

Pengaruh Pelayanan dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan di RS Prima Pekanbaru

Panzi Barza¹, Syiva Septwo Putri²

^{1,2}ITB Master

ARTICLE INFO

Article history:

Received Oktober 19, 2024

Revised Oktober 25, 2024

Accepted Oktober 29, 2024

Available online 29 Oktober, 2024

Kata Kunci:

Pelayanan, Komunikasi, Kepuasan Pasien

Keywords

Service, Communication, Patient Satisfaction



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan komunikasi terhadap kepuasan pasien rawat jalan di rumah sakit prima pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan rumah sakit prima pekanbaru yang berjumlah 100 orang. Sedangkan variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah pelayanan, komunikasi dan kepuasan pasien. Analisis data menggunakan metode regresi linear berganda dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji t, uji f dan uji R². Pengujian tersebut dilakukan guna mengetahui hubungan antara variabel bebas (independen variabel) dengan variabel terikat (dependent variabel). Berdasarkan hasil penelitian bahwa pelayanan dan komunikasi secara serentak berpengaruh terhadap kepuasan pasien dengan nilai korelasi $R = 0,384$ yang menunjukkan adanya hubungan yang erat antara pelayanan dan komunikasi dengan kepuasan pasien rawat jalan di rumah sakit prima. Sedangkan Adjusted R square didapat 0.130 yang berarti pelayanan dan komunikasi memiliki kontribusi sumbangan sebesar 13% terhadap kepuasan pasien rawat jalan di rumah sakit prima pekanbaru. Secara simultan variabel pelayanan dan komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan di rumah sakit prima pekanbaru dengan nilai F hitung $8,401 > 3,94$. Secara parsial diperoleh variabel pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan di rumah sakit prima pekanbaru dengan nilai t hitung $2,423 > t \text{ tabel } 1,985$

dan variabel komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan di rumah sakit prima pekanbaru dengan nilai t hitung $2,158 < t \text{ tabel } 1,985$ persamaan regresi linear berganda sebagai berikut : $Y = 8,456 + 0,117 X_1 + 0,154 X_2$.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service and communication on outpatient satisfaction at Prima Pekanbaru Hospital. The sample in this study was 100 outpatients at Prima Pekanbaru Hospital. While the variables studied in this study were service, communication and patient satisfaction. Data analysis used multiple linear regression methods using validity tests, reliability tests, normality tests, t tests, f tests and R² tests. The test was carried out to determine the relationship between the independent variables (independent variables) and the dependent variables (dependent variables). Based on the results of the study, service and communication simultaneously affect patient satisfaction with a correlation value of $R = 0.384$, which indicates a close relationship between service and communication with outpatient satisfaction at Prima Hospital. While the Adjusted R square is 0.130, which means that service and communication have a contribution of 13% to outpatient satisfaction at Prima Hospital Pekanbaru. Simultaneously, service and communication variables affect outpatient satisfaction at Prima Hospital Pekanbaru with a calculated F value of $8.401 > 3.94$. Partially, it is obtained that the service variable affects outpatient satisfaction at Prima Hospital Pekanbaru with a calculated t value of $2.423 > t \text{ table } 1.985$ and the communication variable affects outpatient satisfaction at Prima Hospital Pekanbaru with a calculated t value of $2.158 < t \text{ table } 1.985$, the multiple linear regression equation is as follows: $Y = 8.456 + 0.117 X_1 + 0.154 X_2$.

PENDAHULUAN

Pelayanan Kesehatan yang ada di rumah sakit dinyatakan berhasil tidak hanya pada kelengkapan fasilitas yang diunggulkan, melainkan juga komunikasi dan layanan sumber daya manusia merupakan elemen yang berpengaruh signifikan terhadap pelayanan yang dihasilkan dan dipersepsikan pasien. Bila elemen tersebut diabaikan maka dalam waktu yang tidak lama, rumah sakit akan kehilangan banyak pasien dan dijahui oleh calon pasien. Pasien akan beralih ke rumah sakit lainnya yang memenuhi harapan pasien. Hal tersebut dikarenakan pasien merupakan aset yang sangat berharga dalam pengembangan

*Corresponding author

Email: panzi.barza13@gmail.com, syvaS@gmail.com

industri rumah sakit. Dalam konsep public relation terhadap pelayanan kepada publik eksternal adalah komunikasi yang berfungsi untuk membangun kepaahaman bersama dan sikap saling pengertian diantara kedua belah pihak sehingga muncul kepercayaan pelamggam terhadap instansi atau perusahaan hal ini dilakukan untuk memperluas pasar atau jumlah pelanggan. Memelihara dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut, pelayanan prima menjadi utama dalam pelayanan dirumah sakit, Pelayanan prima rumah sakit akan tercapai jika setiap seluruh SDM rumah sakit mempunyai keterampilan khusus, diantaranya memahami produk secara mendalam ,berpenampilan menarik, bersikap ramah yang paling penting berkomunikasi secara efektif dan mampu menghadapi keluhan pasien secara profesional.

Strategi pelayanan bahwa setiap rumah sakit harus melakukan pendekatan mutu yang berorientasi pada kepuasan pasein ,rumah sakit tetap tetap eksis ditengah pertumbuhan industri pelayanan kesehatan yang semakin kuat. Upaya rumah sakit untuk tetap bertahan dan berkembang adalah meningkatkan pelayana komunikasi kepada pasien. Hal tersebut karena pasien merupakan sumber pendapatan yang ditunggu oleh rumah sakit baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui asuransi kesehatan. Tanpa pasien, rumah sakit tidak dapat bertahan dan berkembang mengingat besarnya biaya operasional rumah sakit yang tinggi. Rumah sakit melakukan berbagai cara demi meningkatkan kunjungan pasien, sehingga rumah sakit harus mampu menampilkan dan memberikan pelayanan kesehatan sehingga dari dampak yang muncul akan menimbulkan sebuah loyalitas pada pasien sehingga pasien datang kembali memanfaatkan jasa rumah sakit tersebut.

Pelayanan yang dimaksud semua upaya yang dilakukan karyawan untuk memenuhi keinginan pelangganya dengan jasa yang akan diberikan. Suatu pelayanan dikatakan baik oleh pasien ditentukan oleh kenyataan apakah jasa yang diberikan bisa memenuhi kebutuhan pasien. persepsi pasien tentang pelayanan yang diterima (memuaskan atau mengecewakan juga termasuk lamanya waktu pelayanan dan juga dalam menyampaikan informasi atau pesan). sebagai sarana atau alat komunikasi yang berarti penyampaian pesan yang dapat dimengerti oleh sumber pemberi pesan kepada penerima pesan sehingga terjadi pemahaman atas pesan disampaikan sehingga pelanggan akan merasa puas. kepuasan dimulai dari penerimaan terhadap pasien dari pertama kali datang sampai pasien meninggalkan rumah sakit. pelayanan dibentuk berdasarkan 5 prinsip service quality yaitu kecepatan, keramahan, kenyamanan pelanggan. keunggulan layanan tersebut tidak akan terwujud jika ada salah satu prinsip pelayanan ada yang dianggap lemah. Ketidakpuasan pasien diartikan sama dengan keluhan terhadap rumah sakit, berikut pelayanan yang dapat dilakukan.

Pasien mengharapkan interaksi yang baik, sopan, ramah, nyaman, dengan tenaga kesehatan, sehingga kompetensi, kualifikasi serta kepribadian yang baik dari pelayanan kesehatan. bentuk layanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka waktu yang lama. ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meminimumkan kepuasan pasien yang menurutnya kurang menyenangkan.

Kepuasan pasien merupakan orientasi pemasaran yang semakin penting untuk dilaksanakan, hal ini dimaksud untuk memelihara agar konsumen mau menumbuhkan kepercayaan untuk menggunakan layanan jasa tersebut, dengan demikian kepuasan konsumen merupakan landasan utama untuk dapat tumbuh dan berkembang pada era persaingan yang semakin keras. kepuasan adalah kesimpulan dari pemakain antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau layanan yang diberikan RUMAH SAKIT PRIMA PEKANBARU merupakan sebuah rumah sakit yang berdiri pada tahun 2016 bertempat di jalan Bima No.1 pekanbaru.

Tabel Jumlah Kunjungan Pasien Rawat Jalan Rumah sakit Prima Pekanbaru Tahun 2018-2022

Tahun	Jumlah Pasien
2018	13.179 Orang
2019	103.883 Orang
2020	109.084 Orang
2021	132.401 Orang
2022	162.667 Orang

Sumber: Rumah Sakit Prima Pekanbaru

Berdasarkan pada observasi awal peneliti melihat beberapa masalah yang terjadi dirumah sakit prima pekanbaru. peneliti menemukan banyak keluhan keluhan pasien mengenai pelayanan komunikasi dirumah sakit ini seperti:

1. Dalam memberikan pelayanan masih kurang ramah dari perawat kepada pasien, seperti berkomunikasi atau kurang baiknya tata bicara penyampaian informasi kepada pasien.
2. Adanya miskomunikasi antara perawat dengan pendaftaran sehingga membuat pasien menjadi bingung mau mendaftar.
3. Ketidaksabaran pasien terhadap antrian berobat karena lama dipanggil
4. Alat alat medis yang sering rusak dan memakan waktu yang lama memperbaikinya membuat pasien dirujuk ke rumah sakit lain untuk diperiksa.

Saat ini permasalahan yang dihadapi oleh banyak rumah sakit adalah apa dan bagaimana pihak rumah sakit dapat memberikan kepuasan bagi pasien sehingga membuat pasien puas dan loyal. Kini seiring dengan kemajuan teknologi Rumah Sakit Prima Pekanbaru terus menunjukan eksistensinya di bidang kesehatan dengan merubah paradigma lama menjadi paradigma baru. Hal ini terlihat dari perubahan baik dalam tenaga medis maupun sarana dan prasarana lain yang menunjang untuk perbaikan kualitas pelayanan.

KAJIAN TEORITIS

Teori Pelayanan

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang di peruntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam kamus bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses pelayanan yang berlangsung secara rutin dan berkeseimbangan meliputi seluruh kehidupan masyarakat dan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Pengertian Pelayanan Menurut Para Ahli

- 1) Kotler (2016) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.
- 2) Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2016), terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan adalah expected service (layanan yang diharapkan dan perceived service (layanan yang diterima). jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika perceived service melebihi expected service, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. sebaliknya apabila perceived service lebih jelek dibandingkan expected service, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Karakteristik Pelayanan

- 1) Sifat pelayanan tidak dapat diraba dan pelayanan ini berlawanan dengan sifat barang jadi.
- 2) Pelayanan secara real dapat terdiri dari tindakan yang nyata dan pengaruh dari tindakan sosial.
- 3) Kegiatan produksi dan konsumsi pada pelayanan merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan secara nyata karena keduanya terjadi dalam waktu dan tempat yang bersamaan.

Konsep Dasar Pelayanan

1. Attitude (Sikap)
Potret perusahaan, diawali dari kesan yang ditorehkan oleh karyawan perusahaan tersebut, terutama mereka yang berdiri di frontliner atau siapapun yang bersentuhan dengan pihak luar perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung. Bagaimana sikap dan pelayanan dari karyawan perusahaan, akan menggambarkan dan memberi citra perusahaan.
2. Ability (Kemampuan)
Di sini karyawan harus memiliki kemampuan dasar untuk mampu melakukan program pelayanan prima, seperti:
 - 1) Bagaimana melakukan komunikasi yang efektif.
 - 2) Memiliki pengetahuan di bidang kerja saat ini dengan baik.
 - 3) Memahami SOP dasar untuk menangani keluhan pelanggan.
 - 4) Memahami hal apa saja yang boleh di infokan keluar dan hal apa saja yang tidak boleh.
 - 5) Memiliki kemampuan untuk memotivasi dirinya agar senantiasa memberikan pelayanan prima, dengan tidak mencampurkan urusan dengan permasalahan pribadi.
3. Attention (perhatian)

Attention atau atensi atau perhatian adalah prinsip pelayanan prim berikutnya yang wajib dimiliki semua karyawan, terutama mereka yang bersentuhan langsung dengan pelanggan. Attention merupakan bentuk kepedulian kepada pelanggan atau tamu, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta pemahaman atas saran dan kritik yang diberikan.

4. Action (Tindakan)

Attention (perhatian) penekanannya pada bagaimana kita memberikan atensi kita terhadap kebutuhan atau keinginan pelanggan tamu kita. Kemudian atensi ini haruslah dilanjutkan dengan action (tindakan) atas apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggan atau tamu tersebut. Hal yang perlu dilakukan di tahap action ini adalah melakukan tindakan nyata untuk memastikan apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan pelanggan tamu kita, jika kurang yakin dan lebih baik melakukan konfirmasi dengan sopan.

5. Accountability (tanggung jawab)

Konsep pelayanan prima beritanya adalah accountability atau tanggung jawab, yaitu sikap keperpihakan kita kepada pelanggan, tamu, mitra kerja sebagai bentuk rasa empaty dan kepedulian kita (care). Sikap tanggung jawab ini jika dilaksanakan dengan benar dan sepenuh hati, maka bisa meminimalkan terjadinya ketidakpuasan pelanggan, tamu atau mitra perusahaan.

6. Appearance (penampilan)

Penampilan karyawan baik secara fisik maupun non fisik merefleksikan kredibilitas perusahaan, maka dari itu penting untuk selalu menjaga penampilan. Standar penampilan harus dibuat oleh perusahaan dan setiap karyawan harus menjalankannya, apalagi saat bertemu dengan pelanggan.

Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan

Menurut Hardiansyah (2011) sebagai berikut :

1. Motivasi kerja karyawan
2. Kemampuan karyawan
3. Pengawasan atau kontrol sosial
4. Perilaku karyawan
5. Komunikasi, disposisi dan struktur birokrasi
6. Kinerja perusahaan

Indikator Pelayanan

Zeithaml, Parasuraman dan Berry (2011:46) menjelaskan tentang indikator yang digunakan untuk menilai kinerja organisasi, yang terdiri atas beberapa faktor berikut:

1. Kenampakan fisik, yang terdiri dari fasilitas fisik, peralatan dan personal.
2. Reliabilitas, yaitu kemampuan unit pelayanan untuk memberikan pelayanan secara cepat.
3. Responsivitas, yaitu kecepatan petugas untuk merespon keluhan yang disampaikan konsumen.
4. Kompetensi, yaitu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh petugas pelayanan.
5. Kesopanan, yaitu sikap atau perilaku yang ramah, bersahabat, tanggap terhadap keinginan konsumen dan mau melakukan kontak atau hubungan pribadi.
6. Kredibilitas, yaitu sikap jujur dalam setiap upaya menarik kepercayaan masyarakat.
7. Keamanan, yaitu pelayanan yang diberikan harus dijamin bebas dari bahaya dan resiko.
8. Akses, yaitu adanya kemudahan untuk melakukan kontak dan pendekatan.
9. Komunikasi, yaitu kemauan petugas untuk mendengarkan keinginan pelanggan sekaligus kesediaan untuk selalu memberikan informasi kepada pelanggan.
10. Pengertian, yaitu mau melakukan berbagai usaha untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Teori komunikasi

Menurut b. Carl I. Hovland Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang dengan menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain. Menurut C. Pearson & Paul E. Merton Komunikasi adalah suatu proses yang memahami dan berbagai makna. Menurut James A. F. Stoner Komunikasi adalah suatu proses pada seseorang yang berusaha untuk memberikan pengertian dan informasi dengan cara menyampaikan pesan kepada orang lain.

Jenis- Jenis Komunikasi

Ada beberapa jenis komunikasi yang masing masing kurang lebih memiliki tujuan yang sama yaitu menyampaikan suatu informasi. Berikut adalah jenis-jenis komunikasi.

1. Komunikasi verbal : jenis komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan kata kata, baik secara lisan maupun tertulis.
2. Komunikasi nonverbal: jenis komunikasi yang dilakukan tanpa menggunakan
3. kata kata, melainkan menggunakan bahasa tubuh, gerak, atau ekspresi wajah.
4. Komunikasi tertulis: jenis komunikasi yang dilakukan dengan menulis pesan atau informasi dalam bentuk surat, email atau pesan teks.

5. Komunikasi visual: jenis komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan gambar, foto, grafik, atau video untuk menyampaikan pesan atau informasi.
6. Komunikasi formal: jenis komunikasi yang dilakukan dalam konteks formal, seperti dalam lingkungan kerja atau organisasi dengan menggunakan bahasa yang baku dan formal.
7. Komunikasi informal: jenis komunikasi yang dilakukan dalam konteks informal seperti dalam kehidupan sehari-hari, dengan menggunakan bahasa yang santai dan baku.
8. Komunikasi non formal: jenis komunikasi yang dilakukan dalam konteks yang tidak resmi, seperti dalam kegiatan sosial atau kegiatan yang bersifat non akademis.
9. Komunikasi langsung: jenis komunikasi yang dilakukan secara langsung seperti dalam percakapan tatap muka atau telepon.
10. Komunikasi tidak langsung: jenis komunikasi yang dilakukan melalui media seperti surat atau email.
11. Komunikasi massa: jenis komunikasi yang dilakukan dengan menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak yang lebih luas seperti melalui media massa atau iklan.

Tujuan Komunikasi

Secara singkat tujuan komunikasi adalah untuk menciptakan kesepahaman antara kedua belah pihak. Namun, masih ada sejumlah tujuan dari komunikasi yang perlu diketahui:

1. Menciptakan Kesepahaman, Tujuan utama komunikasi adalah menciptakan kesepahaman antara pengirim pesan dan penerima pesan. Komunikasi yang efektif memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas oleh penerima.
2. Menyampaikan Informasi, Komunikasi digunakan untuk menyampaikan informasi baik itu berupa fakta, data, atau pengetahuan baru, tujuan ini membantu dalam memperluas wawasan dan pengetahuan kita.
3. Memengaruhi sikap dan perilaku, Komunikasi juga bertujuan untuk memengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain. Melalui komunikasi persuasif kita dapat mempengaruhi orang lain untuk mengubah pandangan atau tindakan mereka.
4. Membangun Hubungan, Komunikasi berpesan penting dalam membangun hubungan antar individu atau kelompok. Tujuan ini mencakup mempererat ikatan sosial, membangun kepercayaan dan meningkatkan kolaborasi.
5. Memecahkan Masalah, Komunikasi dapat digunakan sebagai alat untuk memecahkan masalah dan mengatasi konflik. Melalui komunikasi yang efektif kita dapat mencari solusi bersama, mendengarkan perspektif orang lain dan mencapai kesepakatan.
6. Meningkatkan Kinerja, Komunikasi yang baik dapat meningkatkan kinerja individu maupun kelompok. Dengan komunikasi yang jelas dan efektif kita dapat mengkoordinasikan tugas, memberikan umpan balik yang konstruktif, dan memotivasi orang lain.
7. Membangun identitas dan Citra, Komunikasi juga berperan dalam membangun identitas dan citra diri atau organisasi. Melalui komunikasi yang tepat kita dapat mengungkapkan nilai-nilai, tujuan, dan kepribadian yang ingin kita sampaikan kepada orang lain.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi menurut Ahllyna Scoot M Cultip:

1. Kredibilitas
Kredibilitas berkaitan dengan hubungan saling percaya antara komunikator dan komunikan. Komunikator perlu memiliki kredibilitas di mata komunikan, misalnya dalam hal tingkat keahliannya dalam bidang yang bersangkutan dengan pesan atau informasi yang disampaikan.
2. Konteks
Konteks berkaitan dengan situasi dan kondisi dimana komunikasi berlangsung. Konteks disini terdiri dari aspek yang bersifat fisik, aspek psikologis, aspek sosial, dan aspek waktu. Agar komunikasi dapat berjalan dengan baik, komunikator harus memperhatikan situasi dan kondisi dimana komunikasi berada.
3. Konten
Konten berkaitan dengan isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Isi pesan informasi disesuaikan dengan kebutuhan komunikan, misalnya pesan atau informasi mengenai kesehatan janin diberikan kepada ibu-ibu, bukan kepada anak remaja. Komunikasi yang efektif akan dapat dicapai jika konten yang disampaikan komunikator mengandung informasi atau pesan yang berarti penting untuk diketahui oleh komunikan.
4. Kejelasan

Kejelasan dari pesan informasi yang disampaikan komunikator sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman komunikasi dalam menangkap isi pesan informasi yang disampaikan komunikator. Kejelasan disini mencakup kejelasan isi pesan, kejelasan kata kata yang digunakan dan kejelasan bahasa tubuh yang digunakan.

5. Kesenambungan dan Konsistensi

Kesenambungan dan konsistensi pesan informasi yang disampaikan diperlukan agar komunikasi berhasil dilakukan. pesan perlu disampaikan secara terus menerus dan konsisten. pesan yang disampaikan sebelumnya dengan pesan selanjutnya tidak saling bertentangan.

Indikator Komunikasi

Berikut adalah enam indikator komunikasi Menurut Projo Arta (2016:10-11):

1. Klaritas
Berkomunikasi dengan jelas dan terstruktur sehingga pesan yang disampaikan dapat di pahami dengan mudah oleh penerima. Hindari penggunaan bahasa yang ambigu atau kata kata yang dapat menimbulkan kebingungan.
2. Mendengarkan Aktif
Menjadi pendengar yang aktif dengan memberikan perhatian penuh kepada pembicara. Dengarkan dengan penuh kesabaran, jagalah kontak mata dan berikan respons yang relevan untuk menunjukkan bahwa anda benar benar memperhatikan dan memahami apa yang sedang dikatakan.
3. Empati
Mempertimbangkan dan memahami perspektif, perasaan dan kebutuhan orang lain. berusaha untuk melihat situasi dari sudut pandang mereka dan merespon dengan kepekaan terhadap emosi yang mungkin mereka alami.
4. Keterbukaan
Bersedia menerima masukan, pendapat, dan ide ide baru. Hindari sikap defensif atau membatasi diri dalam menerima sudut pandang yang berbeda. Terbuka untuk diskusi dan kolaborasi yang memperkaya pemahaman dan pemecahan masalah.
5. Penggunaan Bahasa Tubuh Yang Efektif
Keselarasan antara bahasa verbal dan non verbal sangat penting. Perhatikan bahasa tubuh, ekspresi wajah, gerakan tangan dan postur tubuh yang mendukung pesan yang ingin disampaikan. Pastikan bahwa bahasa tubuh anda mendukung dan konsisten dengan pesan verbal.
6. Kejelasan Dan Kesantunan
Sampaikan pesan dengan cara yang jelas, sederhana, dan terhormat. Hindari penggunaan bahasa yang membingungkan atau ofensif. Gunakan bahasa yang tepat, hindari penggunaan kata kata kasar, dan bersikap hormat kepada lawan bicara.

Teori Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien adalah merupakan nilai subyektif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Tapi walaupun 10 subyektif tetap ada dasar objektifnya, artinya walaupun penilaian itu dilandasi oleh pengalaman masa lalu, pendidikan, situasi psikis waktu itu dan pengaruh lingkungan waktu itu, tetapi tetap akan didasari oleh kebenaran dan kenyataan obyektif yang ada.

Pengertian Kepuasan Pasien Menurut Para Ahli

Berikut ini terdapat beberapa pengertian kepuasan pasien menurut para ahli, terdiri atas:

1. Nursalam (2011)
Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang bersal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktifitas dan suatu produk dengan harapannya.
2. Tjiptono (2015)
"Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan harapannya". jadi menurut beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang didapat, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk menentukan harapan konsumen agar perusahaan bisa memenuhi harapan tersebut.

Rumus Kepuasan Pasien

Kepuasan pengguna jasa pelayanan kesehatan dapat disimpulkan sebagai selisih kinerja instansi pelayanan kesehatan dengan harapan pasien (Muninjaya 2011). Dari penjelasan ini, kepuasan pelanggan dapat dirumuskan sebagai berikut:

- ✓ $\text{Performance} < \text{Expectation}$. Jika kinerja pelayanan kesehatan lebih jelek dari pada apa yang diharapkan para pengguna, kinerja pelayanan kesehatan akan dipandang jelek oleh penggunanya, karena tidak sesuai dengan harapan pengguna sebelum menerima pelayanan kesehatan. Hasilnya pengguna pelayanan merasa kurang puas dengan pelayanan yang diterima.
- ✓ $\text{Performance} = \text{Expectation}$. Jika kinerja pelayanan kesehatan sama dengan harapan para

penggunanya, pengguna layanan kesehatan akan diterima kinerja pelayanan jasa dengan baik. pelayanan yang diterima sesuai apa yang diharapkan penggunaanya. Hasilnya para pengguna pelayanan merasa puas dengan layanan yang diterima.

- ✓ Performance > Expectation. Bila kinerja layanan kesehatan lebih tinggi dari apa yang diharapkan pengguna, pengguna akan menerima layanan yang melebihi harapannya, hasilnya para pelanggan merasa sangat puas dengan pelayanan kesehatan yang diterima.

Cara Mengukur Kepuasan Pasien

Mereka yang membeli atau menggunakan produk atau jasa pelayanan kesehatan disebut pelanggan atau customer “Muninjaya 2012”. lebih lanjut menurut “Kotler dalam Nursalam, 2011” ada beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan atau pasien antara lain:

1. Sistem keluhan dan saran. Seperti kotak saran di lokasi lokasi strategis, kartu pos, saluran telepon bebas pulsa, website, email dan lain-lain.
2. Survei kepuasan pelanggan. Baik via pos, telepon, email, maupun tatap muka langsung.
3. Ghot Shopping. Salah satu bentuk observasi yang memakai jasa orang yang menyamar sebagai pelanggan atau pesaing untuk mengamati aspek - aspek pelayanan dan kualitas produk.
4. Lost Customer Analysis yaitu menghubungi atau mewawancarai pelanggan yang telah beralih dalam rangka memahami penyebab dengan melakukan perbaikan pelayanan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien

Menurut Moison, Walter dan White dalam Haryati (2015), kepuasan pasien dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

1. Karakteristik produk merupakan kepemilikan laboratorium rumah sakit yang bersifat fisik antara lain gedung, dekorasi, tampilan bangunan, kebersihan dan tipe ruangan yang disediakan beserta kelengkapan.
2. Harga merupakan aspek penting dalam penentuan klinis guna mencapai kepuasan pasien meskipun elemen ini mempengaruhi pasien dari segi biaya yang dikeluarkan.
3. Pelayanan meliputi keramahan petugas, memberikan pelayanan dengan baik sesuai dengan kebutuhan pasien. Pasien akan merasa puas apabila pelayanan di laboratorium rumah sakit tersebut melayani dengan baik sesuai dengan SOP yang telah ada.
4. Letak lokasi strategis, merupakan pertimbangan pasien. apabila letak laboratorium rumah sakit dekat dengan keramaian dan transportasi mudah serta lingkungan baik maka akan menjadi pilihan bagi pasien.
5. Fasilitas merupakan kelengkapan laboratorium rumah sakit yang turut menentukan penilaian terhadap kepuasan pasien.
6. Image merupakan kepedulian laboratorium rumah sakit terhadap lingkungan mempunyai peran penting terhadap kepuasan pasien, diaman pasien melihat laboratorium rumah sakit mana yang melayani dengan baik untuk proses penyembuhan mereka.
7. Desain visual, tata ruang dan dekorasi menentukan kenyamanan suatu laboratorium rumah sakit dan pasien. desain ini harus ikut sertakan dalam penyusunan strategi terhadap kepuasan pasien.
8. Komunikasi merupakan informasi yang diberikan pihak penerima jasa dan keluhan oleh penyedia jasa terutama petugas laboratorium dalam memberikan bantuan terhadap keluhan pasien.

Indikator Kepuasan Pasien

Kepuasan yang dirasakan seseorang sangat bervariasi sekali, Menurut Kotler dalam jurnal Suwardi (2010) indikator kepuasan pasien sebagai berikut:

1. Mendapatkan pelayanan yang baik.
2. Menyelesaikan tugas yang dilakukan dengan cepat.
3. Petugas yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik.
4. Merespon dan menanggapi dengan baik keluhan pasien. Fandy Tjiptono (2012) menyatakan dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen, akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apapun.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif (quantitative methods). Misbahuddin dan Hasan (2013) menyatakan bahwa analisis kuantitatif adalah analisis yang bersifat kuantitatif (angka) seperti model statistik, model matematika dan ekonometrik. Di mana hasil analisis yang disajikan dalam bentuk angka dijelaskan dan dituangkan (diinterpretasikan) dalam suatu uraian. Tujuannya untuk melihat bagaimana pengaruh pelayanan komunikasi yang diterapkan oleh rumah sakit prima pekanbaru. Kemudian pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan terjun langsung ke objek penelitian untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan cara menyebarkan berbagai pertanyaan yang berbentuk kuesioner kepada responden (pasien rawat

jalan rumah sakit prima). Selanjutnya tujuan dan arah dalam penelitian yang digunakan bersifat deskriptif untuk menggambarkan sejauh mana tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan komunikasi rumah sakit prima pekanbaru.

Sugiyono (2018) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan dirumah sakit primapekanbaru dengan jumlah populasi 162.667 pasien periode tahun 2022.

Menurut Wijaya (2013) berpendapat bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil atau ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Penentuan ukuran suatu sampel dari suatu sampel dari suatu populasi ada beberapa macam itu tergantung pada populasi yang diketahui jumlahnya dan populasinya yang tidak diketahui jumlahnya (terlalu besar). Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang memiliki oleh populasinya tersebut.

Teknik pengambilan sampel bertujuan memudahkan peneliti dalam menentukan sampel yang akan diteliti. Teknik sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua, yaitu probability sampling dan non probability sampling. Teknik non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (sugiyono, 2016). Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 pasien rawat jalan rumah sakit prima pekanbaru. Jumlah sampel diambil berdasarkan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} = \frac{162.667}{1 + 162.667 \cdot (10\%)} = \frac{162.667}{16.267,7} = 9,9994$$

Keterangan :

n = Besarnya Sampel

N = 162.667 populasi

e = 10% Tingkat eror

HASIL

Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan data dari 100 orang responden, setelah dilakukan pengujian adapun persamaan regresinya adalah dengan menggunakan rumus SPSS.22.0 didapat nilai a = 8,456, b1 = 0,117, b2 = 0,154, maka persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel Nilai Koefisien Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,456	2,162		3,911	,000
Pelayanan	,117	,048	,245	2,423	,017
Komunikasi	,154	,071	,218	2,158	,033

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi yang dihasilkan adalah :

$$Y = 8,456 + 0,117X_1 + 0,154X_2$$

Berdasarkan hasil persamaan regresinya maka dapat diketahui penjelasan sebagai berikut

1. Konstanta 8,456. Berarti saat pelayanan dan komunikasi diabaikan atau nol maka kepuasan pasien sebesar 8,456 satuan.
2. Koefisien variabel pelayanan (X1) 0,117. Berarti jika variabel pelayanan di naikkan 1 satuan dan komunikasi diabaikan/dianggap nol, maka kepuasan pasien rawat jalan dirumah sakit prima pekanbaru akan naik sebesar 0,117 satuan. Koefisien variabel pelayanan bertanda positif. Berarti

semakin baik pelayanan yang diberikan maka kepuasan pasien rawat jalan prima pekanbaru akan ikut meningkat.

3. Koefisien variabel komunikasi (X2) 0,154. Berarti jika variabel komunikasi dinaikkan 1 satuan dan pelayanan diabaikan, maka kepuasan pasien rawat jalan prima pekanbaru akan naik sebesar 0,154 satuan. Koefisien variabel komunikasi bertanda positif. Berarti semakin baik komunikasi yang dirasakan pasien maka kepuasan pasien rawat jalan rumah sakit prima akan ikut meningkat.

Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh pelayanan dan komunikasi terhadap kepuasan pasien rawat jalan rumah sakit prima pekanbaru digunakan analisis determinasi (R²), setelah dilakukan pengolahan data dapat dilihat pada tabel 5.5 berikut ini : Tabel Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,384 ^a	,148	,130	1,07940

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Olahan, 2024

Dari tabel diatas dapat diperoleh nilai R 0,384. Hal ini berarti pelayanan dan komunikasi secara simultan memiliki keeratan sebesar 38,4% terhadap kepuasan pasien sedangkan hasil nilai adjusted r square (analisis determinasi) sebesar 0,130. Hal ini berarti pelayanan dan komunikasi memberikan sumbangan pengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan rumah sakit prima pekanbaru sebesar 13% sedangkan sisanya sebesar (100% - 13%) = 87% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji t)

Pada Uji Hipotesis (Uji t) pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Bila t hitung > t tabel maka H_a diterima dan H₀ ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila t hitung < t tabel maka H_a ditolak dan H₀ diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil pengujian signifikansi parameter individual (uji t) dapat dilihat ada tabel berikut :

Tabel Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,456	2,162		3,911	,000
Pelayanan	,117	,048	,245	2,423	,017
Komunikasi	,154	,071	,218	2,158	,033

Sumber : Data OlahanSPSS,22.2023

Dari tabel 5.3 dapat dilihat bahwa nilai t hitung pelayanan (X1) sebesar 2,423, komunikasi (X2) sebesar 2,158. Tingkat signifikan penelitian ini adalah 5% atau 0,025 (Uji 2 sisi). Untuk melakukan uji t maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut : Tingkat signifikan penelitian ini adalah 5% atau 0,025 (Uji 2 sisi). Berarti didapat t tabel sebesar 1,985. Maka terbukti bahwa :

1. Pelayanan (X1) = dengan t hitung 2,423 lebih besar dari t tabel 1,985 dengan tingkat signifikan 0,017 lebih kecil dari 0,05. Maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya variabel pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap pasien rawat jalan rumah sakit prima pekanbaru.
2. Komunikasi (X2) = dengan t hitung 2,158 lebih besar dari t tabel 1,985 dengan tingkat signifikan 0,033 lebih kecil dari 0,05. maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya variabel komunikasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap pasien rawat jalan rumah sakit prima pekanbaru.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (pelayanan dan komunikasi) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pasien). Berikut ini tabel hasil uji F pada SPSS, yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	19,575	2	9,788	8,401	,000 ^b
Residual	113,015	97	1,165		
Total	132,590	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kominkasih, Pelayanan

Sumber: Data Olahan SPSS.22,2023

Untuk melihat signifikan tidaknya pengaruh pelayanan dan komunikasi terhadap kepuasan pasien maka digunakan uji F. Nilai F tabel diperoleh sebesar $F(0,05)(97) = 3,94$, sedangkan F hitung pada uji F diperoleh dari data olahan adalah sebesar $= 8,401$ berarti $F \text{ hitung} = 8,401 > 3,94$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti secara simultan variabel pelayanan dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan dirumah sakit prima pekanbaru.

PEMBAHASAN

1. Pelayanan (X_1) = dengan t hitung 2,423 lebih besar dari t tabel 1,985 dengan tingkat signifikan 0,017 lebih kecil dari 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap pasien rawat jalan dirumah sakit prima pekanbaru.
2. Komunikasi (X_2) = dengan t hitung 2,158 lebih besar dari t tabel 1,985 dengan tingkat signifikan 0,033 lebih kecil dari 0,05. maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel komunikasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap pasien rawat jalan dirumah sakit prima pekanbaru.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh pelayanan dan komunikasi terhadap kepuasan pasien rawat jalan dirumah sakit prima pekanbaru, maka berikut ini penulis menganalisis kesimpulan yaitu:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan dirumah sakit prima pekanbaru dengan nilai t hitung $2,423 > t \text{ tabel } 1,985$. Variabel komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan dirumah sakit prima pekanbaru dengan nilai t hitung $2,158 > t \text{ tabel } 1,985$.
2. Hasil uji F menunjukkan bahwa pelayanan dan komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan dirumah sakit prima pekanbaru dengan nilai F hitung $8,401 > F \text{ tabel } 3,94$.
3. Nilai adjusted r square (analisis determinasi) sebesar 0,130. Hal ini berarti pelayanan dan komunikasi memberikan sumbangan pengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan dirumah sakit prima pekanbaru sebesar 13% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 13\%) = 87\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Armaizon.2015.Hubungan mutu pelayanan dengan tingkat kepuasan pasien non akses di insalasi rawat jalan rumah sakit achmad mochtar bukitinggi.
- Danang Suntoyo.2012.Sumber daya manusia setinggi tingginya ,hubungan kerja yang serasi antara para karyawan dan penyatu panduan sumber daya manusia secara efektif,Jakarta.
- Fandy Tjiptono.2012.Kualitas pelayanan kepada konsumen akan meningkat indeks kepuasan kualitas konsumen,Yogyakarta.
- HendySimamora.2014.Sumberdaya manusia adalah pendayagunaan,pengembangan,penilaian,pemberian balas jasa dan pengelolah individu anggita keolmpok.jakarta.
- Kotler.2016.Pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat di tawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain,pada dasarnya tidak wujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.jakarta.

- Khoiril Najib.2016.Pengaruh kualitas pelayanan Kesehatan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di rsud.yogyakarta.
- Lukman Hakim.2020.Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di rsud.kabupaten takalar.
- Mahfudho.2020.Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien pad rumah sakit umum dearah kota cilegon.
- Muninjaya.2011.Kepuasan pengguna jasa pelayanan Kesehatan dapat disimpulkan selisih kinerja,Surabaya.
- Misbahuddin dan Hassan.2013.Analisis kualitatif adalah analisis yang bersifat angka,bumi aksara,Jakarta.
- Moison.2015.Kepuasan pasien di pengaruhi beberapa faktor,jakarta.
- Nursalam.2011.Kepuasan seseorang adalah perasaan senang yang berasal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktivitas,selemba medika,yogyakarta.
- Suwardi.2010.Indikator indikator kepuasan pasien,yogyakarta.
- Santoso.2010.Hipotesis penelitian,jakarta.
- Sugiyono.2013,Uji validitas,Alfabet,Bandung.
- Sugiyono.2016,Teknik pengambilan sampel,Alfabet,Bandung.
- Sugiyono.2017,Variabel bebas ,Variabel terikat,Skala PengukuranAlfabet,Bandung.
- Sugiyono.2018.Populasi sebagai wilayah generalisasi yang mempunyai kualitas dan karakteristik,alfabeta,bandung.
- Tjiptono.2016,Faktor yang mempengaruhi sebuah layanan,Yogyakarta.
- Projo arta.2016.Indikator-indikator komunikasi,Seleman,Jakarta.