelanggan /Customer Service (CS) PNRL	0,730	Valid	
A3	Informasi melalui media komunikasi FTP (File Transfer Protocol)	0,803	Valid	
B3	Informasi melalui media komunikasi SMS broadcast	0,739	Valid	
C3	Informasi melalui media komunikasi fax	0,862	Valid	
D3	Informasi melalui media komunikasi email	0,911	Valid	
A4	Informasi yang disampaikan bermanfaat dan informative melalui FTP	0,642	Valid	
B4	Informasi yang disampaikan bermanfaat dan informative melalui SMS broadcast	0,839	Valid	
C4	Informasi yang disampaikan bermanfaat dan informative melalui fax	0,810	Valid	
D4	Informasi yang disampaikan bermanfaat dan informative melalui email	0,803	Valid	
A5	Sistem informasi SISPRO dapat berjalan dengan baik	0,673	Valid	
B5	Copy Hasil Pemeriksaan Rujukan Internal bermanfaat	0,754	Valid	

**Tabel 6.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Dimensi Kehandalan /  
Reliability**

No	Pertanyaan	Nilai r	Validitas	Reliabilitas
A6	Kelengkapan jenis pemeriksaan yang diminta cabang perujuk	0,785	Valid	Nilai Cronbach's Alpha 0,934
B6	Kecepatan Waktu Selesai Hasil Pemeriksaan yang dikeluarkan	0,924	Valid	
C6	Kebenaran dan keakuratan hasil pemeriksaan yang dikeluarkan	0,911	Valid	

**Tabel 6.4 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Dimensi Daya Tanggap /  
Responsiveness**

No	Pertanyaan	Nilai r	Validitas	Reliabilitas
A1	Kemampuan SDM dalam menyelesaikan masalah / permintaan dari cabang perujuk	0,591	Valid	Nilai Cronbach's Alpha 0,689
B1	Kecepatan petugas dalam dalam merespon masalah/permintaan dari cabang perujuk	0,591	Valid	

**Tabel 6.5 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Dimensi Empati / Emphaty**

No	Pertanyaan	Nilai r	Validitas	Reliabilitas
C1	Apakah petugas kami mematuhi etika bertelepon dengan menyebutkan salam,nama dan mengucapkan terimakasih	0,,502	Valid	Nilai Cronbach's Alpha 0,662
D1	Apakah informasi yang diberikan petugas kami mudah dimengerti	0,382	Valid	
F1	Apakah petugas Customer Service (CS) telepon kami dapat mendengar dengan sabar dan penuh perhatian	0,543	Valid	

#### **6.4 GAMBARAN KEPUASAN LIMA DIMENSI PELAYANAN DARI CABANG PRODIA BERDASARKAN WILAYAH**

Tingkat kepuasan diukur terhadap lima dimensi kualitas pelayanan yaitu responsiveness / daya tanggap, realibility / kehandalan, assurance / meyakinkan,

empathy / empati dan tangibles / bukti fisik. Selanjutnya ke lima dimensi tersebut dijabarkan kedalam 22 pertanyaan sebagai berikut :

No	5 DIMENSI KUALITAS PELAYANAN
<b>1. BUKTI FISIK/TANGIBLES</b>	
1	Kemudahan menghubungi Tower-Prodia Jakarta
2	Kemudahan menghubungi PNRL melalui nomor telepon yang telah diberikan
3	Kemudahan menghubungi Customer Service (CS) Telepon PNRL
4	Informasi rujukan yang diterima melalui FTP (File Transfer Protocol)
5	Informasi rujukan yang diterima melalui SMS Broadcast
6	Informasi rujukan yang diterima melalui Fax
7	Informasi rujukan yang diterima melalui Email
8	Informasi yang disampaikan melalui FTP bermanfaat dan informatif
9	Informasi yang disampaikan melalui SMS Broadcast bermanfaat dan informative
10	Informasi yang disampaikan melalui Fax bermanfaat dan informatif
11	Informasi yang disampaikan melalui Email bermanfaat dan informatif
12	Sistem OnLine SISPRO dapat berjalan dengan baik
13	Copy Hasil Pemeriksaan Rujukan Internal bermanfaat
<b>2. KEHANDALAN/RELIABILITY</b>	
14	Kelengkapan jenis pemeriksaan yang diminta cabang perujuk
15	Kecepatan Waktu Selesai Hasil Pemeriksaan (WSHP) yang dikeluarkan
16	Kebenaran dan keakuratan hasil pemeriksaan yang dikeluarkan
<b>3. DAYA TANGGAP/RESPONSIVENESS</b>	
17	Kemampuan SDM dalam menyelesaikan masalah/permintaan
18	Kecepatan petugas dalam merespon masalah /permintaan
<b>4. EMPATI/EMPATHY</b>	
19	Petugas mematuhi atika bertelepon dengan menyebutkan salam,nama dan mengucapkan terimakasih
20	Informasi yang diberikan petugas mudah dimengerti

21	Petugas Customer Service Telepon dapat mendengar dengan sabar dan penuh perhatian
<b>5. MEYAKINKAN/ASSURANCE</b>	
22	Petugas Customer Service Telepon berbicara dengan sopan, ramah dalam menjawab telepon

Didalam melakukan penilaian tingkat kepuasan dan harapan digunakan skala Likert ,dengan skala 1- 5. Selanjutnya didapatkan gambaran prosentase tingkat kepuasan cabang Prodia berdasarkan Lokasi / Wilayah.

**Tabel 6.6 Gambaran Kepuasan dimensi Bukti Fisik / Tangibles**

Wilayah	Kurang Puas		Puas		p- value
	N	%	N	%	
Jawa	36	75,0 %	12	25,0 %	0,028
Diluar Jawa	44	91,7 %	4	8,3 %	

Dari table diatas terlihat bahwa untuk dimensi tangibles yang puas untuk di Jawa 25,0 %, dan luar Jawa 8,3 % dengan p value 0,028, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat kualitas pelayanan antara cabang di Jawa dengan di luar Jawa

**Tabel 6.7 Gambaran Kepuasan dimensi Kehandalan / Reliability**

Wilayah	Kurang Puas		Puas		p- value
	N	%	N	%	
Jawa	20	41,7 %	28	58,3 %	0,835
Diluar Jawa	19	39,6 %	29	60,4 %	

Dari table diatas terlihat bahwa untuk dimensi reliability yang puas di Jawa 58,3 % dan di luar Jawa 60,4 % dengan p value 0,835 menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat kualitas pelayanan antara cabang yang di Jawa dengan yang di luar Jawa

**Tabel 6.8 Gambaran Kepuasan dimensi Daya Tanggap / Responsiveness**

Wilayah	Kurang Puas		Puas		p- value
	N	%	N	%	
Jawa	25	52,1 %	23	47,9 %	0,838
Diluar Jawa	26	54,2 %	22	45,8 %	

Dari table diatas terlihat bahwa untuk dimensi daya tanggap yang puas di Jawa 47,9 % dan di Luar Jawa 45,8 % dengan p-value 0,838 menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat kualitas pelayanan antara cabang di Jawa dengan luar Jawa untuk dimensi daya tanggap.

**Tabel 6.9 Gambaran Kepuasan Dimensi Empati / Empathy**

Wilayah	Kurang Puas		Puas		p- value
	N	%	N	%	
Jawa	13	27,1 %	35	72,9 %	0,820
Diluar Jawa	14	29,2 %	34	70,8 %	

Dari table diatas terlihat bahwa untuk dimensi empati yang puas di Jawa 72,9 % dan di Luar Jawa 70,8 % dengan p-value 0,820 menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat kualitas pelayanan antara cabang di Jawa dengan luar Jawa untuk dimensi empati

**Tabel 6.10 Gambaran Kepuasan Dimensi Meyakinkan / Assurance**

Wilayah	Kurang Puas		Puas		p- value
	N	%	N	%	
Jawa	13	27,1 %	35	72,9 %	0,816
Diluar Jawa	12	25,0 %	36	75,0 %	

Dari table diatas terlihat bahwa untuk dimensi meyakinkan, yang puas di Jawa 72,9 % dan di Luar Jawa 75,0 % dengan p-value 0,816 menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat kualitas pelayanan antara cabang di Jawa dengan luar Jawa untuk dimensi meyakinkan.

**Tabel 6.11 Rangkuman Gambaran Kepuasan Responden berdasarkan wilayah**

Dimensi Pelayanan	Wilayah	
	Jawa	Luar Jawa
<b>Bukti Fisik</b> / <b>Tangibles</b>	<b>25,0 %</b>	<b>8,3 %</b>
<b>Kehandalan</b> / <b>Reliability</b>	<b>58,3 %</b>	<b>60,4 %</b>
<b>Daya Tanggap</b> / <b>Responsiveness</b>	<b>47,9 %</b>	<b>45,8 %</b>
<b>Empati</b> / <b>Empathy</b>	<b>72,9 %</b>	<b>70,8 %</b>
<b>Meyakinkan</b> / <b>Assurance</b>	<b>72,9 %</b>	<b>75,0 %</b>

Tabel diatas adalah tabel rekapitulasi prosentase tingkat kepuasan Prodia seluruh cabang di Indonesia berdasarkan wilayah / Lokasi Jawa dan diluar Jawa

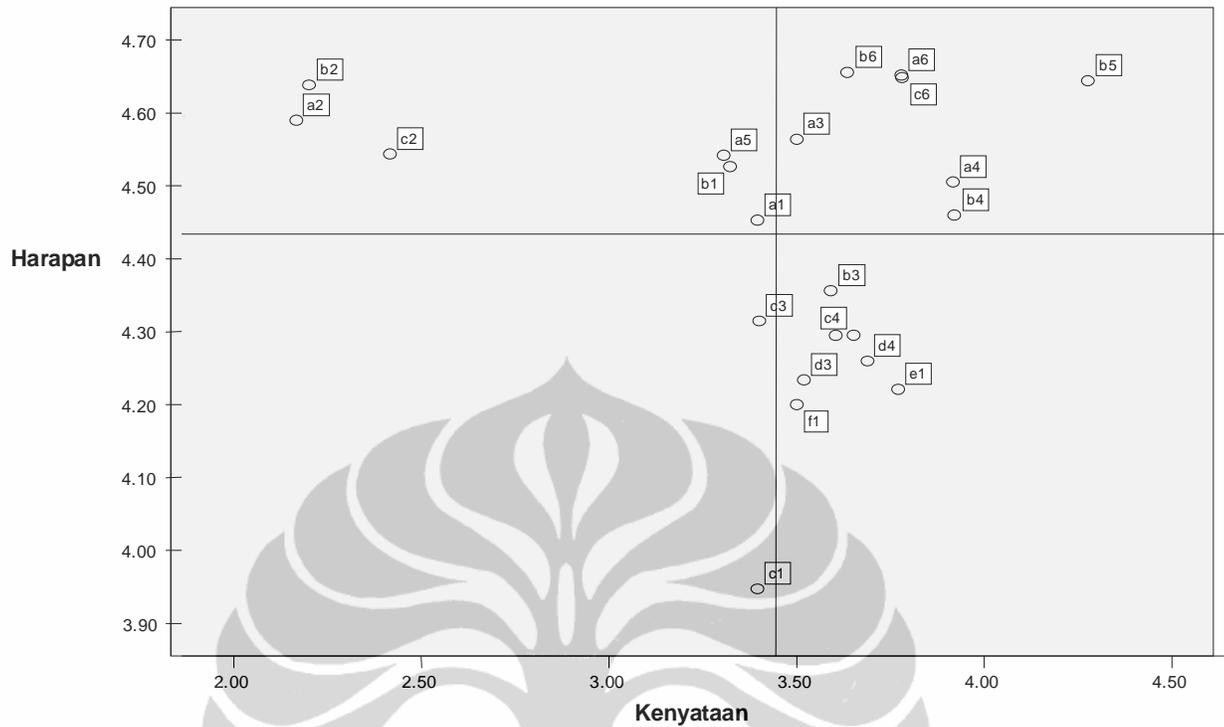
Dari table diatas, tampak pada dimensi bukti fisik / tangibles bahwa rata – rata tingkat kepuasan responden yang menganggap kualitas pelayanan sesuai dengan harapan di area Jawa 25,0 %, sedangkan diluar Jawa hanya sebesar 8,3 %. Pada dimensi kehandalan / reliability, rata - rata tingkat kepuasan responden yang menganggap kualitas pelayanan sesuai dengan harapan di Jawa 58,3 dan diluar Jawa 60,4 %. Pada dimensi daya tanggap / responsiveness rata - rata tingkat kepuasan responden yang menganggap kualitas pelayanan sesuai dengan harapan di Jawa sebesar 47,9 % dan di Luar Jawa 45,8 %. Pada dimensi empati / empathy didapatkan rata rata tingkat kepuasan diJawa sebesar 72,9 %, sedangkan di luar Jawa 70,8%. Pada dimensi meyakinkan / assurance didapatkan rata - rata tingkat kepuasan di Jawa adalah sebesar 72,9 % dan di luar Jawa 75,0 %.

## 6.5 DIAGRAM KARTESIUS

Untuk menyusun strategi perbaikan pelayanan maka digunakan Diagram Kartesius (Supranto 2001). Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus merupakan skor rata – rata dari kinerja seluruh atribut kualitas pelayanan dan merupakan rata- rata dari kepentingan seluruh atribut kualitas pelayanan.

Dari diagram tersebut tampak terlihat dimensi mana saja yang menjadi prioritas untuk ditindaklanjuti segera, dengan pengelompokkan kuadran sebagai berikut :

- Kuadran I = menunjukkan atribut - atribut kualitas pelayanan dengan tingkat kepentingan yang tinggi sedangkan tingkat kinerjanya dinilai rendah, kepuasan konsumen rendah.
- Kuadran II = menunjukkan atribut - atribut tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang sama - sama tinggi sehingga konsumen merasakan kepuasan. Hal ini menuntut perusahaan untuk mempertahankan posisinya.
- Kuadran III = menunjukkan atribut - atribut kualitas pelayanan memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang sama - sama rendah. Atribut kualitas pelayanan pada kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh konsumen, perusahaan melaksanakannya biasa - biasa saja sehingga belum perlu memperbaiki kinerja (prioritas rendah)
- Kuadran IV = menunjukkan atribut atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kinerjanya tinggi. Dalam pelaksanaan atribut ini dirasakan terlalu berlebihan padahal konsumen menganggapnya kurang penting.



**Gambar 6.1 DETAIL DIAGRAM KARTESIUS**

Diagram Kartesius digunakan untuk melihat keberadaan dari masing - masing atribut. Hasil penelitian menunjukkan ,sebagai berikut :

- **KUADRAN I :**

Pada kuadran ini berisi aspek-aspek yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan pelayanan, hal ini disebabkan karena rata-rata harapan dari responden lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata persepsi atau kenyataan yang dirasakan rendah.

Aspek-aspek yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

1. Pertanyaan no 1a. Kemampuan SDM dalam menyelesaikan masalah/ permintaan dari cabang perujuk (1a, dimensi Daya Tanggap)
2. Pertanyaan no 1b. Kecepatan petugas dalam merespon masalah/ permintaan dari cabang perujuk (1b, dimensi Daya Tanggap)

3. Pertanyaan no 2a. Kemudahan menghubungi Tower-Podia Jakarta (2a, dimensi Bukti Fisik)
4. Pertanyaan no 2b. Kemudahan menghubungi PNRL melalui no telp yang telah diberikan (2b, dimensi Bukti Fisik)
5. Pertanyaan no 2c. Kemudahan menghubungi Customer Service PNRL (2c, dimensi Bukti Fisik)
6. Pertanyaan no 5a. Apakah Sistem Online Sispro dengan PRN dapat berjalan dengan baik (5a, dimensi Bukti Fisik)

- **KUADRAN II :**

Pada kuadran II, terdiri dari aspek-aspek yang harus dipertahankan kualitasnya karena pada kuadran ini rata-rata kenyataan atau persepsi yang dirasakan pelanggan dan harapan pelanggan tinggi.

Aspek-aspek yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

1. Pertanyaan no 3a. Apakah informasi rujukan yang disampaikan melalui media komunikasi FTP dapat diterima tepat waktu? (3a, dimensi Bukti Fisik)
2. Pertanyaan no 4a. Apakah informasi rujukan yang disampaikan melalui media komunikasi FTP bermanfaat dan informatif bagi anda? (4a, dimensi Bukti Fisik)
3. Pertanyaan no 4b. Apakah informasi rujukan yang disampaikan melalui media komunikasi FTP bermanfaat dan informatif bagi anda? (4b, dimensi Bukti Fisik)
4. Pertanyaan no 5b. Apakah hasil Pemeriksaan Rujukan Internal (HPRI) yang dikirimkan sangat bermanfaat bagi anda? (5b, dimensi Bukti Fisik)
5. Pertanyaan no 6a. Kelengkapan jenis pemeriksaan yang diminta cabang perujuk? (6a, dimensi Keandalan)
6. Pertanyaan no 6b. Kecepatan Waktu Selesai Hasil Pemeriksaan (WSHP) yang dikeluarkan oleh PNRL? (6b, dimensi Keandalan)
7. Pertanyaan no 6c. Kebenaran dan keakuratan hasil pemeriksaan yang dikeluarkan oleh PNRL? (6c, dimensi Keandalan)

- **KUADRAN III:**

Pada Kuadran III berisi aspek-aspek yang rata-rata derajat kepentingannya rendah, baik dari sisi harapan maupun kualitas pelayanan yang diberikan. Artinya, kualitas pelayanan yang diberikan rendah tetapi responden juga menganggap aspek tersebut kurang penting.

Aspek-aspek yang terdapat pada kuadran III adalah:

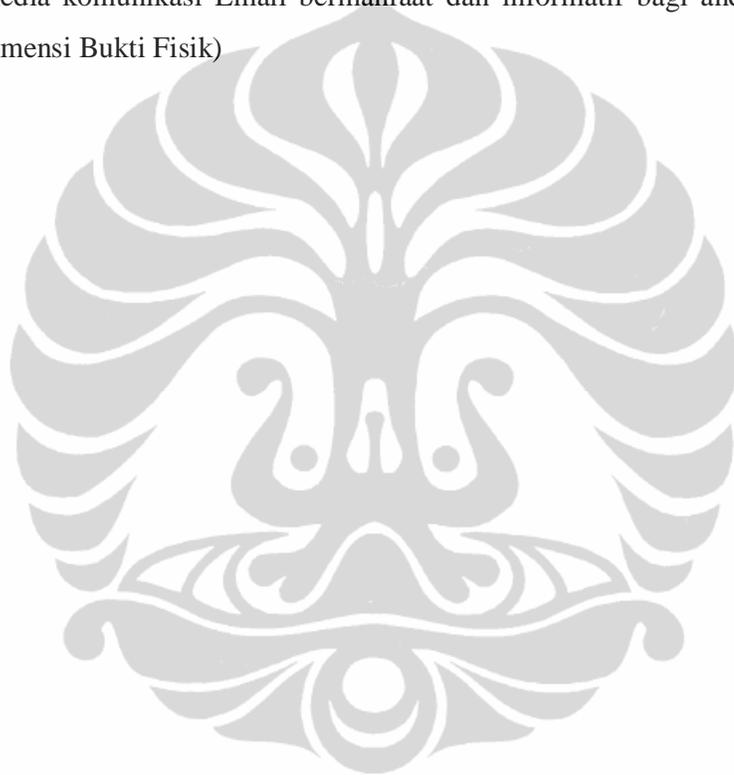
1. Pertanyaan no 1c. Apakah petugas kami mematuhi etika bertelepon dengan menyebutkan salam, nama & mengucapkan terimakasih? (1c, dimensi empati)
2. Pertanyaan no 3c. Apakah informasi rujukan yang kami sampaikan melalui media komunikasi Fax dapat diterima tepat waktu? (3c, dimensi Bukti Fisik)

- **KUADRAN IV:**

Kuadran IV berisi aspek-aspek yang dinilai menunjukkan hasil yang berlebihan, artinya terhadap aspek-aspek ini responden menganggapnya tidak penting, tetapi pada kenyataannya pelayanan yang diberikan dilakukan dengan baik sehingga melampaui harapan dari responden. Aspek-aspek yang berada dalam kuadran ini adalah:

1. Pertanyaan no 1d. Apakah informasi yang diberikan petugas kami mudah dimengerti? (1d, dimensi empati)
2. Pertanyaan no 1f. Apakah petugas Customer Service (CS) Telepon kami dapat mendengar dengan sabar dan penuh perhatian? (1f, dimensi empati)
3. Pertanyaan no 1e. Apakah Customer Telepon (CS) kami berbicara dengan sopan, ramah dalam menjawab telepon? (1e, dimensi Meyakinkan)
4. Pertanyaan no 3b. Apakah informasi rujukan yang kami sampaikan melalui media komunikasi SMS Broadcast dapat diterima tepat waktu? (b3, dimensi Bukti Fisik)

5. Pertanyaan no 3d. Apakah informasi rujukan yang kami sampaikan melalui media komunikasi email dapat diterima tepat waktu? (3d, dimensi Bukti Fisik)
6. Pertanyaan no 4c. Apakah informasi rujukan yang kami sampaikan melalui media komunikasi fax bermanfaat dan informatif bagi anda? (4c, dimensi bukti Fisik)
7. Pertanyaan 4d. Apakah informasi rujukan yang kami sampaikan melalui media komunikasi Email bermanfaat dan informatif bagi anda? (4d, dimensi Bukti Fisik)



## **BAB VII**

### **PEMBAHASAN**

#### **7.1 DIMENSI KEPUASAN BUKTI FISIK**

Pada penelitian ini, tingkat kepuasan pada dimensi bukti fisik menunjukkan bahwa cabang Prodia di area Jawa tingkat kepuasan terhadap dimensi bukti fisik ini adalah 25,0 % dibandingkan di Luar Jawa yang hanya sekitar 8,3 %. Prosentase tersebut masih belum sesuai dengan keinginan manajemen Prodia yang mengharapkan prosentase tingkat kepuasan diatas 80 %.

Hasil analisa dengan menggunakan chi Square terjadi perbedaan tingkat kualitas pelayanan antara cabang di Jawa dan di luar Jawa, hal ini kemungkinan disebabkan Lokasi Jawa berdekatan dengan Pusat Rujukan Nasional sehingga lebih mudah melakukan koordinasi dan komunikasi bila timbul suatu permasalahan/permintaan dari cabang perujuk, baik melalui telepon atau diskusi dan hasil evaluasi system OnLine SISPRO menunjukkan tingkat keberhasilan lokasi Jawa lebih tinggi dibanding hasil dari luar Jawa.

Pada hasil analisa dengan diagram Kartesius juga menunjukkan bahwa Tingkat Kepuasan beberapa dimensi Bukti Fisik berada di Kuadran I, dimana pada kuadran ini menjadi prioritas utama dalam perbaikan pelayanan, Karena rata-rata harapan responden lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata kenyataan atau persepsi yang dirasakan masih rendah. Apabila dilakukan pengamatan atau identifikasi terhadap timbulnya permasalahan dimensi bukti fisik yang ada, maka ditemukan sebagai berikut :

1. Pertanyaan 2 a yaitu : Kemudahan menghubungi Tower – Prodia Jakarta

- Jumlah line telepon masih kurang, dimana saat ini hanya tersedia kurang lebih 20 - 30 line telepon dengan jumlah pengguna gedung secara keseluruhan berjumlah kurang lebih 500 orang.
- Sistem telepon gedung yang dirasa masih kurang tepat, dimana Telepon Prodia Pusat Rujukan Nasional tergabung dengan yang lain.

- Beban kerja SDM yang menangani masalah telepon masih tinggi, sehingga pemantauan terhadap sistem telepon menjadi masih kurang, misalnya adanya kerusakan salah satu line telepon tidak terdeteksi.
2. Pertanyaan 2b yaitu : Kemudahan menghubungi Pusat Rujukan Nasional melalui nomor telepon yang diberikan
- Sistem telepon yang masih tergabung dengan gedung menyulitkan untuk dianalisa permasalahan yang terjadi.
3. Pertanyaan 2 c yaitu : Kemudahan menghubungi Customer Service PRN
- Jumlah petugas yang mengangkat telepon masih kurang. Jumlah operator hanya ada 4 orang terbagi menjadi 3 shift untuk melayani telepon keluar dan telepon yang masuk.
  - Beban kerja terlalu tinggi sehingga terkadang telepon menjadi kurang prioritas untuk diangkat.
4. Pertanyaan 5a yaitu : Sistem OnLine Sispro dengan PRN berjalan dengan baik
- Line jaringan system OnLine jumlahnya kurang. Saat ini tersedia 10 port untuk melayani seluruh cabang Prodia di Indonesia.
  - Koneksi jaringan internet sering terputus, hal tersebut terkait dengan pemakaian pihak eksternal yang digunakan dan lokasi dimana Prodia berada.

## **7.2 KEPUASAN DIMENSI KEHANDALAN**

Pada dimensi kehandalan, Prodia Pusat Rujukan Nasional senantiasa melakukan evaluasi secara rutin sehingga dapat diketahui dengan pasti langkah perbaikan yang akan diambil. Pada perbaikan Kecepatan Waktu Selesai Hasil Pemeriksaan Khusus dari bulan ke bulan mengalami perbaikan dalam kecepatan mengeluarkan hasil. Dengan adanya penerapan Konsep Lean yang diterapkan di setiap proses tahapan pemeriksaan, maka pusat rujukan nasional dapat memotong waktu tunggu yang tidak diperlukan di setiap proses, sehingga saat ini Prodia Pusat Rujukan

Nasional dapat mengeluarkan hasil dalam waktu 3 hingga 4 jam untuk pemeriksaan khusus.

Didalam pengadaan reagen dan bahan pembantu laboratorium, pusat rujukan nasional selalu melakukan pertemuan rutin dengan pihak pemasok sehingga adanya kekosongan reagen atau bahan pembantu dapat diketahui jauh hari sebelumnya. Apabila terjadi kemungkinan akan terjadi kekosongan maka Pusat Rujukan Nasional harus segera melakukan antisipasi untuk kelancaran pemeriksaan, seperti mencari reagen alternative dari pemasok lain atau alat lain dan melakukan evaluasi terhadap reagen baru tersebut agar tidak terjadi gangguan pada saat teknis pelaksanaan di lapangan sudah dijalankan.

### **7.3 KEPUASAN DIMENSI DAYA TANGGAP**

Hasil diagram Kartesius menunjukkan posisi dimensi daya tanggap ada di Kuadran I, yang menunjukkan perlunya langkah perbaikan segera mengingat harapan responden lebih tinggi dibandingkan dengan kenyataan atau persepsi yang dirasakan masih rendah. Apabila dilakukan pengamatan atau identifikasi terhadap timbulnya permasalahan dimensi kehandalan, maka ditemukan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Pertanyaan 1a yaitu : Kemampuan SDM dalam menyelesaikan masalah / permintaan cabang perujuk
  - Kurangnya pengetahuan produk kepada SDM terkait, baik secara produk maupun cara menangani keluhan pelanggan melalui telepon.
  - Beban kerja yang terlalu tinggi sehingga cara penyelesaian masalah kurang mendalam.
  - Penempatan SDM terkait kurang tepat, karena belum pernah diadakan penilaian terhadap kelayakan penempatan SDM tersebut dibagian terkait.
  - Fasilitas pendukung yang belum memadai seperti belum tersedia head phone sehingga menyulitkan SDM untuk konsentrasi dalam mendengarkan keluhan pelanggan ,hal ini menyebabkan kemampuan SDM dalam menangani masalah menjadi kurang tepat.

2. Pertanyaan 1 b. yaitu Kecepatan petugas dalam merespon masalah / permintaan dari cabang perujuk.

- Ruang petugas terlalu sempit sehingga membatasi ruang gerak, hal itu memperlambat kecepatan petugas dalam merespon masalah.
- Fasilitas pendukung kurang memadai yaitu meja kerja dan lemari untuk arsip yang terlalu minim.
- Jumlah petugas Customer Service yang kurang sehingga memperlambat kecepatan dalam merespon suatu masalah.
- Jumlah telepon keluar (*outgoing*) yang masih kurang sehingga apabila ingin menghubungi harus menunggu antrian.

#### **7.4 KEPUASAN DIMENSI EMPATI**

Dilihat dari hasil penelitian, maka dimensi empati tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja Pusat Rujukan Nasional cukup baik yaitu di area Jawa 72.9 % sedangkan tingkat kepuasan di luar Jawa 70.8 % dengan hasil analisa chi square menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat kualitas layanan antara area Jawa dan di Luar Jawa.

Pada diagram Kartesius menunjukkan bahwa dimensi empati berada di kuadran III dan IV. Hasil dari beberapa komentar kuesioner dan beberapa wawancara yang diadakan bahwa petugas kami selalu mematuhi etika bertelepon seperti mengucapkan salam, nama dan mengucapkan terimakasih dan mengatakan bahwa informasi yang diberikan petugas melalui telepon mudah dimengerti.

#### **7.5 KEPUASAN DIMENSI MEYAKINKAN**

Tingkat kepuasan dimensi meyakinkan tidak berbeda jauh antara area jawa dan luar jawa, yaitu 72.9 % dan 75.0 %. Hasil dari beberapa responden menyatakan bahwa cara customer telepon dalam menjawab pertanyaan pelanggan dapat membuat mereka merasa lebih nyaman dengan informasi yang diberikan.

## BAB VIII

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 8.1 KESIMPULAN

1. Prosentase tingkat kepuasan pelanggan internal pada lima dimensi kualitas rata-rata belum dapat memenuhi harapan manajemen Prodia yaitu  $\geq 80$  %.
2. Berdasarkan hasil analisis, maka responden di area Jawa lebih besar yaitu 66.7 % dibanding area Luar Jawa sebesar 33.5 %
  - Prosentase tingkat kepuasan terhadap lima dimensi kualitas maka tingkat kepuasan tertinggi dimulai dari : Dimensi meyakinkan/ assurance di area Jawa sebesar 72.9 % dan luar Jawa 75.0 %. Dimensi empati/empathy pada area Jawa sebesar 72.9 % dan di luar Jawa sebesar 70.8 %. Dimensi Kehandalan/ Reliability di area Jawa 58.3 %, luar Jawa 60.4 %. Dimensi Daya Tanggap/ Responsiveness di area Jawa 47.9 % dan di luar Jawa 45.8 % sedangkan dimensi yang paling rendah tingkat kepuasannya adalah dimensi bukti fisik / tangibles dimana tingkat kepuasan di area Jawa hanya sebesar 25.0 % sementara di Luar Jawa hanya 8.3 %.
  - Tidak ada perbedaan tingkat kualitas pelayanan antara cabang di Jawa dan di luar Jawa untuk semua dimensi kualitas, kecuali dimensi bukti fisik/ tangibles. Hal ini dikarenakan lokasi Prodia Pusat Rujukan Nasional lebih berdekatan dengan area Jawa sehingga mempermudah sistem koordinasi baik melalui telepon maupun diskusi.
  - Perlu adanya langkah perbaikan terutama untuk dimensi bukti fisik sehingga tingkat kepuasan pelanggan internal dapat memenuhi harapan manajemen

## 8.2 SARAN

1. Pada bagian SDM yang menangani penyelesaian masalah/ permintaan dari cabang dan SDM yaitu Customer Service Telepon :
  - Dapat dilakukan pelatihan yang terkait dengan Product Knowledge.
  - Diadakan pelatihan “handling complain”.
  - Selalu diikutkan pelatihan internal yang terkait dengan pelayanan pelanggan walaupun hanya melayani pelanggan internal.
  - Diadakan pelatihan internal untuk mendalami proses internal yang ada di Laboratorium Pusat Rujukan Nasional sendiri.
  - Memasukkan dalam agenda perencanaan tahunan secara periodic dapat diadakan pelatihan eksternal dan internal.
  - Melakukan penilaian ulang terhadap SDM untuk melihat ketepatan penempatan di bagian tersebut.
  - Menghitung kembali produktivitas SDM Customer Service Telepon mengingat saat ini tugasnya bukan hanya menerima telepon dari eksternal tetapi juga melayani sistem komunikasi internal cabang sendiri.
  - Memberikan hak akses telepon kepada SDM yang bertanggung jawab di seksi masing-masing sehingga dapat mengurangi beban kerja Customer Service Telepon.
2. Perubahan Lay out ruang Customer Telepon, karena saat ini kondisi sangat tidak nyaman (ruang terlalu sempit tidak sebanding dengan jumlah orang yang ada) sehingga ruang gerak terlalu sempit dan ruangan menjadi kurang tenang. Bila memungkinkan bisa di gunakan headphone karena selain dapat lebih konsentrasi, SDM juga dapat mengatur pergerakan secara bebas dan juga sebaiknya dibuat program bantu dengan IT untuk membantu menurunkan system pengarsipan secara hard copy. Karena membuat ruang kerja menjadi penuh dan tidak rapi.
3. Untuk Permasalahan Telepon :
  - Segera melakukan evaluasi terhadap penggunaan line telepon yang tersedia (Telepon yang diterima dan Telepon keluar).

- Mengundang vendor telepon dan melakukan diskusi untuk membuat sistem telepon yang lebih baik.
  - Menghitung kembali produktivitas kerja SDM di bagian yang menangani system telepon.
  - Pusat Rujukan Nasional harus segera mengambil langkah perbaikan dengan menggunakan sistem telepon direct line yang terpisah dari telepon gedung apabila tidak segera ditindaklanjuti.
4. Segera melakukan evaluasi baik pusat rujukan nasional maupun cabang Prodia untuk melihat tingkat keberhasilan sistem OnLine SISPRO di setiap Cabang dan mencari alternative terbaik agar tingkat keberhasilan system OnLine dapat berjalan dengan baik.
  5. Evaluasi jaringan internet yang sering terputus bila diperlukan dapat mengganti vendor.
  6. Pada dimensi kehandalan, perlu dilakukan perbaikan terus menerus agar dapat bersaing dengan pesaing yaitu menerapkan konsep Lean sehingga dapat memotong waktu proses yang tidak berguna. Untuk kelengkapan jenis pemeriksaan sebagai salah satu perwujudan mencapai misi Prodia sebagai Laboratorium terlengkap maka dapat meningkatkan kerjasama dengan bagian Penelitian dan Pengembangan Pemeriksaan untuk dapat menambah jenis pemeriksaan yang baru, sehingga bukan hanya melengkapi kekosongan tetapi selalu menambah jenis pemeriksaan baru.
  7. Mencari lembaga atau institusi yang dapat menjadikan Prodia Pusat Rujukan Nasional diakui bukan hanya di tingkat Prodia tetapi juga diakui oleh Rumah Sakit atau Laboratorium lain di Indonesia sebagai Pusat Rujukan Nasional bagi institusi kesehatan lain yang bergerak di bidang yang sama dan juga diakui secara Internasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arasli, Huseyin, Mehtap-Smadi, Salime dan Katircioglu, Salih Turan. (2005).  
*Customer service quality*
- Aso Sentana. (2006). *Service Excellent & Customer Satisfaction*
- Bill Capodagli, Lynn Jackson. (2005). *The Disney Way*.
- Data Pratama. (2008). *Prospek dan Perkembangan Industri Kesehatan di Indonesia*
- Freddy Rangkuti. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*
- Gaspersz, Vincent. (2002). *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. Gramedia Jakarta
- Handi Irawan. (2003). *Indonesian Customer Satisfaction*. Jakarta.
- Handi Irawan. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta.
- Jonathan Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Keputusan Menteri Kesehatan RI. (2003). *Laboratorium Kesehatan (Nomor 364/MENKES/SK/III/2003)*.
- Lerbin R Arintonang R. (2005). *Kepuasan pelanggan Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*
- M Emil Azhary. (2009). Potret Bisnis Rumah Sakit Indonesia, *Economic Review No 218*.
- Media Data Riset. (2008). *Prospek Usaha Klinik Kesehatan di Indonesia*.
- Purnama, Nursya, Bani. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII

Yogyakarta.

Supranto,J. (1997). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta

Supranto.J. (1997). *Metode Riset, Aplikasinya dalam Pemasaran*.Rineka Cipta

Tjiptono, Fandi dan Gregorius Candra. (2005). *Service,Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi offset

Tjiptono, Fandy. (1997). *Pemasaran Jasa*.Yogyakarta

Yamit, Zulian. (1996). *Manajemen Produksi dan Operasi*.Edisi Pertama. Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta

Zeithaml,Valarie A.,Leonard L.Berry ,and A.Parasuraman. (1985). *Problem and Strategies in Services Marketing*.



## LAMPIRAN 1. FORM QUESTIONER

Mohon Bp/Ibu dapat mengisi Kuesioner dengan memberi tanda ( X ) pada kolom yang tersedia

NO	PERTANYAAN	KEPUASAN	KEPENTINGAN
1	<b>Penilaian Bp/Ibu terhadap petugas kami :</b>		
a	Kemampuan SDM dalam menyelesaikan masalah / permintaan dari cabang perujuk	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
b	Kecepatan petugas kami dalam merespon masalah/permintaan dari cabang perujuk	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
c	Apakah petugas kami mematuhi etika bertelepon dengan menyebutkan salam, nama & mengucapkan terimakasih	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
d	Apakah informasi yang diberikan petugas kami mudah dimengerti	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
e	Apakah Customer Telepon (CS) kami berbicara dengan sopan, ramah dalam menjawab telepon	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
f	Apakah petugas Customer Service (CS) Telepon kami dapat mendengar dengan sabar dan penuh perhatian.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
2	<b>Kemudahan menghubungi melalui telepon :</b>		
a	Kemudahan menghubungi Tower - Prodia Jakarta	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
b	Kemudahan menghubungi PNRL melalui nomor telepon yang telah kami berikan ( No Telp : 021- 31906806 , 31906504, 31905422)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
c	Kemudahan menghubungi Customer Service (CS) PNRL	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
3	<b>Apakah informasi rujukan yang kami sampaikan melalui media komunikasi dapat diterima tepat waktu-?</b>		
a.	FTP	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
b.	SMS Broadcast	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
c.	Fax	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
d	Email	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5

(LANJUTAN)

NO	PERTANYAAN	KEPUASAN	KEPENTINGAN
4	Apakah informasi rujukan yang kami sampaikan melalui media komunikasi bermanfaat dan informatif bagi anda ?		
a.	FTP	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
b.	SMS Broadcast	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
c.	Fax	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
d.	Email	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
5	Untuk Cabang OnLine Sispro :		
a.	Apakah Sistem OnLine Sispro dengan PRN dapat berjalan dengan baik ?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
b.	Apakah hasil Pemeriksaan Rujukan Internal (HPRI) yang kami kirimkan sangat bermanfaat bagi anda	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
c.	Manfaat HPRI bagi cabang		
6	Penilaian Bp/Ibu terhadap hasil pemeriksaan yang dikeluarkan PNRL :		
a.	Kelengkapan jenis pemeriksaan yang diminta cabang perujuk	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
b.	Kecepatan Waktu Selesai Hasil Pemeriksaan (WSHP) yang dikeluarkan oleh PNRL	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
c.	Kebenaran dan keakuratan hasil pemeriksaan yang dikeluarkan oleh PNRL	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
7	Saran Bpk/Ibu sangat berharga bagi kami untuk terus meningkatkan pelayanan rujukan dalam memenuhi kebutuhan & harapan Bpk/Ibu		

Keterangan

Beri tanda (X) pada kolom yang Bpk/Ibu pilih dengan ketentuan sebagai berikut :

KEPUASAN :

- 1 = Sangat Tidak Memuaskan
- 2 = Tidak Memuaskan
- 3 = Cukup Memuaskan
- 4 = Memuaskan
- 5 = Sangat Memuaskan

KEPENTINGAN

- 1 = Sangat Tidak Penting
- 2 = Tidak Penting
- 3 = Cukup Penting
- 4 = Penting
- 5 = Sangat Penting

