

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru)

Oleh:

Fanny Febriani¹ & Seno Andri²
Email : feyndall@gmail.com

¹Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau

²Dosen Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya KM 12,5 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293

Abstract

The purpose of this research is: (1) to find out and analyse the service quality (2) to find out and analyse the corporate image (3) to determine the influence of the service quality with corporate image in Ibnu Sina Islamic Hospital Pekanbaru. This research was conducted in the offices of Ibnu Sina Islamic Hospital Pekanbaru that is located on Melati Street. The research method used was quantitative. With the object of research is the Ibnu Sina Islamic Hospital Pekanbaru. With the method of data collection by means of questioner and interviews. Data analysis techniques using Simple Linear Regression analysis. With the result of the research there is service quality influences with corporate image in Ibnu Sina Islamic Hospital Pekanbaru of percent.

Keywords: Service quality, corporate image.

1. Pendahuluan

Perusahaan jasa saat ini berkembang dengan sangat cepat. Persaingan yang terjadi saat ini sangat kompetitif dalam bidang perusahaan ini. Pelayanan yang diberikan antara satu penyedia jasa dengan pemberi jasa lainnya sangat bervariasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Perusahaan jasa rumah sakit sebagai salah satu jasa dalam dunia pemasaran dituntut memberikan kualitas optimal atas kinerja yang diberikan kepada pasien karena pasien akan memberikan penilaian subjektif atau membentuk persepsi langsung terhadap citra perusahaan atau penyedia jasa yang bersangkutan.

Tabel. I.3

**Pertumbuhan Pasien Rawat Inap
RS Islam Ibnu Sina Pekanbaru**

No.	Tahun	Jumlah	Persentase (%)
1	2011	10.853	-
2	2012	10.576	(2, 55)
3	2013	9.228	(12,74)

Sumber: RS Islam Ibnu Sina Pekanbaru

Dari tabel I.3 dapat dilihat pertumbuhan pasien rawat inap Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru dalam 3 tahun terakhir yaitu 2011 – 2013 mengalami fluktuasi.

Tabel I.4

**Pertumbuhan Pasien Lama Rawat
Jalan RS Islam Ibnu Sina Pekanbaru**

No.	Tahun	Jumlah	Persentase (%)
1	2011	46.391	-
2	2012	52.243	12,61
3	2013	50.034	(4,57)

Sumber: RS Islam Ibnu Sina Pekanbaru

Dari tabel I.4 dapat dilihat pertumbuhan pasien lama rawat jalan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru dalam 3 tahun terakhir yaitu 2011 – 2013 mengalami fluktuasi.

Tabel I.5

**Pertumbuhan Pasien Baru Rawat Jalan
RS Islam Ibnu Sina Pekanbaru**

No.	Tahun	Jumlah	Persentase (%)
-----	-------	--------	----------------

1	2011	16.881	-
2	2012	18.640	10,42
3	2013	16.910	(9,28)

Sumber: RS Islam Ibnu Sina Pekanbaru

Dari tabel I.5 dapat dilihat pertumbuhan pasien baru rawat jalan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru dalam 3 tahun terakhir yaitu 2011 – 2013 mengalami fluktuasi.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (Studi Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru)”**.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut maka penulis merumuskan masalah penelitian yaitu: **“Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru?”**

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru.
- Untuk mengetahui citra perusahaan pada Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru.
- Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru.

Manfaat

- Manfaat Teori
 - Bagi Peneliti
Untuk menambah wawasan bagi peneliti sendiri.
- Manfaat Praktis
 - Bagi Perusahaan
Sebagai masukan bagi perusahaan berkaitan dengan kajian yang peneliti sampaikan.
 - Bagi Peneliti Lain dan Pembaca

1) Sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya dalam meneliti mengenai kualitas pelayanan Rumah Sakit.

2) Sebagai masukan kepada mahasiswa maupun pihak-pihak yang berkepentingan dalam menambah wawasan dan keilmuan khususnya mengangkat tentang kualitas pelayanan dan citra perusahaan.

2. Konsep Teoritis

Definisi Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan memberikan kemampuan seseorang guna menunjang kelancaran kegiatan operasional dan memberikan layanan kepada orang lain (Sunu, 1999).

Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan bagi pelanggan (Lukman, 1999).

Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 1996).

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, 1997).

Kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau memenuhi harapan (Arief, 2006).

Konsep Citra

Citra (*image*) adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya (Kotler, 2002).

Citra (*image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik

tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan, atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya (Kriyantono, 2008).

Citra sebagai gambaran mental atau konsep tentang sesuatu. Citra yang baik dari suatu organisasi (baik korporasi maupun lokal), merupakan asset, karena citra mempunyai suatu dampak pada persepsi konsumen dari komunikasi dan operasi organisasi dalam berbagai hal Webster (dalam Sutisna, 2001).

Konsep Operasional

Untuk menghindari kesalahan persepsi atau pemahaman dalam penelitian ini, maka penulis menjelaskan beberapa hal yang menyangkut permasalahan:

- Kualitas pelayanan merupakan variabel independen, yaitu yang mempengaruhi citra perusahaan terdiri dari 5 dimensi yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responssiveness), jaminan (assurance), empati (emphaty), dan bukti fisik (tagibles). Diukur dengan skala likert (5,4,3,2,1).
- Citra perusahaan merupakan variabel dependen, adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, terdiri dari citra pelayanan, citra kualitas produk, citra budaya rumah sakit, citra perilaku rumah sakit, dan citra perilaku tenaga medis. Diukur dengan skala likert (5,4,3,2,1).

Metode Penelitian

Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru yang beralamat di Jalan Melati No. 60 Pekanbaru.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pasien Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru tahun 2013. Mempertimbangkan keterbatasan jumlah populasi, maka penulis melakukan teknik *accidental sampling*.

Teknik pengumpulan data

Adapun teknik yang digunakan dalam usaha pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Angket (*questioner*) yaitu pengumpulan data dari responden/sumber data primer dengan cara mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis/angket kepada responden yang telah ditetapkan sebagai sampel.
- b. Wawancara (*interview*) yaitu mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung baik dengan manajer Rumah Sakit Islam Ibnu Sina, mengenai hal-hal yang erat hubungannya dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian ini.

Jenis dan sumber data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa:

- a. Data primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diperoleh melalui pengamatan di lokasi penelitian dengan mengambil data yang dibutuhkan sesuai dengan penelitian yaitu berupa tanya jawab langsung dan memberi kuesioner kepada pasien rumah sakit yang akan diteliti.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk yang sudah siap disusun atau diolah, dapat berbentuk tabel atau laporan-laporan lainnya. Seperti sejarah singkat perusahaan, aktivitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan serta fungsi atau tugas masing-masing bidang kerja dalam perusahaan. Sumber data diperoleh dari Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru.

Analisis Data

Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kasual satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2004). Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX \text{ (Sugiyono, 2000)}$$

Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi (r^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi (r^2) mempunyai *range* antara 0 sampai ($0 < r^2 < 1$). Semakin besar nilai r^2 (mendekati 1) maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila (r^2) mendekati nol (0) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah.

Rumus :

$$r^2 = \frac{b(n\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

(Husein Umar, 2011)

Uji t

Uji t ini dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X (kualitas pelayanan) dengan variabel Y (citra perusahaan).

Adapun rumus Hipotesis statistiknya adalah (Husein Umar, 2011)

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

3. Hasil Penelitian

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka sesungguhnya responden dalam menjawab pernyataan-pernyataan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Sesuai dengan standar pembuatan instrumen, bahwa sebelum instrumen digunakan sebagai alat uji penelitian, maka harus di uji cobakan terlebih dahulu. Oleh karena itu, untuk mengetahui tingkat keandalan atau kepercayaan instrumen penelitian ini, penulis melakukan uji coba kepada 100 responden.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r

tabel. Jika r hitung $\geq$ r tabel maka alat ukur yang digunakan dinyatakan valid dan sebaliknya, jika r hitung $<$ r tabel maka alat ukur yang digunakan tidak valid. Diketahui untuk nilai r tabel dalam penelitian ini adalah sebesar 0,196. Diketahui nilai r hitung seluruh item pernyataan variabel $\geq$ 0,196. Artinya adalah seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, dilakukan juga uji reliabilitas kepada keseluruhan sampel yang berjumlah 100 responden. Uji reliabilitas dilakukan pada butir-butir pernyataan yang telah valid. Teknik untuk menguji reliabilitas instrument yaitu dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dimana variabel tersebut akan dinyatakan reliable dengan ketentuan:

- Apabila nilainya kurang dari 0,6 adalah kurang baik
- Apabila nilainya 0,7 dapat diterima
- Apabila nilainya diatas 0,8 adalah baik

Variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel citra perusahaan (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha diatas 0,60. Untuk variabel kualitas pelayanan (X) nilai Cronbach's alpha sebesar 0,895 .

Analisis Regresi Linier Sederhana

Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Metode yang menghubungkan satu variabel dependen dengan variabel independen, sesuai hipotesis yang diuji dalam penelitian.

Persamaan Regresi Sederhana :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4,225 + 0,600X$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas:

- Nilai konstanta (a) sebesar 4,225. Artinya adalah apabila kualitas pelayanan diasumsikan nol (0), maka citra perusahaan bernilai 4,225.

- Nilai koefisien regresi variabel pelatihan sebesar 0,600. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan pelatihan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,600.

Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi (r^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen (Kualitas Pelayanan) dapat menjelaskan variabel dependennya (Citra Perusahaan). Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel dependen dalam menjelaskan variabel independennya. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasil baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

R Square merupakan koefisien determinasi. Dan diperoleh nilai R Square sebesar 0,918. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel pelatihan terhadap variabel volume kinerja adalah sebesar 91,8%. Sedangkan sisanya 8,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

Hasil Analisis Regresi (uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau individual. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.

Diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5 % dengan Persamaan berikut:

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= n - k - 1 : \alpha / 2 \\ &= 100 - 1 - 1 : 0,05 / 2 \\ &= 98 : 0,025 \\ &= 1,984 \end{aligned}$$

Keterangan: n : jumlah
k : jumlah variabel bebas
1 : konstan

Diketahui t hitung (33,131) > t tabel (1,984) dan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya adalah bahwa variabel kualitas pelayanan

berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilandasi dengan kajian teori dan perumusan masalah yang telah dibahas, selanjutnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari penjelasan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya kualitas pelayanan dikategorikan baik serta tepat untuk diterapkan, karena sebagian besar pasien menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit, yang artinya pelayanan adalah suatu usaha atau kegiatan yang dilakukan dengan memberikan kemampuan seseorang guna menunjang kelancaran kegiatan operasional baik berinteraksi langsung dengan orang lain atau mesin secara fisik dan mampu menyediakan kepuasan bagi pelanggan.
2. Tanggapan responden terhadap citra perusahaan pada Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru dapat disimpulkan bahwasanya pasien Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru telah merasa citra perusahaan rumah sakit tersebut baik dengan bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini terlihat dengan banyaknya tanggapan responden yang memberikan jawaban baik terhadap pertanyaan yang terkait dengan citra perusahaan.
3. Berdasarkan hasil perhitungan variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi lima komponen, antara lain keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (emphaty), serta bukti fisik (tangibles) yang masing-masing memiliki indikator yang saling berkaitan dan berpengaruh positif

terhadap citra perusahaan pada Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru.

Saran

1. Agar kualitas pelayanan lebih baik lagi, pihak Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru perlu meningkatkan komitmen karyawannya untuk senantiasa menciptakan pelayanan yang berkualitas, diawali dengan melakukan inovasi fasilitas rumah sakit serta dengan lebih komunikatif terhadap keluhan dan masukan dari pasien. Hal ini dapat dilakukan dengan mengedepankan kualitas pelayanan.
2. Agar citra perusahaan lebih baik lagi, pihak Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru perlu meningkatkan lagi pada dimensi-dimensi pembentuk kualitas pelayanan, terutama peningkatan pada dimensi jaminan (assurance) yang memiliki nilai terendah diantara dimensi lainnya terutama pada karyawan mempunyai wawasan dan pengetahuan untuk lebih ditingkatkan, serta memperhatikan budaya rumah sakit serta perilaku tim medis agar citra perusahaan semakin baik dipersepsi pasien dan mendapat nilai lebih dari pasien jika menggunakan fasilitas yang diberikan oleh Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru.
3. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru mempunyai pengaruh yang positif dan perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah diterapkan dan kembali meningkatkan pelayanan terutama yang dikeluhkan oleh pasien.

Daftar Pustaka

- Anggoro, M. Linggar. 2000. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arief, Muhtosim. 2005. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Herman, Hudoyo. 2000. *Bentuk-bentuk Pelayanan*. Jakarta: Penerbit Semangat.
- J. Keangen, Warren. 1999. *Global Marketing Management*. Prentice Hall. Inc.
- Kandampully, J dan Dwi Suhartanto, 2000. *Customer Loyalty in the Hotel Industri: The Role of Customer Satisfaction and Image*, International Journal of Contemporary Hospitality Management: 346-351.
- Kotler, Armstrong. 1993. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi VIII. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian)*, Edisi VII. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium 1*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*. Jakarta: Kencana Prenada.
- LeBalnc and Nha Nguyen, 1996. *Ceus Use by Customer Evaluating Corporate Image in Service Firm*. International Journal of Service Industry Management. 7(2). 44-56
- Lovelock, Christoper. Wright Lauren. 1984. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Lovelock, Christoper, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry. 2012. *Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia, Jilid I Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Lukman, Sampara. 1999. *Pelayanan Prima*. Jakarta: Penerbit Lembaga Administrasi Negara.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Payne, Adrian. 2002. *The Essence of Service Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Meansuring Customer Satisfaction. Teknik Mengukur dan Stratgei Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan & Sunarto,H, 2007. *Pengantar Statiska*. Bandung: Alfabeta.
- Ruslan, Rosady, 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, Cetakan Keenam, Edisi Revisi. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Soemirat, Soleh, Elvinaro Ardianto, 2004. *Dasar – dasar Public Relation*, Cetakan Ketiga. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Soetopo. 1999. *Manajemen Personalia*. Jakarta: CV. Rineka Cipta.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunu, Pramudya. 1999. *Peran Sumber Daya Manusia dalam Penerapan ISO 9000*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Sutisna, 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya
- Sutojo, Siswanto, 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, Husein. 2001. *Riset Sumber Daya Dalam Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia.