



UNIVERSITAS INDONESIA

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN UMUM, RETENSI
PELANGGAN UMUM, AKUISISI PELANGGAN UMUM,
PROFITABILITAS PELANGGAN UMUM DAN PANGSA PASAR
TERHADAP KINERJA RAWAT JALAN
RUMAH SAKIT PELABUHAN JAKARTA
TAHUN 2008**

TESIS

Oleh :

ISTI QOMARSIH

NPM : 0606022302

**PROGRAM STUDI KAJIAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT
PASCASARJANA FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS INDONESIA
2008**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Isti Qomarsih
NPM : 0606022302
Mahasiswa Program : KARS FKM UI
Tahun Akademik : 2006 - 2008

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan tesis saya yang berjudul :

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN UMUM, RETENSI PELANGGAN UMUM, AKUISISI PELANGGAN UMUM, PROFITABILITAS PELANGGAN UMUM DAN PANGSA PASAR TERHADAP KINERJA RAWAT JALAN RUMAH SAKIT PELABUHAN JAKARTA TAHUN 2008

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Depok, 17 Juli 2008

ISTI QOMARSIH

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Isti Qomarsih
Alamat : Jl.M.Hasibuan No.7, Bekasi 17113
Telp.021-8802342/ 08129280049
Tempat/Tanggal Lahir : Klaten,15 Pebruari
Agama : Islam
Jenis kelamin : Perempuan

Pendidikan :

1. SDN Margahayu I Tahun 1978 – 1983
2. SMPN I Bekasi Tahun 1983 – 1986
3. SMAN I Bekasi Tahun 1986 – 1989
4. Fak.Farmasi Universitas Pancasila Tahun 1989 – 1995
5. Apoteker FFUP Tahun 1995 – 1996
6. S2 KARS FKM UI Tahun 2006 -2008

Riwayat Pekerjaan :

1. Apoteker pendamping Tahun 1997 - 2003
2. Kabid.Penunjang Medik RS.PMC Tahun 2004 – saat ini

KATA PENGANTAR

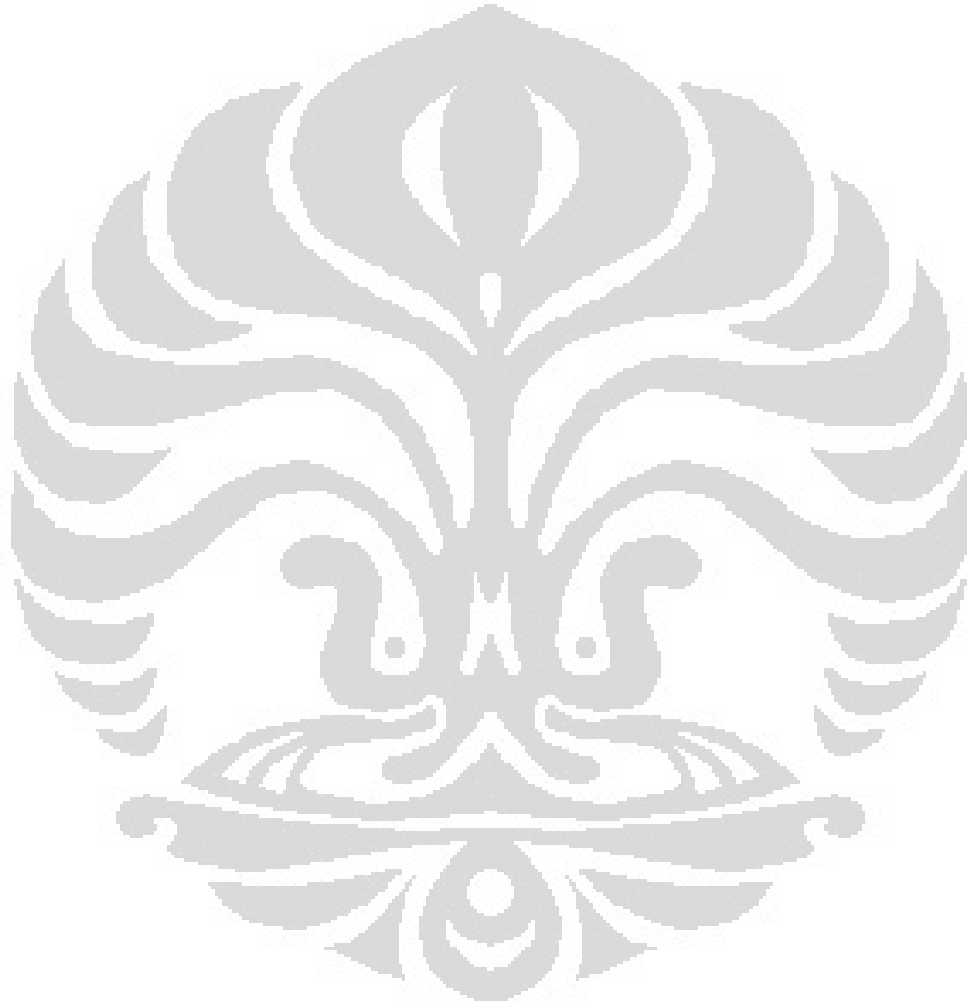
Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT karena Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunan tesis ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. DR. dr. Adang Bachtiar, MPH, DSc, selaku Ketua Program Studi Kajian Administrasi Rumah Sakit, seluruh staf pengajar, dan sekretariat yang membantu selama masa pendidikan.
2. Dr. dr. M. Hafizurrachman, MPH selaku Pembimbing Akademik, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan konsultasi dan diskusi dalam penyelesaian tesis ini.
3. dr. H.Engkus Kusdinar Achmad, yang telah membantu penulis dalam penyusunan tesis.
4. Ibu Agustina, penguji seminar hasil yang telah banyak memberi masukan dalam rangka perbaikan tesis.
5. dr. Hanun Ernatyaswati, MARS, selaku pimpinan Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta yang telah memberi izin penulis untuk melaksanakan penelitian di RSPJ.
6. Tim pengumpul data yang telah membantu selama pengumpulan data di RSPJ.
7. Orang tua dan adik-adikku yang selalu mendoakan dan memberi dukungan selama masa pendidikan.
8. Teman-temanku di kelas KARS 2006 yang selalu memberi semangat dan doa.

Akhir kata penulis mengharapkan kritik dan saran untuk kekurangan pada tesis ini agar dapat bermanfaat bagi kita semua.

Depok, Juli 2008

Penulis



**UNIVERSITAS INDONESIA
PROGRAM PASCA SARJANA
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
PROGRAM STUDI KAJIAN ADMINISTRASI RUMAH SAKIT**

Tesis, Juli 2008

ISTI QOMARSIH, NPM 0606022302

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN UMUM, RETENSI PELANGGAN UMUM, AKUISISI PELANGGAN UMUM, PROFITABILITAS PELANGGAN UMUM DAN PANGSA PASAR TERHADAP KINERJA RAWAT JALAN RUMAH SAKIT PELABUHAN JAKARTA TAHUN 2008

vii + 133 halaman + 30 tabel + 16 gambar + 4 lampiran

ABSTRAK

Di masa lalu, perusahaan dapat memusatkan diri pada kapabilitas internal, dengan mengandalkan kinerja produk dan inovasi teknologi. Tetapi perusahaan yang tidak memahami kebutuhan pelanggan akan memudahkan para pesaing untuk menyerang melalui penawaran produk dan jasa yang lebih baik yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Oleh karena itu, banyak perusahaan saat ini berpindah fokus secara eksternal, kepada pelanggan. Jika ingin mencapai kinerja finansial jangka panjang yang hebat, setiap unit bisnis harus menciptakan dan memberikan produk dan jasa yang bernilai bagi pelanggan.

Pertumbuhan kunjungan pasien yang cenderung menurun dari tahun 2004 – 2007. Rendahnya peningkatan prosentase kunjungan pasien umum tunai tahun 2004 – 2006, yang kemudian angka kunjungan tersebut menurun pada tahun 2007. Hal-hal tersebut, dapat menjadi indikasi adanya ketidak optimalan dalam hal pengelolaan pasien. Kurangnya pemahaman tentang karakteristik pasien yang berkunjung, menjadikan ketidakefektifan dalam mengelola mereka. Perspektif pelanggan dalam hal ini pasien merupakan variabel yang digunakan dalam melakukan analisa pelanggan yang berpengaruh terhadap kinerja rumah sakit yang berorientasi pelanggan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh perspektif pelanggan terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta.

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey hubungan kausal dengan teknik analisis jalur/ *Path Analysis* menggunakan program LISREL, 104 sampel yang diambil secara random di rawat jalan RSPJ.

Dari perhitungan analisa data statistik, variabel retensi pelanggan dan profitabilitas pelanggan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta; kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta dan pangsa pasar memberikan pengaruh langsung terbesar terhadap kinerja Rumah Sakit pelabuhan Jakarta.

Daftar bacaan : 45 (1989 – 2008)

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii-iii
Daftar Tabel	iv-v
Daftar Gambar	vi
Daftar Lampiran	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1-6
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	7-8
1.4. Tujuan Penelitian	
1.4.1. Tujuan Umum	8
1.4.2. Tujuan Khusus	8-9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Ruang Lingkup	9-10
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Pelanggan	
2.1.1. Pengertian	11
2.1.2. Manfaat organisasi yang berfokus pelanggan	12
2.2. Kinerja	
2.2.1. Pengertian	13
2.2.2. Kinerja Rumah Sakit	13
2.2.3. Pengukuran Kinerja	
2.2.3.1. Pengertian	13
2.2.3.2. Persyaratan system pengukuran kinerja	14
2.2.3.3. Manfaat pengukuran kinerja	14-15
2.2.3.4. Metode Pengukuran Kinerja	15-17
2.2.4. <i>Balanced Scorecard</i>	17-27
2.2.5. Kinerja berorientasi pelanggan	27-28
2.3. Persepsi	28-29
2.4. Analisa Jalur	29-39
BAB 3 GAMBARAN UMUM RS.PELABUHAN JAKARTA	
3.1. Sejarah Singkat	40
3.2. Visi, misi	41
3.3. Struktur,Personil, Sarana dan Prasarana	42-48
3.4. Pencapaian Kinerja RSPJ Tahun 2007	49-52
BAB 4 KERANGKA KONSEP DAN DEFINISI OPERASIONAL	
4.1. Kerangka Teori Penelitian	53
4.2. Kerangka Konsep	54

4.3. Hipotesis	
4.3.1. Hipotesis Penelitian	55
4.3.2. Hipotesis (Ho dan Ha) Model Statistik	56
4.4. Definisi Operasional	57
4.5. Pengujian Instrumen	63-66
BAB 5. METODOLOGI PENELITIAN	
5.1. Metodologi Penelitian	67
5.2. Tempat Penelitian	67
5.3. Waktu Penelitian	67
5.4. Populasi	67
5.5. Besar Sampel	68
5.6. Cara Pengambilan Sampel	69
5.7. Cara Pengumpulan Data	70
5.8. Validasi dan Reliabilitas	71
5.9. Cara Pengolahan Data	72
5.10. Manajemen Data	72
5.11. Cara Penyajian Data	80
5.12. Etika Penelitian	80
BAB 6. HASIL PENELITIAN	
6.1. Hasil uji validitas dan realibilitas	81-82
6.2. Gambaran umum responden penelitian	82
6.3. Deskripsi Data	82
6.4. Persyaratan Analisis	83-101
6.5. Analisis Univariat Variabel Kepuasan Pelanggan	102-104
6.5. Pengujian Model	104-120
BAB 7. PEMBAHASAN HASIL	
7.1. Keterbatasan Penelitian	121
7.2. Analisis Perspektif Pelanggan Terhadap Kinerja RSPJ	122-131
BAB 8. KESIMPULAN DAN SARAN	
8.1. Kesimpulan	132
8.2. Saran	133

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 6.1.	Grafik histogram dan normal P-P plot kepuasan pelanggan	85
Gambar 6.2.	Grafik histogram dan normal P-P plot retensi pelanggan	86
Gambar 6.3.	Grafik histogram dan normal P-P plot akuisisi pelanggan	87
Gambar 6.4.	Grafik histogram dan normal P-P plot profitabilitas pelanggan	88
Gambar 6.5.	Grafik histogram dan normal P-P plot pangsa pasar.....	89
Gambar 6.6.	Grafik histogram dan normal P-P plot kinerja RSPJ.....	90
Gambar 6.7.	Histogram Kepuasan Pelanggan Dimensi <i>Tangibles</i>	102
Gambar 6.8.	Histogram Kepuasan Pelanggan Dimensi <i>Responsiveness</i>	102
Gambar 6.9.	Histogram Kepuasan Pelanggan Dimensi <i>Realibility</i>	103
Gambar 6.10	Histogram Kepuasan Pelanggan Dimensi <i>Assurance</i>	103
Gambar 6.11.	Histogram Kepuasan Pelanggan Dimensi <i>Empathy</i>	104
Gambar 6.12.	Model hubungan struktur antar variabel	105
Gambar 6.13.	Model hubungan struktur antar variabel setelah dilakukan uji koefisien korelasi	108
Gambar 6.14.	Hasil estimasi koefisien jalur model hubungan struktur antar variabel	109
Gambar 6.15.	Model akhir struktur hubungan antar variabel	115
Gambar 6.16.	Koefisien jalur dan koefisien korelasi model akhir struktur hubungan antar variabel	116

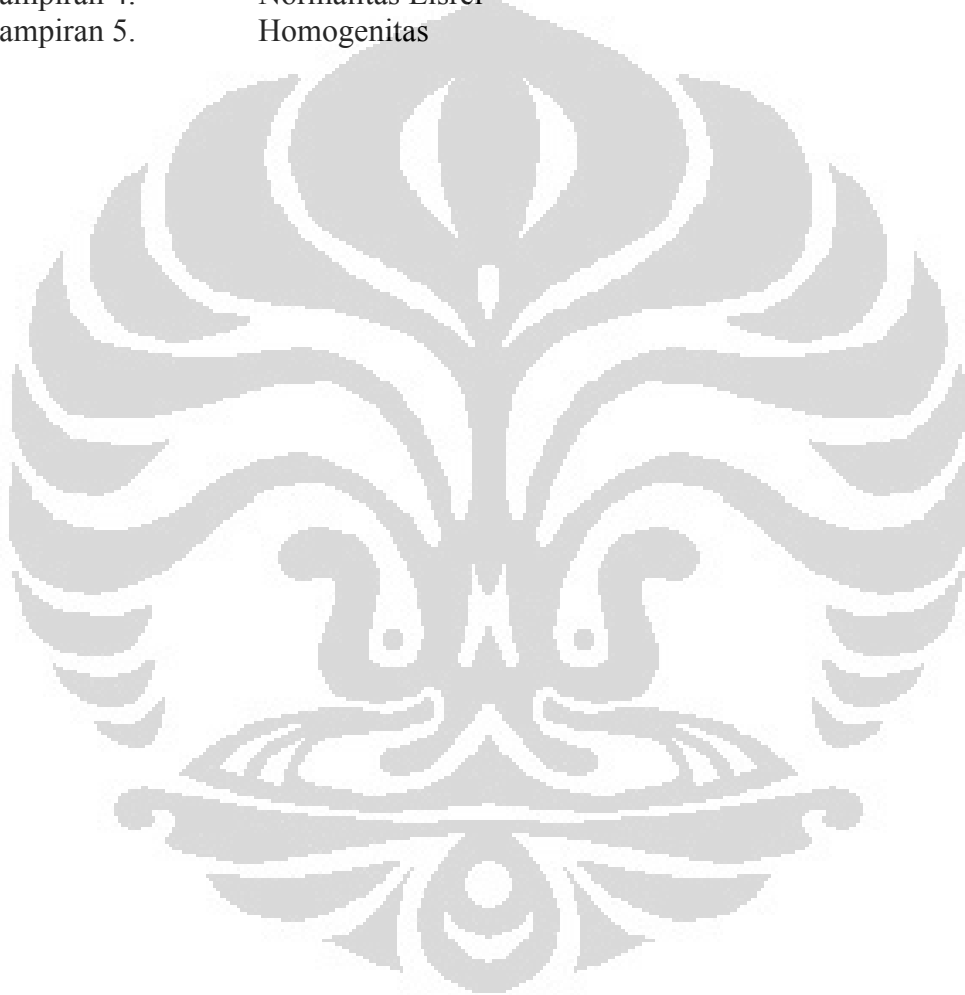
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Kunjungan pasien rawat jalan Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta Tahun 2004- 2007.....	6
Tabel 3.1.	Ketenagaan RSPJ berdasarkan tingkat pendidikan	48
Tabel 3.2.	Data Kunjungan Rawat Jalan, Penunjang Medik RS.Pelabuhan Jakarta Tahun 2007	49
Tabel 3.3.	DATA 10 (SEPULUH) BESAR KASUS PENYAKIT RAWAT JALAN TAHUN 2007	51
Tabel 6.1.	Hasil uji validitas dan realibilitas kuisisioner penelitian	82
Tabel 6.2.	Distribusi responden menurut jenis kelamin, tingkat pendidikan (n = 104)	82
Tabel 6.3.	Deskriptif data variabel kepuasan pelanggan (X1), retensi pelanggan (X2), akuisisi pelanggan (X3), profitabilitas pelanggan (X4), pangsa pasar (X5) dan kinerja RSPJ (Y) tahun 2008.....	83
Tabel 6.4.	<i>Test of univariate normality</i> variabel kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan, profitabilitas pelanggan, pangsa pasar dan kinerja RSPJ.....	84
Tabel 6.5.	Rangkuman hasil uji homogenitas	95
Tabel 6.6.	Residual statistik kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan, profitabilitas pelanggan, pangsa pasar terhadap kinerja RSPJ.....	96
Tabel 6.7.	Hasil uji Durbin-Watson kepuasan pelanggan terhadap kinerja RSPJ	96
Tabel 6.8.	Hasil uji Durbin-Watson kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan, profitabilitas pelanggan terhadap pangsa pasar	97
Tabel 6.9.	Hasil uji Durbin – Watson kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan terhadap profitabilitas pelanggan.....	97
Tabel 6.10	Hasil uji Durbin – Watson kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan	97
Tabel 6.11	Hasil uji Durbin – Watson kepuasan pelanggan terhadap akuisisi pelanggan.....	98
Tabel 6.12	Hasil uji asumsi linearitas pangsa pasar, akuisisi pelanggan, kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, profitabilitas pelanggan terhadap kinerja RSPJ	98

Tabel 6.13.	Hasil uji asumsi linearitas profitabilitas pelanggan, akuisisi pelanggan, retensi pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap pangsa pasar.100
Tabel 6.14.	Hasil uji asumsi linearitas akuisisi pelanggan, retensi pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap profitabilitas pelanggan	101
Tabel 6.15.	Hasil uji asumsi linearitas kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan	102
Tabel 6.16.	Hasil uji asumsi linearitas kepuasan pelanggan terhadap akuisisi pelanggan	
Tabel 6.17.	Interpretasi koefisien korelasi nilai r	104
Tabel 6.18.	Hasil koefisien korelasi kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan, profitabilitas pelanggan, pangsa pasar terhadap kinerja RSPJ	106
Tabel 6.19.	Hasil analisis korelasi	107
Tabel 6.20.	Hasil estimasi koefisien jalur	109
Tabel 6.21.	Rekapitulasi hasil pengujian hipotesis	114
Tabel 6.22.	Hasil estimasi <i>Goodness of fit statistic</i>	115
Tabel 6.23.	Hasil estimasi koefisien jalur dan koefisien korelasi model akhir hubungan antar variabel	116
Tabel 6.24.	Estimasi persamaan struktur model akhir	117
Tabel 6.25.	Komposisi pengaruh langsung dan tidak langsung model akhir struktur hubungan antar variabel.....	118
Tabel 6.26.	Total pengaruh langsung dan tidak langsung kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, profitabilitas pelanggan, pangsa pasar terhadap kinerja RSPJ.....	118

DAFTAR LAMPIRAN

- | | |
|-------------|---------------------------|
| Lampiran 1. | Kuesioner |
| Lampiran 2. | Validasi dan Realibilitas |
| Lampiran 3. | Hasil Uji Model Akhir |
| Lampiran 4. | Normalitas Lisrel |
| Lampiran 5. | Homogenitas |



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut American Hospital Association di tahun 1978, rumah sakit adalah suatu institusi yang fungsi utamanya adalah memberikan pelayanan kepada pasien diagnostik dan terapeutik untuk berbagai penyakit dan masalah kesehatan , baik yang bersifat bedah atau non bedah. Rumah sakit harus dibangun , dilengkapi dan dipelihara dengan baik untuk menjamin kesehatan dan keselamatan pasiennya dan harus menyediakan fasilitas yang lapang , tidak berdesak-desakan dan terjamin sanitasinya bagi kesembuhan pasien. Perlu pula disadari, bahwa rumah sakit merupakan lembaga yang padat modal, padat karya, padat teknologi dan padat pula masalah yang dihadapinya (Aditama, 2004).

Saat ini, rumah sakit tidak lagi harus dipandang sebagai suatu lembaga yang hanya bersandar pada norma-norma dan etika profesi dokter , tetapi lebih mengarah pada suatu lembaga yang harus hidup secara bermutu, berkembang, dan mempunyai dasar etika berbagai profesi dan mempunyai etika bisnis. Rumah sakit merupakan suatu lembaga multiprofesional yang menghasilkan berbagai produk pelayanan kesehatan yang bermutu tetapi harus tetap memperhatikan aspek sosialnya (Trisnantoro 2004, p.ix-x). Selain itu, rumah sakit sebagai suatu organisasi yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan kesehatan juga dituntut untuk memenuhi permintaan pelanggan. Saat ini yang menjadi pelanggan rumah sakit bukan hanya pasien tetapi juga keluarga pasien yang sehat.

Menurut Armstrong dan Baron, (1998, p.15) yang dikutip oleh Wibowo (2007, p.7), Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Dengan demikian, kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Ukuran kinerja dapat dibagi menjadi tiga yaitu ukuran kinerja individu, ukuran kinerja tim dan ukuran kinerja organisasi (Wibowo 2007, p.337).

Pengukuran kinerja suatu organisasi dapat dilakukan dengan empat metode yang berbeda, salah satunya dengan menggunakan metode *Balanced Scorecard* (Wibowo 2007, p.338). *Balanced Scorecard* merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur kinerja suatu organisasi melalui perspektif finansial dan perspektif non finansial, dimana perspektif non finansial meliputi **perspektif pelanggan**, perspektif bisnis internal dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan (Kaplan dan Norton 2000, p.7).

Menurut Kaplan dan Norton (2000, p.55), kinerja organisasi di perspektif pelanggan diukur dengan menggunakan ukuran retensi pelanggan (*customer retention*), akuisisi pelanggan (*customer acquisition*), profitabilitas pelanggan (*customer profitability*), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan pangsa pasar (*market share*).

Kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction*) menurut Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran (1997, p.36) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Retensi pelanggan (*Customer retention*) merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan pelanggan yang ada (Kaplan 2000, p.61). Mempertahankan pelanggan yang ada memiliki biaya yang lebih murah dibandingkan dengan biaya yang dibutuhkan untuk menarik pelanggan baru (Kotler 1997, p.42).

Akuisisi pelanggan (*Customer acquisition*) dapat diukur dengan banyaknya pelanggan baru atau jumlah penjualan kepada pelanggan baru di segmen yang ada (Kaplan 2000, p.61). Buttle (2007,p.337) mengatakan, upaya meningkatkan retensi pelanggan tidak akan berguna jika tidak ada pelanggan yang diperoleh. Pemerolehan pelanggan selalu menjadi tujuan yang paling penting bagi setiap perusahaan.

Profitabilitas pelanggan (*Customer profitability*) adalah pelanggan yang banyak memberi keuntungan bagi perusahaan (Kotler 1997, p.62).

Ukuran Pangsa Pasar (*Market Share*) adalah kelompok pelanggan yang menjadi target atau segmen pasar yang terspesifikasi.

Sedangkan WHO menetapkan melalui Workshop ketiga yang diadakan di Barcelona, Spanyol pada tahun 2003, indikator pengukuran kinerja rumah sakit terdiri dari enam dimensi, salah satunya adalah dimensi yang berpusat pada pasien (*patient centeredness*).

Di masa lalu, perusahaan dapat memusatkan diri pada kapabilitas internal, dengan mengandalkan kinerja produk dan inovasi teknologi. Tetapi perusahaan yang tidak memahami kebutuhan pelanggan akan memudahkan para pesaing untuk menyerang melalui penawaran produk dan jasa yang lebih baik yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Oleh karena itu, banyak perusahaan saat ini berpindah fokus

secara eksternal, kepada pelanggan. Jika ingin mencapai kinerja finansial jangka panjang yang hebat, setiap unit bisnis harus menciptakan dan memberikan produk dan jasa yang bernilai bagi pelanggan (Kaplan & Norton 2000, p.55).

Menurut Nelson, Rust, Zahorik, Rose, batalden dan Siemanski (1992, p.6) yang dikutip oleh Krowinski dan Steiber (1994, p.9) ,dapat memperlihatkan hubungan statistik antara kinerja pelayanan rumah sakit dengan kinerja keuangan rumah sakit. Pasien yang puas dengan proses pelayanan, pengobatan dokter dan pelayanan penunjang memiliki pengaruh yang positif yang secara statistik, signifikan berpengaruh terhadap tiga hasil keuangan meliputi pendapatan, pendapatan bersih dan *Return on assets*.

Pelanggan di rumah sakit, dalam hal ini pasien dan keluarganya merupakan target dari suatu pelayanan jasa yang harus dijaga dan dipelihara. Kurangnya informasi tentang karakteristik pasien yang berkunjung, ketidaktahuan tentang alasan pasien memilih rumah sakit, ketidakpedulian terhadap persepsi pasien terhadap pelayanan yang sudah diberikan, akan memberi kesempatan kepada pasien dan keluarganya untuk berfikir tentang pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang lain yang telah berorientasi kepada pasien (*patient oriented*). Oleh karena itu, sudah saatnya bagi pemberi layanan jasa dalam hal ini rumah sakit, menjaga mutu pelayanan kesehatan melalui informasi tentang kinerja yang berorientasi kepada pasien melalui persepsi pasien, sebagai bahan masukan dalam menetapkan kebijakan pelayanan kesehatan.

Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta, merupakan anak perusahaan PT (Persero) Pelindo II yang berlokasi di Jakarta Utara.yang didirikan pada tanggal 21 Agustus 1971.Saat ini, Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta selain melayani pasien

yang merupakan karyawan PT. (Persero) Pelindo II dan keluarganya, juga melayani pasien umum, bersamaan dengan hal tersebut Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta melebarkan pangsa pasarnya ke perusahaan-perusahaan yang ada disekitar lokasi rumah sakit.

Perubahan status Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta menjadi anak perusahaan PT. (Persero) Pelindo II ini, mendorong organisasi tersebut untuk merubah orientasi pelayanan berfokus pada pelanggan/ pasien (*patient oriented*). Seperti halnya rumah sakit BUMN lainnya yang mengalami perubahan status, terjadi suatu perubahan paradigma yang harus dihadapi, baik bagi manajemen maupun karyawan yang terlibat dalam proses pelayanan. Pelayanan yang diberikan harus ditujukan kepada kepentingan dan kepuasan pasien. Diterima atau tidaknya suatu pelayanan, sangat bergantung pada persepsi pasien terhadap pelayanan kesehatan yang mereka terima. Merubah orientasi pelayanan dalam paradigma baru bukan hal yang mudah, hal ini pun yang dialami oleh manajemen Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta. Pelanggan dalam hal ini pasien dan keluarganya merupakan bagian dari variabel perspektif non finansial yang berpengaruh terhadap kinerja suatu rumah sakit yang berorientasi pelanggan. Dari pelanggan/pasien, suatu rumah sakit dapat hidup. Namun demikian, pemahaman tentang pasien dengan segala karakteristiknya belum dapat dikelola secara optimal oleh sebagian besar rumah sakit. Akibatnya, terjadi inefisiensi, karena pemeliharaan pelanggan/ pasien yang tidak dilakukan dengan baik.

Pelayanan rawat jalan adalah pelayanan pertama dan merupakan pintu gerbang rumah sakit, serta merupakan satu-satunya bagian dari pelayanan medik yang memberikan kesan pertama bagi pasien sebagai konsumen.

Pelayanan rawat jalan juga merupakan tempat peralihan dari penderita yang datang ke rumah sakit menjadi rawat inap. Citra rumah sakit juga dipertaruhkan disini, sehingga dapat dikatakan maju mundurnya rumah sakit bergantung pada pelayanan terdepannya. Selain itu, dari rawat jalan semua pelayanan penunjang medik dapat dilakukan. Di rawat jalan, berbagai *moment of truth* dapat terjadi, yang akan membentuk persepsi pasien terhadap pelayanan yang telah diberikan.

Berikut merupakan data kunjungan pasien rawat jalan Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta Tahun 2004 - 2007:

Tabel 1.1. Kunjungan Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta Tahun 2004- 2007

	2004	2005	2006	2007
Langganan	160.937	145.583	134.674	111.941
Umum :				
Lama	46.408	43.537	40.786	40.504
Baru	<u>21.368</u>	<u>26.683</u>	<u>34.743</u>	<u>27.002</u>
	67.776	70.220	75.529	67.506
Jumlah Total	228.713	215.803	210.203	197.447

Sumber : Data rekam medik RSPJ tahun 2004 s/d 2007

Berdasarkan data tabel di atas, dapat dilihat terdapat penurunan jumlah kunjungan pasien rawat jalan. Dari total jumlah kunjungan tiap tahun, komposisi pasien umum tunai sebesar $\pm 30\%$, sisanya merupakan pasien perusahaan. Terjadi peningkatan kunjungan pasien umum tunai $\pm 5\%$ pada tahun 2004 – 2006, namun kemudian mengalami penurunan kunjungan pasien umum seiring dengan menurunnya jumlah total kunjungan. Fenomena ini merupakan gambaran adanya masalah dalam hal kunjungan pasien. Pertumbuhan kunjungan pasien yang cenderung menurun dari tahun 2004 – 2007. Rendahnya peningkatan persentase kunjungan pasien umum tunai tahun 2004 – 2006, yang kemudian angka kunjungan tersebut menurun pada tahun 2007. Hal-hal tersebut, dapat menjadi indikasi adanya

ketidakefektifan dalam hal pengelolaan pasien. Kurangnya pemahaman tentang karakteristik pasien yang berkunjung, menjadikan ketidakefektifan dalam mengelola mereka. Perspektif pelanggan dalam hal ini pasien merupakan variabel yang digunakan dalam melakukan analisa pelanggan yang berpengaruh terhadap kinerja rumah sakit yang berorientasi pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung perspektif pelanggan terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta sehingga diharapkan dari hasil penelitian yang menggunakan metode analisa jalur (*path analysis*) ini, akan didapat data variabel perspektif pelanggan yang berpengaruh terhadap kinerja rumah sakit sehingga data tersebut dapat digunakan oleh manajemen dalam membuat kebijakan dan strategi pemasaran di masa mendatang.

1.2. Rumusan Masalah

Kinerja suatu institusi dalam hal ini Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta sebagai pemberi layanan jasa, dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel baik variabel finansial maupun variabel non finansial. Variabel non finansial memiliki peranan yang tidak kalah penting dibandingkan dengan variabel finansial, yaitu meliputi pelanggan, pertumbuhan dan perkembangan dan bisnis internal.

Penetapan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah perlunya pengukuran adanya pengaruh langsung ataupun tidak langsung perspektif pelanggan yang meliputi kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan, profitabilitas pelanggan dan pangsa pasar terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta tahun 2008.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan yang diajukan dalam tesis ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung atau tidak langsung terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta tahun 2008?
2. Apakah retensi pelanggan berpengaruh langsung atau tidak langsung terhadap kinerja Rumah sakit Pelabuhan Jakarta tahun 2008?
3. Apakah akuisisi pelanggan berpengaruh langsung atau tidak langsung terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta tahun 2008?
4. Apakah profitabilitas pelanggan berpengaruh langsung atau tidak langsung terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta tahun 2008?
5. Apakah pangsa pasar berpengaruh langsung atau tidak langsung terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta tahun 2008?

1.4. Tujuan Penelitian

1.4.1. Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran pengaruh langsung ataupun tidak langsung perspektif pelanggan terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta tahun 2008.

1.4.2. Tujuan Khusus

1. Diketahuinya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta.tahun 2008 baik langsung maupun tidak langsung.

2. Diketuainya pengaruh retensi pelanggan terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta tahun 2008 baik langsung maupun tidak langsung.
3. Diketuainya pengaruh akuisisi pelanggan terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta tahun 2008 baik langsung maupun tidak langsung.
4. Diketuainya pengaruh profitabilitas pelanggan terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta tahun 2008 baik langsung maupun tidak langsung.
5. Diketuainya pengaruh pangsa pasar terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta tahun 2008 baik secara langsung maupun tidak langsung.

I.5. Manfaat penelitian

I.5.1. Manfaat Aplikasi

1. Bagi Peneliti

Untuk memenuhi syarat Program Studi Kajian Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia dan menambah wawasan tentang pengaruh perspektif pelanggan terhadap kinerja rumah sakit.

2. Bagi Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka diharapkan rumah sakit dapat mengetahui pengaruh perspektif pelanggan rawat jalan terhadap kinerja rumah sakit.

3. Bagi program Studi

Bagi institusi pendidikan , penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengayaan literatur yang bermanfaat sehingga dapat digunakan lebih lanjut untuk tujuan pendidikan dan penelitian. Hasil ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap evaluasi hasil pendidikan.

1.6. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survey hubungan kausal dengan teknik analisa jalur (*path analysis*) tentang pengaruh perspektif pelanggan terhadap kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta, penelitian berlokasi di Jalan Kramat Jaya, Jakarta Utara. Waktu yang dipergunakan untuk melakukan penelitian adalah bulan Mei-Juni 2008.

Penelitian ini penting dilakukan, agar dapat diketahui pengaruh langsung maupun tidak langsung perspektif pelanggan terhadap Kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta dan variabel yang paling berpengaruh terhadap kinerja rumah sakit yang meliputi kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan, profitabilitas pelanggan dan pangsa pasar sehingga manajemen Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta berdasarkan hasil penelitian yang ada dapat membuat strategi pemasaran dalam upaya memelihara pelanggan yang bermutu yang pada akhirnya bertujuan meningkatkan kinerja rumah sakit melalui perspektif pelanggan.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pelanggan

2.1.1. Pengertian

Pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu organisasi. Pelanggan berbeda dengan pembeli. Pembeli membeli barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan pelanggan (yang puas akan manfaat produk atau jasa) membeli produk atau jasa perusahaan dan membeli lagi setiap saat membutuhkannya kembali. "Membeli lagi" adalah letak perbedaan antara pembeli dan pelanggan (Sutojo,S, 2003, p.1).

Menurut Cook (2004,p.1), yang dikutip dari *The Practice of Management*, Drucker (1954), hanya ada satu definisi yang sah dari tujuan bisnis, yaitu menciptakan pelanggan. Pelanggan merupakan fondasi bisnis dan merekalah yang membuat bisnis tetap ada.

Sejalan dengan persaingan yang semakin global dan semakin tajam, banyak organisasi sadar bahwa mereka tidak dapat bersaing hanya dengan harga. Survei menunjukkan bahwa perusahaan yang dipacu oleh pelayanan dapat meminta bayaran sampai 9 persen lebih tinggi untuk produk jasa yang mereka berikan. Mereka tumbuh dua kali lebih cepat dari perusahaan lainnya dan mempunyai potensi untuk mencapai bagian pasar sampai dengan 6 persen (Cook,2004,p.2).

2.1.2. Manfaat organisasi yang berfokus pada pelanggan

Cook (2004,p.2-3) menyatakan dengan semakin meningkatnya persaingan pasar maka organisasi yang mempunyai program memfokuskan pada pelanggan akan mendapatkan banyak keuntungan. Melalui pelayanan yang bermutu tinggi, organisasi tersebut mampu untuk :

1. Menjadikannya berbeda dengan pesaing
2. Memperbaiki citra dimata pelanggan
3. Meminimalkan faktor sensitivitas harga
4. Meningkatkan keuntungan
5. Meningkatkan kepuasan dan mempertahankan pelanggan
6. Menghasilkan dukungan yang maksimal untuk perusahaan
7. Meningkatkan reputasi
8. Memastikan produk dan jasa yang diberikan 'tepat sasaran'
9. Meningkatkan semangat karyawan
10. Meningkatkan kepuasan dan mempertahankan karyawan
11. Meningkatkan produktivitas
12. Mengurangi biaya
13. Mendorong partisipasi karyawan
14. Menciptakan reputasi sebagai perusahaan yang peduli dan berorientasi pada pelanggan
15. Memperbesar hubungan pelanggan internal/pemasok
16. Menyebabkan terjadinya perbaikan pada operasional perusahaan secara berkesinambungan

2.2. Kinerja

2.2.1. Pengertian

Menurut Armstrong dan Baron (1998,p15) yang dikutip oleh Wibowo (2007; p.7), kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi , kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Dengan demikian, kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya.

2.2.2. Kinerja Rumah Sakit

Menurut WHO tahun 2003, definisi kinerja adalah pencapaian tujuan yang diinginkan. Kinerja rumah sakit sebaiknya didasarkan pada kompetensi professional dalam aplikasi ilmu pengetahuan terbaru, tersedianya teknologi dan sumber daya manusia; efisiensi dalam penggunaan sumber daya manusia; meminimalkan resiko terhadap pasien, kepuasan pasien. Dalam lingkungan pelayanan kesehatan, kinerja rumah sakit ditujukan pada kemampuan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada kebutuhan dan permintaan masyarakat.; integrasi pelayanan dalam semua system dan komitmen terhadap promosi kesehatan. Kinerja rumah sakit dinilai dalam hubungannya dengan ketersediaan pelayanan rumah sakit terhadap semua pasien terlepas dari penghalang berupa sarana fisik, budaya, sosial , demografi dan ekonomi.

2.2.3. Pengukuran Kinerja

2.2.3.1. Pengertian

Pengukuran kinerja adalah tindakan pengukuran yang dilakukan terhadap berbagai aktivitas dalam rantai nilai yang ada pada perusahaan. Hasil pengukuran

tersebut kemudian digunakan sebagai umpan balik yang akan memberikan informasi tentang prestasi pelaksanaan suatu rencana dan titik dimana perusahaan memerlukan penyesuaian-penyesuaian atas aktivitas perencanaan dan pengendalian (Yuwono,S.,2007,p.23).

2.2.3.2. Persyaratan sistem pengukuran kinerja

Yuwono,S dalam bukunya menyatakan (2007,p.29),dengan munculnya berbagai paradigma baru di mana bisnis harus digerakkan oleh *customer focused*, suatu sistem pengukuran kinerja yang efektif, paling tidak harus memiliki syarat-syarat sebagai berikut :

- a. Didasarkan pada masing-masing aktivitas dan karakteristik organisasi itu sendiri sesuai perspektif pelanggan;
- b. Evaluasi atas berbagai aktivitas, menggunakan ukuran-ukuran kinerja yang *customer validated*;
- c. Sesuai dengan seluruh aspek kinerja aktivitas yang mempengaruhi pelanggan , sehingga menghasilkan penilaian yang komprehensif;
- d. Memberikan umpan balik untuk membantu seluruh anggota organisasi mengenali masalah-masalah yang ada kemungkinan perbaikan.

2.2.3.3. Manfaat pengukuran kinerja

Menurut Lynch dan cross (1993) yang ditulis oleh Yuwono,S.(2007,p.29), manfaat sistem pengukuran kinerja yang baik adalah sebagai berikut :

- a. Menelusuri kinerja terhadap harapan pelanggan sehingga akan membawa perusahaan lebih dekat pada pelanggannya dan membuat seluruh orang dalam organisasi terlibat dalam upaya memberi kepuasan kepada pelanggan.

- b. Memotivasi pegawai untuk melakukan pelayanan sebagai bagian dari mata rantai pelanggan dan pemasok internal;
- c. Mengidentifikasi berbagai pemborosan sekaligus mendorong upaya-upaya pengurangan terhadap pemborosan tersebut (*reduction of waste*);
- d. Membuat suatu tujuan strategi yang biasanya masih kabur menjadi lebih konkret sehingga mempercepat proses pembelajaran organisasi;
- e. Membangun konsensus untuk melakukan suatu perubahan dengan memberi "reward" atas perilaku yang diharapkan tersebut.

2.2.3.4. Metode pengukuran kinerja

Terdapat empat pendekatan berbeda yang dapat dipakai untuk mengukur/ menilai kinerja organisasi, yaitu sebagai berikut :

1) *Balanced Scorecard*

Merupakan serangkaian ukuran yang memberi manajer puncak pandangan bisnis yang cepat tetapi komprehensif. Manajer harus melihat bisnis dalam empat perspektif, yaitu :

- a. *Customer perspectives*, tentang bagaimana pelanggan melihat kita.
- b. *Internal perspectives*, tentang apa yang harus kita lampau.
- c. *Innovation and learning perspectives*, tentang dapatkah kita melanjutkan untuk memperbaiki dan menciptakan nilai.
- d. *Financial perspectives*, tentang bagaimana kita melihat pemegang saham.

2) *The Europeaen Foundation for Quality Management Model*

Terdapat indikasi bahwa kepuasan pelanggan , kepuasan pekerja dan dampak pada masyarakat dicapai melalui kepemimpinan. Hal ini mendorong kebijakan

dan strategi, manajemen pekerja, sumber daya dan proses mengarah pada keunggulan hasil bisnis.

3) *Economic Value Added*

Terdapat empat ukuran favorit dalam model *Economic value Added* ini, yaitu sebagai berikut :

- a. *Added Value* merupakan perbedaan antara nilai pasar dari output perusahaan dan biaya inputnya.
- b. *Market value added* merupakan perbedaan antara kapitalisasi pasar perusahaan dan total investasi kapital. Jika positif, akan mengindikasikan diciptakannya kekayaan pasar saham.
- c. *Cash flow return on investment* membandingkan *cash flow* disesuaikan inflasi dengan *gross revenue* , untuk menemukan *cash flow return on investment*.
- d. *Total shareholder return* merupakan apa yang sebenarnya diperoleh pemegang saham, misalnya perubahan dalam nilai kapital plus dividen.

4) *Traditional Financial Measures*

Merupakan ukuran finansial tradisional, yang antara lain termasuk *return on equity*, *return on capital employed*, *earning per share*, *price / earning ratio*, *return on sales*, *assets turnover*, *overall overheads/ sales ratio*, *profits or sales or added value per employer*, *output per employee* (produktivitas).

Laporan lokakarya WHO, 2003 telah menetapkan 6 (enam) dimensi kunci untuk menilai (*assessing*) kinerja rumah sakit. (Disertasi Effek Alamsyah , 2007)

1. Efektivitas pelayanan klinik (*clinical effectiveness*)

Kualitas teknis, praktik, dan organisasi berdasarkan bukti (*evidence based*), hasil peningkatan kesehatan bagi individu dan masyarakat.

2. Berpusat pada pasien (*patient centredness*)

Responsif pada pasien, berorientasi pada klien, akses pada dukungan masyarakat, kualitas yang berdasarkan keramah tamahan, hak memilih *provider*, kepuasan pasien, martabat pengalaman pasien, kerahasiaan, kemandirian dan komunikasi.

3. Efisiensi dalam melaksanakan/ membuat produk-produk pelayanan (*production efficiency*)

Sumber daya finansial (sistem finansial, kesinambungan, pemborosan sumber daya, rasio staf, teknologi) yang terbatas harus dikelola dengan baik sehingga tercapai efisiensi dalam pelayanan.

4. Keamanan (*safety*)

Pelayanan yang dilaksanakan dan diberikan harus aman bagi pelanggan (pasien) maupun bagi karyawan yang melaksanakan pelayanan.

5. Staf dan karyawan

Kesehatan, kesejahteraan, kepuasan dan pengembangan staf dan karyawan.

6. *Responsive governance*

Berorientasi komunitas (menjawab kebutuhan dan keperluan, akses, kesinambungan, promosi kesehatan, ekuitas, kemampuan adaptasi terhadap kebutuhan masyarakat sesuai strategi)

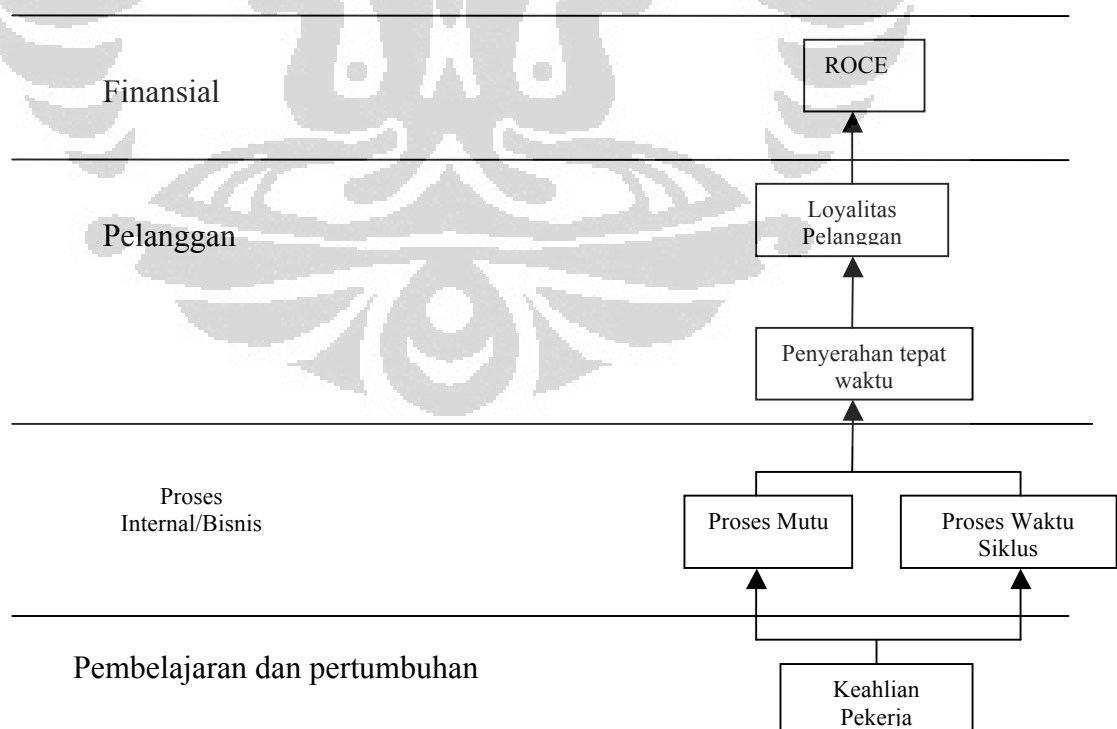
2.2.4. *Balanced Scorecard*

Umar (2002,p.168) menyatakan dalam bukunya, *Balanced Scorecard* terdiri atas dua kata, yaitu *balanced* yang secara harfiah berarti seimbang dan *scorecard* yang berarti kartu skor. *Scorecard* adalah kartu yang digunakan untuk mencatat skor hasil kinerja seseorang dan/suatu kelompok , juga untuk mencatat rencana skor yang

hendak diwujudkannya. Pada tahap berikutnya, seseorang dan/ atau kelompok ini akan dievaluasi kinerjanya dengan membandingkan antara apa yang telah dikerjakan dan apa yang telah direncanakan. Sementara itu, pengertian *balanced* adalah bahwa kinerja seseorang atau kelompok tertentu akan diukur secara berimbang. Berimbang antara sisi internal dan eksternal perusahaan, dan berimbang pula antara perspektif proses dan orang.

Balanced scorecard menekankan bahwa semua ukuran finansial dan nonfinansial harus menjadi bagian sistem informasi untuk para pekerja di semua tingkat perusahaan. Dalam *Balanced scorecard*, ukuran finansial dan non finansial memiliki hubungan sebab akibat sebagai berikut (Kaplan dan Norton, 2000,p.9, 28) :

Gambar 2.1. Hubungan sebab akibat ukuran finansial dan non finansial



Sumber : Kaplan dan Norton,2000,p.28

Balanced scorecard merupakan suatu sistem manajemen, pengukuran dan pengendalian yang secara cepat, tepat dan komprehensif dapat memberikan pemahaman kepada manajer tentang performance bisnis. Pengukuran kinerja tersebut memandang unit bisnis dari empat perspektif, yaitu perspektif keuangan, pelanggan, proses bisnis internal serta proses pembelajaran dan pertumbuhan. Melalui mekanisme sebab akibat (*cause and effect*), perspektif keuangan menjadi tolak utama yang dijelaskan oleh tolok ukur operasional pada tiga perspektif lainnya sebagai *driver (lead indicators)* (Yuwono, S. 2002, p.8).

1. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan

Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan adalah dengan mengembangkan tujuan dan ukuran – ukuran yang mengendalikan pembelajaran dan pertumbuhan organisasi. Tujuan – tujuan yang ditetapkan dalam perspektif finansial, pelanggan dan proses bisnis internal mengidentifikasi dimana organisasi harus unggul untuk mencapai terobosan kinerja, sementara perspektif pembelajaran dan pertumbuhan memberikan infrastruktur yang memungkinkan tujuan-tujuan yang ambisius yang dicapai dari ketiga perspektif yang lain. Tiga katagori utama untuk perspektif pembelajaran dan pertumbuhan : (1) Kapabilitas pekerja, (2) Kapabilitas sistem informasi, (3) Motivasi, pemberdayaan dan keselarasan (Kaplan & Norton 2000, p.110).

2. Perspektif proses internal

Pada perspektif ini, memungkinkan perusahaan untuk memfokuskan proses bisnis internal mereka yang dalam prosesnya akan menghasilkan tujuan- tujuan yang tidak dapat dipungkiri untuk pelanggan dan *shareholder*.

Ada dua perbedaan antara yang mendasar antara pengukuran tradisional dengan pendekatan *balanced scorecard* pada perspektif ini, yaitu pendekatan tradisional lebih menekankan pada *controlling* dan melakukan perbaikan terhadap departemen yang bertanggungjawab. Batas-batas semata-mata bergantung pada ukuran finansial dan laporan bulanan untuk mengontrol. Sebaliknya pada pendekatan *balanced scorecard*, penekanannya diletakkan pada penciptaan proses baru yang ditujukan pada pelanggan dan tujuan finansial. Model ini terdiri dari tiga proses bisnis utama, yaitu (1) Inovasi, (2) Operasi, (3) layanan purna jual (Kaplan dan Norton 2000, p.80-83).

3. Perspektif Pelanggan

Customer atau pelanggan adalah siapa saja yang menggunakan keluaran pekerjaan seseorang atau suatu tim. Definisi ini mengandung arti bahwa *customer* dapat bersifat intern maupun ekstern dipandang dari sudut perusahaan (Mulyadi, 2007). Sebagian perusahaan ada yang berpendapat bahwa *customer internal* dalam hal ini karyawan-karyawan yang bekerja dan menghasilkan produk atau jasa, penting bagi perusahaan karena bila karyawan-karyawan tersebut berada dalam situasi yang nyaman dalam suatu perusahaan maka dia akan dapat bekerja dengan optimal sesuai dengan target yang telah ditetapkan sehingga akan dihasilkan suatu produk atau jasa yang baik, yang akan berdampak kepada kepuasan *customer external* yaitu semua yang menggunakan jasa suatu institusi yang berasal dari luar institusi.

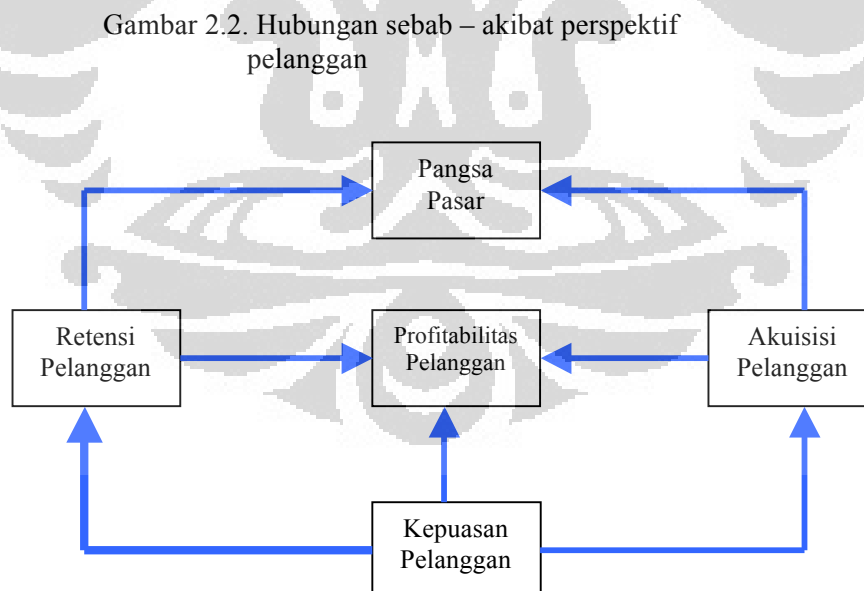
Saat ini banyak perusahaan yang mempunyai kebijakan corporate-nya “*customer oriented*”. Produk atau jasa yang dihasilkan, harus sesuai dengan kebutuhan pasien.

Untuk menjadi nomor satu, perusahaan harus memberikan nilai lebih bagi *customers* adalah salah satu misi manajemen dan telah menjadi prioritas utama perusahaan.

Menurut Kaplan (2000, p.59), perspektif pelanggan memungkinkan perusahaan menyelaraskan berbagai ukuran pelanggan penting meliputi :

- 1) Pangsa pasar (*Market share*)
- 2) Retensi Pelanggan (*Customer Retention*)
- 3) Akuisisi Pelanggan (*Customer Acquisition*)
- 4) Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)
- 5) Profitabilitas Pelanggan (*Customer Profitability*)

Ukuran pelanggan dapat dikelompokkan dalam rantai hubungan sebab akibat (gambar) :



Sumber : Kaplan dan Norton (2000, p.60)

Variabel-variabel kinerja tersebut dapat dilihat dari hubungan sebab dan akibat. Sebagai contoh , *customer satisfaction* akan berakibat pada *customer*

retention dan melalui promosi dari pelanggan ke pelanggan (*word of mouth*) akan diperoleh pelanggan-pelanggan baru (*customer acquisition*). Dengan *customer retention* , perusahaan akan mampu meningkatkan meningkatkan *customer profitability* , karena biasanya mempertahankan pelanggan akan lebih murah daripada memperoleh pelanggan baru. Kombinasi antara *customer acquisition*, *customer retention* dan *customer profitability* akan meningkatkan keseluruhan *market share* (Wibisono, 2007;p.100).

Perspektif pelanggan memungkinkan perusahaan untuk melakukan identifikasi dan pengukuran secara eksplisit, proporsi nilai yang akan perusahaan berikan kepada pelanggan. Pengukuran perspektif pelanggan dapat digunakan untuk mengukur kinerja suatu perusahaan.

1) Retensi Pelanggan (*Customer Retention*) :

Cara yang dapat ditempuh meningkatkan *market share* dimulai dengan mempertahankan pelanggan yang ada. Menurut Buttle (2007, p.24), Meningkatnya tingkat retensi konsumen otomatis akan meningkatkan jumlah konsumen yang dimiliki oleh sebuah organisasi. Konsumen yang besar jumlahnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu, meningkatnya tingkat retensi konsumen (atau berkurangnya tingkat defleksi mereka) akan meningkatkan kesetiaan konsumen atau yang disebut *customer tenure*. *Tenure* adalah istilah yang menunjukkan lamanya konsumen bertahan menjadi konsumen perusahaan.

2) Akuisisi Pelanggan (*Customer Acquisition*) :

Akuisisi pelanggan (*Customer acquisition*) dapat diukur melalui jumlah pelanggan baru .Dalam proses akuisisi pelanggan , perusahaan harus berusaha untuk

menawarkan produknya kepada pelanggan yang belum pernah menggunakan produk perusahaan tersebut.

3) Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) :

Definisi kepuasan pelanggan menurut Arief ,M.,(2006,p.167), dikutip dari :

Kotler (2000), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan/alami terhadap harapannya.

Gerson,R.F.(1993) , kepuasan pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.

Hoffman dan Beteson (1997), kepuasan atau ketidakpuasan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi jasa (*service encounter*) yang sebenarnya.

Dari pendapat para pakar itu disimpulkan bahwa secara umum pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dilihat dari kesesuaian antara harapan pelanggan dengan persepsi , pelayanan yang diterima (kenyataan yang dialami). Definisi tersebut menyangkut komponen kepuasan harapan (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan).Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengonsumsi suatu produk (barang atau jasa).Sementara itu kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengonsumsi produk yang dibeli (Arief, M.,2006,p.168).

Dalam bukunya *Measuring Customer Satisfaction* , Richard F.Gerson (1993) yang dikutip oleh Arief (2006, p.169) mengemukakan bahwa hubungan antara mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan. Kepuasan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi.

Zeithaml dan Bitner (1996) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas jasa, kualitas produk, harga, dan oleh faktor situasi dan personal dari konsumen.

Parasuraman et al dkk (1990: p.23) dikutip oleh Wibisono (2006; p.93) menyatakan bahwa dalam menilai kualitas jasa/ pelayanan, terdapat lima dimensi ukuran kualitas jasa/ pelayananyang terkenal dengan sebutan SERVQUAL (singkatan dari *Service of Quality*). Kelima dimensi kualitas layanan tersebut adalah sebagai berikut :

a. *Reliability* (kehandalan) ,

Yaitu kemampuan untuk memenuhi janji layanan yang akurat. Kinerja harus sesuai harapan pelanggan yang berarti pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

Keandalan merupakan kemampuan dari penyedia jasa untuk memberikan service yang telah dijanjikan secara akurat, dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Dengan kata lain, keandalan berarti sejauhmana penyedia jasa mampu memberikan apa yang telah dijanjikannya kepada konsumen.

b. *Responsiveness* (ketanggapan)

Yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberi pelayanan yang cepat (resposif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Sedangkan responsif merupakan kesediaan penyedia jasa terutama stafnya untuk membantu konsumen serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan konsumen. Dimensi ini menekankan pada sikap dari penyedia jasa yang penuh

perhatian, cepat, dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan, dan masalah konsumen.

c. *Assurance* (Jaminan)

Yaitu mengetahui dan menghormati pelanggan serta memberikan kepercayaan dan kenyamanan. Jaminan atau kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*). Keyakinan atau *assurance* yaitu dimensi yang menekankan kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri konsumen bahwa pihak penyedia jasa terutama para pegawainya mampu memenuhi kebutuhan konsumennya.

d. *Empathy* (empati),

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

e. *Tangibles* (hal-hal fisik dari pelayanan),

Menurut Lupiyoadi (2001; p.148 – 149), *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan kepada pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, tata letak

peralatan, interior dan eksterior dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan fisik dari personel penyedia jasa.

4) Profitabilitas Pelanggan (*Customer Profitability*) :

Perusahaan perlu meningkatkan kepuasan pelanggannya, sehingga pelanggan tidak mempunyai pikiran untuk menyeberang ke perusahaan lain. Mempertahankan pelanggan akan lebih murah daripada memperoleh pelanggan baru. Hal tersebut akan menciptakan *profitable customers*.

5) Pangsa Pasar (*Market Share*) :

Ukuran *market share* adalah kelompok pelanggan yang menjadi target atau segmen pasar yang terspesifikasi. Kelompok industri, statistik pemerintah atau sumber publik lainnya sering menyediakan data mengenai total market size, selain mengukur segmen pasar, perusahaan diharapkan melakukan pengukuran *second market share*nya, yaitu *account share (customer wallet)*. Pengukuran yang dapat dilakukan meliputi *segment by segment*, yaitu berapa segmen pasar yang telah dicapai atas produk yang ditawarkan kepada pelanggan, sedangkan "*share of wallet-nya*", yaitu persentase atas total transaksi keuangan yang dilakukan pelanggan.

Dalam penelitian ini, pangsa pasar diukur melalui persepsi pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Siringoringo (2002, p.131 -135), dinyatakan bahwa perencanaan pangsa pasar periode mendatang merupakan hasil prediksi. Dalam penelitian berkenaan dengan pangsa pasar , maka pertanyaan yang dapat digunakan untuk mengukur variabel pangsa pasar melalui prediksi penjualan perusahaan dengan menguji kesetiaan konsumen dan potensi pertumbuhan konsumen baru (keinginan memberikan rekomendasi).

4. Perspektif Finansial

Kinerja rumah sakit di perspektif keuangan diukur dengan menggunakan empat macam ukuran, yaitu (Mulyadi, 2007):

- 1) Economic Value Added (EVA)
- 2) Pertumbuhan pendapatan (*revenue growth*)
- 3) Pemanfaatan aktiva (diukur melalui *cost effectiveness*)

2.2.5. Kinerja berorientasi pelanggan

Menurut Sunardi yang ditulis oleh Andreasen (1995 : p.54), Rumah Sakit yang berorientasi pada pelanggan adalah organisasi yang membuat setiap usahanya untuk merasakan, melayani dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pasien serta masyarakat dengan batasan anggarannya.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Sunardi pula didapat hasil bahwa Rumah Sakit yang berfokus pada pelanggan mempunyai informasi unggulan tentang kebutuhan-kebutuhan pelanggan (pasien) yang terus berubah dan menggunakan keunggulan kompetitif ini untuk mempertahankan hunian. Selain itu Rumah Sakit yang berorientasi pada pelanggan menunjukkan hasil kinerja yang tertinggi pada perolehan tingkat hunian dan kemampuan dalam mempertahankan pasien.

Untuk menjadikan rumah sakit yang berorientasi pelanggan, maka dibutuhkan suatu alat atau variabel yang digunakan dalam mengukur tingkat pencapaian kinerja tersebut. Dalam hal ini, Kaplan dan Norton (2000, p.55-79) mengemukakan suatu alternatif variabel yang dijadikan parameter dalam pencapaian kinerja yang berorientasi pelanggan melalui kelompok pengukuran pelanggan yang terdiri dari ukuran kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan,

profitabilitas pelanggan dan pangsa pasar, yang kesemua ukuran tersebut dapat dikelompokkan dalam suatu rantai hubungan sebab-akibat.

Pada penelitian ini , variabel yang digunakan dalam pengukuran perspektif pelanggan memiliki indikator-indikator yang diukur berdasarkan persepsi pelanggan /pasien .

2.3. Persepsi

Menurut Atkinson dan Hilgard (1997;p.201), persepsi adalah proses dimana kita mengorganisasi dan menafsirkan pola stimulus dalam lingkungan. Sebagai cara pandang persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Stimulus yang diterima seseorang sangat kompleks, stimulus masuk ke dalam kontak, kemudian diartikan, ditafsirkan serta diberi makna melalui suatu proses yang rumit baru kemudian dihasilkan persepsi.

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi , dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembarakan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna dan suara. Dengan adanya semua itu maka akan timbul persepsi. Pengertian dari persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasikan dan diinterpretasikan (Setiadi,J 2008, p.160).

Persepsi setiap orang terhadap suatu obyek akan berbeda-beda. Oleh karena itu persepsi memiliki sifat subyektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, satu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi adalah bahwa persepsi secara substansil bisa sangat berbeda dengan realitas (Setiadi,J 2008, p.160).

Istilah persepsi mutu merupakan label yang kita gunakan untuk meringkas suatu himpunan aksi/ tindakan yang terlihat, terkait dengan produk dan atau jasa (Supranto 2006, p.44).

2.4. Analisa Jalur (*Path Analysis*)

2.4.1. Pengertian

Menurut Riduwan (2006, p.1), yang dikutip dari Kusnendi (2005), *Path Analysis* diartikan oleh Bohrnstedt (1974) bahwa ” *a technique for estimating the effect's a set of independent variables has on a dependent variable from a set of observed correlations, given a set of hypothesized causal asymmetric relation among the variables*”.

Sedangkan dalam buku yang ditulis oleh Sarwono (2007,p.1-2), ada beberapa pengertian analisis jalur menurut beberapa ahli, sebagai berikut :

- Robert D, Rutherford (1993), Analisis jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung , tetapi juga secara tidak langsung.
- Paul Webley, (1997) mengatakan “ Analisis jalur merupakan pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi (*significance*) hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel.
- David Garson dari North Carolina State University (2003), mendefinisikan analisis jalur sebagai “ model perluasan regresi yang digunakan untuk menguji keselarasan matriks korelasi dengan dua atau lebih model hubungan sebab akibat yang dibandingkan oleh peneliti. Modelnya digambarkan dalam bentuk gambar

lingkaran dan panah dimana anak panah tunggal menunjukkan sebagai penyebab. Regresi dikenakan dalam masing-masing variabel dalam suatu model sebagai variabel tergantung (pemberi respon) sedang yang lain sebagai penyebab. Pembobotan regresi diprediksikan dalam suatu model yang dibandingkan dengan matriks korelasi yang diobservasi untuk semua variabel dan dilakukan juga penghitungan uji keselarasan statistik.

2.4.2. Kegunaan

Analisis jalur digunakan untuk (Riduwan 2006, p.2) :

- 1) Penjelasan tentang fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti.
- 2) Prediksi nilai variabel terikat (Y) berdasarkan nilai variabel bebas (X), prediksi dengan path analysis ini bersifat kualitatif.
- 3) Faktor determinan yaitu penentuan variabel bebas (X) mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat (Y), juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur-jalur) pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- 4) Pengujian model, menggunakan teori trimming, baik untuk uji reliabilitas (uji keajegan) konsep yang sudah ada ataupun uji pengembangan konsep baru.

2.4.3. Syarat penggunaan teknik analisa jalur (*Path Analysis*)

Prinsip- prinsip dasar yang sebaiknya dipenuhi dalam analisis jalur diantaranya (Riduwan 2006, p.2; Sarwono 2007, p.2) :

- 1) Hubungan antar variabel adalah bersifat linear (*linearity*), adaptif dan bersifat normal.

- 2) Tidak ada efek-efek interaksi, hanya ada aditivitas (*additivity*).
- 3) Data berskala interval, semua variabel yang diobservasi mempunyai data berskala interval. Jika data belum dalam bentuk skala interval, sebaiknya data diubah dengan menggunakan Metode Suksese Interval (MSI) terlebih dahulu.
- 4) Semua variabel residual (yang tidak diukur) tidak berkorelasi dengan salah satu variabel dalam model.
- 5) Istilah gangguan (*disturbance terms*) atau variabel residual tidak boleh berkorelasi dengan semua variabel endogenous dalam model. Jika dilanggar maka akan berakibat hasil regresi menjadi tidak tepat untuk mengestimasi parameter-parameter jalur.
- 6) Sebaiknya hanya terdapat multikolinieritas yang rendah. Maksud multikolinieritas adalah dua atau lebih variabel bebas (penyebab) mempunyai hubungan yang sangat tinggi. Jika terjadi hubungan yang tinggi maka kita akan mendapatkan standar error yang besar dari koefisien beta (β) yang digunakan untuk menghilangkan varian biasa dalam melakukan analisis korelasi secara parsial.
- 7) Hanya sistem aliran kausal ke satu arah (*rekursivitas*) artinya tidak ada arah kausalitas yang berbalik (*looping*).
- 8) Spesifikasi model sangat diperlukan untuk menginterpretasi koefisien-koefisien jalur.
- 9) Terdapat masukan korelasi yang sesuai. Artinya, jika kita menggunakan matriks korelasi sebagai masukan maka korelasi *Pearson* digunakan untuk dua variabel berskala interval; korelasi *polychoric* untuk dua variabel berskala ordinal;

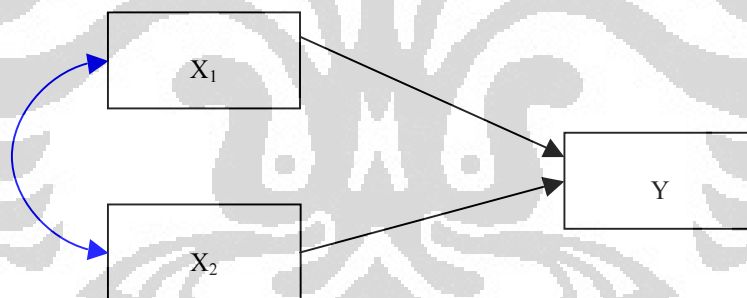
tetrachoric untuk dua variabel dikotomi (berskala nominal); *polyserial* untuk satu variabel berskala interval dan lainnya nominal.

- 10) Terdapat ukuran sampel yang memadai. Untuk memperoleh hasil yang maksimal, sebaiknya digunakan sampel di atas 100.
- 11) Sampel sama dibutuhkan untuk penghitungan regresi dalam model jalur.

2.4.4. Macam-macam model analisa jalur (*Path Analysis*)

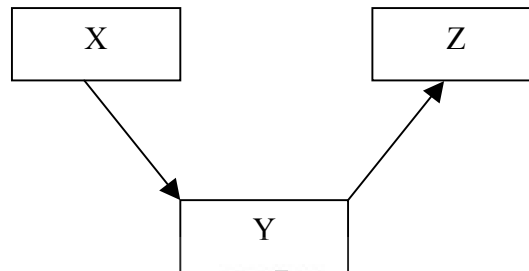
2.4.4.1. Model Regresi Berganda

Model pertama ini sebenarnya merupakan pengembangan regresi berganda dengan menggunakan dua variabel exogenous, yaitu X_1 dan X_2 dengan satu variabel endogenous Y . Model digambarkan sebagai berikut :



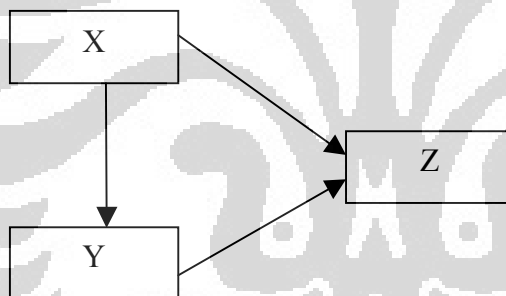
2.4.4.2. Model Mediasi

Model mediasi atau perantara dimana variabel Y memodifikasi pengaruh variabel X terhadap variabel Z . Model digambarkan sebagai berikut :



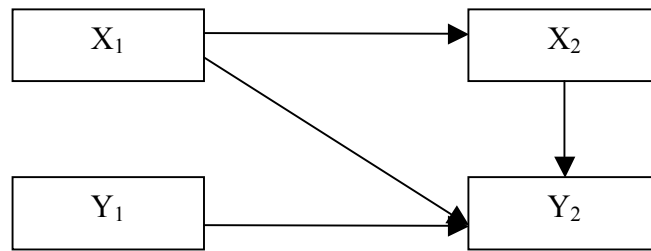
2.4.4.3. Model kombinasi Pertama dan kedua

Model ketiga ini merupakan kombinasi antara model pertama dan kedua, yaitu variabel X berpengaruh terhadap variabel Z melalui variabel Y. Model digambarkan sebagai berikut :



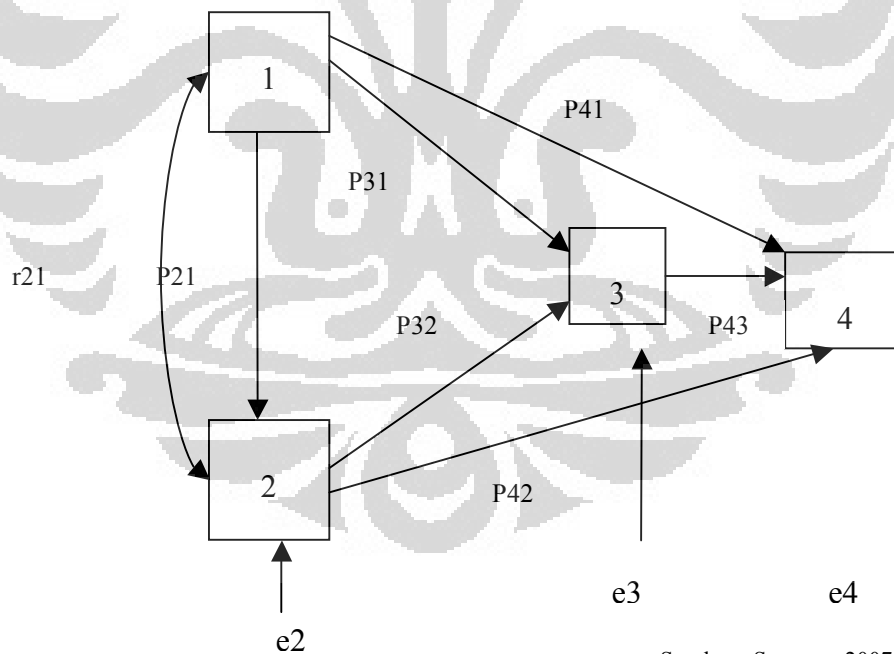
2.4.4.4. Model kompleks

Model ini merupakan model yang lebih kompleks, yaitu variabel X_1 secara langsung mempengaruhi Y_2 dan melalui variabel X_2 secara tidak langsung mempengaruhi Y_2 , sementara variabel Y_2 juga dipengaruhi oleh variabel Y_1 . Model digambarkan sebagai berikut :



2.4.4.5. Model Rekursif dan Non Rekursif

Dari sisi arah pandang sebab akibat, ada dua tipe model jalur, yaitu rekursif dan non rekursif. Model rekursif ialah semua anak panah menuju satu arah, seperti gambar berikut :



Sumber : Sarwono,2007

Model tersebut dapat diterangkan sebagai berikut :

- Anak panah menuju satu arah, yaitu dari 1 ke 2, 3 dan 4; dari 2 ke 3 dan dari 3 menuju ke 4. Tidak ada arah yang terbalik, misalnya dari 4 ke 1.
- Hanya terdapat satu variabel *exogenous*, yaitu 1 dan 3 variabel *endogenous* , yaitu 2,3, dan 4. Masing-masing variabel *endogenous* diterangkan oleh variabel 1 dan error (e2, e3 dan e4).
- Satu variabel *endogenous* dapat menjadi penyebab variabel *endogenous* lainnya, tetapi bukan ke variabel *exogenous*.

Model non rekursif terjadi jika arah panah tidak searah atau terjadi arah yang terbalik (*looping*) , misalnya dari 4 ke 3 atau dari 3 ke 1 dan 2, atau bersifat sebab akibat (*reciprocal cause*).

2.4.5. Program yang digunakan untuk menguji analisa jalur (*Path Analysis*)

Banyak program yang digunakan untuk menguji analisa jalur, diantaranya adalah EQS, AMOS, LISREL, SAS PROC CALIS, STATISTICA-SEPATH, dan lain-lain. Pada penelitian ini untuk menguji anali jalurnya digunakan LISREL.

2.4.5.1. *Linear Structural Relationship* (LISREL)

LISREL merupakan salah satu program komputer yang dapat mempermudah analisis untuk menyelesaikan masalah-masalah yang tidak dapat diselesaikan oleh alat analisis konvensional. LISREL diperkenalkan oleh Karl Joreskog pada tahun 1970, pada saat ini telah dikembangkan dalam berbagai disiplin ilmu pengetahuan sosial (Tumpal JR 2006, p.3).

Structural equation modeling tidak dipergunakan untuk membentuk sebuah teori kausalitas, namun dipergunakan untuk menguji kausalitas yang sudah ada teorinya atau merupakan sebuah *confirmatory technique* yang dipergunakan untuk

menguji sebuah teori. Selain itu, *structural equation modeling* dipergunakan untuk menguji hubungan antar variabel endogen dengan eksogen.

Tujuan utama dari SEM untuk menentukan apakah model masuk akal atau fit atau dengan bahasa yang lebih mudah apakah model benar berdasarkan suatu data yang dimiliki. Sedangkan tujuan yang kedua adalah untuk menguji hipotesis yang telah dibangun sebelumnya.

Metode LISREL mengestimasi koefisien-koefisien dari sejumlah persamaan struktural yang linear. Metode ini secara khusus dirancang untuk mengakomodasi bentuk-bentuk *recursive* dan *reciprocal causation*, *simultaneity*, *interdependence*, *latent variables*, dan *measurement errors*. Karenanya, metode ini dapat menganalisis model-model dari bentuk yang relatif paling sederhana seperti *multiple regression* dan *multivariate regression* sampai yang semakin rumit seperti *path analysis*, *confirmatory factor analysis*, dan *full structural equation model*.

Pada dasarnya LISREL memiliki tiga bahasa dasar untuk menyelesaikan permasalahan SEM yaitu Simplis Command, Lisrel Command dan Prelis Command. Diantara tiga bahasa diatas bahasa SIMPLIS yang relatif lebih mudah dipelajari dikarenakan syntax yang menggunakan menggunakan syntax dalam Bahasa Inggris sedangkan dua bahasa lainnya yaitu LISREL dan PRELIS menggunakan syntax dengan Notasi Matematika.

Dalam SEM ada beberapa persamaan yang harus diperhatikan diantaranya (Ghozali 2005, p.25-34) :

a. *Variance dan Covariance*

Variance mengukur penyimpangan data dari nilai mean suatu sampel, dan merupakan suatu ukuran untuk variabel-variabel metrik. Secara matematis

varians adalah rata-rata perbedaan kuadrat antara tiap-tiap observasi dan mean. Suatu variabel pasti memiliki varians dan varians tersebut selalu positif (jika nol, berarti bukan variabel tetapi suatu konstanta)

Kovarians menunjukkan hubungan linear yang terjadi antara dua variabel, yaitu X dan Y. Jika suatu variabel memiliki hubungan linear yang positif, maka kovariansnya adalah positif

b. Indikator Untuk Menilai Model Fit

Secara keseluruhan *goodness of fit* dari suatu model dapat dinilai berdasarkan beberapa ukuran fit berikut :

1) *Chi-Square* Dan Probabilitas

Nilai *chi-square* ini menunjukkan adanya penyimpangan antara sampel *covariance matrix* dan model (*fitted*) *covariance matrix*. Namun, nilai *chi-square* ini hanya akan valid apabila asumsi normalitas data terpenuhi dan ukuran sampel besar. Nilai *chi-square* sebesar 0 menunjukkan bahwa model memiliki fit yang sempurna

P adalah probabilitas untuk memperoleh penyimpangan (deviasi) besar sebagaimana ditunjukkan oleh nilai *chi-square*. Sehingga nilai *chi-square* yang signifikan (kurang daripada 0,05) menunjukkan bahwa data empiris yang diperoleh memiliki perbedaan dengan teori yang telah dibangun berdasarkan SEM.

2) *Goodness Of Fit Indexes* (GFI)

GFI merupakan suatu ukuran mengenai ketepatan model dalam menghasilkan observed matriks kovarians. Nilai GFI harus berkisar antara 0 dan 1. Nilai GFI yang lebih besar daripada 0,9 menunjukkan fit suatu model yang baik.

3) *Adjusted Goodness Of Fit Index (AGFI)*

AGFI sama dengan GFI tetapi telah menyesuaikan pengaruh *degrees of freedom* pada suatu model.

4) *Root Mean Square Error Of Approximation (RMSEA)*

RMSEA mengukur penyimpangan nilai parameter pada suatu model dengan matriks kovarians populasinya. Nilai RMSEA yang kurang daripada 0,05 menunjukkan model fit

5) *Expected Cross Validation Index (ECVI)*

ECVI digunakan untuk mengukur penyimpangan antara fitted (model) covariance matrix pada sampel yang dianalisis dan kovarians matriks yang akan diperoleh pada sampel lain tetapi yang memiliki ukuran sampel yang sama besar. Model yang memiliki ECVI terendah berarti model tersebut sangat potensial untuk direplikasi.

6) *Akaike's Information Criterion (AIC) dan CAIC*

Digunakan untuk menilai mengenai masalah parsimony dalam penilaian model fit. AIC dan CAIC digunakan dalam perbandingan dari dua atau lebih model, dimana nilai AIC dan CAIC yang lebih kecil daripada AIC model saturated dan independence berarti memiliki model fit yang lebih baik.

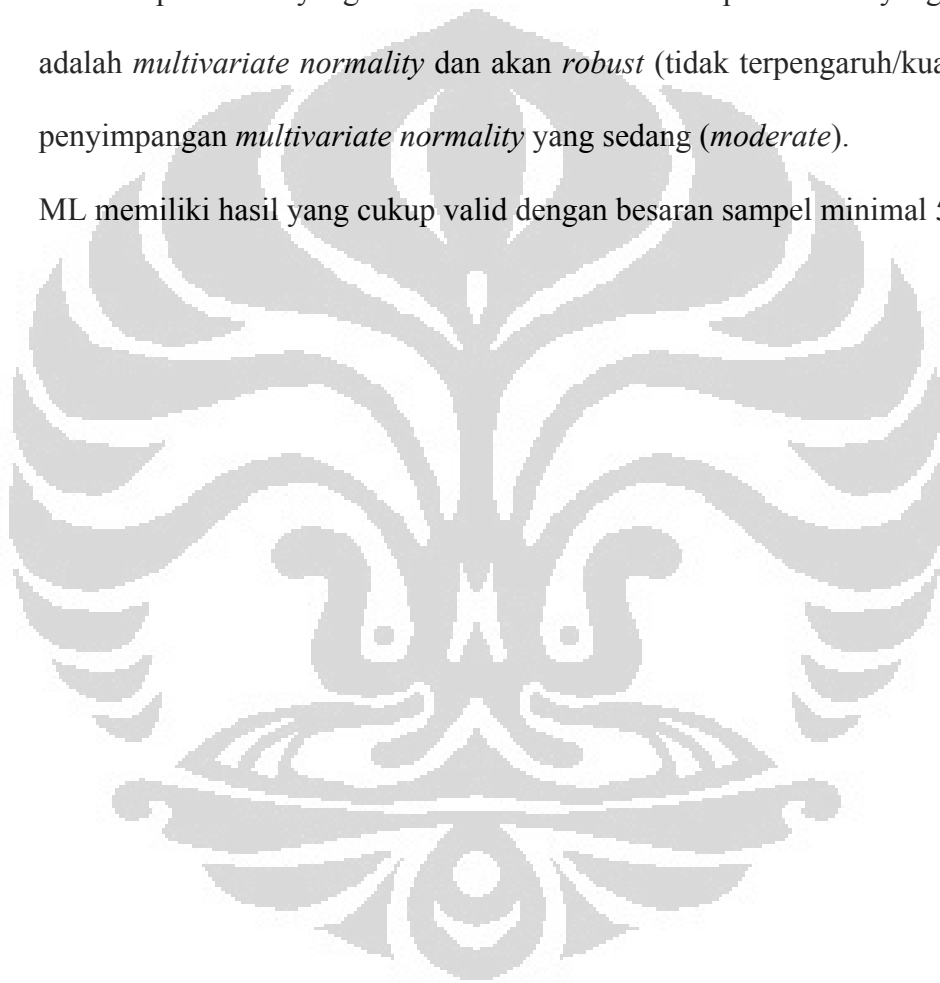
c. Metode Estimasi

Pada LISREL terdapat tujuh metode yang dapat digunakan untuk mengestimasi parameter dari suatu model yaitu *Instrumental Variables (IV)*, *Two Stage Least Square (TSLS)*, *Unweighted Least Square (ULS)*, *Generalized Least Square*

(GLS), *Generally Weighted Least Square* (GWLS), *Diagonally Weighted Least Square* (DWLS) dan *Maximum Likelihood* (ML)

Maximum Likelihood merupakan estimasi yang paling populer digunakan pada penelitian. Pada LISREL ML digunakan secara default, ML akan menghasilkan estimasi parameter yang valid, efisien dan reliabel apabila data yang digunakan adalah *multivariate normality* dan akan *robust* (tidak terpengaruh/kuat) terhadap penyimpangan *multivariate normality* yang sedang (*moderate*).

ML memiliki hasil yang cukup valid dengan besaran sampel minimal 50.



BAB 3

PROFILE RUMAH SAKIT PELABUHAN JAKARTA

3.1. SEJARAH RUMAH SAKIT

Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta pada awalnya berasal dari PHC (*Port Health Centre*) yang didirikan pada tanggal 21 Agustus 1971 dan berlokasi di Jalan Sunter II Tanjung Priok. Dan sebagai pengelolanya adalah Badan Pengusaha Pelabuhan (BPP) Tanjung Priok, mulai melakukan kegiatan operasionalnya pada tanggal 1 September 1971. Pada tanggal 21 Maret 1972 PHC bergabung dengan Rumah Sakit Pelayaran di Jalan Enggano No.10 Tanjung Priok.

Dengan meningkatnya beban kerja PHC, maka disepakati untuk mendirikan Pusat Kesehatan di Jalan Kramat Jaya Priok yang diberi nama RUMAH SAKIT PELABUHAN Tanjung Priok yang diresmikan pada tanggal 20 Mei 1978. Selanjutnya pada tahun 1984 BPP Tanjung Priok berubah menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pelabuhan Indonesia II maka pengelola Rumah Sakit Pelabuhan Tanjung Priok adalah Perum Pelabuhan Indonesia II. Seiring perubahan status BPP Tanjung Priok dan untuk menghilangkan kesan bahwa RS Pelabuhan Tanjung Priok hanya melayani karyawan Perum Pelabuhan Indonesia II maka nama RS Pelabuhan berubah menjadi RUMAH SAKIT TUGU.

Dalam perkembangannya Perum Pelabuhan Indonesia berubah status menjadi PT. (Persero) Pelabuhan Indonesia II (1 Desember 1992). Selanjutnya Rumah Sakit dilingkungan PT. (Persero) Pelabuhan Indonesia II sejak Tahun 1999 diresmikan menjadi Anak Perusahaan PT. (Persero) Pelabuhan Indonesia II, dalam bentuk badan hukum sebagai Perseroan Terbatas dengan nama PT. Rumah Sakit Pelabuhan.

PT. Rumah Sakit Pelabuhan membawahi 3 (Tiga) Rumah Sakit yaitu RS. Pelabuhan Jakarta, RS. Pelabuhan Cirebon dan RS. Pelabuhan Palembang yang disahkan secara resmi sejak 1 Mei 1999. Ketiga Rumah Sakit tersebut disamping melayani kesehatan karyawan/keluarga PT.(Persero) Pelabuhan Indonesia II, juga melayani masyarakat umum, perusahaan-perusahaan dan merupakan Rumah Sakit Rujukan PT. Askes Indonesia, PT. Jamsostek serta merupakan Provider Utama Bapel JPKM PT. Rumah Sakit Pelabuhan.

3.2. VISI, MISI

VISI

Menjadi rumah sakit mandiri dan rumah sakit pusat rujukan di jakut

MISI

1. Menyediakan jasa pelayanan kesehatan yang profesional dan memuaskan serta terjangkau bagi pengguna jasa.
2. Memberi kontribusi positif kepada PT.Rumah Sakit Pelabuhan melalui usaha rumah sakit yang mandiri dan profesional.
3. Mendukung program pemerintah dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.
4. Mewujudkan sumber daya manusia bidang kesehatan yang beriman, bermutu, optimis bersikap melayani , ramah dan bangga pada perusahaan dan budayanya serta mampu memberikan kesejahteraan dan kepuasan kepada karyawan.

MOTTO

Kepuasan pasien idaman kami.

3.3. STRUKTUR ORGANISASI

3.3.1. Status Kepemilikan.

Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta merupakan rumah sakit swasta yang berada dibawah PT. Rumah Sakit Pelabuhan yang merupakan anak perusahaan dari PT. PELINDO II (PT. Pelabuhan Indonesia II).

3.3.2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta :

Kepala Rumah Sakit membawahi

a. Wakil Kepala Pelayanan Medik dan Keperawatan, membawahi :

- 1) Ka Instalasi Rawat Inap
- 2) Ka Instalasi rawat Jalan
- 3) Ka Instalasi Gawat darurat
- 4) Kabid.Adm.Pelayanan Medik
- 5) Kabid.Keperawatan

b. Wakil Kepala Penunjang Medik, membawahi :

- 1) Ka.Instalasi Farmasi
- 2) Ka.Instalasi Penunjang Medik
- 3) Ka.Instalasi Gizi
- 4) Kabid.Rekam Medik
- 5) Kabid.Adm.Penunjang Medik

- c. Wakil kepala keuangan, membawahi :
 - 1) Kabag.TUK dan Perbendaharaan
 - 2) Kabag.Akuntansi dan Anggaran
- d. Wakil Kepala Personalia dan Umum, membawahi :
 - 1) Kabag.personalia dan Tata Usaha
 - 2) Kabag.Rumah tangga
- e. Ketua Komite Medik
- f. Ketua Komite mutu

3.4. JENIS PELAYANAN

RS Pelabuhan Jakarta memiliki pelayanan :

A. Pelayanan rawat jalan yang terdiri dari :

A.1. Poli Umum

- 1) Klinik Umum
- 2) Klinik Keuring
- 3) Klinik KB/KIA
- 4) Klinik Gigi

A.2. Poli Spesialis

- 1) Klinik Spesialis Penyakit Dalam
- 2) Klinik Spesialis Jantung
- 3) Klinik Spesialis Jiwa
- 4) Klinik Spesialis Rematologi
- 5) Klinik Spesialis Anak
- 6) Klinik Spesialis Bedah Umum
- 7) Klinik Spesialis Bedah Tulang

8) Klinik Spesialis Bedah Urolog

9) Klinik Spesialis Kandungan

10) Klinik Spesialis THT

11) Klinik Spesialis Mata

12) Klinik Spesialis Paru

13) Klinik Spesialis Kulit & Kelamin

14) Klinik Spesialis Syaraf

15) Klinik Spesialis Bedah Mulut

16) Klinik Orthodontie

17) Klinik Psychology

B. Instalasi Gawat darurat

C. Klinik Luar

1) Klinik JICT

2) Klinik TKBM Cilincing

D. Pelayanan Rawat Inap.

RS Pelabuhan Jakarta mempunyai 165 buah tempat tidur.

- Perawatan Kelas VIP terdapat 4 tempat tidur
- Perawatan Kelas I terdapat 16 tempat tidur
- Perawatan Kelas II terdapat 41 tempat tidur
- Perawatan Kelas III A terdapat 73 tempat tidur
- Perawatan Kelas III B terdapat 18 tempat tidur
- Perawatan Khusus terdapat 13 tempat tidur

E. Pelayanan penunjang medis yang terdiri dari :

1) Laboratorium

- 2) Radiologi
- 3) Fisiotherapi
- 4) Haemodialisa
- 5) Pusat Diagnostik :
 - Layanan USG
 - Endoscopy
 - Farmasi
 - Treadmill
 - Spirometri

3.5. LOKASI DAN FASILITAS GEDUNG

Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta terletak di Kotamadya Jakarta Utara dengan geografis daerah luas 7.133,51 Km², terdiri dari luas lautan 6.979,4 Km² dan luas daratan 154,11 Km². Daratan Jakarta Utara membentang dari Barat ke Timur sepanjang kurang lebih 35 km, menjorok ke darat antara 4 s/d 10 km, dengan kurang lebih 110 pulau yang ada di Kep. Seribu. Ketinggian dari permukaan laut antara 0 s/d 20 meter, dari tempat tertentu ada yang dibawah permukaan laut yang sebagian besar terdiri dari rawa-rawa/empang air payau. Wilayah Kotamadya Jakarta Utara merupakan pantai beriklim panas, dengan suhu rata-rata 270^C, curah hujan setiap tahun rata-rata 142,54 mm dengan maksimal curah hujan pada bulan September.

Rumah Sakit pelabuhan Jakarta terletak tidak jauh kawasan Islamic Center Jakarta yaitu di Jalan Kramat Jaya, Tanjung Periok, Jakarta Utara.

3.5.1. Fasilitas Gedung.

RS Pelabuhan Jakarta Mempunyai luas lahan 21.000 m² dan luas gedung sebesar 14.000 m² yang terdiri dari 2 lantai.

a. Lantai I terdiri dari

- Rekam Medis (Pelayanan dan penyimpanan status)
- Instalasi Farmasi
- Klinik Umum
- Poli Klinik Spesialis
- Klinik Gigi
- Laboratorium
- Radiologi
- Toilet Umum
- Ruang P2P
- Ruang Pelayanan Medik
- Ruang Perawatan

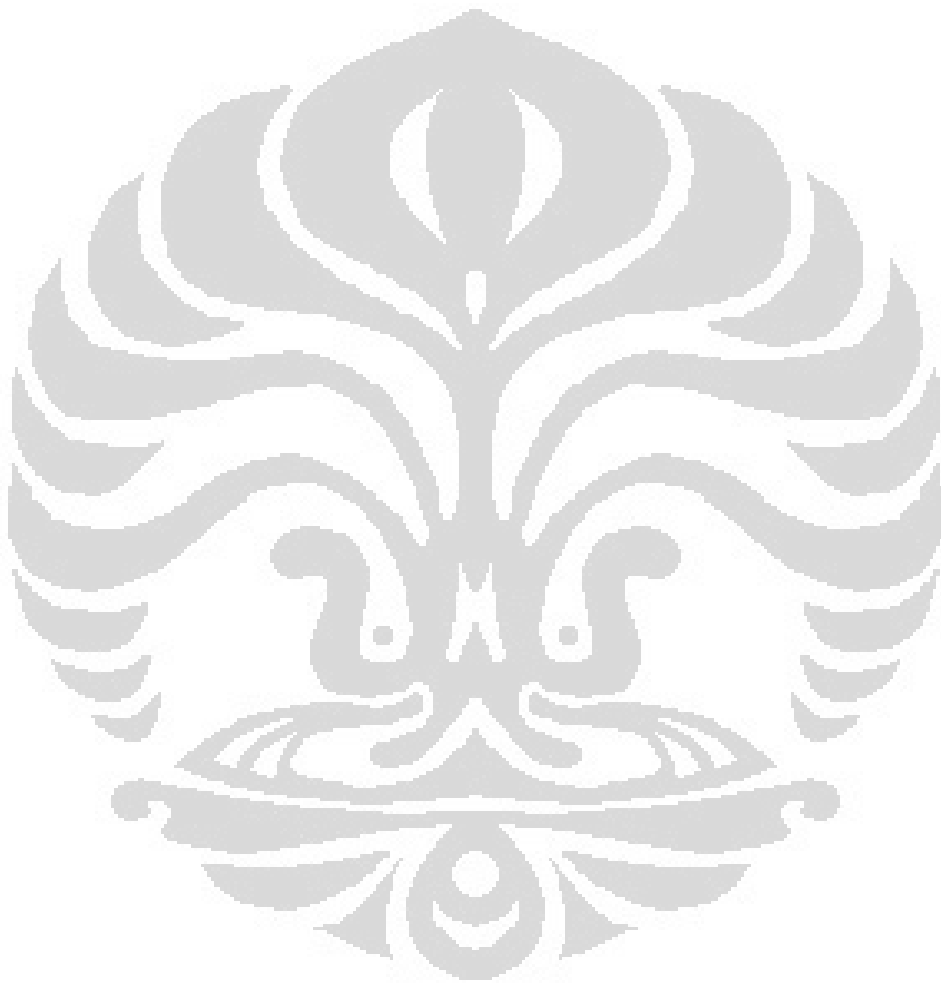
b. Lantai II terdiri dari

- Rekam Medis (Administrasi)
- Guper Obat dan Almed habis pakai
- Ruangan TSI
- Ruangan Personalia
- Ruangan Kepala Rumah Sakit
- Ruangan Perpustakaan
- Ruangan keuangan
- Guper non obat
- Ruangan Pertemuan

c. Ruang Perawatan terdiri dari :

- Ruang perawatan VIP.Kelas I, Kelas II, Kelas III dan Perawatan Bayi.

d. Instalasi Gawat Darurat



3.6. KETENAGAAN

Tabel. 3.1. Ketenagaan RS. Pelabuhan Jakarta

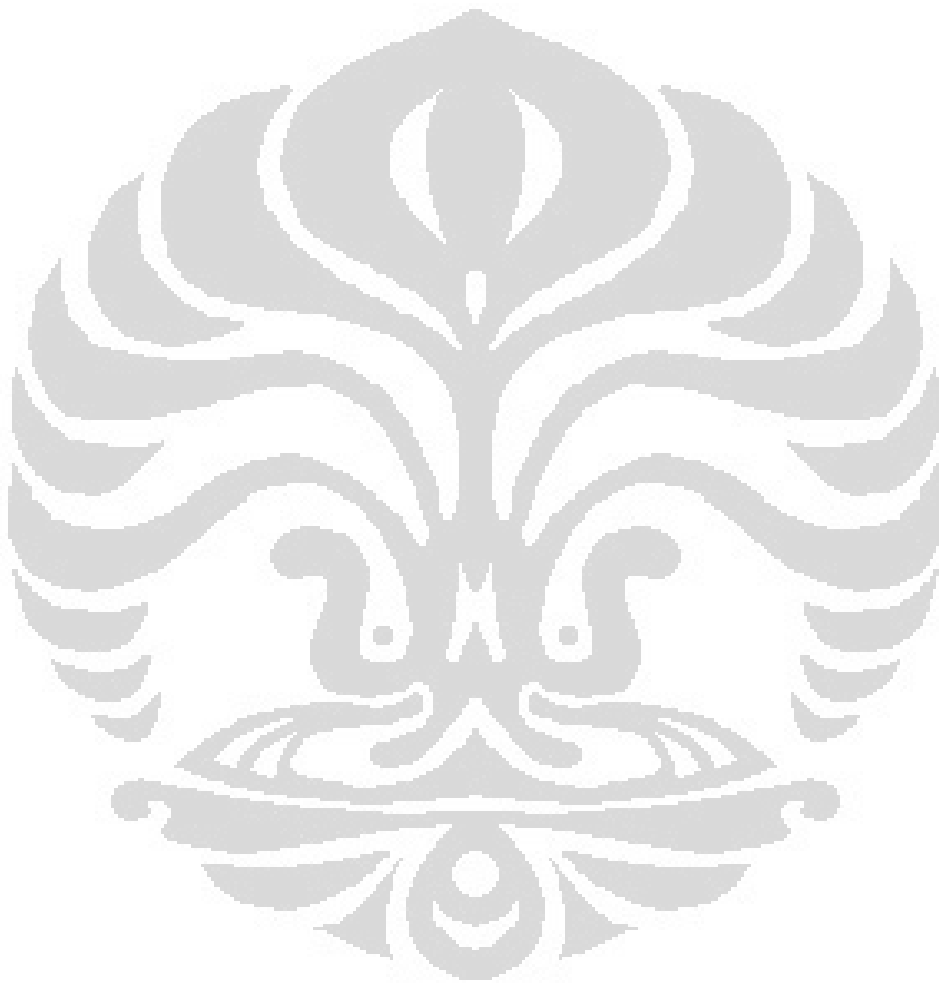
Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Jenis Tenaga	STATUS KEPEGAWAIAN					Jumlah
		Pengawai Tetap	Pegawai Paruh Waktu	Dokter PTT	Pegawai Kontrak	Out sourcing	
1	S2 Manajemen	1					1
2	Paska sarjana lainnya	1					1
3	Dokter Spesialis	4	32				35
4	Dokter Umum	2		5	18		25
5	Dokter Gigi	4	2				6
6	Dokter Gigi spesialis		2				2
7	Apoteker	1					1
8	S1 Tehnik	1					1
9	S1 Keperawatan	6					6
10	S1 KESMAS	3			3		6
11	S1 Ekonomi	3					3
12	S1 Administrasi	7					7
13	DIII Keperawatan	124			9		133
14	DIII Kebidanan	4			2		6
15	DIII Kesehatan gigi				1		1
16	DIII Teknik gigi				1		1
17	DIII Radiografer	7					7
18	DIII Perekam Medis	6			1		7
19	DIII Fisioterapi	3					3
20	DI Kebidanan	5					5
21	Asisten Apoteker	23	1				24
22	DIII Administrasi				1		1
23	DIII Komputer	2					2
24	DIII Akutansi	9					9
25	DIII Analis kesehatan	5			5		10
26	DIII Farmasi/Akfar	3					3
27	DIII Gizi	2			2		4
28	Pengatur rawat gigi	5					5
29	Analis Kesehatan	2			2		4
30	SPK	12					12
31	DIII lainnya	1					1
32	SMA/SMU	39					39
33	SMEA	18					18
34	STM	15					15
35	SMKK	10					10
36	SMTA Lainnya	4					4
37	SD	2					2
38	SLTP	5					5
	Jumlah						

Sumber : Laporan SDM Triwulan I Tahun 2008

3.7. Laporan Kinerja Rumah Sakit

Laporan kegiatan rumah sakit dibuat setiap bulannya yang terdiri dari Laporan Bidang Penunjang Medis & Pelayanan Medis serta Laporan Keuangan.



3.7.1. Output kegiatan rumah sakit.

3.7.1.1. Poliklinik dan Penunjang Medis

Tabel 3.2. Data Kunjungan Rawat Jalan, Penunjang Medik RS.Pelabuhan Jakarta Tahun 2007

DATA KUNJUNGAN RAWAT JALAN

PERIODE TAHUN 2007

NO.	UNIT PELAYANAN		GOLONGAN PASIEN					TOTAL
			JPKM	TAGIHAN	ASKES	UMUM	RSP	
I.	INSTALASI RAWAT JALAN							
	A.	POLI UMUM :						
	1	Kl. Umum	18.682	10.090	0	1.339	1.831	31.942
	2	Kl. Gigi	2.875	2.313	23	1.866	570	7.647
	3	Kl. KB/KIA	322	849	0	1.099	575	2.845
	4	Kl. Keuring Kesehatan	0	155	0	836	19	1.010
		JUMLAH	21.879	13.407	23	5.140	2.995	43.444
	B.	POLI SPESIALIS :						
	5	Kl. Spes. Paru	828	328	218	641	28	2.043
	6	Kl. Spes. THT	461	709	233	2.121	128	3.652
	7	Kl. Spes. Anak	132	1.489	437	4.096	224	6.378
	8	Kl. Spes. Mata	1.194	720	185	1.654	173	3.926
	9	Kl. Spes. Kulit & Kelamin	1.115	1.143	93	622	382	3.355
	10	Kl. Spes. Jantung	2.133	452	293	740	50	3.668
	11	Kl. Spes. Nephrologi	68	16	15	43	5	147
	12	Kl. Spes. Dalam	3.872	1.147	1.025	1.912	472	8.428
	13	Kl. Spes. Remathologi	337	121	88	267	28	841
	14	Kl. Spes. Bedah Umum	315	356	284	878	50	1.883
	15	Kl. Spes. Orthopedi	289	438	92	343	83	1.245
	16	Kl. Spes. Urologi	149	84	48	148	10	439
	17	Kl. Spes. Jiwa	159	133	14	123	2	431
	18	Kl. Spes. Syaraf	1.682	713	241	596	124	3.356
	19	Kl. Spes. Kebid. & Kand.	135	447	148	1.130	260	2.120
	20	Kl. Psycology	5	10	0	0	43	58
	21	Kl. Spes. Bedah Syaraf	8	29	0	22	6	65
	22	Kl. Spes. Bedah Plastik	8	12	5	7	0	32
	23	Kl. Orthodontie	75	155	0	68	25	323
	24	Kl. Bedah Mulut	145	211	38	188	35	617
	25	Kl. Gizi	15	8	2	38	0	63
	26	Kl. Rehabilitasi Medik	0	0	0	0	0	0
		JUMLAH	13.125	8.721	3.459	15.637	2.128	43.070
		JUMLAH RAWAT JALAN	35.405	34.721	3.527	20.794	5.140	99.587

III.	PENUNJANG MEDIK :							
	1	Kl. Laboratorium	8.226	7.728	5.792	21.128	1.262	44.136
	2	Kl. Radiologi	1.720	2.259	1.344	5.980	302	11.605
	3	Kl. Fisioterapi	1.923	1.013	640	1.485	685	5.746
	4	Haemodialisa	690	265	1.530	38	105	2.628
	5	Pusat Diagnostik						
		Layanan USG	178	257	185	650	73	1.343
		Layanan Endoscopy	0	0	0	0	0	0
		Layanan Treadmil	62	35	4	85	0	186
		Layanan Spirometri	28	15	7	9	0	59
		Layanan EEG	1	0	0	1	0	2
		Layanan ECG	349	127	116	555	15	1.162
JUMLAH PENUNJANG MEDIK			13.177	11.699	9.618	29.931	2.442	66.867
TOTAL I+II+III			52.461	53.468	14.685	67.506	9.327	197.447

Sumber : Laporan Kunjungan RSPJ Tahun 2007

TABEL 3.3.. DATA 10 (SEPULUH) BESAR KASUS PENYAKIT RAWAT JALAN TAHUN 2007

NO.	KASUS PENYAKIT	JUMLAH	%
1	ACUTE UPPER RESPIRATORY INFECTIONS	21.246	26,13
2	DISEASES OF ORAL CAVITY, SALIVARY GLANDS & JAWS	10.127	12,45
3	HYPERTENSIVE DISEASES	9.716	11,95
4	GENERAL SYMPTOMS AND SIGNS	7.569	9,31
5	DIABETES MILLITUS	6.847	8,42
6	DISEASES OF OESOPHAGUS. STOMACH & DUODENUM	6.619	8,14
7	INTESTINAL INFECTIOUS DISEASES	6.453	7,94
8	INJURIES TO UNSPECIFIED PART OF TRUNK, LIMB	4.901	6,03
9	CHRONIC LOWER RESPIRATORY DISEASES	4.165	5,12
10	ISCHAEMIC HEART DISEASES	3.667	4,51
JUMLAH		81.310	100
JUMLAH SELURUH KASUS		144.783	

Sumber : Laporan Kunjungan RSPJ Tahun 2007

BAB 4

KERANGKA TEORI, KERANGKA KONSEP, DEFINISI KONSEPTUAL DAN DEFINISI OPERASIONAL

4.1. Kerangka Teori

Definisi Kinerja menurut WHO (2003) adalah pencapaian tujuan yang diinginkan. Menurut laporan WHO pada Workshop yang diadakan di Barcelona, Spanyol tahun 2003, disepakati dimensi – dimensi yang menjadi ukuran kinerja rumah sakit meliputi , efektivitas klinik (*clinical effectiveness*), berpusat pada pasien (*patient centeredness*), efisiensi produksi (*production efficiency*), aspek keamanan (*Safety*) , aspek pegawai (*staff*) dan peran pemerintah (*responsive governance*).

Pada penelitian ini, penulis menjadikan perspektif pelanggan sebagai obyek penelitian. Oleh karena itu, kinerja rumah sakit yang dipengaruhi oleh perspektif pelanggan adalah berpusat pada pasien (*patient centeredness*) yang pada prinsipnya merupakan *Patient satisfaction*, yaitu kepuasan pasien.

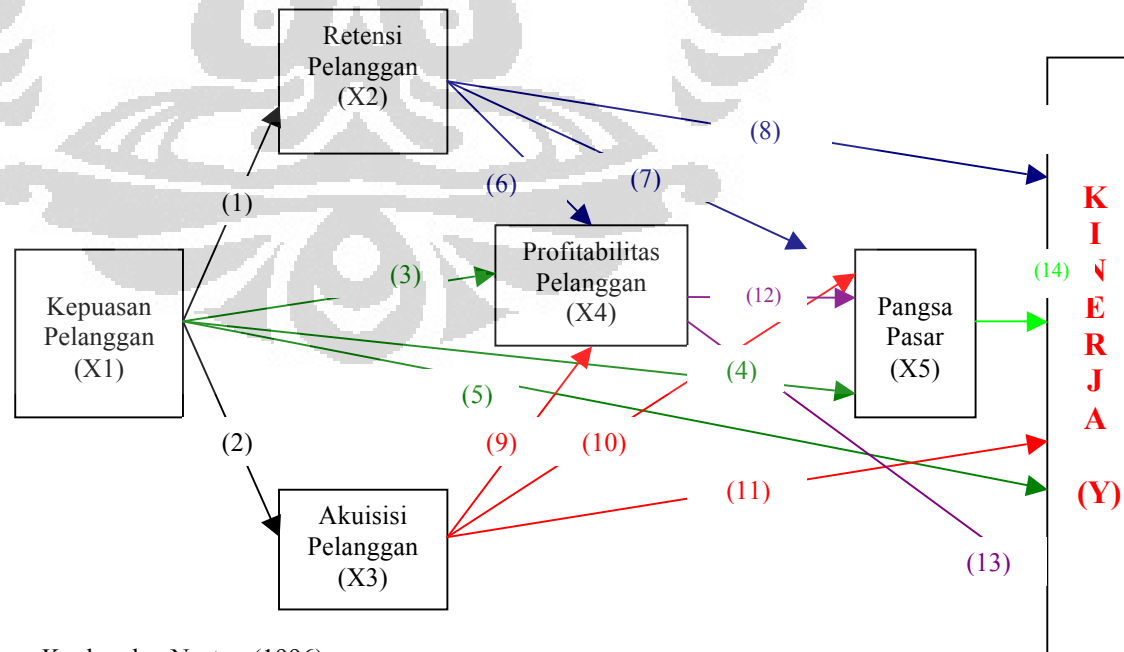
Kinerja suatu organisasi tidak hanya dipengaruhi oleh variabel finansial tapi juga variabel non finansial (Wibisono,2007). Pada aspek non finansial, hal-hal yang berpengaruh salah satunya adalah perspektif pelanggan yang meliputi kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, profitabilitas pelanggan dan akuisisi pelanggan (Kaplan dan Norton 2000, p.60)

Variabel-variabel kinerja tersebut dapat dilihat dari hubungan sebab dan akibat. Sebagai contoh , *customer satisfaction* akan berakibat pada *customer retention* dan melalui promosi dari pelanggan ke pelanggan (*word of mouth*) akan diperoleh pelanggan-pelanggan baru (*customer acquisition*). Dengan *customer*

retention , perusahaan akan mampu meningkatkan *customer profitability* , karena biasanya mempertahankan pelanggan akan lebih murah daripada memperoleh pelanggan baru. Kombinasi antara *customer acquisition*, *customer retention* dan *customer profitability* akan meningkatkan keseluruhan *market share* (Kaplan dan Norton 2000,p.60; Wibisono 2007,p.100).

Penelitian ini akan mengukur pola hubungan antara variabel- variabel perspektif pelanggan yang mempengaruhi kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta, adapun metoda yang digunakan adalah metoda analisis jalur (*Path Analysis*). Melalui metoda ini, dapat diketahui pola hubungan antar variabel penyebab (Variabel Eksogen) terhadap variabel akibat (Variabel Endogen).

4.2. Kerangka Konsep



Sumber : Kaplan dan Norton (1996)

Kerangka konsep ini berdasarkan rantai hubungan sebab akibat ukuran pelanggan yang dibuat oleh Kaplan dan Norton (2000,p.60).

4.3. Hipotesa

4.3.1. Hipotesa Penelitian

1. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan RSPJ.
2. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung kepuasan pelanggan terhadap akuisisi pelanggan RSPJ.
3. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung kepuasan pelanggan terhadap profitabilitas pelanggan RSPJ.
4. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung kepuasan pelanggan terhadap Pangsa pasar RSPJ.
5. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung kepuasan pelanggan terhadap kinerja RSPJ.
6. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung retensi pelanggan terhadap profitabilitas pelanggan RSPJ.
7. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung retensi pelanggan terhadap pangsa pasar RSPJ.
8. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung retensi pelanggan terhadap kinerja RSPJ.
9. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung akuisisi pelanggan terhadap profitabilitas pelanggan RSPJ.
10. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung akuisisi pelanggan terhadap pangsa pasar RSPJ.

11. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung akuisisi pelanggan terhadap kinerja RSPJ.
12. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung profitabilitas pelanggan terhadap pangsa pasar RSPJ.
13. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung profitabilitas pelanggan terhadap kinerja RSPJ.
14. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung pangsa pasar terhadap kinerja RSPJ.

4.3.2. Hipotesa Statistik

1. $H_0 : \rho_{X_2X_1} = 0$
 $H_a : \rho_{X_2X_1} \neq 0$
2. $H_0 : \rho_{X_3X_1} = 0$
 $H_a : \rho_{X_3X_1} \neq 0$
3. $H_0 : \rho_{X_4X_1} = 0$
 $H_a : \rho_{X_4X_1} \neq 0$
4. $H_0 : \rho_{X_5X_1} = 0$
 $H_a : \rho_{X_5X_1} \neq 0$
5. $H_0 : \rho_{YX_1} = 0$
 $H_a : \rho_{YX_1} \neq 0$
6. $H_0 : \rho_{X_4X_2} = 0$
 $H_a : \rho_{X_4X_2} \neq 0$
7. $H_0 : \rho_{X_5X_2} = 0$
 $H_a : \rho_{X_5X_2} \neq 0$
8. $H_0 : \rho_{YX_2} = 0$
 $H_a : \rho_{YX_2} \neq 0$
9. $H_0 : \rho_{X_4X_3} = 0$
 $H_a : \rho_{X_4X_3} \neq 0$
10. $H_0 : \rho_{X_5X_3} = 0$
 $H_a : \rho_{X_5X_3} \neq 0$
11. $H_0 : \rho_{YX_3} = 0$

- Ha : $\rho_{YX_3} \neq 0$
12. H₀ : $\rho_{X_5X_4} = 0$
 Ha : $\rho_{X_5X_4} \neq 0$
13. H₀ : $\rho_{YX_4} = 0$
 Ha : $\rho_{YX_4} \neq 0$
14. H₀ : $\rho_{YX_5} = 0$
 Ha : $\rho_{YX_5} \neq 0$

4.4. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

1. Kepuasan Pelanggan

a. Definisi Konseptual

Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap hasil atau kinerja dari suatu pelayanan yang telah ditetapkan dengan indikator meliputi penampilan sarana fisik; penampilan personil; pelayanan yang cepat dan tanggap; penyampaian informasi jelas; cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan; ketepatan waktu; pelayanan tidak pilih kasih; pelayanan dengan akurasi tinggi; kemampuan dan pengetahuan para dokter menetapkan diagnosa; ketrampilan para dokter; perawat dan petugas lainnya dalam bekerja; pelayanan yang sopan dan ramah; memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien; perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya; memahami semua kebutuhan pasien.

b. Definisi Operasional

Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap hasil atau kinerja dari suatu pelayanan di Rumah Sakit

Pelabuhan Jakarta yang diperoleh dari jawaban responden berupa skor dari instrumen penilaian kepuasan pelanggan dengan indikator meliputi penampilan sarana fisik; penampilan personil; pelayanan yang cepat dan tanggap; penyampaian informasi jelas; cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan; ketepatan waktu; pelayanan tidak pilih kasih; pelayanan dengan akurasi tinggi; kemampuan dan pengetahuan para dokter menetapkan diagnosa; ketrampilan para dokter; perawat dan petugas lainnya dalam bekerja; pelayanan yang sopan dan ramah; memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien; perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya; memahami semua kebutuhan pasien.

C. Kisi – kisi Kepuasan Pelanggan

VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	DESKRIPTOR	ITEM	
Kepuasan Pelanggan	1) Tangibles (berwujud)	a. Penampilan sarana fisik	Kebersihan fasilitas umum, seperti toilet, ruang tunggu	1-2	
			Ketersediaan fasilitas umum di ruang tunggu seperti televisi, koran, majalah.	3-4	
			Fasilitas sarana parkir memadai	5-6	
	2) Responsiveness	a. Pelayanan yang cepat dan tanggap	b. Penampilan personil	Karyawan berpenampilan rapih dan bersih	7-8
				a. Pelayanan yang cepat dan tanggap	Kemampuan dokter untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien
			b. Penjelasan dokter		Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit
Informasi tentang penyakit sangat jelas	11				

3) Realibility (Keandalan)	a. Ketepatan waktu	Jadwal pelayanan rumah sakit dijalankan dengan tepat	12-13
	b. Pelayanan tidak pilih kasih	Pemeriksaan sesuai dengan nomor antri	14-15
	c. Pelayanan dengan akurasi tinggi	Pelayanan pemeriksaan, pengobatan dan perawatan yang cepat dan tepat.	16-17
	d. Kecepatan pelayanan	Petugas memberikan pelayanan secara cepat.	18-22
4) Assurance (Jaminan)	a. Kemampuan dan pengetahuan para dokter menetapkan diagnosa	Dokter memeriksa dengan teliti	23
	b. Ketrampilan perawat dalam bekerja.	Memiliki perawat yang terampil	24
	c. Keahlian dokter	Memiliki dokter ahli.	25
	d. Dokter profesional	Memiliki dokter profesional	26
	e. Pelayanan ramah	Memiliki petugas yang ramah	27
5) Emphaty	a. Memberikan perhatian secara khusus kepada setiap pasien	Tanggap terhadap keinginan pasien	28
	b. Perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya	Tanggap terhadap keluhan	29,31, 32
	c. Memahami semua kebutuhan pasien	Tanggap terhadap kebutuhan pasien	30

d. Alat ukur dan cara pengukuran : kuisisioner

e. Skala pengukuran : interval dengan tipe skala pengukuran *rating scale*.

2. Retensi pelanggan

a. Definisi Konseptual

Retensi pelanggan adalah pelanggan / pasien yang datang berkunjung secara berulang yang telah ditetapkan dengan indikator frekuensi kunjungan, frekuensi penggunaan jasa pelayanan dan keberadaan rumah sakit terdekat di sekitar tempat tinggal selain Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta,

b. Definisi Operasional

Retensi pelanggan adalah pelanggan / pasien yang datang berkunjung secara berulang ke Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta yang diperoleh dari jawaban responden berupa skor dari instrumen retensi pelanggan dengan indikator frekuensi kunjungan, frekuensi penggunaan jasa pelayanan dan keberadaan rumah sakit terdekat di sekitar tempat tinggal selain Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta.

C. Kisi – kisi Retensi Pelanggan

VARIABEL	INDIKATOR	DESKRIPTOR	ITEM
Retensi pelanggan	1. Frekuensi berkunjung	Lebih dari satu kali	1-2
	2. keberadaan rumah sakit	Keberadaan rumah sakit terdekat di sekitar tempat tinggal selain Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta	3-4
	3. Frekuensi penggunaan jasa pelayanan	Telah menggunakan jasa pelayanan rawat jalan lebih dari 5 unit pelayanan	5

- d. Alat ukur dan cara pengukuran : kuisioner
 - e. Skala pengukuran : interval dengan tipe skala pengukuran rating scale
3. Akuisisi Pelanggan

a. Definisi Konseptual

Akuisisi pelanggan adalah jumlah pelanggan baru suatu institusi yang ditandai dengan indikator adanya kunjungan pertama kali dan alasan memilih rumah sakit.

b. Definisi Operasional

Akuisisi pelanggan adalah jumlah pelanggan baru di RS.Pelabuhan Jakarta yang diperoleh dari jawaban responden berupa skor dari instrumen akuisisi pelanggan dengan indikator adanya kunjungan pertama kali dan alasan memilih rumah sakit.

C. Kisi – kisi Akuisisi Pelanggan

VARIABEL	INDIKATOR	DESKRIPTOR	ITEM
Akuisisi pelanggan	1. Kunjungan pertama kali	Belum pernah berkunjung sebelumnya	1
	2. Alasan memilih rumah sakit.	Rekomendasi dari teman	2
		Rekomendasi dari keluarga	3
		Ingin mencoba pelayanan	4

- d. Alat ukur dan cara pengukuran : kuisisioner
- e. Skala pengukuran : interval dengan tipe skala pengukuran *rating scale*

4. Profitabilitas Pelanggan

a. Definisi Konseptual

Profitabilitas pelanggan adalah pelanggan yang memberikan keuntungan/kontribusi positif kepada suatu organisasi yang ditandai dengan indikator penilaian terhadap pelayanan kesehatan yang telah diberikan secara menyeluruh. kesediaan membayar lebih dan citra rumah sakit.

b. Definisi Operasional

Pelanggan yang memberikan keuntungan / kontribusi positif kepada RS.Pelabuhan Jakarta yang diperoleh dari jawaban responden berupa skor dari instrumen profitabilitas pelanggan dengan indikator kepuasan pelanggan

terhadap pelayanan kesehatan yang telah diberikan secara menyeluruh, kesediaan membayar lebih dan citra rumah sakit.

c. Kisi – kisi Profitabilitas Pelanggan

VARIABEL	INDIKATOR	DESKRIPTOR	ITEM
Profitabilitas pelanggan	a. Penilaian terhadap pelayanan kesehatan	Kualitas pelayanan secara umum	2
	b. Kesiadaan membayar lebih	Bersedia berobat ke RSPJ meski tarif naik	3
	c. Citra rumah sakit	Kualitas pelayanan baik	1,4

d. Alat ukur dan cara pengukuran : kuisisioner

e. Skala pengukuran : interval dengan tipe skala pengukuran *rating scale*

5. Pangsa Pasar

a. Definisi Konseptual

Prediksi penjualan jasa suatu institusi yang ditandai dengan indikator adanya kesetiaan pelanggan dan potensi pertumbuhan pelanggan baru .

b. Definisi Operasional

Prediksi penjualan jasa pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta yang diperoleh dari jawaban responden berupa skor dari instrumen pangsa pasar dengan indikator kesetiaan pelanggan dan potensi pertumbuhan pelanggan baru.

c. Kisi – kisi Pangsa Pasar

VARIABEL	INDIKATOR	DESKRIPTOR	ITEM
Pangsa pasar	a. Kesetiaan pelanggan	Kesediaan berkunjung kembali	1-3
	b. potensi pertumbuhan pelanggan baru	Kesediaan merekomendasi RSPJ kepada teman atau kerabat	4-6

- d. Alat ukur dan cara pengukuran : kuisisioner
 - e. Skala pengukuran : interval dengan tipe skala pengukuran *rating scale*
6. Kinerja Rumah Sakit
- a. Definisi Konseptual

Kinerja rumah sakit adalah persepsi mengenai proses yang dilakukan dan hasil yang dicapai oleh suatu organisasi/ institusi pelayanan kesehatan yang berorientasi pelanggan dalam menyediakan jasa pelayanan atau produk yang ditandai dengan indikator adanya kelengkapan pelayanan kesehatan, kenyamanan, keamanan, penghargaan pasien terhadap pelayanan kesehatan yang telah diberikan dibandingkan dengan pelayanan kesehatan institusi lain dan akses yang mudah.

- b. Definisi Operasional

Kinerja rumah sakit adalah persepsi mengenai proses yang dilakukan dan hasil yang dicapai oleh suatu organisasi/ institusi pelayanan kesehatan yang berorientasi pelanggan dalam menyediakan jasa pelayanan atau produk kepada pelanggan di Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta yang diperoleh dari jawaban responden berupa skor dari instrumen kinerja rumah sakit yang ditandai dengan indikator adanya kelengkapan pelayanan kesehatan, kenyamanan, keamanan, penghargaan pasien terhadap pelayanan kesehatan yang telah diberikan dibandingkan dengan pelayanan kesehatan institusi lain dan akses yang mudah

Kisi – kisi Kinerja RS.Pelabuhan Jakarta

VARIABEL	INDIKATOR	DESKRIPTOR	ITEM
Kinerja RS.Pelabuhan Jakarta	1. Kelengkapan pelayanan kesehatan	Memiliki jenis pelayanan yang lengkap	1-2
	2. Kenyamanan dan keamanan	Nyaman di Lingkungan RS	3
		Aman di lingkungan RS	4
	3. Penghargaan pasien terhadap pelayanan kesehatan	Perbandingan pelayanan kesehatan yang diberikan dengan institusi kesehatan lain.	5
		Akses mudah	6

- d. Alat ukur dan cara pengukuran : kuisisioner
- e. Skala pengukuran : interval dengan tipe skala pengukuran *rating scale*

4.5. PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN

Sebelum dilakukan pengumpulan dan pengolahan data dengan menggunakan alat analisis, maka semua instrumen penelitian diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah instrumen tersebut valid dan reliabel. Pengujian instrumen dilakukan dengan menggunakan :

4.5.1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur benar-benar cocok atau sesuai sebagai alat ukur yang diinginkan. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah hasil jawaban dari kuisisioner oleh responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini.

Untuk menguji validitasnya menggunakan rumus *Pearson Product Moment*.

$$r_{\text{hitung}} = \frac{n (\sum X_i Y_i) - (\sum X_i) (\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

dimana :

r_{hitung}	=	Koefisien korelasi
$\sum X_i$	=	Jumlah skor item
$\sum Y_i$	=	Jumlah skor total (seluruh item)
n	=	Jumlah responden

Keputusan uji :

Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, H_0 ditolak artinya variabel valid.

Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, H_0 gagal ditolak artinya variabel tidak valid.

4.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Pengukuran reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil jawaban dari kuisioner oleh responden benar-benar stabil dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut dan sebaliknya jika reliabilitas pengukur tersebut rendah maka alat tersebut tidak stabil dalam mengukur suatu gejala. Teknik pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis yang dikembangkan oleh *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{||} = [k/k - 1] [1 - \sum S_i / S_t]$$

dimana :

$r_{ }$	=	Nilai reliabilitas
$\sum S_i$	=	Jumlah varians skor tiap-tiap item
S_t	=	Varians total
K	=	Jumlah item

Langkah –langkah dalam mencari nilai reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut :

- a. Menghitung varians skor tiap-tiap item dengan menggunakan rumus :

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

- S_i = Varians skor tiap-tiap item
 $\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat item X_i
 $(\sum X_i)^2$ = Jumlah item X_i dikuadratkan
 N = Jumlah responden

- b. Langkah berikutnya dengan menjumlahkan varians semua item dengan rumus

$$\sum S_i = S_1 + S_2 + S_3 + \dots + S_n$$

dimana :

- $\sum S_i$ = Jumlah varians semua item
 $S_1 + S_2 + S_3 + \dots + S_n$ = Varians item ke-1,2,3,.....,n

- c. Menghitung varians total dengan rumus :

$$S_t = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{n}}{n}$$

dimana :

- S_t = Varians total
 $\sum X_t^2$ = Jumlah kuadrat X total
 $(\sum X_t)^2$ = Jumlah X total dikuadratkan
 N = Jumlah responden

- d. Lalu masukkan nilai alpha dengan rumus :

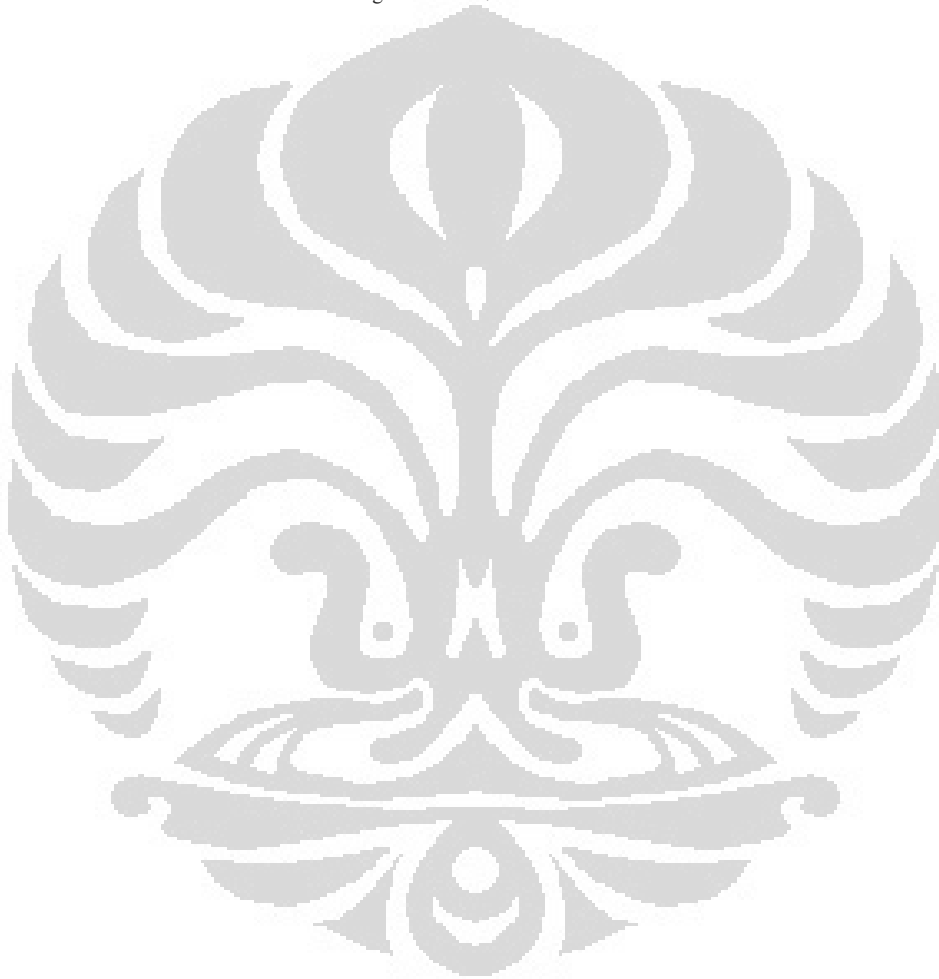
$$r_{||} = [k/k-1] [1 - \sum S_i / S_t]$$

kaidah keputusan :

Dengan Product moment, derajat kebebasan (*degree of freedom*, df) = $N - 1$ dan tabel t untuk $\alpha = 0,05$, maka dapat diambil keputusan sebagai berikut :

a. Jika hasil $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, berarti *reliable*

Jika hasil $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, berarti tidak *reliable*



BAB 5

METODOLOGI PENELITIAN

5.1. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini berdasarkan masalah dan tujuan penelitian adalah penelitian survey hubungan kausal dengan teknik analisis jalur/ *Path Analysis* yang akan menguji pengaruh langsung dan tidak langsung dari setiap variabel penelitian.

5.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di rawat jalan Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta, Jl. Kramat Jaya, Tanjung Priok, Jakarta Utara. dengan waktu penelitian bulan 2008 – Juni 2008.

Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer. Data primer didapat melalui kuisioner berupa penilaian subyektif yang diberikan responden selama bulan Mei 2008 s.d Juni 2008 (Minggu ke-1), data primer ini diambil untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan, profitabilitas pelanggan , pangsa pasar serta kinerja RSPJ tahun 2008.

Pengolahan dan analisa data dilakukan selama bulan Juni 2008 , Minggu ke-2. Penyajian disampaikan pada bulan Juni, Minggu ke-4 2008.

5.3. Populasi dan sampel penelitian

5.3.1. Populasi

Populasi penelitian adalah penderita rawat jalan yang datang di poliklinik RSPJ, selama minggu penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya

dan memenuhi kriteria inklusi dan kriteria eksklusi. **Kriteria inklusi** memiliki karakteristik sebagai berikut :

- Semua penderita dengan jenis pembayaran umum tunai yang datang untuk mencari pertolongan diberbagai poliklinik spesialis RSPJ dan telah dinyatakan selesai mendapat pertolongan selama minggu penelitian;
- Penderita adalah orang dewasa, baik pria maupun wanita yang dapat menjawab sendiri pertanyaan yang diajukan pewawancara. Penderita anak-anak harus disertai pendamping, diwakili oleh orangtuanya atau keluarga terdekat untuk menjadi responden , dengan demikian responden berumur lebih dari 15 tahun, karena umur dibawah 15 tahun diragukan belum dapat memberikan penilaian dengan baik (Stoner, 1992). Penderita usia lanjut yang masih dapat menjawab sendiri pertanyaan dapat menjadi responden atau dapat dibantu oleh pendampingnya bila ada;

Sedangkan **kriteria eksklusi** adalah pasien dengan karakteristik sebagai berikut :

- Tidak bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
- Tidak dapat berkomunikasi dengan baik.
-

5.3.2. Besar Sampel

Jumlah sampel minimal yang diperlukan untuk penelitian perspektif pelanggan rawat jalan ditentukan berdasarkan besarnya populasi seperti yang tergambar dalam tabel berikut ini :

Tabel 10. Distribusi Penderita Rawat Jalan RSPJ
Bulan Januari 2007 – Desember 2007

Bulan	Rawat Jalan		
	Langganan	Umum	Total
Januari	5.537	1.924	7.461
Pebruari	5.372	1.256	6.628
Maret	6.044	1.417	7.461
April	6.122	1.410	7.532
Mei	6.292	1.310	7.602
Juni	6.025	1.221	7.246
Juli	6.212	1.264	7.476
Agustus	6.145	1.241	7.386
September	6.231	1.438	7.669
Oktober	4.924	1.070	5.994
November	6.208	1.369	7.577
Desember	5.261	1.221	6.482
Jumlah	70.373	16.141	86.514
Rerata	5.864	1.345	7.209
Simpangan Baku	463	210	538

Dengan menggunakan tabel 10. diatas dapat dihitung jumlah rata-rata pasien rawat jalan perbulan. Sebagaimana terlihat pada tabel, jumlah kunjungan poliklinik setiap bulannya sebanyak 7.209 / bulan dengan simpang baku = 538. Sebagai kesimpulan dapat dikatakan bahwa selama 1 tahun di RSPJ sebenarnya tidak ada variasi yang mencolok mengenai jumlah rata-rata pasien rawat jalan antar bulan. Berdasarkan hal tersebut , maka dalam penelitian ini diasumsikan bahwa jumlah rata-rata pasien rawat jalan setiap bulan juga tidak memiliki variasi antar minggu.. Penentuan jumlah sampel di bagian rawat jalan diperoleh dengan menggunakan rumus Lemeshow (1997, p.1), sebagai berikut :

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2} \cdot P(1-P)}{d^2}$$

d	=	besarnya derajat ketepatan, ditentukan sebesar 10%
$Z_{1-\alpha/2}$	=	derajat kepercayaan yang digunakan 95% sehingga $z = 1,960$
P	=	kepuasan pelanggan sebelumnya dianggap 50% sehingga didapat nilai P 0,5
n	=	besar sampel

Dalam perhitungan penarikan jumlah sampel ini, peneliti menggunakan besarnya proporsi sampel sebesar 0,5 karena jumlah sampel terbesar akan dicapai pada nilai $P = 0,5$ (Lemeshow,1997,p.2). Berdasarkan hal tersebut maka besarnya sampel penelitian diperoleh dengan penghitungan dibawah ini :

$$n = \frac{1,96 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ (dibulatkan menjadi 104)}$$

5.3.3. Cara Penarikan Sampel penderita Rawat Jalan

Penarikan Sampel penderita rawat jalan dilakukan secara random, terhadap pengunjung di poliklinik spesialis RSPJ. Sampel yang diambil pada penelitian ini adalah pasien umum tunai, karena pasien jenis ini berkunjung ke RSPJ dengan biaya sendiri, selain itu pasien ini memiliki potensi yang besar dalam penurunan piutang.

5.4. Cara Pengambilan Data

Data diambil melalui kuisioner dimana setiap individu masuk dalam kriteria inklusi menjadi sampel penelitian.

5.5. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan alat bantu (instrumen) berupa angket/ pertanyaan yang mendukung variabel-variabel , meliputi : 1) Kepuasan pelanggan, 2) Retensi pelanggan, 3) Akuisisi pelanggan, 4) Profitabilitas pelanggan, 5) Pangsa pasar dan 6) Kinerja.

5.6. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

5.6.1. Validitas dan realibilitas Instrumen

Sebelum penelitian dilakukan terlebih dahulu dilakukan uji coba kuesioner penelitian kepada 30 orang responden yang diambil secara acak untuk mengetahui validitas dan reliabilitas dari kuesioner yang telah dibuat. Uji Coba kuesioner penelitian dilakukan di RSPJ. Hasil uji coba kuesioner diolah dengan menggunakan program komputer sebagai berikut :

1. **Validitas** : diuji dengan rumus *Pearson Product Moment*

Kaidah keputusan :

- a. Jika hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti valid
- b. Jika hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti tidak valid

2. **Reliabilitas** : diuji dengan metoda *Alpha Cronbach*.

Kaidah keputusan

- a. Jika hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti *reliable*
 - b. Jika hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti tidak *reliable*
- r_{hitung} merupakan nilai *alpha cronbach's*.

Langkah-langkah uji validitas dan reliability (Sutanto PH, 2007).

- a) Masukkan data tersebut ke SPSS
- b) Klik *Analyze*
- c) Pilih *Scale*
- d) Pilih *Reliability Analysis*
- e) Masukkan semua variabel ke dalam kotak "*item*" (yang dimasukkan hanya variabel yang akan diuji)

- f) Pada “model” biarkan pilih pada”*Alpha*”.
- g) Klik Option “*Statistics*”
- h) Pada bagian “*descriptives for*” pilih “*item*”, *scale if item deleted*.
- i) Klik “*continue*”
- j) Klik Ok, lihat hasil outputnya.

Hasil analisis *reliability* memperlihatkan dua bagian. Bagian utama menunjukkan hasil statistik deskriptif masing-masing variabel dalam bentuk mean, varian dan lain-lain. Kaidah yang berlaku bahwa pengujian dimulai dengan menguji validitas kuesioner baru dilanjutkan uji *reliabilitas*.

Apabila terdapat pertanyaan yang tidak valid, maka analisis dilakukan kembali dengan mengeluarkan pertanyaan yang tidak valid.

5.7. Teknik Pengumpulan Data

5.7.1. Sumber Data

Data Primer, Data yang diperoleh berdasarkan hasil kuesioner pasien rawat jalan poliklinik spesialis di Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta

5.7.2. Instrumentasi

Kuesioner terlampir.

5.7.3. Cara pengumpulan data

a. Wawancara Penderita rawat Jalan

- 1) Setiap hari, tim pengumpul data akan mengunjungi poliklinik yang telah ditentukan untuk mendapatkan responden yang akan diwawancarai.

- 2) Sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditentukan , pengumpul data akan meminta kesediaan penderita untuk menjadi calon responden dalam penelitian ini;
- 3) Pengumpulan data akan dilaksanakan pada minggu penelitian yang telah ditetapkan.
- 4) Dari hari ke hari, peneliti akan memeriksa jumlah sampel yang telah berhasil diwawancarai, untuk mengetahui kelengkapan pengisian kuisisioner.

Data primer diperoleh dengan melakukan pengisian kuesioner oleh responden dengan tingkat pengukuran interval dengan menggunakan tipe skala *rating scale*

Maksud dari skala pengukuran untuk mengklasifikasikan variabel yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menetapkan analisis data dan langkah penelitian selanjutnya (Riduwan, 2007).

Pada penelitian ini semua variabel menggunakan skala interval dimana adanya jarak antara satu data dengan data yang lain dan mempunyai bobot yang sama.

Tipe skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan menggunakan *Rating Scale* yaitu data mentah yang didapat berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. Pada *rating scale* responden tidak menjawab salah satu jawaban kualitatif tetapi akan menjawab salah satu jawaban kuantitatif yang telah disediakan (Riduwan, 2007)

Skala Likert adalah skala yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuan terhadap subyek , obyek atau kejadian tertentu. Untuk skala ini umumnya menggunakan lima angka penelitian, yaitu :

1 = Sangat tidak setuju / Sangat Kurang

2 = Tidak setuju / Kurang

3 = Cukup / Cukup

4 = Setuju / Baik

5 = Sangat setuju / Sangat Baik

Penjelasan skala :

1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Cukup	Setuju	Sangat setuju
Sangat kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat baik

Pengisian kuisioner dilakukan melalui wawancara responden oleh seorang *Interviewer Independent*. *Interviewer Independent* adalah seorang pengumpul data yang sudah punya pengalaman mengumpulkan data-data penelitian . Sebelum mengumpulkan data , peneliti terlebih dahulu melakukan sosialisasi kepada interviewer tentang mekanisme kerja serta mendampingi sepenuhnya saat uji coba kuisioner.

Data yang dikumpulkan adalah data pengalaman pasien tentang pelayanan rawat jalan Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta serta karakteristik responden atau pasien yang merasakan pelayanan tersebut.

5.8. Manajemen Data

5.8.1. Teknik Analisis Data

1. Data direkap dengan menggunakan program Excel.

2. Sebelum dilakukan uji analisis jalur, data dilakukan beberapa uji yaitu : uji *normalitas*, *homogenitas*, uji *eksistensi*, uji *independensi* dan uji asumsi *linearitas*.

a) Uji Normalitas

Pada uji normalitas dilakukan dengan menggunakan program LISREL 8.54. Tahapan pengujian adalah sebagai berikut (Ghozali 2005, p.69-72) :

- 1) Tentukan jenis data penelitian, (dalam LISREL umumnya data dibagi 2 yaitu *continous* dan *ordinal*) data *continous* memiliki kategori lebih dari 15 sedangkan data *ordinal* memiliki kategori kurang dari 15. Pada penelitian ini data bersifat *continous*.
- 2) Lakukan *normal score* dengan cara : klik *statistics* dan pilih *normal score* sehingga akan keluar kotak dialog dengan judul *normal score*. Blok seluruh variabel yang ingin dinormalkan dan tekan **add**. Setelah itu klik *output options* pada kotak di atas, beri tanda pada ***save the transformed data to file*** serta tuliskan nama file dimana data normal akan disimpan dengan berikan ekstensi *.psf
- 3) Klik ***output options*** pada bagian *statistics* dan klik **OK**.
- 4) Hasil uji normalitas akan ditampilkan pada file berekstensi *.out*.

b) Uji *Homogenitas*

Uji homogenitas digunakan digunakan uji *Bartlett*. Tahapan uji Bartlett adalah sebagai berikut (Hafizurarchman, 2007):

- 1) Data dikelompokkan berdasarkan skor X yang sama, jumlah anggota untuk tiap kelompok diberi simbol n_1 .
- 2) Untuk nilai n yang kurang dari 2 tidak dimasukkan dalam perhitungan.
- 3) Menghitung nilai $dk = 2-1$, untuk masing-masing kelompok.
- 4) Menghitung nilai $1/dk$ untuk masing-masing kelompok.
- 5) Menghitung nilai varians skor Y untuk masing-masing kelompok (S_i^2).
- 6) Menghitung nilai $\log S_i^2$
- 7) Menghitung nilai hasil kali dk dengan $\log S_i^2$

Nilai-nilai tersebut selanjutnya disusun dalam tabel, kemudian dihitung nilai-nilai yang diperlukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut;

- a) Varians gabungan dari semua sample
- b) $S^2 = \sum (n_1 - 1) S_i^2 / \sum (n_1 - 1)$
- c) Harga satuan *Bartlett* (B)
- d) χ^2_{hitung} untuk uji *Bartlett*
- e) $\chi^2_{hitung} = (\ln 10) \{B - \sum (dk \log s_i^2)\}$
- f) Untuk χ^2_{hitung} yang lebih besar dibandingkan χ^2_{tabel} tetapi kedua harga tersebut cukup dekan, nilai χ^2 dihitung lagi dengan menggunakan faktor koreksi.
- g) Dengan nilai faktor koreksi, harga χ^2 yang digunakan untuk pengujian adalah $\chi^2_k = (1/K) \chi^2$

- h) Nilai χ^2_{hitung} dibandingkan dengan χ^2_{tabel} selanjutnya dapat disimpulkan sesuai dengan kriteria pengujian.
- c) Uji Eksistensi, Uji *Independensi*, Uji Linearitas dan Histogram, Normal P-P Plot Uji Normalitas dan *Scatterplot* uji homogenitas.

Ketiga uji ini dilakukan dengan bantuan program SPSS, tahapan uji sebagai berikut (Sutanto PH, 2007):

- 1) Klik *analysis*, sorot *regression*, sorot dan klik “Linier”
- 2) Masukkan dalam kotak *dependent* variabel.
- 3) Masukkan dalam kotak *independent* variabel
- 4) Klik tombol *statistics*
- 5) Klik kotak “*durbin-watson*” (perintah ini untuk uji asumsi independensi)
- 6) Klik tombol “plot”
- 7) Masukkan “SRESID ke kotak Y dan ZPRED ke kotak X (perintah ini untuk uji asumsi *homoscedasity*)
- 8) Klik kotak “histogram” dan kotak “normal probability plot” (perintah ini untuk uji asumsi *normality*)
- 9) Klik *continue*, klik OK.
- 10) Hasil uji.

Uji eksistensi : Pada tabel *residuals statistics*^a bila residual menunjukkan adanya mean mendekati nilai nol dan ada sebaran (varian atau standar deviasi) maka asumsi eksistensi terpenuhi.

Uji Independensi : Pada tabel Model Summary^b, bila nilai durbin -2 s.d +2 berarti asumsi independensi terpenuhi.

Uji Linieritas : Untuk uji linieritas dapat diketahui dari uji ANOVA bila hasilnya signifikan ($p \text{ value} < \alpha$)

3. Pengujian model struktur hubungan antar variabel dengan melihat nilai koefisien korelasi (r), jalur yang tidak signifikan atau tidak bermakna dihilangkan dari struktur hubungan antar variabel.
4. Model struktur hubungan antar variabel yang sudah diuji korelasinya dilanjutkan pada uji analisis jalur untuk setiap jalur yang ada. Pada analisis jalur dengan menggunakan LISREL nilai koefisien jalur dapat dilihat pada nilai BETA dan GAMMA. Tahapan pengujian jalur dengan LISREL (Tumpal JR S, 2005).
 - a. Klik *file*, klik *open*. Cari data yang disimpan dengan ekstensi .psf (data yang sudah dilakukan uji normalitas dengan program LISREL) kemudian klik OK.
 - b. Klik *statistics*
 - c. Klik *output options*
 - d. Klik OK
 - e. Klik *file*, kemudian klik *new*
 - f. Klik *path diagram*, kemudian klik OK
 - g. Tuliskan pada kotak file nama yang sama dengan nama file data awal dan berekstensi.pth, kemudian klik OK.
 - h. Klik *setup*
 - i. Klik *variable*

- j. Klik *add/read variable*
- k. Klik *browse*, tuliskan pada kotak file nama dengan nama yang sama dengan file awal dan beri ekstensi.dsf, kemudian klik OK
- l. Klik OK, kemudian klik *next*. Pada kotak *number of observations* diisi dengan angka sesuai dengan ukuran sampel (n), sedangkan pada kotak *statistics from* pilih *correlation*, dan kotak *matrix to be analyzed* pilih *correlations*, klik OK. Kemudian beri tanda silang (x) dikotak sebelah kanan variabel endogen. Tarik setiap variabel dengan cara men-*drag* (bawa kursor ke variabel yang akan ditarik, tekan tombol kiri pada *mouse* sambil tetap ditekan gerakkan *mouse* untuk menempatkan variabel pada posisi yang diinginkan, setelah itu lepaskan tombol kiri tersebut). Untuk tanda panah di tarik terlebih dahulu mengaktifkan tombol panah pada kotak *tool*, dimana awal menariknya dari variabel *independent* ke variabel *endogen* sampai terjadi perubahan warna.
- m. Klik *setup* kemudian klik *build LISREL syntax*.
- n. Klik *output*, kemudian klik *selections* pada *output* yang ingin ditampilkan, kemudian klik OK.
- o. Klik *icon* bergambar orang sedang lari.
- p. Pada gambar akan terlihat angka-angka yang terletak disetiap busur panah, dimana angka tersebut menunjukkan koefisien jalurnya. Nilai *chi square*, *df*, *P-value*, dan *RMSEA* menunjukkan bahwa model tersebut dapat dikatakan sesuai dengan data. Hasil analisis jalur juga dapat dilihat pada *output* yang berekstensi OUT.

5. Dari hasil uji analisis jalur dilanjutkan pada uji hipotesis dengan membandingkan nilai BETA dan GAMMA dengan nilai t_{tabel} .
6. Dari uji hipotesis dibuat model struktur yang baru. Tahapannya sama dengan analisis awal model diatas. (jalur yang tidak signifikan dihilangkan dari model)
7. Model struktur yang baru ini dianalisis kembali dan diuji kesesuaian model dengan data. Pada *output* hasil uji *path analisis* terdapat *Goodness of fit statistics*, hasil inilah yang akan digunakan untuk menguji apakah model fit dan sudah sesuai dengan data.
8. Dari hasil uji analisis jalur tentukan komposisi pengaruh langsung dan tidak langsung serta pengaruh total antar variabel. Hasil uji path analisis juga akan menampilkan *effect decomposition* yang berguna untuk melihat total pengaruh dan besarnya pengaruh tidak langsung variabel *eksogen* terhadap variabel *endogen*.

5.9. Cara Penyajian Data

Data disajikan dalam bentuk tabel, grafik dan narasi.

5.10. Etika Penelitian

Semua keterangan yang diberikan kepada peneliti dan hasil pengisian kuesioner sifatnya dirahasiakan. Responden yang bersedia ikut dalam penelitian mengisi formulir *informed consent* setelah diberikan penjelasan terlebih dahulu mengenai penelitian yang dilaksanakan. Penjelasan mencakup tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang berguna untuk peningkatan kinerja Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta.

BAB 6

HASIL PENELITIAN

6.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada keenam variabel penelitian yaitu Kepuasan Pelanggan (X_1), Retensi Pelanggan (X_2), Akuisisi Pelanggan (X_3), Profitabilitas Pelanggan (X_4), Pangsa Pasar (X_5) dan kinerja RS Pelabuhan Jakarta Tahun 2008 (Y).

Tujuan uji validitas butir instrumen penelitian yaitu untuk melihat gambaran tentang kesahihan butir instrumen penelitian. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan 30 orang responden yang diambil secara acak di RSPJ. Hasil uji coba kuesioner penelitian diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS dengan ketentuan, jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir tersebut dikatakan valid, namun jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid atau gugur pada taraf signifikansi alpha (α) = 0,05.

Tujuan uji reliabilitas untuk menunjukkan bahwa instrumen yang dipakai dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat penjaring data-data, Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap butir-butir instrumen yang dinyatakan valid. Uji reliabilitas ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

Tabel 6.1. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian

No	Variabel	Σ Item Pertanyaan Sebelumnya	Σ Item Pertanyaan Sesudah di Uji	Item Pertanyaan Yang di Drop	Crombach's Alpha Item Pertanyaan Yang Valid
1	Kepuasan pelanggan	32	32	-	0,959
2	Retensi pelanggan	5	4	36	0,704
3	Akuisisi pelanggan	4	4	-	0,748
4	Profitabilitas pelanggan	4	3	44	0,708
5	Pangsa pasar	6	6	-	0,854
6	Kinerja	6	6	-	0,811

6.2. Gambaran Umum Responden Penelitian

Pemilihan responden dilakukan secara random, pada pasien rawat jalan poliklinik spesialis. Jumlah kuesioner yang diolah berjumlah 104 kuesioner.

Tabel 6.2. Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin, Tingkat Pendidikan (n = 104).

No	Variabel	Jumlah	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	a. Wanita	68	65,4
	b. Laki-laki	36	34,6
2	Tingkat Pendidikan		
	a. SD	8	7,7
	b. SMA	14	13,5
	c. SMP	57	54,8
	d. DI/II	6	5,8
	e. DIII	3	2,9
	f. Universitas	16	15,4

Dari distribusi jenis kelamin responden terlihat, responden berjenis kelamin wanita lebih banyak proporsinya dibanding laki-laki.

Sedangkan dari tingkat pendidikan responden, paling banyak responden berpendidikan SMP, urutan kedua, responden yang tingkat pendidikannya universitas, urutan ketiga merupakan responden dengan tingkat pendidikan SMA

sedangkan urutan keempat, kelima dan keenam adalah responden dengan tingkat pendidikan SD, DI/II dan DIII .

6.3. Deskripsi Data

Hasil deskriptif data responden untuk variabel Kepuasan pelanggan (X_1), Retensi pelanggan (X_2), Akuisisi pelanggan (X_3), Profitabilitas pelanggan (X_4), Pangsa pasar (X_5) dan kinerja RSPJ (Y) dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 6.3. Deskriptif Data Variabel Kepuasan pelanggan (X_1), Retensi pelanggan (X_2), Akuisisi pelanggan (X_3), Profitabilitas pelanggan (X_4), Pangsa pasar (X_5), dan Kinerja RSPJ (Y)

	Descriptive Statistics											
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std.	Variance	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
KEPUASAN PELANGGAN	104	65	91	156	120,32	1,463	14,915	222,471	,567	,237	,017	,469
RETENSI PELANGGAN	104	11	9	20	15,37	,250	2,551	6,506	-,422	,237	,649	,469
AKUISISI PELANGGAN	104	13	7	20	10,65	,280	2,852	8,131	,960	,237	,685	,469
PROFITABILITAS PELANGGAN	104	8	7	15	11,72	,187	1,908	3,640	,246	,237	-,458	,469
PANGSA PASAR	104	18	12	30	24,49	,327	3,336	11,126	-,283	,237	1,668	,469
KINERJA RSPJ	104	14	16	30	23,20	,296	3,019	9,114	,366	,237	,238	,469
Valid N (listwise)	104											

6.4. Persyaratan Analisis

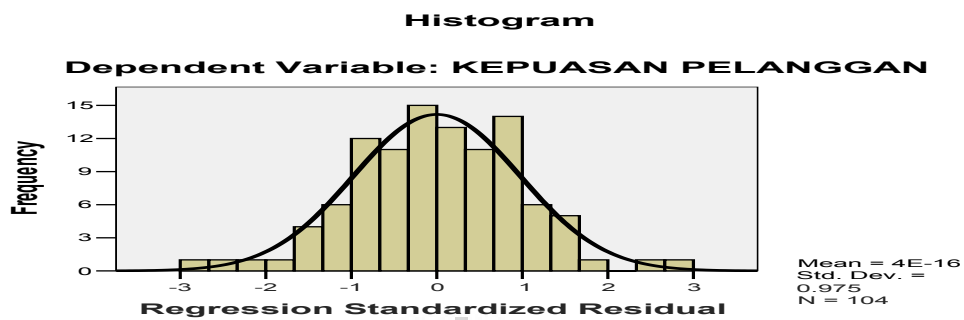
Sebelum dilakukan uji analisa jalur (*Path Analysis*) maka dilakukan beberapa uji terlebih dahulu diantaranya uji *normalitas*, *homogenitas*, uji *eksistensi*, uji *independensi* dan uji asumsi *linearitas*.

6.4.1. Uji Normalitas

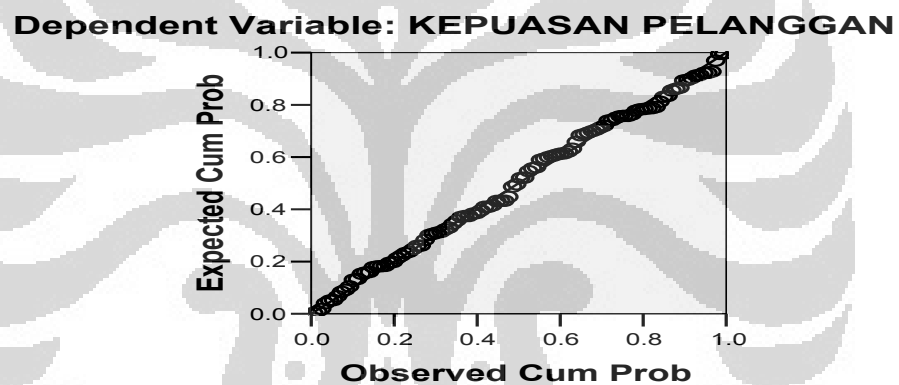
Tabel 6.4. *Test Of Univariate Normality* Variabel Kepuasan pelanggan, Retensi pelanggan, Akuisisi pelanggan, Profitabilitas pelanggan, Pangsa pasar dan Kinerja RSPJ Tahun 2008

No	Variabel	Skewness		Kurtosis		Skewness & Kurtosis	
		Z-Score	P-Value	Z-Score	P-Value	Chi-square	P-Value
1	Kepuasan pelanggan	-0,002	0,998	0,116	0,908	0,013	0,993
2	Retensi Pelanggan	-0,376	0,707	-0,474	0,635	0,366	0,833
3	Akuisisi pelanggan	1,397	0,162	-0,407	0,684	2,118	0,347
4	Profitabilitas pelanggan	-0,596	0,551	-0,894	0,372	1,154	0,562
5	Pangsa pasar	-0,801	0,423	-0,076	0,940	0,647	0,724
6	Kinerja	-0,197	0,844	-0,089	0,929	0,047	0,997

Berdasarkan tabel di atas, dapat dikatakan data memenuhi asumsi normalitas. Hal ini dapat dilihat dengan nilai yang tidak signifikan pada bagian *Skewness and Kurtosis*, suatu data dapat dikatakan normal apabila memiliki *p-value Skewness and Kurtosis* lebih besar dari 0.05 (Ghozali 2005, p.72).

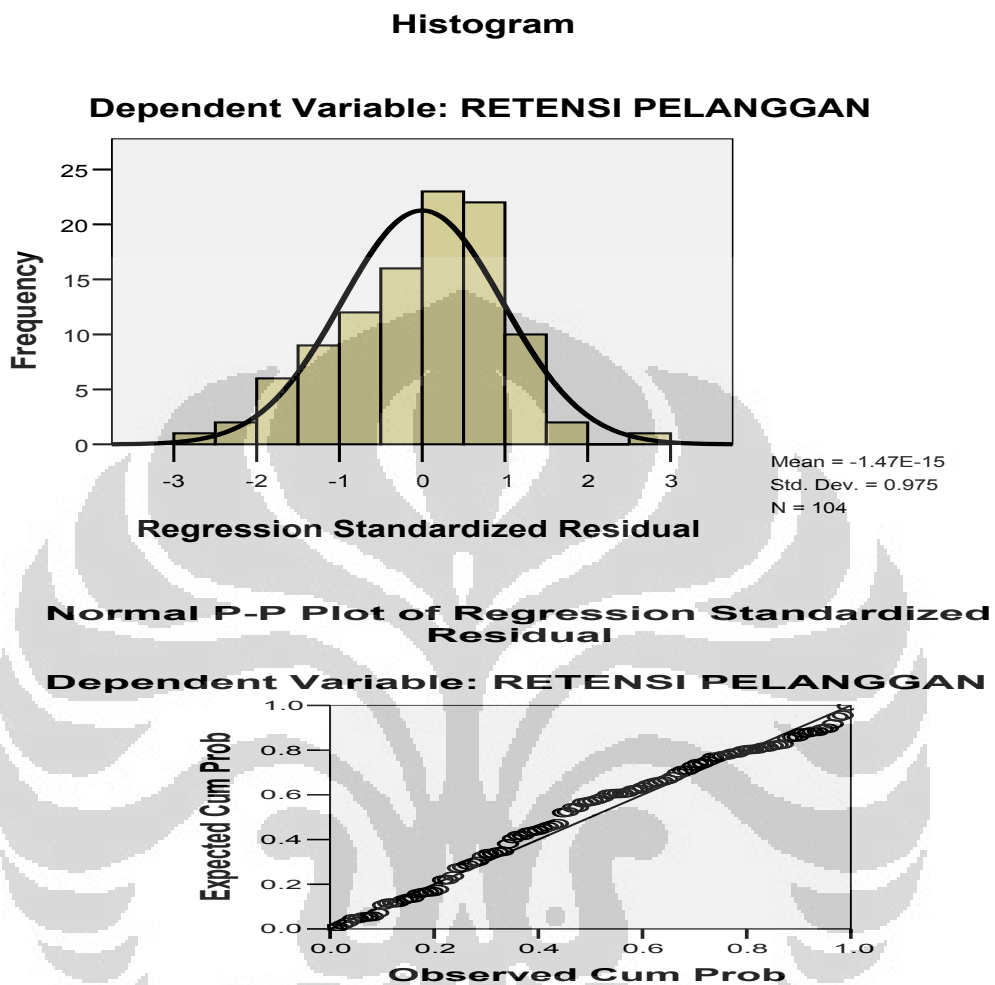


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



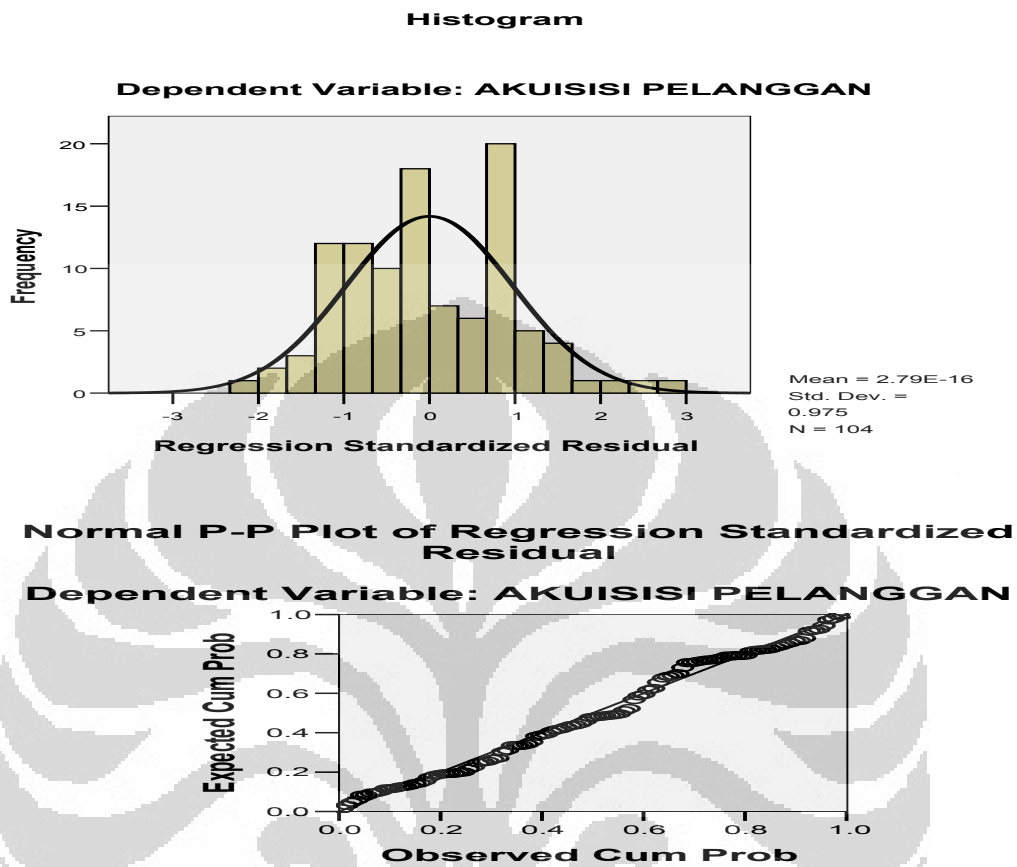
Gambar 6.1. Grafik Histogram dan Normal P-P plot Kepuasan Pelanggan

Dari gambar 6.1 di atas terlihat bahwa variabel kepuasan pelanggan memenuhi asumsi normalitas karena gambar seperti lonceng dan titik-titik pada P-P plot berada pada garis diagonal.



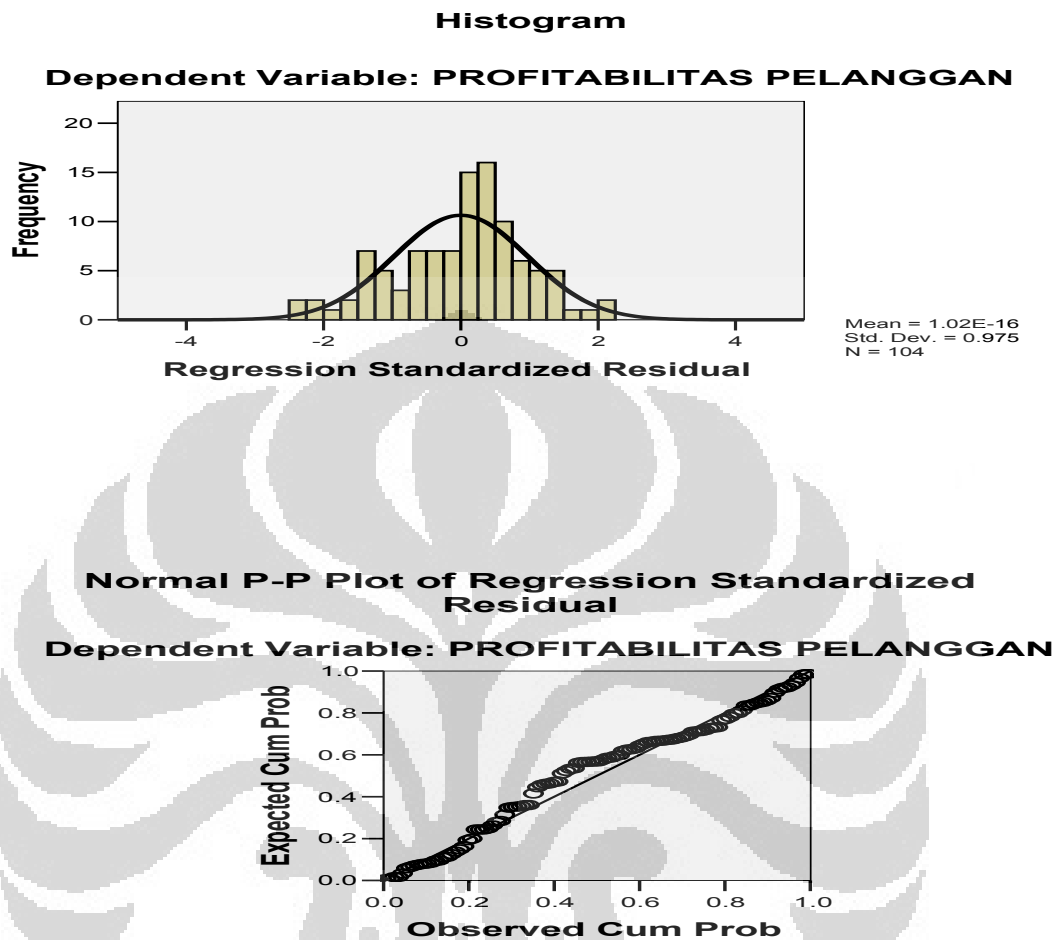
Gambar 6.2. Grafik Histogram dan Normal P-P plot Retensi Pelanggan

Dari gambar 6.2 di atas terlihat bahwa variabel retensi pelanggan memenuhi asumsi normalitas karena gambar seperti lonceng dan titik-titik pada P-P plot berada pada garis diagonal.



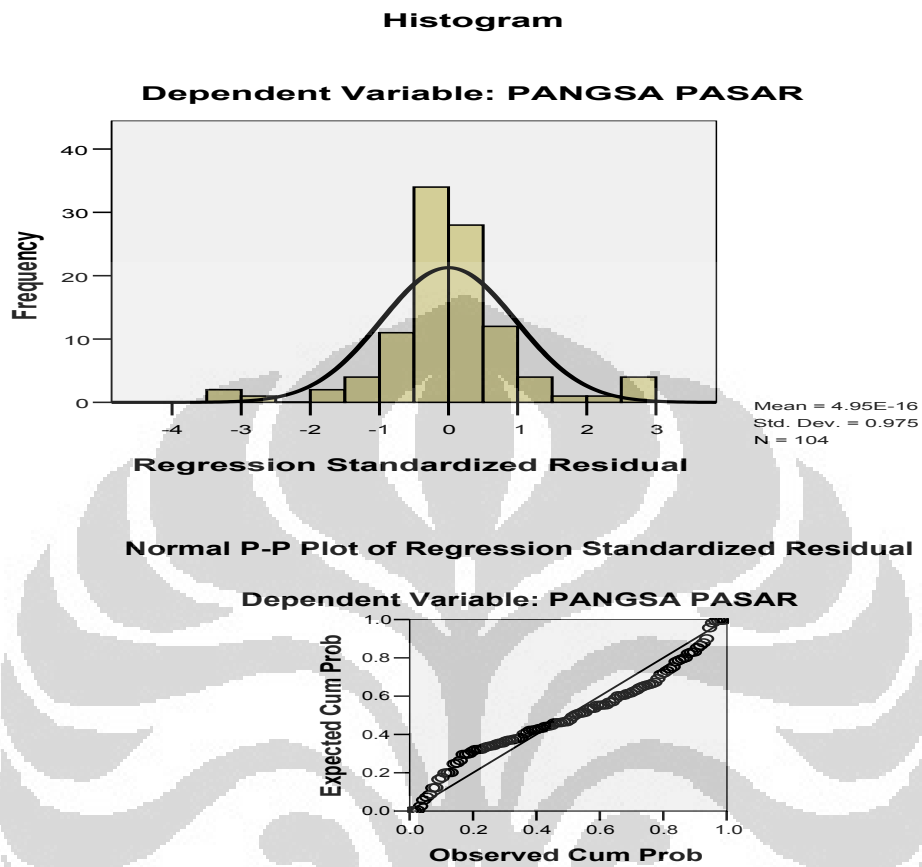
Gambar 6.3. Grafik Histogram dan Normal P-P plot Akuisisi Pelanggan

Dari gambar 6.3 di atas terlihat bahwa variabel Akuisisi pelanggan memenuhi asumsi normalitas karena gambar seperti lonceng dan titik-titik pada P-P plot berada pada garis diagonal.



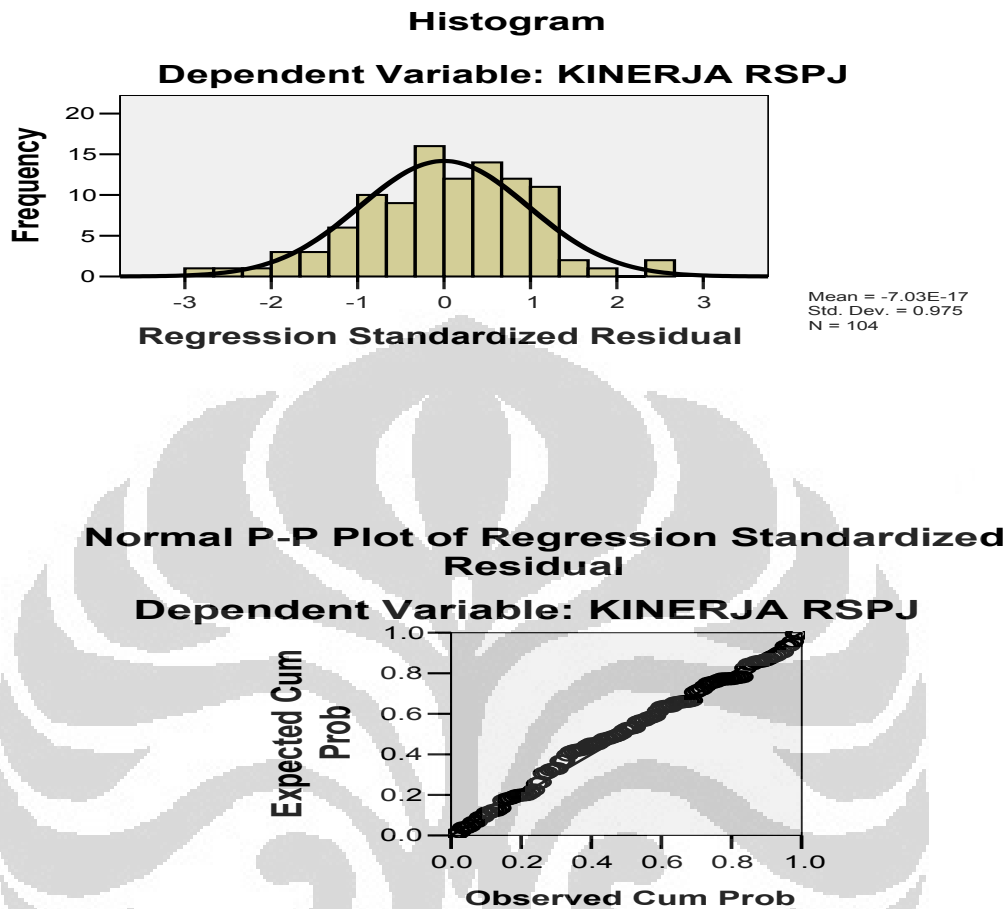
Gambar 6.4. Grafik Histogram dan Normal P-P plot Profitabilitas Pelanggan

Dari gambar 6.4 di atas terlihat bahwa variabel Profitabilitas pelanggan memenuhi asumsi normalitas karena gambar seperti lonceng dan titik-titik pada P-P plot berada pada garis diagonal.



Gambar 6.5. Grafik Histogram dan Normal P-P plot Pangsa Pasar

Dari gambar 6.5 di atas terlihat bahwa variabel Pangsa Pasar memenuhi asumsi normalitas karena gambar seperti lonceng dan titik-titik pada P-P plot berada pada garis diagonal.



Gambar 6.6. Grafik Histogram dan Normal P-P plot Kinerja RSPJ

Dari gambar 6.6 di atas terlihat bahwa variabel Kinerja RSPJ memenuhi asumsi normalitas karena gambar seperti lonceng dan titik-titik pada P-P plot berada pada garis diagonal.

6.4.2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui bahwa data dari setiap skor berasal dari populasi yang mempunyai varians yang sama. Pengujian *homogenitas* dilakukan dengan uji *Bartlett*.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian *homogenitas* ini adalah sebagai berikut:

Ho : pasangan variabel memiliki variansi yang homogen

Ha : pasangan variabel memiliki variansi yang tidak homogen

Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

Ho diterima jika $\chi^2_{hitung} \leq \chi^2_{tabel}$

Homogen artinya jawaban yang berasal dari responden dengan berbagai perbedaan latar belakang namun memiliki jawaban yang sama.

Hasil uji *homogenitas* varians adalah sebagai berikut :

a. Uji homogenitas Varians Retensi Pelanggan (X₂) atas Kepuasan Pelanggan (X₁)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel Retensi Pelanggan (X₂) atas Kepuasan Pelanggan (X₁) diperoleh χ^2 (kai kuadrat) _{hitung} = 32,06, pada tabel dengan dk= 57 pada α 0,05 diperoleh χ^2 (kai kuadrat) _{tabel} = 67,51. Karena $\chi^2_{hitung} < \chi^2_{tabel}$, maka Ho diterima yang berarti varians kelompok Retensi Pelanggan (X₂) atas Kepuasan Pelanggan (X₁) adalah homogen.

b. Uji homogenitas Varians Akuisisi Pelanggan (X₃) atas Kepuasan Pelanggan (X₁)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel Akuisisi Pelanggan (X₂) atas Kepuasan Pelanggan (X₁) diperoleh $\chi^2_{hitung} = 24,85$, pada tabel dengan dk = 57 pada α 0,05 diperoleh $\chi^2_{tabel} = 67,51$. Karena $\chi^2_{hitung} < \chi^2_{tabel}$, maka Ho diterima yang berarti varians kelompok Akuisisi Pelanggan (X₂) atas Kepuasan Pelanggan (X₁) adalah homogen.

c. Uji homogenitas Varians Profitabilitas Pelanggan (X_4) atas Kepuasan Pelanggan (X_1)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel Profitabilitas Pelanggan (X_4) atas Kepuasan Pelanggan (X_1) diperoleh $\chi^2_{hitung} = 30,49$, pada tabel dengan $dk = 57$ pada $\alpha 0,05$ diperoleh $\chi^2_{tabel} = 67,51$. Karena $\chi^2_{hitung} < \chi^2_{tabel}$, maka H_0 diterima yang berarti varians kelompok Profitabilitas Pelanggan (X_4) atas Kepuasan Pelanggan (X_1) adalah homogen.

d. Uji homogenitas Varians Pangsa Pangsa (X_5) atas Kepuasan Pelanggan (X_1)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel Pangsa Pangsa (X_5) atas Kepuasan Pelanggan (X_1) diperoleh $\chi^2_{hitung} = 55,17$, pada tabel dengan $dk = 57$ pada $\alpha 0,05$ diperoleh $\chi^2_{tabel} = 67,51$. Karena $\chi^2_{hitung} < \chi^2_{tabel}$, maka H_0 diterima yang berarti varians kelompok Pangsa Pasar (X_5) atas Kepuasan Pelanggan (X_1) adalah homogen.

e. Uji homogenitas Varians Kinerja RSPJ (Y) atas Kepuasan Pelanggan (X_1)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel Kinerja RSPJ (Y) atas Kepuasan Pelanggan (X_1) diperoleh $\chi^2_{hitung} = 51,67$, pada tabel dengan $dk = 57$ pada $\alpha 0,05$ diperoleh $\chi^2_{tabel} = 67,51$. Karena $\chi^2_{hitung} < \chi^2_{tabel}$, maka H_0 diterima yang berarti varians kelompok Kinerja RSPJ (Y) atas Kepuasan pelanggan (X_1) adalah homogen.

f. Uji homogenitas Varians Profitabilitas Pelanggan (X_4) atas Retensi Pelanggan (X_2)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel Profitabilitas Pelanggan (X_4) atas retensi Pelanggan (X_2) diperoleh $\chi^2_{hitung} = 31,54$, pada tabel dengan

dk = 92 pada α 0,05 diperoleh $\chi^2_{\text{tabel}} = 79,08$ Karena $\chi^2_{\text{hitung}} < \chi^2_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima yang berarti varians kelompok Profitabilitas Pelanggan (X_4) atas Retensi Pelanggan (X_1) adalah homogen.

g. Uji homogenitas Varians Pangsa Pasar (X_5) atas Retensi Pelanggan (X_2)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel Pangsa Pasar (X_5) atas Retensi Pelanggan (X_2) diperoleh $\chi^2_{\text{hitung}} = 33,19$, pada tabel dengan dk = 92 pada α 0,05 diperoleh $\chi^2_{\text{tabel}} = 79,08$. Karena $\chi^2_{\text{hitung}} < \chi^2_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima yang berarti varians kelompok Pangsa Pasar (X_5) atas Retensi Pelanggan (X_2) adalah homogen.

h. Uji homogenitas Varians Kinerja RSPJ (Y) atas Retensi Pelanggan (X_2)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel kinerja RSPJ (Y) atas Retensi Pelanggan (X_2) diperoleh $\chi^2_{\text{hitung}} = 19,94$, pada tabel dengan dk = 92 pada α 0,05 diperoleh $\chi^2_{\text{tabel}} = 79,08$. Karena $\chi^2_{\text{hitung}} < \chi^2_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima yang berarti varians kelompok Kinerja RSPJ (Y) atas Retensi Pelanggan (X_2) adalah homogen.

i. Uji homogenitas Varians Profitabilitas Pelanggan (X_4) atas Akuisisi Pelanggan (X_3)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel Profitabilitas Pelanggan (X_4) atas Akuisisi Pelanggan (X_3) diperoleh $\chi^2_{\text{hitung}} = 20,44$, pada tabel dengan dk = 92 pada α 0,05 diperoleh $\chi^2_{\text{tabel}} = 79,08$. Karena $\chi^2_{\text{hitung}} < \chi^2_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima yang berarti varians kelompok Profitabilitas Pelanggan (X_4) atas Akuisisi Pelanggan (X_3) adalah homogen.

j. Uji homogenitas Varians Pangsa Pasar (X_5) atas Akuisisi Pelanggan (X_3)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel Pangsa Pasar (X_5) atas Akuisisi Pelanggan (X_3) diperoleh $\chi^2_{hitung} = 44,96$, pada tabel dengan dk = 92 pada $\alpha 0,05$ diperoleh $\chi^2_{tabel} = 79,08$. Karena $\chi^2_{hitung} < \chi^2_{tabel}$, maka H_0 diterima yang berarti varians kelompok Pangsa Pasar (X_5) atas Akuisisi Pelanggan (X_3) adalah homogen.

k. Uji homogenitas Varians Kinerja RSPJ (Y) atas Akuisisi Pelanggan (X_3)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel RSPJ (Y) atas Akuisisi Pelanggan (X_3) diperoleh $\chi^2_{hitung} = 28,18$, pada tabel dengan dk = 92 pada $\alpha 0,05$ diperoleh $\chi^2_{tabel} = 79,08$. Karena $\chi^2_{hitung} < \chi^2_{tabel}$, maka H_0 diterima yang berarti varians kelompok Kinerja RSPJ (Y) atas Akuisisi Pelanggan (X_3) adalah homogen.

l. Uji homogenitas Varians Pangsa Pasar (X_5) atas Profitabilitas Pelanggan (X_4)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel Pangsa Pasar (X_5) atas Profitabilitas Pelanggan (X_4) diperoleh $\chi^2_{hitung} = 36,72$, pada tabel dengan dk = 97 pada $\alpha 0,05$ diperoleh $\chi^2_{tabel} = 79,08$. Karena $\chi^2_{hitung} < \chi^2_{tabel}$, maka H_0 diterima yang berarti varians kelompok Pangsa Pasar (X_5) atas Profitabilitas Pelanggan (X_4) adalah homogen.

m. Uji homogenitas Varians Kinerja RSPJ (Y) atas Profitabilitas Pelanggan (X_4)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel Kinerja RS.PMC (Y) atas Profitabilitas Pelanggan (X_4) diperoleh $\chi^2_{hitung} = 21,44$, pada tabel dengan dk =

92 pada $\alpha 0,05$ diperoleh $\chi^2_{\text{tabel}} = 79,08$. Karena $\chi^2_{\text{hitung}} < \chi^2_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima yang berarti varians kelompok Kinerja RSPJ (Y) atas Profitabilitas Pelanggan (X_4) adalah homogen.

n. Uji homogenitas Varians Kinerja RSPJ (Y) atas Pangsa Pasar (X_5)

Dari hasil perhitungan uji homogenitas varians variabel Kinerja RSPJ (Y) atas Pangsa Pasar (X_5) diperoleh $\chi^2_{\text{hitung}} = 21,90$, pada tabel dengan dk = 91 pada $\alpha 0,05$ diperoleh $\chi^2_{\text{tabel}} = 79,08$. Karena $\chi^2_{\text{hitung}} < \chi^2_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima yang berarti varians kelompok Kinerja RSPJ (Y) atas Pangsa Pasar (X_5) adalah homogen

Tabel 6.5. Rangkuman Hasil Uji Homogenitas

No	Variabel	Dk	χ^2_{hitung}	χ^2_{tabel}	Keterangan
1	X_2 terhadap X_1	57	32,06	67,51	Homogen
2	X_3 terhadap X_1	57	24,85	67,51	Homogen
3	X_4 terhadap X_1	57	30,49	67,51	Homogen
4	X_5 terhadap X_1	57	55,17	67,51	Homogen
5	Y terhadap X_1	57	51,67	67,51	Homogen
6	X_4 terhadap X_2	92	31,54	79,08	Homogen
7	X_5 terhadap X_2	92	33,19	79,08	Homogen
8	Y terhadap X_2	92	19,94	79,08	Homogen
9	X_4 terhadap X_3	92	20,44	79,08	Homogen
10	X_5 terhadap X_3	92	44,96	79,08	Homogen
11	Y terhadap X_3	92	28,18	79,08	Homogen
12	X_5 terhadap X_4	97	36,72	79,08	Homogen
13	Y terhadap X_4	92	21,44	79,08	Homogen
14	Y terhadap X_5	91	21,90	79,08	Homogen

6.4.3. Uji Eksistensi (Variabel Random)

Uji *eksistensi* ini berkaitan dengan teknik pengambilan sampel secara *random*. Untuk mengetahui asumsi *eksistensi* dengan cara melakukan analisis *deskriptif residual* dari model, bila *residual* menunjukkan adanya *mean* mendekati

nilai nol dan ada sebaran (varian atau standar deviasi) maka asumsi eksistensi terpenuhi.

Tabel 6.6. Residuals Statistik Kepuasan Pelanggan, Retensi pelanggan, akuisisi Pelanggan, Profitabilitas Pelanggan, pangsa pasar terhadap kinerja RSPJ

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	17,54	28,89	23,20	2,470	104
Std. Predicted Value	-2,292	2,304	,000	1,000	104
Standard Error of Predicted Value	,214	,852	,408	,129	104
Adjusted Predicted Value	17,44	28,96	23,19	2,477	104
Residual	-4,911	4,774	,000	1,736	104
Std. Residual	-2,760	2,683	,000	,975	104
Stud. Residual	-2,849	2,798	,003	1,010	104
Deleted Residual	-5,232	5,192	,010	1,864	104
Stud. Deleted Residual	-2,959	2,902	,002	1,023	104
Mahal. Distance	,503	22,639	4,952	4,055	104
Cook's Distance	,000	,198	,013	,026	104
Centered Leverage Value	,005	,220	,048	,039	104

a. Dependent Variable: KINERJA RSPJ

Dari tabel diatas menunjukkan, angka residual dengan Mean 0,000 dan standar deviasi 1,746 dengan demikian asumsi eksistensi terpenuhi.

6.4.4. Uji *Independensi*

Uji ini untuk mengetahui bahwa masing-masing nilai variabel *dependent* bebas satu sama lain atau berdiri sendiri. Untuk mengetahui asumsi ini dilakukan dengan cara melihat nilai Uji Durbin-Watson, bila nilai Durbin -2 sampai dengan $+2$ berarti asumsi terpenuhi sebaliknya bila nilai Durbin <-2 atau $> +2$ berarti asumsi tidak terpenuhi.

Tabel 6.7. Hasil Uji Durbin-Watson Kepuasan Pelanggan, Retensi Pelanggan, Akuisisi Pelanggan, Profitabilitas Pelanggan, Pangsa Pasar terhadap Kinerja RSPJ.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,816 ^a	,666	,649	1,789	1,804

a. Predictors: (Constant), PANGSA PASAR, AKUISISI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN, RETENSI PELANGGAN, PROFITABILITAS PELANGGAN

b. Dependent Variable: KINERJA RSPJ

Dari tabel 6.7., nilai Durbin-Watson 1,804 dengan demikian asumsi independensi terpenuhi.

Tabel 6.8. Hasil Uji Durbin-Watson Kepuasan Pelanggan, Retensi Pelanggan, Akuisisi Pelanggan, Profitabilitas Pelanggan, terhadap Pangsa Pasar.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,825 ^a	,681	,668	1,922	1,995

a. Predictors: (Constant), PROFITABILITAS PELANGGAN, AKUISISI PELANGGAN, RETENSI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN

b. Dependent Variable: PANGSA PASAR

Dari tabel 6.8. di atas nilai Durbin-Watson 1,995 dengan demikian asumsi independensi terpenuhi.

Tabel 6.9. Hasil Uji Durbin-Watson Kepuasan Pelanggan, Retensi Pelanggan, Akuisisi Pelanggan terhadap Profitabilitas Pelanggan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,798 ^a	,637	,626	1,167	1,844

a. Predictors: (Constant), AKUISISI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN, RETENSI PELANGGAN

b. Dependent Variable: PROFITABILITAS PELANGGAN

Dari tabel 6.9. di atas nilai Durbin-Watson 1,844 dengan demikian asumsi independensi terpenuhi.

Tabel 6.10. Hasil Uji Durbin-Watson Kepuasan Pelanggan terhadap Retensi Pelanggan.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,576 ^a	,332	,326	2,094	1,871

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN

b. Dependent Variable: RETENSI PELANGGAN

Dari tabel 6.10. di atas nilai Durbin-Watson 1,871 dengan demikian asumsi independensi terpenuhi.

Tabel 6.11. Hasil Uji Durbin-Watson Kepuasan Pelanggan terhadap Akuisisi Pelanggan.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,083 ^a	,007	-,003	2,856	1,477

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN

b. Dependent Variable: AKUISISI PELANGGAN

Dari tabel 6.11. di atas nilai Durbin-Watson 1,477 dengan demikian asumsi independensi terpenuhi.

6.4.5. Uji Asumsi Linearitas

Untuk melihat pengaruh perspektif pelanggan (kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan, profitabilitas pelanggan, pangsa pasar) secara gabungan terhadap kinerja RSPJ dapat dilihat dari hasil perhitungan dalam model *summary*, khususnya angka *R square* dibawah ini :

Tabel 6.12. Hasil Uji Asumsi Linearitas pangsa pasar, akuisisi pelanggan, kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, profitabilitas pelanggan Terhadap Kinerja RSPJ

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,816 ^a	,666	,649	1,789	,666	39,031	5	98	,000	1,804

a. Predictors: (Constant), PANGSA PASAR, AKUISISI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN, RETENSI PELANGGAN , PROFITABILITAS PELANGGAN

b. Dependent Variable: KINERJA RSPJ

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	624,937	5	124,987	39,031	,000 ^a
	Residual	313,822	98	3,202		
	Total	938,760	103			

a. Predictors: (Constant), PANGSA PASAR, AKUISISI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN, RETENSI PELANGGAN , PROFITABILITAS PELANGGAN

b. Dependent Variable: KINERJA RSPJ

Besarnya angka *R square* (r^2) adalah 0,666. Nilai ini dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh pangsa pasar, akuisisi pelanggan,kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, profitabilitas pelanggan terhadap kinerja RSPJ dengan cara menghitung Koefisien Determinan (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,666 \times 100\%$$

$$KD = 66,6\%$$

Angka 66,6% memiliki arti bahwa pengaruh pangsa pasar, akuisisi pelanggan,kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, profitabilitas pelanggan terhadap kinerja RS.PMC sebesar 66,6%, sedangkan sisanya sebesar 33,4% (100-.66,6%) dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk mengetahui apakah model regresi di atas sudah benar atau salah diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis menggunakan nilai signifikansi sebagaimana tertera dalam tabel ANOVA^b diatas.

Hipotesisnya berbunyi sebagai berikut :

Ho : Tidak ada hubungan linier antara pangsa pasar, akuisisi pelanggan,kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, profitabilitas pelanggan terhadap kinerja RSPJ

Ha : Ada hubungan linier antara pangsa pasar, akuisisi pelanggan,kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, profitabilitas pelanggan terhadap kinerja RSPJ

Dari hasil penghitungan dengan taraf signifikansi 0,05 (5%). F penelitian dari program komputer didapatkan sebesar 39,031 dan Sig 0,000^a kriterianya sebagai berikut :

Jika signifikansi penelitian $< 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika signifikansi penelitian $> 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak

Berdasarkan tabel di atas didapat nilai signifikansi sebesar $0,000^a < 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima. Jadi ada hubungan linier antara kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan Oleh sebab itu, pengujian secara individual dapat dilakukan.

Tabel 6.13. Hasil Uji Asumsi Linearitas profitabilitas pelanggan, akuisisi pelanggan, retensi pelanggan, kepuasan pelanggan Terhadap pangsa pasar.

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,825 ^a	,681	,668	1,922	,681	52,795	4	99	,000	1,995

a. Predictors: (Constant), PROFITABILITAS PELANGGAN, AKUISISI PELANGGAN, RETENSI PELANGGAN, KEPUASAN

b. Dependent Variable: PANGSA PASAR

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	780,227	4	195,057	52,795	,000 ^a
	Residual	365,763	99	3,695		
	Total	1145,990	103			

a. Predictors: (Constant), PROFITABILITAS PELANGGAN, AKUISISI PELANGGAN, RETENSI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN

b. Dependent Variable: PANGSA PASAR

Dari tabel 6.13 di atas terlihat nilai *R Square* 0,681 didapat nilai Koefisien Determinan (KD) sebesar 68,1%. Hal ini menunjukkan pengaruh profitabilitas pelanggan, akuisisi pelanggan, retensi pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap pangsa pasar sebesar 68,1% sedangkan faktor lain sebesar 31,9%. Nilai $F = 52,795$ dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan ada hubungan linier antara profitabilitas pelanggan, akuisisi pelanggan, retensi pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap pangsa pasar sehingga pengujian secara individu dapat dilakukan.

Tabel 6.14. Hasil Uji Asumsi Linearitas akuisisi pelanggan, retensi pelanggan, kepuasan pelanggan Terhadap profitabilitas pelanggan.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,798 ^a	,637	,626	1,167	,637	58,468	3	100	,000	1,844

a. Predictors: (Constant), AKUISISI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN, RETENSI PELANGGAN

b. Dependent Variable: PROFITABILITAS PELANGGAN

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	238,781	3	79,594	58,468	,000 ^a
	Residual	136,133	100	1,361		
	Total	374,913	103			

a. Predictors: (Constant), AKUISISI PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN, RETENSI PELANGGAN

b. Dependent Variable: PROFITABILITAS PELANGGAN

Dari tabel 6.14 di atas terlihat nilai *R Square* 0,637, didapat nilai Koefisien Determinan (KD) sebesar 63,7%. Hal ini menunjukkan pengaruh akuisisi pelanggan, retensi pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap pangsa pasar sebesar 63,7% sedangkan faktor lain sebesar 36,3%. Nilai F 58,468 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan ada hubungan linier antara akuisisi pelanggan, retensi pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap pangsa pasar sehingga pengujian secara individu dapat dilakukan.

Tabel 6.15. Hasil Uji Asumsi Linearitas kepuasan pelanggan Terhadap retensi pelanggan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,576 ^a	,332	,326	2,094	,332	50,767	1	102	,000	1,871

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN

b. Dependent Variable: RETENSI PELANGGAN

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	222,689	1	222,689	50,767	,000 ^a
	Residual	447,426	102	4,387		
	Total	670,115	103			

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN

b. Dependent Variable: RETENSI PELANGGAN

Dari tabel 6.15 di atas terlihat nilai *R Square* 0,332 didapat nilai Koefisien Determinan (KD) sebesar 33,2%. Hal ini menunjukkan pengaruh kepuasan

pelanggan terhadap retensi pelanggan sebesar 33,2% sedangkan faktor lain sebesar 66,8%. Nilai F 50,767 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan ada hubungan linier antara kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan sehingga pengujian secara individu dapat dilakukan.

Tabel 6.16. Hasil Uji Asumsi Linearitas kepuasan pelanggan Terhadap akuisisi pelanggan

Model Summary										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,083 ^a	.007	-.003	2,856	,007	,707	1	102	,402	1,477

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN

b. Dependent Variable: AKUISISI PELANGGAN

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,769	1	5,769	,707	,040
	Residual	831,770	102	8,155		
	Total	837,538	103			

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN

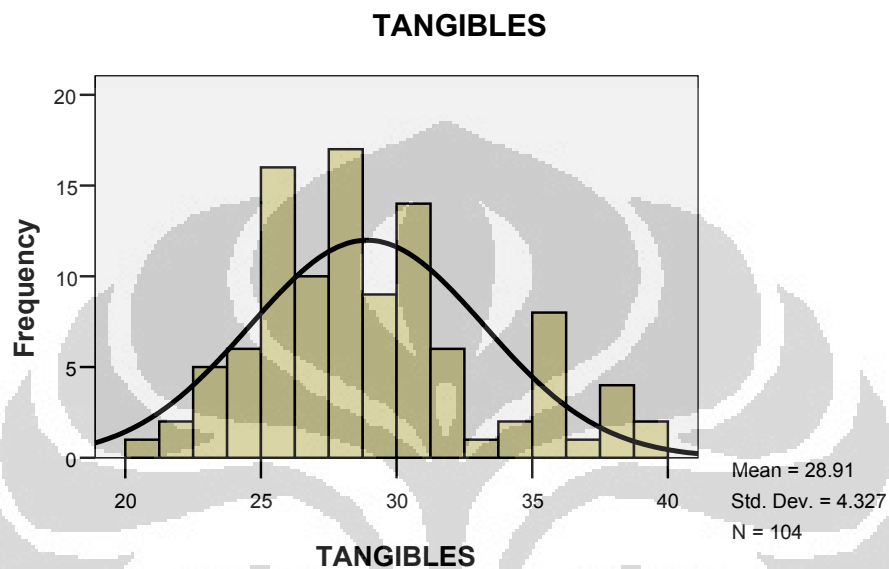
b. Dependent Variable: AKUISISI PELANGGAN

Dari tabel 6.16 di atas terlihat nilai *R Square* 0,007 didapat nilai Koefisien Determinan (KD) sebesar 0,7%. Hal ini menunjukkan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap akuisisi pelanggan sebesar 0,7% sedangkan faktor lain sebesar 99,3%. Nilai F 0,707 dan nilai signifikansi 0,040 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan ada hubungan linier antara kepuasan pelanggan terhadap akuisisi pelanggan sehingga pengujian secara individu dapat dilakukan.

6.5. Analisis Univariat Variabel Kepuasan Pelanggan

6.5.1. Tangible

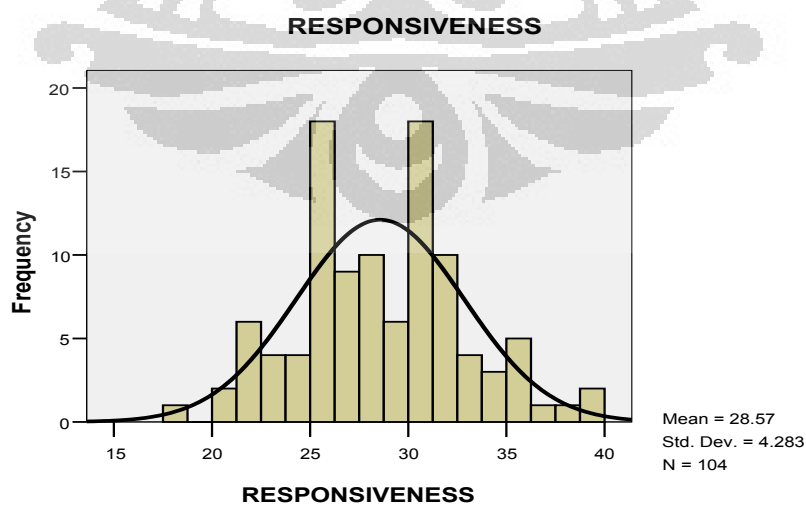
Gambar 6.7. Histogram Kepuasan Pelanggan Dimensi *Tangible*



Rata-rata responden menyatakan puas terhadap sarana fisik yang dimiliki oleh RSPJ.

6.5.2. Responsiveness

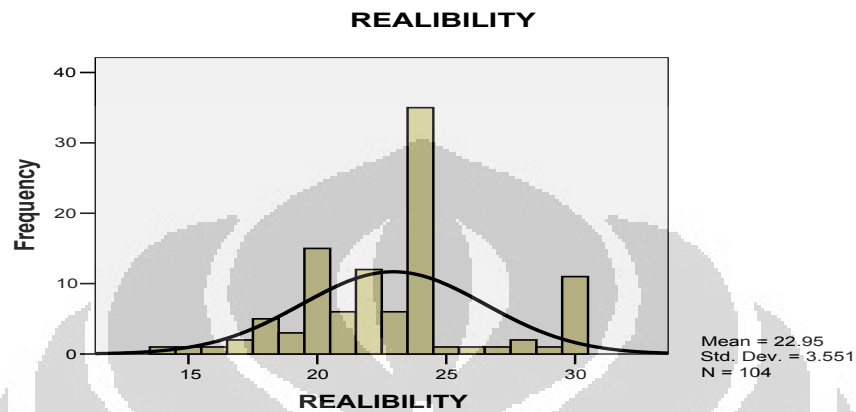
Gambar 6.8. Histogram Kepuasan Pelanggan Dimensi *Responsiveness*



Rata-rata responden menyatakan puas terhadap ketanggapan yang dimiliki oleh para petugas RSPJ.

6.5.3. Reliability

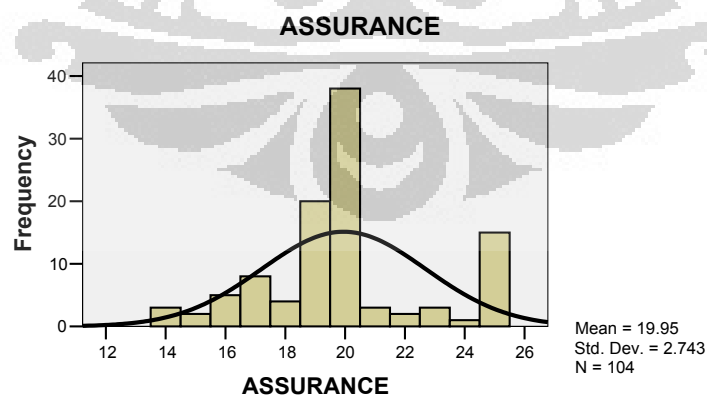
Gambar 6.9. Histogram Kepuasan Pelanggan Dimensi *Reliability*



Rata-rata responden menyatakan puas terhadap keandalan yang dimiliki oleh para petugas RSPJ.

6.5.4. Assurance

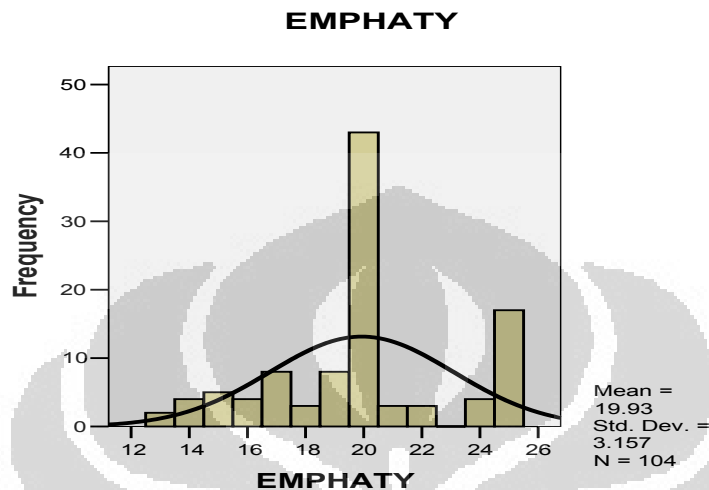
Gambar 6.10. Histogram Kepuasan Pelanggan Dimensi *Assurance*



Rata-rata responden menyatakan puas terhadap jaminan pelayanan yang dimiliki oleh para petugas RSPJ.

6.5.5. Empathy

Gambar 6.11. Histogram Kepuasan Pelanggan Dimensi *Empathy*



Rata-rata responden menyatakan puas terhadap empati yang dimiliki oleh para petugas RSPJ.

6.6. Pengujian Model

Sebelum dilakukan analisis statistik untuk menguji model kausalitas dengan menggunakan metode analisis jalur, semua data hasil penelitian telah diuji dan memenuhi seluruh persyaratan yang diperlukan.

Salah satu persyaratan yang sangat penting dan harus dipenuhi adalah adanya korelasi yang signifikan antara variabel yang terkait dan berhubungan satu dengan yang lainnya. Koefisien korelasi menyatakan besarnya derajat atau kadar hubungan antar sejumlah variabel.

Data yang diperoleh dari lapangan diolah dan telah melalui berbagai uji yang dipersyaratkan, maka tahap selanjutnya adalah pengujian analisis jalur (*path*

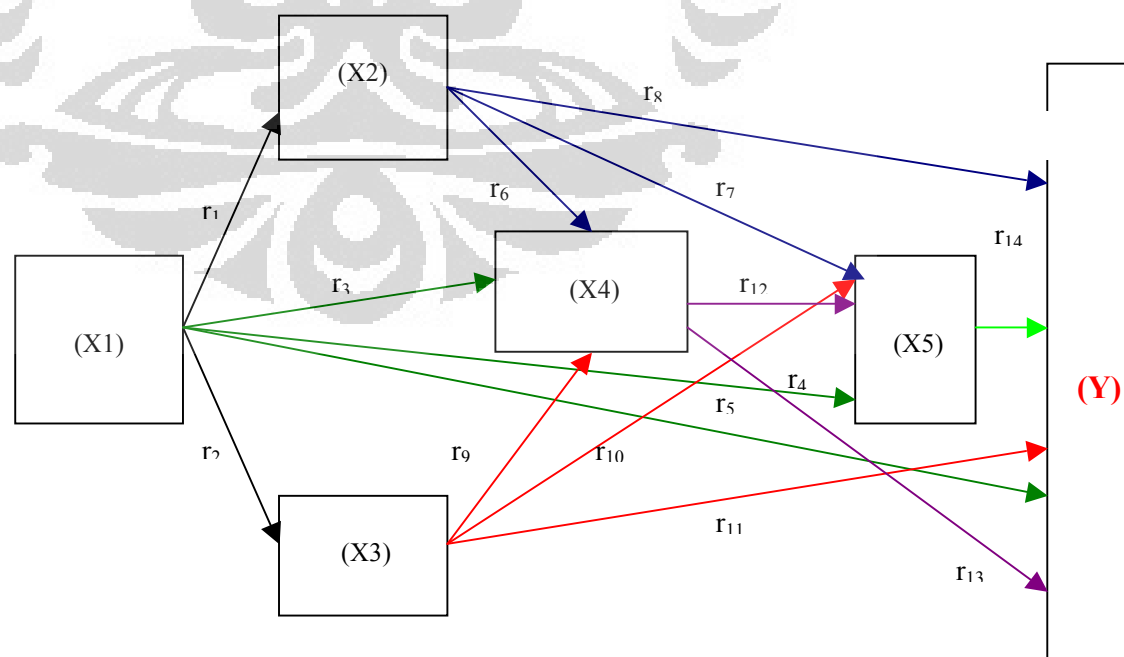
analysis). Berdasarkan model kausal yang dibentuk secara teoritis akan diperoleh analisis jalur dan dihitung nilai koefisien untuk setiap jalurnya.

Korelasi *Pearson Product Moment* (PPM) dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasinya negatif sempurna; $r = 0$ artinya tidak ada korelasi; dan $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut (Riduwan, 2007, p.62):

Tabel 6.17. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,80 – 1,000	Sangat Kuat
2	0,60 – 0,799	Kuat
3	0,40 – 0,599	Cukup Kuat
4	0,20 – 0,399	Rendah
5	0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Untuk pengaruh kausal dari variabel-variabel yang diteliti, maka model teoritis yang dicoba dianalisis berdasarkan pemahaman konsep teoritis adalah sebagai berikut :



Gambar 6.12 . Model Hubungan Struktural Antar Variabel

Dari gambar 6.12. Model hubungan struktural antar variabel diatas diperoleh 14 (empat belas) buah koefisien jalur, yaitu : $\rho_{X_2X_1}$, $\rho_{X_3X_1}$, $\rho_{X_4X_1}$, $\rho_{X_5X_1}$, ρ_{YX_1} , $\rho_{X_4X_2}$, $\rho_{X_5X_2}$, ρ_{YX_2} , $\rho_{X_4X_3}$, $\rho_{X_5X_3}$, ρ_{YX_3} , $\rho_{X_5X_4}$, ρ_{YX_4} , ρ_{YX_5}



Tabel 6.18. Hasil Koefisien Korelasi Kepuasan Pelanggan, Retensi Pelanggan, Akuisisi Pelanggan, Profitabilitas Pelanggan, Pangsa Pasar dan Kinerja

		Correlations					
		KEPUASAN PELANGGAN	RETENSI PELANGGAN	AKUISISI PELANGGAN	PROFITABILITAS PELANGGAN	PANGSA PASAR	KINERJA RSPJ
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson Correlation	1	,576	-,083	,797	,743	,802
	Sig. (2-tailed)		,000	,402	,000	,000	,000
	Sum of Squares and Cross-products	22914,529	2258,942	-363,577	2335,202	3806,817	3718,337
	Covariance	222,471	21,931	-3,530	22,672	36,959	36,100
	N	104	104	104	104	104	104
RETENSI PELANGGAN	Pearson Correlation	,576	1	-,523	,484	,594	,522
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	Sum of Squares and Cross-products	2258,942	670,115	-391,846	242,596	520,365	414,327
	Covariance	21,931	6,506	-3,804	2,355	5,052	4,023
	N	104	104	104	104	104	104
AKUISISI PELANGGAN	Pearson Correlation	-,083	-,523	1	-,055	-,112	-,078
	Sig. (2-tailed)	,402	,000		,577	,259	,434
	Sum of Squares and Cross-products	-363,577	-391,846	837,538	-31,038	-109,346	-68,731
	Covariance	-3,530	-3,804	8,131	-,301	-1,062	-,667
	N	104	104	104	104	104	104
PROFITABILITAS PELANGGAN	Pearson Correlation	,797	,484	-,055	1	,772	,698
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,577		,000	,000
	Sum of Squares and Cross-products	2335,202	242,596	-31,038	374,913	506,221	413,856
	Covariance	22,672	2,355	-,301	3,640	4,915	4,018
	N	104	104	104	104	104	104
PANGSA PASAR	Pearson Correlation	,743	,594	-,112	,772	1	,689
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,259	,000		,000
	Sum of Squares and Cross-products	3806,817	520,365	-109,346	506,221	1145,990	714,702
	Covariance	36,959	5,052	-1,062	4,915	11,126	6,939
	N	104	104	104	104	104	104
KINERJA RSPJ	Pearson Correlation	,802	,522	-,078	,698	,689	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,434	,000	,000	
	Sum of Squares and Cross-products	3718,337	414,327	-68,731	413,856	714,702	938,760
	Covariance	36,100	4,023	-,667	4,018	6,939	9,114
	N	104	104	104	104	104	104

Berdasarkan tabel 6.18 di atas akan diketahui nilai koefisien korelasi setiap jalur dan diuji signifikansi dari setiap jalur dengan menggunakan nilai *pearson correlation* dan signifikansi. Bila koefisien jalur menunjukkan hasil yang tidak signifikan maka jalur tersebut akan dihilangkan/dihapus dari model hubungan struktural antar variabel.

6.5.1. Analisa Koefisien Korelasi Jalur Model Struktural.

Pengujian signifikansi dilakukan untuk mencari hubungan antar variabel dengan hipotesa uji signifikansi sebagai berikut (Riduwan, 2007,p.62):

Ho : Variabel X tidak berhubungan secara signifikan dengan variabel Y

Ha : Variabel X berhubungan secara signifikan dengan variabel Y

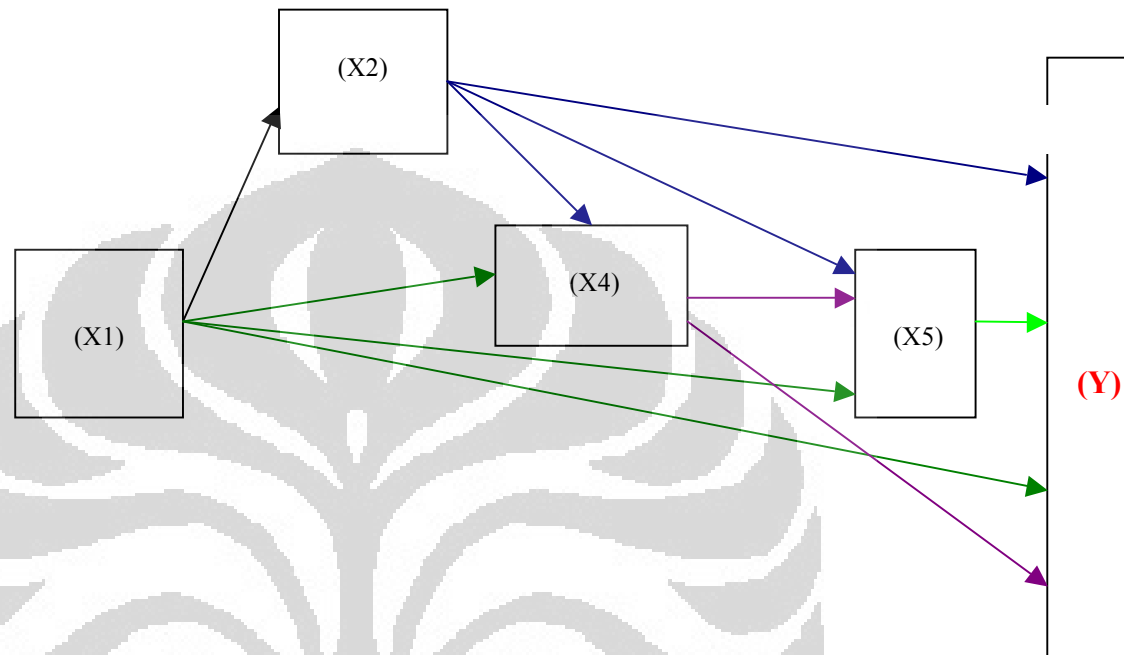
Pengujian koefisien korelasi antar variabel dengan membandingkan nilai signifikansi penelitian $\alpha = 0,05$ dengan interpretasi, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima dan sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak serta membandingkan nilai *person correlation* dengan tabel interpretasi nilai r di atas.

Tabel 6.19 Hasil Analisis Korelasi

No	Hubungan antar Variabel	Korelasi	Kode	Sig (2-tailed)	Pearson Correlation	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan terhadap Retensi pelanggan	$r_{X_2X_1}$	r1	0,000	0,576	Signifikan/Cukup kuat
2	Kepuasan pelanggan terhadap akuisisi pelanggan	$r_{X_3X_1}$	r2	0,402	-0,083	Tidak signifikan
3	Kepuasan pelanggan terhadap profitabilitas pelanggan	$r_{X_4X_1}$	r3	0,000	0,797	Signifikan/Kuat
4	Kepuasan pelanggan terhadap pangsa pasar	$r_{X_5X_1}$	r4	0,000	0,743	Signifikan/Kuat
5	Kepuasan pelanggan terhadap kinerja	r_{YX_1}	r5	0,000	0,802	Signifikan/Kuat
6	Retensi pelanggan terhadap profitabilitas pelanggan	$r_{X_4X_2}$	r6	0,000	0,484	Signifikan/Cukup kuat
7	Retensi pelanggan terhadap pangsa pasar	$r_{X_5X_2}$	r7	0,000	0,594	Signifikan/Cukup kuat
8	Retensi pelanggan terhadap kinerja	r_{YX_2}	r8	0,000	0,522	Signifikan/Cukup kuat
9	Akuisisi pelanggan terhadap profitabilitas pelanggan	$r_{X_4X_3}$	r9	0,577	-0,055	Tidak Signifikan
10	Akuisisi pelanggan terhadap pangsa pasar	$r_{X_5X_3}$	r10	0,259	-0,112	Tidak signifikan
11	Akuisisi pelanggan terhadap kinerja	r_{YX_3}	r11	0,434	-0,078	Tidak Signifikan
12	Profitabilitas pelanggan terhadap pangsa pasar	$r_{X_5X_4}$	r12	0,000	0,772	Signifikan/Kuat
13	Profitabilitas pelanggan terhadap kinerja	r_{YX_4}	r13	0,000	0,698	Signifikan/Kuat
14	Pangsa pasar terhadap kinerja	r_{YX_5}	r14	0,000	0,689	Signifikan/Kuat

Hasil uji di atas terdapat 4 (empat) variabel yang tidak berhubungan secara signifikan yaitu kepuasan pelanggan terhadap akuisisi pelanggan ($r_{X_3X_1}$) , akuisisi pelanggan terhadap profitabilitas pelanggan ($r_{X_4X_3}$) , akuisisi pelanggan terhadap pangsa pasar

($r_{X_5X_3}$) dan akuisisi pelanggan terhadap kinerja (r_{YX_3}). Oleh karena itu model hubungan struktur antar variabel diubah menjadi seperti gambar di bawah ini.



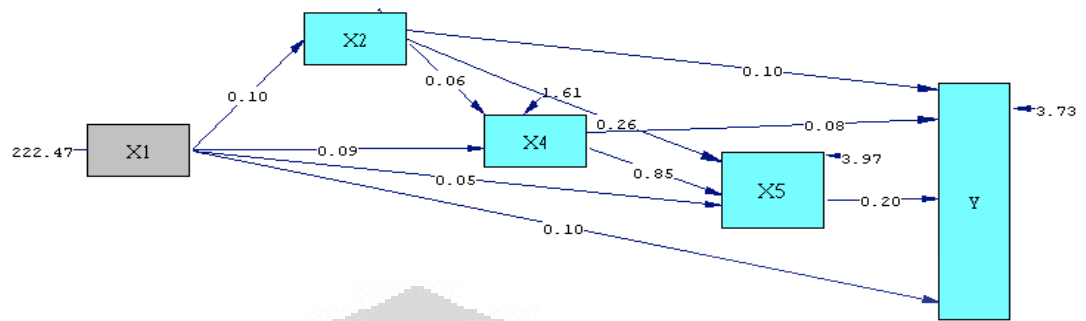
Gambar 6.13. Model Hubungan Struktural Antar Variabel Setelah Dilakukan Uji Koefisien Korelasi

6.5.2. Analisa Jalur (*Path Analysis*)

Setelah semua variabel dilakukan uji koefisien korelasi maka hasil penelitian dilanjutkan dengan uji analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan *software* LISREL.

Hasil analisa jalur dengan program LISREL ditunjukkan oleh nilai beta dan Gamma. Nilai beta merupakan matriks mengenai hubungan antara sesama variabel endogen, sedangkan nilai Gamma merupakan matriks mengenai pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Hasil uji analisis jalur dengan LISREL seperti gambar di bawah ini :



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

Gambar 6.14 Hasil estimasi koefisien jalur model hubungan struktural antar variabel

Keterangan :

X1 : Kepuasan pelanggan
 X2 : Retensi pelanggan
 X3 : Akuisisi pelanggan
 X5 : Profitabilitas pelanggan
 Y : Kinerja RSPJ

Dari hasil uji analisa jalur didapatkan nilai koefisien jalur, standar deviasi (SE), dan nilai t_{hitung} hasil uji seperti dibawah ini :

Tabel 6.20. Hasil Estimasi Koefisien Jalur

No	Hubungan Kausal Variabel	Koefisien Jalur (ρ)	Koefisien Korelasi (r)	SE	Nilai T_{hitung}	Hasil Uji α 0,05 (1,659)
1	Kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan (X_2X_1)	0,10	0,503	0,014	7,08	Signifikan
2	Kepuasan pelanggan terhadap profitabilitas pelanggan (X_4X_1)	0,09	0,797	0,010	8,71	Signifikan
3	Kepuasan pelanggan terhadap pangsa pasar (X_5X_1)	0,05	0,748	0,021	2,50	Signifikan
4	Kepuasan pelanggan terhadap kinerja (YX_1)	0,10	0,717	0,021	4,67	Signifikan
5	Retensi pelanggan terhadap profitabilitas pelanggan (X_4X_2)	0,06	0,530	0,06	0,93	Tidak Signifikan
6	Retensi pelanggan terhadap pangsa pasar (X_5X_2)	0,26	0,518	0,095	2,70	Signifikan
7	Retensi pelanggan terhadap kinerja (YX_2)	0,10	0,573	0,095	1,09	Tidak Signifikan
9	Profitabilitas pelanggan terhadap pangsa pasar (X_5X_4)	0,85	0,777	0,16	5,44	Signifikan
10	Profitabilitas pelanggan terhadap kinerja (YX_4)	0,08	0,604	0,17	0,49	Tidak Signifikan
11	Pangsa pasar terhadap kinerja (YX_5)	0,20	0,611	0,096	2,13	Signifikan

Dari data diatas, didapat hasil ($\alpha = 0,05$) bila nilai T hitung $>$ dari T tabel, maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan, Sebaliknya, bila nilai T hitung $<$ T tabel, maka hubungan tersebut adalah tidak signifikan (Ghozali 2005, p.81).

6.5.3. Pengujian Hipotesis

Setelah analisis model struktur antar variabel dilakukan, hasil yang ada digunakan untuk menguji hipotesis dan diukur besarnya pengaruh langsung antar variabel. Kesimpulan uji hipotesis diambil dari nilai koefisien jalur dan nilai signifikan untuk setiap jalur yang diteliti.

Hasil pengujian hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Kepuasan pelanggan (X_1) terhadap retensi pelanggan RSPJ (X_2).

$$H_0 : \rho_{X_2X_1} = 0$$

$$H_a : \rho_{X_2X_1} \neq 0$$

Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi $X_2X_1 = 0,503$ dengan nilai $t_{hitung} = 7,08$ dan $t_{tabel} = 1,659$ pada $\alpha 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka koefisien korelasi X_2X_1 signifikan dengan demikian pernyataan H_0 ditolak. Jadi ada pengaruh langsung atau tidak langsung Kepuasan pelanggan (X_1) terhadap retensi pelanggan RSPJ (X_2).

2. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Kepuasan pelanggan (X_1) terhadap Profitabilitas pelanggan RSPJ (X_4).

$$H_0 : \rho_{X_4X_1} = 0$$

$$H_a : \rho_{X_4X_1} \neq 0$$

Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi $X_4X_1 = 0,797$ dengan nilai $t_{hitung} = 8,71$ dan $t_{tabel} = 1,659$ pada $\alpha 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis H_0 ditolak. Jadi ada pengaruh langsung atau tidak langsung kepuasan pelanggan (X_1) terhadap Profitabilitas pelanggan RSPJ (X_4).

3. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Kepuasan pelanggan (X_1) terhadap Pangsa pasar RSPJ (X_5).

$$H_0 : \rho_{X_5X_1} = 0$$

$$H_a : \rho_{X_5X_1} \neq 0$$

Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi $X_5X_1 = 0,748$ dengan nilai $t_{hitung} = 2,5$ dan $t_{tabel} = 1,659$ pada $\alpha 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis H_0 ditolak. Jadi ada pengaruh langsung atau tidak langsung Kepuasan pelanggan (X_1) terhadap Pangsa pasar RSPJ (X_5).

4. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Kepuasan pelanggan (X_1) terhadap Kinerja RSPJ (Y).

$$H_0 : \rho_{YX_1} = 0$$

$$H_a : \rho_{YX_1} \neq 0$$

Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi $YX_1 = 0,717$ dengan nilai $t_{hitung} = 4,67$ dan $t_{tabel} = 1,659$ pada $\alpha 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis H_0 ditolak. Jadi ada pengaruh langsung atau tidak langsung Kepuasan pelanggan (X_1) terhadap Kinerja RSPJ (Y).

5. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Retensi pelanggan (X_2) terhadap profitabilitas pelanggan RSPJ (X_4).

$$H_0 : \rho_{X_4X_2} = 0$$

$$H_a : \rho_{X_4X_2} \neq 0$$

Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi $X_4X_1 = 0,530$ dengan nilai $t_{hitung} = 0,93$ dan $t_{tabel} = 1,659$ pada $\alpha 0,05$. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis H_0 gagal ditolak. Jadi tidak ada pengaruh langsung atau tidak langsung Retensi pelanggan (X_2) terhadap profitabilitas pelanggan RSPJ (X_4).

6. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Retensi pelanggan (X_2) terhadap pangsa pasar RSPJ (X_5).

$$H_0 : \rho_{X_5X_2} = 0$$

$$H_a : \rho_{X_5X_2} \neq 0$$

Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi $X_5X_2 = 0,518$ dengan nilai $t_{hitung} = 2,70$ dan $t_{tabel} = 1,659$ pada $\alpha 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis H_0 ditolak. Jadi ada pengaruh langsung atau tidak langsung Retensi pelanggan (X_2) terhadap pangsa pasar RSPJ (X_5).

7. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Retensi pelanggan (X_2) terhadap kinerja RSPJ (Y).

$$H_0 : \rho_{YX_2} = 0$$

$$H_a : \rho_{YX_2} \neq 0$$

Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi $YX_2 = 0,573$ dengan nilai $t_{hitung} = 1,09$ dan $t_{tabel} = 1,659$ pada $\alpha 0,05$. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis H_0 gagal ditolak. Jadi tidak ada pengaruh langsung atau tidak langsung Retensi pelanggan (X_2) terhadap kinerja RSPJ (Y).

8. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Profitabilitas pelanggan (X_4) terhadap pangsa pasar (X_5)

$$H_0 : \rho_{X_5X_4} = 0$$

$$H_a : \rho_{X_5X_4} \neq 0$$

Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi $X_5X_4 = 0,777$ dengan nilai $t_{hitung} = 5,44$ dan $t_{tabel} = 1,659$ pada $\alpha 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis H_0 ditolak. Jadi ada pengaruh langsung atau tidak langsung Profitabilitas pelanggan (X_4) terhadap pangsa pasar (X_5)

9. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Profitabilitas pelanggan (X_4) terhadap kinerja RSPJ (Y).

$$H_0 : \rho_{YX_4} = 0$$

$$H_a : \rho_{YX_4} \neq 0$$

Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi $YX_4 = 0,604$ dengan nilai $t_{hitung} = 0,49$ dan $t_{tabel} = 1,659$ pada $\alpha 0,05$. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis H_0 gagal ditolak. Jadi tidak ada pengaruh langsung atau tidak langsung Profitabilitas pelanggan (X_4) terhadap kinerja RSPJ (Y).

10. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Pangsa pasar (X_5) terhadap kinerja RSPJ (Y).

$$H_0 : \rho_{YX_5} = 0$$

$$H_a : \rho_{YX_5} \neq 0$$

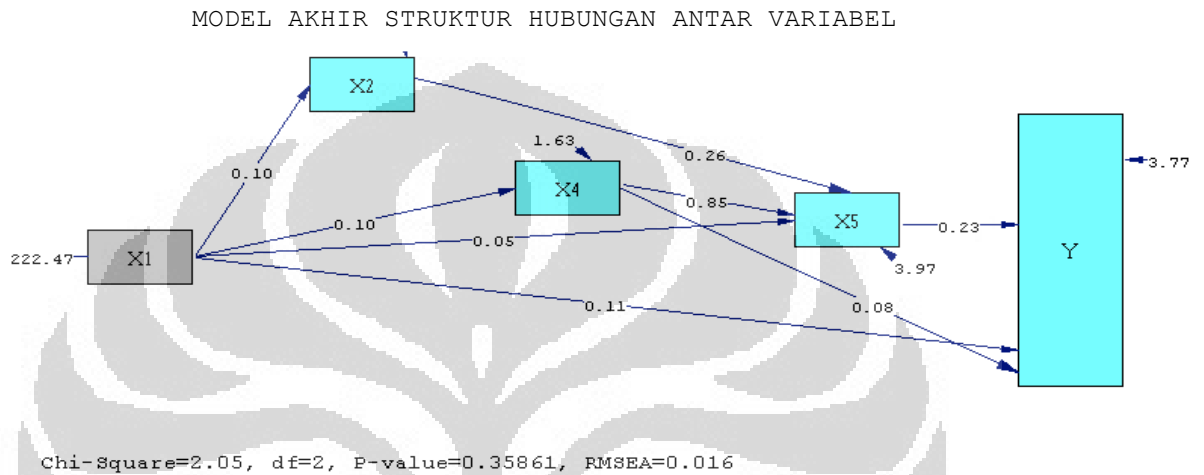
Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi $r_{YX_5} = 0,611$ dengan nilai $t_{hitung} = 2,13$ dan $t_{tabel} = 1,659$ pada $\alpha 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis H_0 ditolak. Jadi ada pengaruh langsung atau tidak langsung Pangsa pasar (X_5) terhadap kinerja RSPJ (Y).

Tabel 6.21. Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Uji Statistik	Keputusan	Kesimpulan
1	Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Kepuasan pelanggan (X_1) terhadap retensi pelanggan RSPJ (X_2).	Ho: $\rho_{X_2X_1} = 0$ Ha: $\rho_{X_2X_1} \neq 0$	H ₀ ditolak	Berpengaruh langsung atau tidak langsung
2	Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Kepuasan pelanggan (X_1) terhadap Profitabilitas pelanggan RSPJ (X_4).	Ho: $\rho_{X_4X_1} = 0$ Ha: $\rho_{X_4X_1} \neq 0$	H ₀ ditolak	Berpengaruh langsung atau tidak langsung
3	Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Kepuasan pelanggan (X_1) terhadap Pangsa pasar RSPJ (X_5).	Ho: $\rho_{X_5X_1} = 0$ Ha: $\rho_{X_5X_1} \neq 0$	H ₀ ditolak	Berpengaruh langsung atau tidak langsung
4	Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Kepuasan pelanggan (X_1) terhadap Kinerja RSPJ (Y).	Ho : $\rho_{YX_1} = 0$ Ha : $\rho_{YX_1} \neq 0$	H ₀ ditolak	Berpengaruh langsung atau tidak langsung
5	Tidak ada pengaruh langsung atau tidak langsung Retensi pelanggan (X_2) terhadap profitabilitas pelanggan RSPJ (X_4).	Ho : $\rho_{X_4X_2} = 0$ Ha : $\rho_{X_4X_2} \neq 0$	H ₀ gagal ditolak	Tidak Berpengaruh langsung atau tidak langsung
6	Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Retensi pelanggan (X_2) terhadap pangsa pasar RSPJ (X_5).	Ho: $\rho_{X_5X_2} = 0$ Ha : $\rho_{X_5X_2} \neq 0$	H ₀ ditolak	Berpengaruh langsung atau tidak langsung
7	Tidak ada pengaruh langsung atau tidak langsung Retensi pelanggan (X_2) terhadap kinerja RSPJ (Y).	Ho: $\rho_{YX_2} = 0$ Ha : $\rho_{YX_2} \neq 0$	H ₀ gagal ditolak	Tidak Berpengaruh langsung atau tidak langsung
8	Ada pengaruh langsung atau tidak langsung Profitabilitas pelanggan (X_4) terhadap pangsa pasar RSPJ (X_5).	Ho: $\rho_{X_5X_4} = 0$ Ha : $\rho_{X_5X_4} \neq 0$	H ₀ ditolak	Berpengaruh langsung atau tidak langsung
9	Tidak ada pengaruh langsung atau tidak langsung Profitabilitas pelanggan (X_4) terhadap kinerja RSPJ (Y).	Ho: $\rho_{YX_4} = 0$ Ha : $\rho_{YX_4} \neq 0$	H ₀ gagal ditolak	Tidak Berpengaruh langsung atau tidak langsung
10	Ada pengaruh langsung atau tidak langsung melalui Pangsa pasar (X_5) terhadap kinerja RSPJ (Y).	Ho: $\rho_{YX_5} = 0$ Ha : $\rho_{YX_5} \neq 0$	H ₀ ditolak	Berpengaruh langsung atau tidak langsung

Dari 10 buah hipotesa yang diuji, terdapat 3 buah hipotesa yang estimasi koefisien korelasinya tidak signifikan yaitu korelasi retensi pelanggan (X_2) terhadap Kinerja

RSPJ (Y), korelasi retensi pelanggan (X2) terhadap profitabilitas pelanggan (X4) dan profitabilitas pelanggan (X4) terhadap Kinerja RSPJ (Y). Dari hasil uji hipotesis diatas, maka dapat dibuatkan model struktur baru dari hubungan kausal antar variabel seperti gambar dibawah ini :



Gambar 6.15. Model akhir struktur hubungan antar variabel
Keterangan :

X1	: Kepuasan pelanggan	X5	: Profitabilitas pelanggan
X2	: Retensi pelanggan	Y	: Kinerja RSPJ
X3	: Akuisisi pelanggan		

6.5.4. Uji Kesesuaian Model Akhir

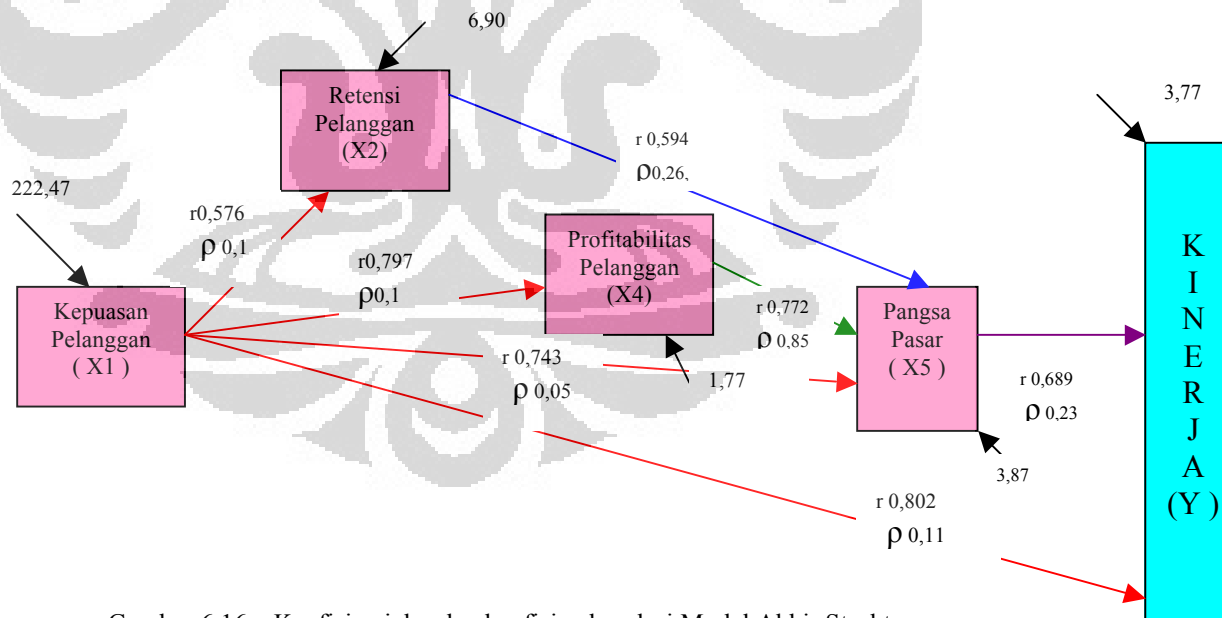
Terdapat beberapa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur suatu model fit. Secara keseluruhan *goodness on fit* dari hasil pengujian model adalah sebagai berikut :

Tabel 6.21. Hasil Estimasi *Goodness Of Fit Statisticsta*

No	<i>Goodness of Fit Statistics</i>	Estimasi	Keterangan
1	<i>Chi-Square dan P</i>	2.07 (P=0,36)	Model Fit
2	X^2/df	2.07/2= 1.035 <5<2	Model Fit
3	<i>Non Centrality Parameter (NCP)</i>	0.051 (0,0; 9.50)	Model Fit
4	<i>RMSEA</i>	0,061 (0,0;0,12) (0.67 > 0.05)	Model Fit
5	<i>Expected Cross Validation Index (ECVI)</i>	0.28 (0.27;0.35) < ECVI S 0.29 < ECVI I =4.29	Model Fit
6	<i>AIC dan CAIC</i>	28.05 <30.00 S AIC dan 75.43< S CAIC 147.75	Model Fit
7	<i>Normed Fit Index (NFI)</i>	1.00 > 0,9	Model Fit
8	<i>Non Normed Fit Index (NNFI)</i>	1.00 > 0,9	Model Fit
9	<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	1.00	Model Fit
10	<i>Incremental Fit Index (IFI)</i>	1.00 > 0,90	Model Fit
11	<i>Relative Fit Index (RFI)</i>	0,98	Model Fit
12	<i>Goodness of Fit Index (GFI)</i>	0,99	Model sangat baik

Dari tabel di atas model akhir struktur hubungan antar variabel dapat dikatakan fit dengan data.

6.5.5. Estimasi Koefisien Korelasi dan Koefisien Jalur Model Akhir



Gambar 6.16 . Koefisien jalur dan koefisien korelasi Model Akhir Struktur Hubungan Antar Variabel

Tabel 6.22. Hasil Estimasi Koefisien Jalur dan Koefisien Korelasi Model Akhir Hubungan Antar Variabel

No	Hubungan Kausal Variabel	Koefisien Jalur (p)	Koefisien Korelasi (r)	SE	Nilai T _{hitung}	Hasil Uji α 0,05 (1,659)
1	Kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan (X ₂ X ₁)	0,10	0,576	0,041	7,08	Signifikan
2	Kepuasan pelanggan terhadap profitabilitas pelanggan (X ₄ X ₁)	0,10	0,797	0,0085	11,24	Signifikan
3	Kepuasan pelanggan terhadap pangsa pasar (X ₅ X ₁)	0,05	0,743	0,022	2,43	Signifikan
4	Kepuasan pelanggan terhadap kinerja (YX ₁)	0,11	0,802	0,021	5,41	Signifikan
5	Retensi pelanggan terhadap pangsa pasar (X ₅ X ₂)	0,26	0,594	0,095	2,71	Signifikan
6	Profitabilitas pelanggan terhadap pangsa pasar (X ₅ X ₄)	0,85	0,777	0,15	5,47	Signifikan
7	Pangsa pasar terhadap kinerja (YX ₅)	0,23	0,611	0,093	2,48	Signifikan

6.5.6. Estimasi Persamaan Struktur Model Akhir

Dari hasil analisa struktur akhir model dapat dibuatkan estimasi persamaan strukturnya seperti tabel di bawah ini.

Tabel 6.23 . Estimasi Persamaan Struktur Model Akhir

No	Model Struktur Yang Diuji	Persamaan Struktur Estimasi	KD (R ²)
1	Retensi	X ₂ = 0.098*X ₁ , Errorvar.= 4.36 , R ² = 0.33 (0.014) (0.61) 7.08 7.14	0,33
2	Profitabilitas	X ₄ = 0.095*X ₁ , Errorvar.= 1.63 , R ² = 0.55 (0.0085) (0.23) 11.24 7.14	0,55
3	Pangsa pasar	X ₅ = 0.26*X ₂ + 0.85*X ₄ + 0.053*X ₁ , Errorvar.= 3.97 , R ² = 0.64 (0.094) (0.15) (0.022) (0.56) 2.71 5.47 2.43 7.14	0,64
4	Kinerja	Y = 0.075*X ₄ + 0.23*X ₅ + 0.11*X ₁ , Errorvar.= 3.77 , R ² = 0.59 (0.017) (0.093) (0.021) (0.53) 1.74 2.48 5.14 7.14	0,59

Dari tabel di atas didapatkan :

1. Retensi pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan sebesar 33%, dan sebesar 67% dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Profitabilitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan sebesar 55%, dan sebesar 45% dipengaruhi oleh variabel lain.
3. Pangsa pasar dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, retensi pelanggan dan profitabilitas pelanggan sebesar 64%, dan sebesar 36% dipengaruhi oleh variabel lain.
4. Kinerja dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, profitabilitas pelanggan dan pangsa pasar sebesar 59% dan sebesar 41% dipengaruhi variabel lain.

6.5.7. Komposisi Pengaruh Pada Model Akhir Struktur Hubungan Antar Variabel

Untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel dapat dilihat pada komposisi pengaruhnya seperti tabel dibawah ini

Tabel 6.24. Komposisi Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Model Akhir Struktur hubungan Antar Variabel

	X ₁			X ₂			X ₄			X ₆		
	L	TL	Σ	L	TL	Σ	L	TL	Σ	L	TL	Σ
X ₂	0,10	-	0,10	-	-	-	-	-	-	-	-	-
X ₄	0,10		0,10	-	-	-	-	-	-	-	-	-
X ₅	0,05	0,11	0,16	0,26	-	0,26	0,85	-	0,85	-	-	-
Y	0,11	0,04	0,15	-	-	-	0,08	-	0,08	0,23	-	0,23

Keterangan :

X₁. Kepuasan pelanggan

X₅. Pangsa pasar

Y. Kinerja RSPJ

TL. Pengaruh Tidak Langsung

X₂. Retensi pelanggan

Y . Kinerja

L. Pengaruh Langsung

Σ. Total Pengaruh

X₄. Profitabilitas pelanggan

Tabel 6.25. Total Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Kepuasan pelanggan, Retensi pelanggan, Profitabilitas pelanggan, Pangsa pasar terhadap Kinerja RSPJ

Variabel	Langsung	Tidak Langsung	Total
$X_1 - Y$	0,11	0,04	0,15
$X_2 - Y$	-	-	-
$X_4 - Y$	0,08	-	0,08
$X_5 - Y$	0,23	-	0,23

Dari tabel diatas, didapat :

1. Total koefisien regresi pada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kinerja RSPJ sebesar 0,15, artinya bila X_1 meningkat 1 unit maka variabel Y akan meningkat 0,15 unit.
2. Total koefisien regresi pada pengaruh profitabilitas pelanggan terhadap kinerja RSPJ sebesar 0,08 , artinya bila X_4 meningkat 1 unit sedangkan variabel lain yang juga mempengaruhi dianggap tetap maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,08 unit.
3. Total koefisien regresi pada pengaruh pangsa pasar terhadap kinerja RSPJ sebesar 0,23, artinya bila X_5 meningkat 1 unit sedangkan variabel lain yang juga mempengaruhi dianggap tetap maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,23 unit. Total koefisien regresi pada pengeruh pangsa pasar terhadap kinerja RSPJ merupakan koefisien regresi terbesar yang memberi pengaruh dibandingkan dengan pengaruh variabel lain.

BAB 7

PEMBAHASAN HASIL

7.1. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian , terdapat hal-hal yang menjadi keterbatasan penelitian dari segi teoritis, konsep penelitian, metodologi penelitian maupun teknis penelitian bagi peneliti.

Pertama, jumlah sampel yang kecil meskipun memenuhi jumlah minimal yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian dengan menggunakan metode analisa jalur (*path analysis*). Selain itu , sampel hanya mewakili populasi yang ada di Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta, pada saat penelitian.

Kedua, adanya beberapa pertanyaan pada instrumen yang kurang tajam, sehingga informasi yang dibutuhkan untuk suatu variabel menjadi tidak jelas.

Ketiga, rentang waktu pengambilan sampel yang singkat menyebabkan hasil penelitian hanya menggambarkan keadaan pada saat itu , perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk melakukan generalisasi.

Keempat, persepsi responden dengan latar belakang responden yang sangat beragam, akan mempengaruhi subyektivitas yang berdampak pada jawaban maupun hasil penelitian yang diberikan responden. Selain itu, penggunaan persepsi responden dalam menilai suatu variabel melalui instrumen, mendapatkan hasil informasi yang kurang mendalam dari variabel-variabel tersebut.

7.2. Analisa pengaruh perspektif pelanggan terhadap kinerja RSPJ, meliputi :

Dari hasil penelitian didapat hasil sebagai berikut :

1. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja RSPJ

Kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja Rumah Sakit. Pelabuhan Jakarta baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini disebabkan karena Manajemen telah melakukan beberapa perbaikan yang berkenaan dengan kebutuhan pelanggan, yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas jasa/ pelayanan sesuai dengan 5 dimensi ukuran kualitas jasa yang terkenal dengan sebutan SERVQUAL , dikemukakan oleh Parasuraman (1990;p.23) dikutip oleh Wibisono (2006,p.93) yaitu (1) *Tangible*, (2) *Responsiveness*, (3) *Realibility*, (4) *Assurance*, (5) *Emphaty*. Perbaikan-perbaikan tersebut antara lain :

- a. Sarana dan prasarana seperti perbaikan tempat pendaftaran, yang saat ini memungkinkan petugas - pasien dapat berkomunikasi dengan baik; penambahan AC pada ruang tunggu klinik spesialis, yang menjadikan pasien merasa nyaman pada saat menunggu.
- b. Sistem pembayaran , yang memudahkan pasien dalam melakukan transaksi.
- c. Pelatihan *service excellent* kepada karyawan yang dilakukan secara bertahap.
- d. Fasilitas audio visual yang disediakan untuk memberikan informasi kepada pasien berkenaan dengan pelayanan farmasi, sehingga pasien dengan mudah dapat mengetahui informasi obat.

Namun demikian, dari hasil kuesioner didapat beberapa hal yang perlu dilakukan perubahan, agar kepuasan pasien semakin meningkat. Karena menurut Kotler (1997,p.36), pelanggan/pasien yang hanya merasa puas terhadap suatu pelayanan, mudah berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat

puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Menurut Tjiptono (2008, p.193) yang dikutip dari Hill, Brierley & MacDougall, 1999) dalam hal keterkaitannya dengan loyalitas pelanggan, data dari sejumlah perusahaan termuka, seperti AT&T, Rank Xerox, dan Royal Bank of Scotland, menunjukkan bahwa secara rata-rata 95% pelanggan yang menyatakan "sangat puas" atau *excellent* cenderung loyal pada produk. Tingkat loyalitas menurun drastis hingga 65% di antara para pelanggan yang menyatakan puas, 15% pada yang netral, 2% pada yang tidak puas, dan sama sekali tidak ada yang loyal bilamana pelanggan sangat tidak puas.

Perubahan yang perlu dilakukan oleh manajemen agar kepuasan pelanggan/pasien meningkat adalah sebagai berikut :

1) *Tangible* (berwujud)

- a. Peningkatan kebersihan kamar kecil (*toilet*)
- b. Perluasan lahan parkir motor dan peningkatan pengelolaannya sehingga pasien merasa aman saat meninggalkan kendaraannya untuk berobat.
- c. Penyediaan koran dan majalah di ruang tunggu, sehingga pasien tidak merasa bosan saat menunggu.
- d. Penyediaan kursi di pendaftaran pasien baru, sehingga pasien dapat melengkapi data sosial dengan nyaman.

2) *Responsiveness* (ketanggapan)

Mengingatkan para dokter agar selalu dapat berkomunikasi dengan baik, dan pasien mendapatkan informasi yang jelas dan akurat.

3) *Reliability* (keandalan)

- a. Meningkatkan disiplin para dokter dalam memulai jam praktek sesuai dengan waktu yang telah disepakati, dengan demikian pasien akan mendapatkan jaminan waktu pelayanan.
- b. Melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap proses pelayanan farmasi, sehingga pelayanan resep dapat dilakukan dengan waktu yang lebih cepat. Selain itu, perlu ditingkatkan kemampuan berkomunikasi petugas farmasi, agar informasi pelayanan obat dapat dilaksanakan dengan baik yang akan berakibat pasien akan mendapatkan penjelasan obat secara benar dan akurat.

4) *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati)

Peningkatan evaluasi dan tindak lanjut pelaksanaan *service excellent*, sehingga petugas dapat konsisten dalam memberikan pelayanan dengan sikap ramah dan empati yang tinggi. Hal ini dapat dilaksanakan melalui :

- Survei kepuasan pelanggan yang dilaksanakan secara berkala.
- Evaluasi survei kepuasan pelanggan, dengan output berupa persentase persepsi pelayanan yang telah diterima pasien, sangat puas, puas, netral/cukup, tidak puas dan sangat tidak puas; unit kerja yang memiliki kinerja yang telah baik (ditandai oleh persepsi pasien "sangat puas" terhadap kinerja unit / masih lemah (ditandai oleh persepsi pasien "cukup" terhadap kinerja unit); nama petugas yang memiliki kinerja baik/ kurang baik; masukan pasien berupa saran untuk perbaikan dll.
- Tindak lanjut evaluasi survei kepuasan pelanggan dengan melibatkan semua unit pelayanan yang terkait, dengan output berupa ukuran sukses perbaikan dan langkah-langkah yang dilakukan dalam upaya perbaikan. Yang

bertanggung jawab dalam pelaksanaan tindak lanjut evaluasi kepuasan pelanggan adalah Penanggung Jawab unit pelayanan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu upaya strategi defensif yang merupakan bagian dari strategi pemasaran dengan ukuran sukses berupa tingkat retensi pelanggan dan tujuan utamanya adalah loyalitas pelanggan (Tjiptono 2007, p.216). Kepuasan pelanggan sangat krusial bagi kelangsungan hidup dan daya saing setiap organisasi, baik bisnis maupun nirlaba. Kendati demikian, kepuasan pelanggan bukanlah proses yang mudah, karena melibatkan komitmen dan dukungan aktif dari para karyawan dan pemilik perusahaan. Oleh sebab itu, sebenarnya proses penciptaan kepuasan pelanggan merupakan sebuah siklus proses yang saling terkait antara siklus kepuasan pemilik, kepuasan karyawan dan kepuasan pelanggan. Keseimbangan di antara ketiga aspek tersebut merupakan tantangan sekaligus kunci keberhasilan pemasaran sebuah perusahaan (Tjiptono 2008, p.42). Menurut Schnaars (1991), dikutip oleh Tjiptono (2007, p.216) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia.

Bila kepuasan pasien ditingkatkan, maka manajemen akan mendapatkan manfaat spesifik dari kepuasan pelanggan (Tjiptono 2007,p.192) meliputi :

- a. Keterkaitan positif dengan loyalitas pelanggan
- b. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang).
- c. Menekan biaya transaksi di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan dan layanan pelanggan)

- d. Meningkatnya toleransi harga (terutama kesediaan untuk membayar harga premium)
- e. Rekomendasi getok tular positif
- f. Meningkatnya *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis dan saluran distribusi.

2. Pengaruh Retensi Pelanggan Terhadap Kinerja RSPJ

Retensi pelanggan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kinerja RSPJ tapi berpengaruh secara tidak langsung melalui pangsa pasar.

Retensi pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (1997, p.42), bahwa kepuasan pelanggan merupakan rintangan beralih, yang dapat mencegah pelanggan untuk beralih ke tempat lain. Dengan naiknya tingkat kepuasan konsumen, akan meningkat pula kecenderungan konsumen untuk kembali membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Buttle,2004, p.28).

Buttle dalam bukunya *Customer Relationship Management* (2004, p.25) menyatakan,manfaat dari retensi konsumen sebagai berikut :

- 1) Biaya pemasaran dapat ditekan. Perusahaan tidak perlu mengeluarkan dana tambahan untuk mencari pengganti konsumen yang kabur. Biaya untuk menarik pelanggan baru diperkirakan lima kali dari biaya memuaskan pelanggan yang ada. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan dapat meningkatkan laba sekitar 25% - 85% dengan mengurangi peralihan pelanggannya sekitar 5% (Kotler,1997, p.42).

- 2) Seiring dengan meningkatnya *customer tenure* (*tenure* adalah istilah lamanya konsumen menjadi konsumen perusahaan kita), maka penghasil jasa makin dapat memahami kemauan para konsumen.

Dalam upaya meningkatkan retensi pelanggan dalam hal ini pasien, maka pihak manajemen Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta perlu melakukan hal-hal sebagai berikut :

- a. Terus berupaya melakukan perbaikan terhadap hal yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan menggunakan indikator 5 dimensi kualitas jasa, melalui survei kuesioner kepuasan pelanggan yang dilaksanakan secara berkala sehingga diharapkan setiap orang yang menggunakan jasa pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta merasa sangat puas. Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan ukuran sukses peningkatan persentase persepsi pasien yang "sangat puas" dengan pelayanan yang telah diterima merupakan rintangan beralih pasien kepada pengguna jasa lain.
- b. Menerapkan Manajemen Hubungan pelanggan (*Customer Relationship management*) strategis terfokus pada upaya untuk mengembangkan kultur usaha yang berorientasi pada pelanggan atau *customer-centric*. Kultur ini ditujukan untuk merebut hati konsumen dan menjaga loyalitas mereka dengan menciptakan serta memberikan nilai bagi pelanggan yang mengungguli para pesaing. Di dalam kultur yang berorientasi pada pelanggan, semua sumber daya akan dialokasikan untuk mendukung semua langkah yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggan, serta sistem ganjaran (*reward system*) yang dapat meningkatkan perilaku positif bagi para karyawan yang bermuara pada kepuasan pelanggan, serta peningkatan sistem

pengumpulan, penyebarluasan dan aplikasi informasi tentang pelanggan untuk menunjang berbagai aktivitas perusahaan.

Upaya-upaya tersebut dilakukan melalui hal sebagai berikut :

- Pemeliharaan pelanggan melalui penyediaan data base pelanggan yang terintegrasi melalui optimalisasi sistem informasi (*SIM Marketing*) , dengan output meliputi data pelanggan yang aktif berkunjung berikut poliklinik yang dikunjungi; karakteristik pelanggan (jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan);
- Secara aktif dan berkala melakukan sosialisasi kepada seluruh petugas yang terkait dengan pelayanan, mengenai kebijakan pelayanan yang berfokus pada pelanggan (*patient-oriented*).
- Membuat program edukasi (*promotif*) untuk pengguna jasa baik yang aktif maupun pasif, yang bertujuan untuk mendekatkan rumah sakit kepada pelanggan.

3. Pengaruh Akuisisi Pelanggan Terhadap Kinerja RSPJ

Pengaruh akuisisi pelanggan tidak signifikan terhadap kinerja RSPJ, artinya tidak ada pengaruh langsung ataupun tidak langsung, hal ini tidak sesuai dengan hubungan sebab-akibat perspektif pelanggan yang dikemukakan oleh Kaplan dan Norton (2000,p.60). Ini terjadi, karena bagian dari keterbatasan penelitian karena sampel yang ada tidak mewakili pasien baru. Buttle (2007,p.337) mengatakan, upaya meningkatkan retensi pelanggan tidak akan berguna jika tidak ada pelanggan yang diperoleh. Pemerolehan pelanggan selalu menjadi tujuan yang paling penting bagi setiap perusahaan. Kebanyakan rencana marketing tidak membedakan antara

pemerolehan pelanggan dengan retensi pelanggan. Keduanya tidak didanai atau menggunakan strategi secara terpisah. Disarankan agar perusahaan sebaiknya memikirkan keduanya sebagai persoalan yang terpisah, namun masih saling terkait dan kemudian mengembangkan strategi secara tepat.

Langkah yang perlu dilakukan oleh manajemen RSPJ dalam upaya pemerolehan pelanggan adalah diawali dengan membuat *Key Performance Indicator* (KPI) dari program pemerolehan pelanggan, yaitu :

- Berapa banyak pelanggan yang akan diperoleh?
- Berapa biaya per pelanggan yang diperoleh?
- Berapa nilai dari pelanggan yang diperoleh?

Kombinasi idealnya adalah program murah dan menghasilkan banyak pelanggan yang bernilai tinggi (Buttle,2007,p.360).

Data yang dibutuhkan untuk membuat program yang dapat meningkatkan pemerolehan pelanggan (akuisisi pelanggan) adalah :

- 1) Data kunjungan klinik selama satu tahun terakhir
- 2) Kisaran usia pasien yang berkunjung ke klinik selama satu tahun terakhir
- 3) SDM yang dimiliki
- 4) Fasilitas sarana dan prasarana yang ada
- 5) Kondisi demografi daerah sekitar RSPJ meliputi jumlah penduduk, jenis kelamin, pekerjaan, usia.

Rendahnya peningkatan presentase pelanggan baru memberikan indikasi bahwa :

- 1) Kepuasan pelanggan tidak sejalan dengan rekomendasi getok tular.
- 2) Kepuasan pelanggan berada pada persepsi "puas", sehingga pada keadaan demikian, pasien kemungkinan dapat beralih.

- 3) Bagian pemasaran yang belum melakukan pemasaran secara optimal di wilayah sekitar rumah sakit.

Implikasi yang dilaksanakan untuk mengatasi hal demikian :

- 1) Peningkatan kepuasan pelanggan secara terus menerus sampai didapat persentase persepsi "sangat puas" mencapai 90% (rintangan beralih).
- 2) Sosialisasi tentang paradigma pelayanan yang berorientasi pelanggan (*Patient-oriented*) kepada semua *stakeholder*, dilakukan secara berkala.
- 3) Bagian pemasaran melakukan promosi ke masyarakat sekitar wilayah rumah sakit, dengan target pertumbuhan pasien baru 30%. Promosi yang dilakukan dapat berupa :
 - Edukasi pasien (*promotif*) melalui seminar untuk orang awam, dengan topik yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.
 - Pengenalan produk/ jenis pelayanan yang ada di rumah sakit melalui spanduk, leaflet, radio.

4. Pengaruh Profitabilitas Pelanggan Terhadap Kinerja RSPJ

Pengaruh profitabilitas pelanggan signifikan secara tidak langsung terhadap kinerja RSPJ. Profitabilitas pelanggan adalah pelanggan yang banyak memberi keuntungan bagi perusahaan (Kotler 1997, p.46). Tidak semua pelanggan merupakan pelanggan yang memberi keuntungan bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memilih pelanggan mana yang banyak memberi keuntungan. Dalam hal menangani pelanggan, Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran (1997, p.46), membuat suatu aturan penanganan pelanggan dengan menggunakan prinsip Pareto yang terkenal 80/20 yang menyatakan bahwa 20% pelanggan terbaik mungkin

menghasilkan 80% laba perusahaan. Profitabilitas pelanggan akan mempengaruhi peningkatan pangsa pasar.

Implikasinya bagi RSPJ adalah melalui pengelolaan data pelanggan umum tunai yang banyak berkunjung dan menggunakan fasilitas pelayanan kesehatan yang disediakan oleh rumah sakit.

5. Pengaruh Pangsa Pasar Terhadap Kinerja RSPJ

Pengaruh pangsa pasar signifikan terhadap kinerja RSPJ, diperkuat oleh Kaplan dan Norton (2000, p.28, 60), meningkatnya pangsa pasar akan meningkatkan variabel keuangan yang merupakan indikator kinerja suatu organisasi. Tinggi rendahnya pangsa pasar yang dijangkau oleh suatu institusi, sangat dipengaruhi oleh variabel-variabel sebelumnya seperti kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan dan profitabilitas pelanggan. Bagi manajemen, upaya peningkatan pangsa pasar selain optimalisasi variabel-variabel tersebut perlu ditingkatkan pula melalui penetrasi pasar, dengan melakukan riset pemasaran terhadap calon pelanggan yang belum dikelola. Pengenalan calon pelanggan yang tinggal disekitar RSPJ dengan segala karakteristiknya, pemahaman tentang kekurangan dan kelebihan yang dimiliki oleh RSPJ baik dari segi SDM, sarana dan prasarana akan memudahkan manajemen dalam pembuatan rencana strategi pemasaran.

BAB 8

KESIMPULAN DAN SARAN

8.1. Kesimpulan

Penelitian ini menemukan hal sebagai berikut :

1. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung kepuasan pelanggan terhadap kinerja RSPJ
2. Ada pengaruh tidak langsung retensi pelanggan terhadap kinerja RSPJ
3. Tidak ada pengaruh langsung atau tidak langsung akuisisi pelanggan terhadap kinerja RSPJ.
4. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung profitabilitas pelanggan terhadap kinerja RSPJ.
5. Ada pengaruh langsung atau tidak langsung pangsa pasar terhadap kinerja RSPJ.

Dengan demikian disimpulkan bahwa variabel kinerja Rawat Jalan RSPJ dipengaruhi baik langsung maupun tidak langsung oleh berbagai variabel antara lain : Kepuasan pelanggan umum, retensi pelanggan umum, profitabilitas pelanggan umum dan pangsa pasar.

Selain itu variabel pangsa pasar merupakan variabel yang paling besar mempengaruhi kinerja RSPJ.

8.2. Saran

Dari kesimpulan diatas disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Penelitian

- 1) Dibutuhkan penelitian yang lebih lanjut dan mendalam baik dari segi pendalaman teori maupun teknik penelitian yang lebih tepat, sehingga perspektif pelanggan sebagai fokus penelitian dapat tergali secara mendalam.
- 2) Pendekatan penelitian melalui analisa jalur perlu dilanjutkan dengan dukungan instrumen yang lebih tajam sehingga didapat informasi yang lebih akurat.

2. Rumah Sakit

- 1) RS Pelabuhan Jakarta perlu melakukan pengenalan dan pemahaman karakteristik pasien yang menjadi target pangsa pasar.
- 2) RS Pelabuhan Jakarta perlu melakukan analisa terhadap pelanggan dihubungkan dengan variabel perspektif pelanggan yang mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja rumah sakit yang berorientasi pelanggan/ pasien, sehingga informasi tersebut dapat menjadi dasar dalam membuat suatu kebijakan.
- 3) RS Pelabuhan Jakarta perlu melakukan perbaikan secara terus menerus (*Continuous improvement*) dalam hal memberikan pelayanan kesehatan sehingga didapat kepuasan pasien dengan persentase persepsi sangat puas yang tinggi.

3. Pendidikan

Perlu dikembangkannya penelitian dengan menggunakan uji analisa jalur dalam berbagai bidang sehingga memperkaya khasanah keilmuan.

Kode Enumerator :

--	--	--

Tanggal Pengisian :

--	--	--	--	--	--

Kode Responden :

--	--	--

Instrumen Penelitian (Kuesioner) Pengaruh Perspektif Pelanggan terhadap Kinerja RS.Pelabuhan Jakarta Tahun 2008

SURAT PESETUJUAN KEIKUTSERTAAN DALAM PENELITIAN

IDENTITAS DIRI RESPONDEN RAWAT JALAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama lengkap :

Umur : tahun

Jenis kelamin : wanita / pria (*coret salah satu)

Petunjuk pengisian Identitas Diri :

- Lengkapi data diri dengan mengisi titik-titik di bawah
- Pada pertanyaan pilihan, berilah **tanda silang (X)** pada pilihan yang sesuai dengan data diri Anda.

Setelah mendapat penjelasan secara lengkap mengenai pelaksanaan penelitian **PENGARUH PERSPEKTIF PELANGGAN TERHADAP KINERJA RS. PELABUHAN JAKARTA TAHUN 2008**, dengan ini menyatakan secara sukarela :

Kolom ini diisi oleh peneliti

Bersedia / tidak bersedia

(*coret salah satu)

Untuk ikut serta dalam penelitian ini dengan berpartisipasi sebagai responden dan mengisi kuesioner.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, akuisisi pelanggan, profitabilitas pelanggan dan pangsa pasar.

Data isian kuesioner dan data diri Anda dijamin kerahasiaanya dalam penelitian ini.

Demikian surat persetujuan ini dibuat dalam keadaan sadar tanpa paksaan.

Jakarta,.....2008

Peneliti

Yang memberi pernyataan

(ISTI QOMARSIH)

(.....)

1. **Tanggal lahir** : - -
2. **Jenis kelamin** : (1) Wanita (2) Pria
3. **Jenis Pekerjaan** : (1) Umum (2) Jaminan Asuransi (3) Jaminan Perusahaan (4) Jaminan Bapel JPKM
4. **Tingkat pendidikan** : (1) SD (2) SMP (3) SMA (4) Diploma I/II (5) Akademi/DIII (6) Universitas
5. **Poliklinik** : (1) Umum (2) Anak (3) Mata (4) Penyakit Dalam

Kode Enumerator :

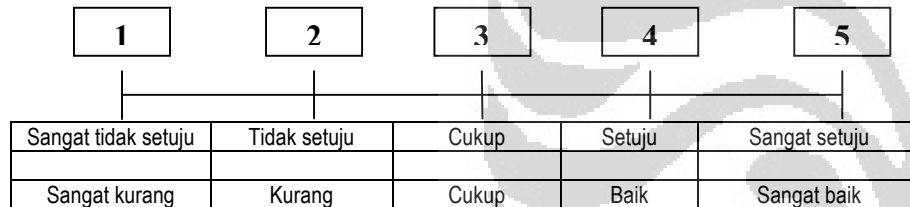
Tanggal Pengisian :

Kode Responden :

Instrumen Penelitian (Kuesioner) Pengaruh Perspektif Pelanggan terhadap Kinerja RS.Pelabuhan Jakarta Tahun 2008

Petunjuk pengisian kuesioner selanjutnya :

- Pilihlah salah satu dari empat kriteria untuk menilai tingkat kepuasan anda, yaitu:
 - 1 = Sangat tidak setuju / Sangat Kurang**
 - 2 = Tidak setuju / Kurang**
 - 3 = Cukup/ Cukup**
 - 4 = Setuju / Baik**
 - 5 = Sangat setuju/ Sangat Baik**
- Penjelasan skala :



- Berilah **tanda silang (X)** pada **kolom NILAI** sesuai dengan pilihan angka di atas sesuai dengan penilaian anda.
- Bila anda memiliki lebih dari satu jabatan, maka isilah kuesioner ini **berdasarkan tingkat jabatan anda yang paling tinggi.**
- Isian kuesioner ini dijamin kerahasiaannya oleh Peneliti.

NO	URAIAN PERNYATAAN	INTERVAL JAWABAN				
		5	4	3	2	1
KEPUASAN PELANGGAN (X1)						
1) Tangibles (berwujud)						
1	Rumah sakit ini memiliki ruang tunggu yang bersih	5	4	3	2	1
2	Rumah sakit ini memiliki kamar kecil (toilet) yang bersih	5	4	3	2	1
3	Saya merasa senang, karena tersedia televisi yang dapat saya saksikan acaranya di ruang tunggu.	5	4	3	2	1
4	Saya tidak merasa bosan menunggu giliran karena saya dapat membaca koran atau majalah yang telah disediakan di rumah sakit ini.	5	4	3	2	1
5	Rumah sakit ini memiliki fasilitas lahan parkir kendaraan yang memadai.	5	4	3	2	1
6	Saya mendapatkan kemudahan dalam memarkir kendaraan, bila berkunjung ke Rumah sakit ini.	5	4	3	2	1
7	Karyawan rumah sakit berpenampilan rapih	5	4	3	2	1
8	Karyawan rumah sakit memiliki penampilan yang bersih	5	4	3	2	1
2) Responsiveness						
9	Dokter di rumah sakit ini. Tanggap dalam mengatasi keluhan pasien.	5	4	3	2	1
10	Rumah sakit memiliki prosedur pelayanan yang tidak berbelit- belit.	5	4	3	2	1
11	Dokter memberikan penjelasan tentang penyakit secara jelas.	5	4	3	2	1

Kode Enumerator :

--	--	--

Tanggal Pengisian :

--	--	--	--	--	--

Kode Responden :

--	--	--

Instrumen Penelitian (Kuesioner) Pengaruh Perspektif Pelanggan terhadap Kinerja RS.Pelabuhan Jakarta Tahun 2008

3) Reliability (Keandalan)		5	4	3	2	1
12	Dokter memulai praktek sesuai dengan jadwal yang ada di papan informasi	5	4	3	2	1
13	Jadwal praktek dokter sesuai dengan yang diinformasikan dibagian pendaftaran.	5	4	3	2	1
14	Saat saya berobat di Rumah sakit , saya mendapatkan ketertiban antrian pelayanan.	5	4	3	2	1
15	Di Rumah sakit ini, pemeriksaan dilakukan sesuai dengan nomor antri/ nomor panggilan	5	4	3	2	1
16	Dokter melakukan pemeriksaan/ tindakan dengan tepat.	5	4	3	2	1
17	Saya mendapatkan tindakan tepat dari perawat sesuai kebutuhan.	5	4	3	2	1
18	Saat mendaftar, petugas penerimaan pasien melakukan pelayanan dengan cepat.	5	4	3	2	1
19	Dokter melakukan pemeriksaan dengan cepat	5	4	3	2	1
20	Saya tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan laboratorium	5	4	3	2	1
21	Saya tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan radiologi.	5	4	3	2	1
22	Saya tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan obat di unit Farmasi.	5	4	3	2	1
4) Assurance (Jaminan)		5	4	3	2	1
23	Rumah sakit mempunyai dokter yang berkemampuan dalam menetapkan diagnosa secara tepat.	5	4	3	2	1
24	Rumah sakit memiliki perawat yang terampil dalam bekerja.	5	4	3	2	1
25	Rumah sakit memiliki dokter ahli diberbagai bidang	5	4	3	2	1
26	Dokter di Rumah sakit ini melakukan pemeriksaan dengan sangat profesional.	5	4	3	2	1
27	Petugas bersikap ramah pada saat memberikan pelayanan.	5	4	3	2	1

5) Emphaty (Empati)		5	4	3	2	1
28	Dokter memberikan perhatian yang besar saat saya menyampaikan keluhan.	5	4	3	2	1
29	Petugas sangat membantu saat saya menyampaikan keluhan	5	4	3	2	1
30	Petugas Rumah sakit memahami kebutuhan-kebutuhan pasien.	5	4	3	2	1
31	Saya mendapatkan perhatian dari perawat saat berobat di Rumah sakit ini.	5	4	3	2	1
32	Petugas antusias merespons saat saya membutuhkan pertolongan.	5	4	3	2	1
RETENSI PELANGGAN (X2)						
33	Saya kembali berobat ke Rumah sakit ini, dikarenakan Saya merasa cocok dengan dokter yang memeriksa saya pada saat saya berobat sebelumnya.	5	4	3	2	1
34	Kunjungan saya kali ini, karena saya merasa senang dengan pelayanan kesehatan yang saya terima pada kunjungan sebelumnya.	5	4	3	2	1
35	Lokasi Rumah sakit dekat dengan rumah tempat saya tinggal.	5	4	3	2	1
36	Rumah sakit ini bukan satu-satunya rumah sakit yang dekat dengan tempat tinggal saya.	5	4	3	2	1
37	Dalam 1 tahun terakhir, saya telah berobat ke rumah sakit ini lebih dari 3 kali kunjungan.	5	4	3	2	1
AKUISISI PELANGGAN (X3)						
38	Sebelumnya, saya belum pernah berobat ke Rumah sakit ini.	5	4	3	2	1
39	Saya berobat ke rumah sakit ini atas anjuran teman.	5	4	3	2	1

Kode Enumerator :

Tanggal Pengisian :

Kode Responden :

Instrumen Penelitian (Kuesioner) Pengaruh Perspektif Pelanggan terhadap Kinerja RS.Pelabuhan Jakarta Tahun 2008

40	Saya berobat ke Rumah sakit ini atas anjuran dari keluarga.	5	4	3	2	1
41	Kunjungan pertama kali ini, karena saya ingin mencoba pelayanan kesehatan yang diberikan oleh Rumah sakit ini	5	4	3	2	1
PROFITABILITAS PELANGGAN (X4)						
42	Saya berobat ke rumah sakit ini karena mendengar bahwa kualitas pelayanan disini baik.	5	4	3	2	1
43	Secara keseluruhan, saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Rumah sakit.	5	4	3	2	1
44	Meski tarif berobat ke rumah sakit ini meningkat, saya tetap akan berobat ke rumah sakit ini.	5	4	3	2	1
45	Rumah sakit ini memiliki kualitas pelayanan yang baik	5	4	3	2	1
PANGSA PASAR (X5)						
46	Saya bersedia untuk berkunjung lagi ke rumah sakit ini bila membutuhkan pertolongan.	5	4	3	2	1
47	Saya akan menjadikan rumah sakit sebagai tempat untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang saya butuhkan.	5	4	3	2	1
48	Saya akan tetap memilih berobat ke rumah sakit ini meski ada rumah sakit lain disekitar tempat tinggal saya.	5	4	3	2	1
49	Saya bersedia memberi saran kepada rekan atau kerabat untuk memilih rumah sakit ini sebagai tempat untuk mendapatkan pelayanan kesehatan.	5	4	3	2	1

50	Saya tidak keberatan untuk merekomendasikan keluarga atau teman untuk berobat ke rumah sakit ini.	5	4	3	2	1
51	Saya akan menganjurkan keluarga atau teman untuk berobat ke rumah sakit ini.	5	4	3	2	1
KINERJA RSPJ (Y)						
52	Rumah sakit ini memiliki fasilitas pelayanan yang lengkap.	5	4	3	2	1
53	Semua pemeriksaan yang saya jalani, dilakukan di Rumah sakit ini, tidak ada di rumah sakit lain.	5	4	3	2	1
54	Saya merasa nyaman , berada di lingkungan Rumah sakit.	5	4	3	2	1
55	Saya merasa aman , berada di lingkungan rumah sakit.	5	4	3	2	1
56	Pelayanan kesehatan di rumah sakit ini lebih baik dibandingkan dengan pelayanan kesehatan yang diberikan rumah sakit lain yang berada dekat dengan RSPJ.	5	4	3	2	1
57	Akses mencapai rumah sakit ini lebih mudah dibandingkan dengan akses mencapai rumah sakit lain yang berada dekat dengan RSPJ.	5	4	3	2	1

*** Terima kasih atas kerja sama Anda ***

	X1	X2	X3	X4	X5	Y
R1	91	14	12	10	21	22
R2	110	9	16	11	22	23
R3	114	16	12	12	23	23
R4	125	17	9	9	23	24
R5	110	9	15	12	18	18
R6	114	13	14	10	24	22
R7	129	14	14	12	26	24
R8	119	16	12	12	24	25
R9	111	15	12	12	24	20
R10	94	11	7	9	18	17
R11	113	14	12	9	21	20
R12	108	16	8	10	20	22
R13	113	15	8	12	24	24
R14	121	16	12	11	24	23
R15	149	20	11	15	30	27
R16	122	11	20	13	30	24
R17	155	20	8	15	30	28
R18	146	20	8	15	30	28
R19	110	16	14	11	24	20
R20	109	9	16	10	15	22
R21	117	16	12	10	24	21
R22	147	17	11	15	30	28
R23	147	20	8	15	30	28
R24	151	20	8	15	30	30
R25	148	17	13	15	30	28
R26	132	15	8	15	30	28
R27	134	13	17	15	26	30
R28	154	15	20	15	30	30
R29	93	11	14	7	12	18
R30	108	15	14	10	24	20
R31	127	17	12	12	30	20
R32	107	15	8	10	27	22
R33	119	15	12	12	24	23
R34	108	16	12	10	23	19
R35	141	20	14	15	27	26
R36	110	16	8	9	22	24
R37	125	14	8	12	25	21
R38	111	11	14	12	25	23
R39	149	17	9	14	26	24
R40	121	16	10	10	24	24
R41	156	17	8	15	30	30
R42	149	20	8	15	30	30
R43	140	17	8	15	30	28
R44	130	20	8	15	30	28
R45	105	14	8	9	20	20
R46	115	16	12	9	24	23
R47	124	16	8	9	18	27
R48	96	13	10	9	24	18
R49	143	20	8	15	30	28
R50	121	18	8	13	26	23
R51	119	16	8	12	24	23
R52	132	20	8	15	30	24
R53	102	15	8	12	24	23
R54	95	16	8	10	20	19
R55	114	14	12	12	24	22
R56	102	16	12	9	24	23
R57	106	15	12	11	23	21

R58	106	12	16	12	24	21
R59	121	15	8	10	22	22
R60	125	13	10	12	24	22
R61	108	15	10	12	24	23
R62	102	16	10	12	23	20
R63	116	16	12	9	24	22
R64	112	10	16	10	22	19
R65	125	16	10	14	24	21
R66	98	14	12	9	20	18
R67	117	14	14	11	24	21
R68	120	16	10	12	24	20
R69	128	19	8	12	23	22
R70	139	16	8	12	27	22
R71	124	16	12	12	24	24
R72	136	16	14	12	24	23
R73	118	12	12	11	23	23
R74	116	15	12	12	24	24
R75	112	16	12	10	24	24
R76	106	16	12	10	24	24
R77	122	16	10	12	24	23
R78	117	16	12	12	24	23
R79	128	16	10	12	24	24
R80	105	15	10	9	25	23
R81	95	13	8	10	23	18
R82	119	16	8	9	24	24
R83	119	16	8	12	30	23
R84	122	14	10	12	24	24
R85	120	16	10	12	24	23
R86	105	15	8	11	21	16
R87	119	16	8	12	24	24
R88	121	16	10	12	24	24
R89	108	14	8	10	24	22
R90	117	15	8	12	24	24
R91	124	16	8	12	24	22
R92	118	16	8	10	24	24
R93	125	15	8	12	24	23
R94	117	9	13	11	22	22
R95	128	16	8	12	24	24
R96	123	18	8	12	24	24
R97	149	19	11	13	29	29
R98	115	17	8	12	24	23
R99	117	16	8	12	24	24
R100	120	16	8	12	24	23
R101	116	12	14	12	24	23
R102	113	16	8	12	24	23
R103	120	10	14	12	24	24
R104	121	15	12	11	24	22

Lampiran
DATE: 7/ 6/2008

TIME: 8:00
L I S R E L 8.54

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by
Scientific Software International, Inc.
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100
Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.
Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140
Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2002
Use of this program is subject to the terms specified in the
Universal Copyright Convention.
Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file D:\ghif3.LPJ:

TI
!DA NI=6 NO=104 NG=1 MA=KM
SY='D:\ghif3.dsf' NG=1
SE
2 4 5 6 1 /
MO NX=1 NY=4 BE=FU,FI GA=FU,FI PH=SY,FR PS=DI,FR
FR BE(3,1) BE(3,2) BE(4,2) BE(4,3) GA(1,1) GA(2,1) GA(3,1) GA(4,1)
PD
OU PC RS EF FS SS SC PT MR XM

TI

Number of Input Variables 6
Number of Y - Variables 4
Number of X - Variables 1
Number of ETA - Variables 4
Number of KSI - Variables 1
Number of Observations 104

TI

Covariance Matrix

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	6.51				
X4	2.32	3.64			
X5	4.79	4.80	11.13		
Y	4.01	3.62	6.67	9.11	
X1	21.83	21.16	35.31	33.32	222.47

TI

Parameter Specifications

BETA

	X2	X4	X5	Y
X2	0	0	0	0
X4	0	0	0	0
X5	1	2	0	0
Y	0	3	4	0

GAMMA

	X1
X2	5
X4	6
X5	7
Y	8

PHI

X1
9

PSI

X2	X4	X5	Y
10	11	12	13

TI

Initial Estimates (TSLS)

BETA

	X2	X4	X5	Y
X2	--	--	--	--
X4	--	--	--	--
X5	0.26	0.85	--	--
Y	--	0.08	0.23	--

GAMMA

	X1
X2	0.10
X4	0.10
X5	0.05
Y	0.11

Covariance Matrix of Y and X

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	6.51				
X4	2.08	3.64			
X5	4.58	4.73	11.02		
Y	3.53	3.61	6.64	9.11	
X1	21.83	21.16	35.31	33.32	222.47

PHI

X1
222.47

PSI

Note: This matrix is diagonal.

X2	X4	X5	Y
4.36	1.63	3.97	3.77

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

X2	X4	X5	Y
0.33	0.55	0.64	0.59

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

X2	X4	X5	Y
0.33	0.55	0.51	0.55

Reduced Form

	X1
X2	0.10
X4	0.10
X5	0.16
Y	0.15

TI

Number of Iterations = 0

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

BETA

	X2	X4	X5	Y
X2	- -	- -	- -	- -

X4	- -	- -	- -	- -
X5	0.26 (0.09) 2.71	0.85 (0.15) 5.47	- -	- -
Y	- -	0.08 (0.17) 0.44	0.23 (0.09) 2.48	- -

GAMMA

	X1
X2	0.10 (0.01) 7.08
X4	0.10 (0.01) 11.24
X5	0.05 (0.02) 2.43
Y	0.11 (0.02) 5.14

Covariance Matrix of Y and X

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	6.51				
X4	2.08	3.64			
X5	4.58	4.73	11.02		
Y	3.53	3.61	6.64	9.11	
X1	21.83	21.16	35.31	33.32	222.47

PHI

X1
222.47 (31.15) 7.14

PSI

Note: This matrix is diagonal.

X2	X4	X5	Y
4.36 (0.61) 7.14	1.63 (0.23) 7.14	3.97 (0.56) 7.14	3.77 (0.53) 7.14

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

X2	X4	X5	Y
0.33	0.55	0.64	0.59

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

X2	X4	X5	Y
0.33	0.55	0.51	0.55

Reduced Form

	X1
X2	0.10 (0.01) 7.08
X4	0.10 (0.01) 11.24
X5	0.16 (0.02) 10.27
Y	0.15 (0.01) 11.12

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 2
 Minimum Fit Function Chi-Square = 2.07 (P = 0.36)
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 2.05 (P = 0.36)
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 0.051
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (0.0 ; 7.95)

Minimum Fit Function Value = 0.020
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.00050
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.0 ; 0.078)
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.016
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.0 ; 0.20)
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.45

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.28
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.27 ; 0.35)
 ECVI for Saturated Model = 0.29
 ECVI for Independence Model = 4.29

Chi-Square for Independence Model with 10 Degrees of Freedom = 427.75
 Independence AIC = 437.75
 Model AIC = 28.05
 Saturated AIC = 30.00
 Independence CAIC = 455.97

Model CAIC = 75.43
 Saturated CAIC = 84.67

Normed Fit Index (NFI) = 1.00
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 1.00
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.20
 Comparative Fit Index (CFI) = 1.00
 Incremental Fit Index (IFI) = 1.00
 Relative Fit Index (RFI) = 0.98
 Critical N (CN) = 459.10
 Root Mean Square Residual (RMR) = 0.15
 Standardized RMR = 0.022
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.99
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.94
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.13

TI

Fitted Covariance Matrix

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	6.51				
X4	2.08	3.64			
X5	4.58	4.73	11.02		
Y	3.53	3.61	6.64	9.11	
X1	21.83	21.16	35.31	33.32	222.47

Fitted Residuals

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	-	-			
X4	0.24	-			
X5	0.21	0.06	0.11		
Y	0.49	0.01	0.03	0.01	
X1	-	-	0.00	0.00	-

Summary Statistics for Fitted Residuals

Smallest Fitted Residual = 0.00
 Median Fitted Residual = 0.01
 Largest Fitted Residual = 0.49

Stemleaf Plot

```

- 0|0000000
  0|1136
  1|1
  2|14
  3|
  4|9
  
```

Standardized Residuals

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	-	-			
X4	0.93	-			
X5	0.93	0.93	0.93		
Y	1.23	0.93	0.93	0.93	
X1	-	-	-	-	-

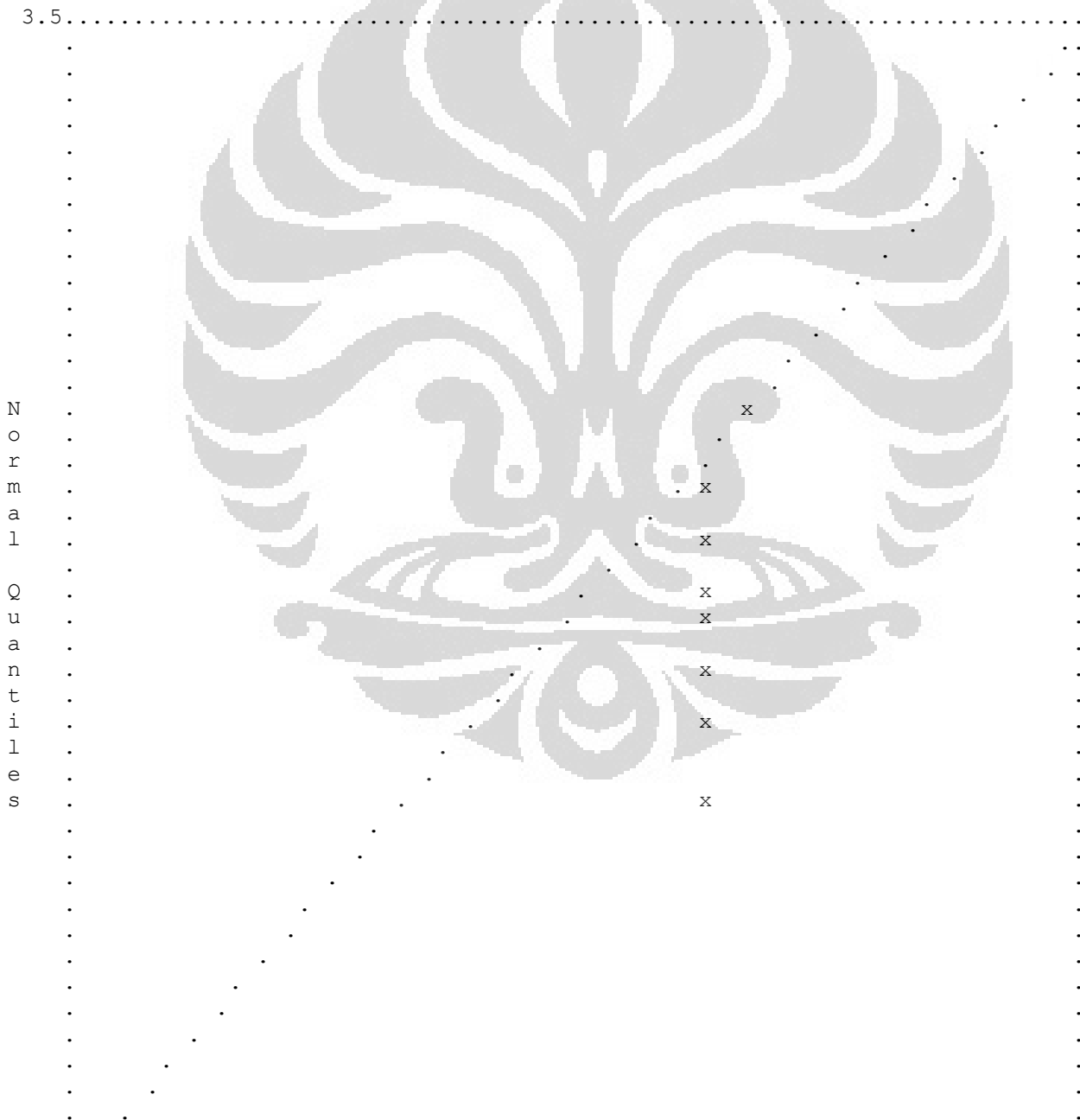
Summary Statistics for Standardized Residuals

Smallest Standardized Residual = 0.00
Median Standardized Residual = 0.93
Largest Standardized Residual = 1.23

Stemleaf Plot

```
0|0000000  
0|9999999  
1|2  
TI
```

Qplot of Standardized Residuals



-3.5
-3.5

3.5

Standardized Residuals

Covariance Matrix of Parameter Estimates

	BE 3,1	BE 3,2	BE 4,2	BE 4,3	GA 1,1	GA 2,1
BE 3,1	0.01					
BE 3,2	0.00	0.02				
BE 4,2	0.00	0.00	0.03			
BE 4,3	0.00	0.00	-0.01	0.01		
GA 1,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
GA 2,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GA 3,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GA 4,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PH 1,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 1,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 2,2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 3,3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 4,4	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Covariance Matrix of Parameter Estimates

	GA 3,1	GA 4,1	PH 1,1	PS 1,1	PS 2,2	PS 3,3
GA 3,1	0.00					
GA 4,1	0.00	0.00				
PH 1,1	0.00	0.00	970.46			
PS 1,1	0.00	0.00	0.00	0.37		
PS 2,2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	
PS 3,3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.31
PS 4,4	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Covariance Matrix of Parameter Estimates

	PS 4,4
PS 4,4	0.28

TI

Correlation Matrix of Parameter Estimates

	BE 3,1	BE 3,2	BE 4,2	BE 4,3	GA 1,1	GA 2,1
BE 3,1	1.00					
BE 3,2	0.00	1.00				
BE 4,2	0.00	0.00	1.00			
BE 4,3	0.00	0.00	-0.46	1.00		
GA 1,1	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	
GA 2,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
GA 3,1	-0.42	-0.67	0.00	0.00	0.00	0.00
GA 4,1	0.00	0.00	-0.45	-0.35	0.00	0.00
PH 1,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 1,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 2,2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 3,3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 4,4	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Correlation Matrix of Parameter Estimates

	GA 3,1	GA 4,1	PH 1,1	PS 1,1	PS 2,2	PS 3,3
GA 3,1	1.00					
GA 4,1	0.00	1.00				
PH 1,1	0.00	0.00	1.00			
PS 1,1	0.00	0.00	0.00	1.00		
PS 2,2	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	
PS 3,3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
PS 4,4	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Correlation Matrix of Parameter Estimates

	PS 4,4
PS 4,4	1.00

TI

Covariances

TI

Factor Scores Regressions

Y

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	1.00	0.00	- -	0.00	- -
X4	0.00	1.00	0.00	0.00	- -
X5	0.00	- -	1.00	0.00	- -
Y	0.00	0.00	0.00	1.00	- -

X

	X2	X4	X5	Y	X1
X1	0.00	- -	0.00	0.00	1.00

TI

Standardized Solution

BETA

	X2	X4	X5	Y
X2	- -	- -	- -	- -
X4	- -	- -	- -	- -
X5	0.20	0.49	- -	- -
Y	- -	0.05	0.25	- -

GAMMA

	X1
X2	0.57
X4	0.74
X5	0.24

Y 0.52

Correlation Matrix of Y and X

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	1.00				
X4	0.43	1.00			
X5	0.54	0.75	1.00		
Y	0.46	0.63	0.66	1.00	
X1	0.57	0.74	0.71	0.74	1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

	X2	X4	X5	Y
	0.67	0.45	0.36	0.41

Regression Matrix Y on X (Standardized)

	X1
X2	0.57
X4	0.74
X5	0.71
Y	0.74

TI

Total and Indirect Effects

Total Effects of X on Y

	X1
X2	0.10 (0.01) 7.08
X4	0.10 (0.01) 11.24
X5	0.16 (0.02) 10.27
Y	0.15 (0.01) 11.12

Indirect Effects of X on Y

	X1
X2	- -
X4	- -

X5	0.11
	(0.02)
	5.52
Y	0.04
	(0.02)
	2.65

Total Effects of Y on Y

	X2	X4	X5	Y
X2	--	--	--	--
X4	--	--	--	--
X5	0.26 (0.09) 2.71	0.85 (0.15) 5.47	--	--
Y	0.06 (0.03) 1.83	0.27 (0.15) 1.75	0.23 (0.09) 2.48	--

Largest Eigenvalue of B*B' (Stability Index) is 0.786

Indirect Effects of Y on Y

	X2	X4	X5	Y
X2	--	--	--	--
X4	--	--	--	--
X5	--	--	--	--
Y	0.06 (0.03) 1.83	0.20 (0.09) 2.26	--	--

TI

Standardized Total and Indirect Effects

Standardized Total Effects of X on Y

	X1
X2	0.57
X4	0.74
X5	0.71
Y	0.74

Standardized Indirect Effects of X on Y

	X1
X2	- -
X4	- -
X5	0.47
Y	0.22

Standardized Total Effects of Y on Y

	X2	X4	X5	Y
X2	- -	- -	- -	- -
X4	- -	- -	- -	- -
X5	0.20	0.49	- -	- -
Y	0.05	0.17	0.25	- -

Standardized Indirect Effects of Y on Y

	X2	X4	X5	Y
X2	- -	- -	- -	- -
X4	- -	- -	- -	- -
X5	- -	- -	- -	- -
Y	0.05	0.12	- -	- -

Time used: 0.000 Seconds

DATE: 7/ 6/2008

TIME: 8:00

L I S R E L 8.54

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by
Scientific Software International, Inc.

7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100

Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2002

Use of this program is subject to the terms specified in the
Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

TI

Covariance Matrix

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	6.51				
X4	2.32	3.64			
X5	4.79	4.80	11.13		
Y	4.01	3.62	6.67	9.11	

X1 21.83 21.16 35.31 33.32 222.47

TI

Initial Estimates (TSLS)
Structural Equations

X2 = 0.098*X1, Errorvar.= 4.36, R² = 0.33
 X4 = 0.095*X1, Errorvar.= 1.63, R² = 0.55
 X5 = 0.26*X2 + 0.85*X4 + 0.053*X1, Errorvar.= 3.97, R² = 0.64
 Y = 0.075*X4 + 0.23*X5 + 0.11*X1, Errorvar.= 3.77, R² = 0.59

Reduced Form Equations

X2 = 0.098*X1, Errorvar.= 4.36, R² = 0.33
 X4 = 0.095*X1, Errorvar.= 1.63, R² = 0.55
 X5 = 0.16*X1, Errorvar.= 5.42, R² = 0.51
 Y = 0.15*X1, Errorvar.= 4.12, R² = 0.55

Variances of Independent Variables

X1

222.47

Covariance Matrix of Latent Variables

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	6.51				
X4	2.08	3.64			
X5	4.58	4.73	11.02		
Y	3.53	3.61	6.64	9.11	
X1	21.83	21.16	35.31	33.32	222.47

TI

Number of Iterations = 0

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Structural Equations

X2 = 0.098*X1, Errorvar.= 4.36 , R² = 0.33
 (0.014) (0.61)
 7.08 7.14
 X4 = 0.095*X1, Errorvar.= 1.63 , R² = 0.55

	(0.0085)		(0.23)	
	11.24		7.14	
X5	= 0.26*X2 + 0.85*X4 + 0.053*X1, Errorvar.= 3.97 , R ² = 0.64			
	(0.094)	(0.15)	(0.022)	(0.56)
	2.71	5.47	2.43	7.14
Y	= 0.075*X4 + 0.23*X5 + 0.11*X1, Errorvar.= 3.77 , R ² = 0.59			
	(0.017)	(0.093)	(0.021)	(0.53)
	1.74	2.48	5.14	7.14

Reduced Form Equations

X2	= 0.098*X1, Errorvar.= 4.36, R ² = 0.33			
	(0.014)			
	7.08			
X4	= 0.095*X1, Errorvar.= 1.63, R ² = 0.55			
	(0.0085)			
	11.24			
X5	= 0.16*X1, Errorvar.= 5.42, R ² = 0.51			
	(0.015)			
	10.27			
Y	= 0.15*X1, Errorvar.= 4.12, R ² = 0.55			
	(0.013)			
	11.12			

Variances of Independent Variables

X1

222.47
(31.15)
7.14

Covariance Matrix of Latent Variables

	X2	X4	X5	Y	X1
	-----	-----	-----	-----	-----
X2	6.51				
X4	2.08	3.64			
X5	4.58	4.73	11.02		
Y	3.53	3.61	6.64	9.11	
X1	21.83	21.16	35.31	33.32	222.47

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 2
 Minimum Fit Function Chi-Square = 2.07 (P = 0.36)
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 2.05 (P = 0.36)
 Chi-Square Difference with 0 Degree of Freedom = 0.0 (P = 1.00)
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 0.051
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (0.0 ; 7.95)
 Minimum Fit Function Value = 0.020
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.00050
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.0 ; 0.078)
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.016
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.0 ; 0.20)
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.45

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.28
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.27 ; 0.35)
 ECVI for Saturated Model = 0.29
 ECVI for Independence Model = 4.29
 Chi-Square for Independence Model with 10 Degrees of Freedom = 427.75
 Independence AIC = 437.75
 Model AIC = 28.05
 Saturated AIC = 30.00
 Independence CAIC = 455.97
 Model CAIC = 75.43
 Saturated CAIC = 84.67
 Normed Fit Index (NFI) = 1.00
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 1.00
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.20
 Comparative Fit Index (CFI) = 1.00
 Incremental Fit Index (IFI) = 1.00
 Relative Fit Index (RFI) = 0.98
 Critical N (CN) = 459.10
 Root Mean Square Residual (RMR) = 0.15
 Standardized RMR = 0.022
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.99
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.94
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.13

TI

Fitted Covariance Matrix

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	6.51				
X4	2.08	3.64			
X5	4.58	4.73	11.02		
Y	3.53	3.61	6.64	9.11	
X1	21.83	21.16	35.31	33.32	222.47

Fitted Residuals

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	- -				
X4	0.24	- -			
X5	0.21	0.06	0.11		
Y	0.49	0.01	0.03	0.01	
X1	- -	- -	0.00	0.00	- -

Summary Statistics for Fitted Residuals

Smallest Fitted Residual = 0.00
 Median Fitted Residual = 0.01
 Largest Fitted Residual = 0.49

Stemleaf Plot

```

- 0|0000000
  0|1136
  1|1
  2|14
  3|
  4|9
  
```

Standardized Residuals

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	- -				
X4	0.93	- -			
X5	0.93	0.93	0.93		
Y	1.23	0.93	0.93	0.93	
X1	- -	- -	- -	- -	- -

Summary Statistics for Standardized Residuals

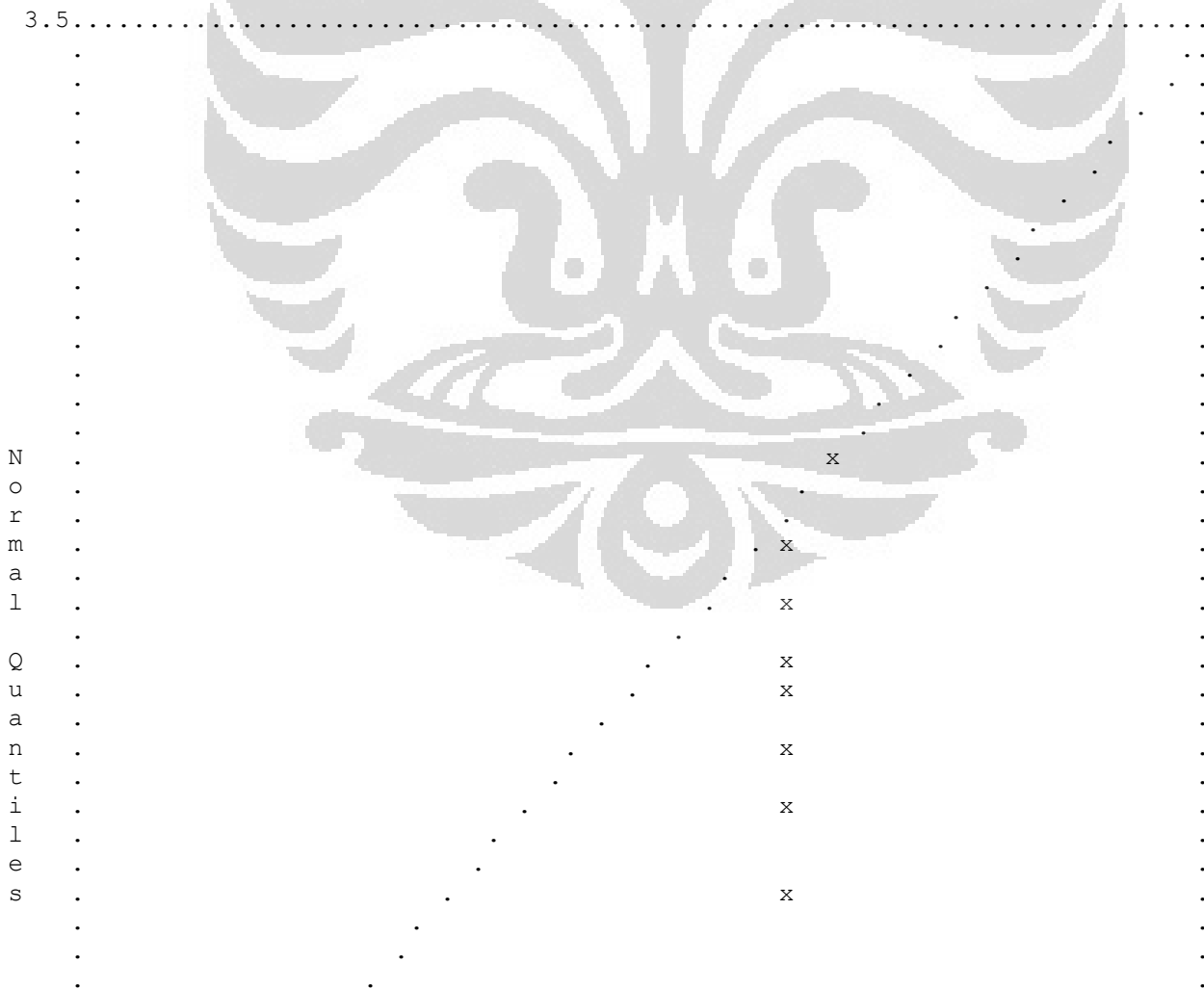
Smallest Standardized Residual = 0.00
 Median Standardized Residual = 0.93
 Largest Standardized Residual = 1.23

Stemleaf Plot

```
0|0000000
0|9999999
1|2
```

TI

Qplot of Standardized Residuals





Covariance Matrix of Parameter Estimates

	BE 3,1	BE 3,2	BE 4,2	BE 4,3	GA 1,1	GA 2,1
BE 3,1	0.01					
BE 3,2	0.00	0.02				
BE 4,2	0.00	0.00	0.03			
BE 4,3	0.00	0.00	-0.01	0.01		
GA 1,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
GA 2,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GA 3,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
GA 4,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PH 1,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 1,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 2,2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 3,3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 4,4	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Covariance Matrix of Parameter Estimates

	GA 3,1	GA 4,1	PH 1,1	PS 1,1	PS 2,2	PS 3,3
GA 3,1	0.00					
GA 4,1	0.00	0.00				
PH 1,1	0.00	0.00	970.46			
PS 1,1	0.00	0.00	0.00	0.37		
PS 2,2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.05	
PS 3,3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.31
PS 4,4	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Covariance Matrix of Parameter Estimates

	PS 4,4
PS 4,4	0.28

TI

Correlation Matrix of Parameter Estimates

	BE 3,1	BE 3,2	BE 4,2	BE 4,3	GA 1,1	GA 2,1
BE 3,1	1.00					
BE 3,2	0.00	1.00				
BE 4,2	0.00	0.00	1.00			
BE 4,3	0.00	0.00	-0.46	1.00		
GA 1,1	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	

GA 2,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
GA 3,1	-0.42	-0.67	0.00	0.00	0.00	0.00
GA 4,1	0.00	0.00	-0.45	-0.35	0.00	0.00
PH 1,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 1,1	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 2,2	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 3,3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PS 4,4	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Correlation Matrix of Parameter Estimates

	GA 3,1	GA 4,1	PH 1,1	PS 1,1	PS 2,2	PS 3,3
GA 3,1	1.00					
GA 4,1	0.00	1.00				
PH 1,1	0.00	0.00	1.00			
PS 1,1	0.00	0.00	0.00	1.00		
PS 2,2	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	
PS 3,3	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
PS 4,4	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Correlation Matrix of Parameter Estimates

PS 4,4
PS 4,4

PS 4,4	1.00
--------	------

TI

Covariances

TI

Factor Scores Regressions

Y

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	1.00	0.00	- -	0.00	- -
X4	0.00	1.00	0.00	0.00	- -
X5	0.00	- -	1.00	0.00	- -
Y	0.00	0.00	0.00	1.00	- -

X

	X2	X4	X5	Y	X1
X1	0.00	- -	0.00	0.00	1.00

TI

Standardized Solution

BETA

	X2	X4	X5	Y
X2	- -	- -	- -	- -
X4	- -	- -	- -	- -
X5	0.20	0.49	- -	- -
Y	- -	0.05	0.25	- -

GAMMA

	X1
X2	0.57
X4	0.74
X5	0.24
Y	0.52

Correlation Matrix of Y and X

	X2	X4	X5	Y	X1
X2	1.00				
X4	0.43	1.00			
X5	0.54	0.75	1.00		
Y	0.46	0.63	0.66	1.00	
X1	0.57	0.74	0.71	0.74	1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

	X2	X4	X5	Y
	0.67	0.45	0.36	0.41

Regression Matrix Y on X (Standardized)

	X1
X2	0.57
X4	0.74
X5	0.71
Y	0.74

TI

Total and Indirect Effects

Total Effects of X on Y

	X1
X2	0.10 (0.01) 7.08
X4	0.10 (0.01) 11.24
X5	0.16 (0.02) 10.27

Y 0.15
 (0.01)
 11.12
 Indirect Effects of X on Y

	X1

X2	- -
X4	- -
X5	0.11 (0.02) 5.52

Y 0.04
 (0.02)
 2.65
 Total Effects of Y on Y

	X2	X4	X5	Y
	-----	-----	-----	-----
X2	- -	- -	- -	- -
X4	- -	- -	- -	- -
X5	0.26 (0.09) 2.71	0.85 (0.15) 5.47	- -	- -
Y	0.06 (0.03) 1.83	0.27 (0.15) 1.75	0.23 (0.09) 2.48	- -

Largest Eigenvalue of B*B' (Stability Index) is 0.786

Indirect Effects of Y on Y

	X2	X4	X5	Y
	-----	-----	-----	-----
X2	- -	- -	- -	- -
X4	- -	- -	- -	- -
X5	- -	- -	- -	- -
Y	0.06 (0.03) 1.83	0.20 (0.09) 2.26	- -	- -

TI

Standardized Total and Indirect Effects

Standardized Total Effects of X on Y

X1

X2	0.57
X4	0.74
X5	0.71
Y	0.74

Standardized Indirect Effects of X on Y

	X1	-----
X2	- -	
X4	- -	
X5	0.47	
Y	0.22	

Standardized Total Effects of Y on Y

	X2	X4	X5	Y	-----
X2	- -	- -	- -	- -	- -
X4	- -	- -	- -	- -	- -
X5	0.20	0.49	- -	- -	- -
Y	0.05	0.17	0.25	- -	- -

Standardized Indirect Effects of Y on Y

	X2	X4	X5	Y	-----
X2	- -	- -	- -	- -	- -
X4	- -	- -	- -	- -	- -
X5	- -	- -	- -	- -	- -
Y	0.05	0.12	- -	- -	- -

Time used: 0.016 Seconds

