

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI KLINIK PRATAMA STIESIA SURABAYA

BagusKrisdianto,
Baguskrisdianto95@gmail.com
Khuzaini

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The existence of good service quality in a company, will create satisfaction for its customers. The development of the world of health The development of development is very significant and has a pretty good development. Making competition more competitive. This study aims to analyze and evaluate service quality and price on patient satisfaction at Pratama Clinic STIESIA Surabaya. This research is a type of quantitative research using descriptive statistical methods, in the discussion conducted between independent variables on the dependent variable. This study presents a causal relationship that states whether there are differences in service quality and price on patient satisfaction at STIESIA Surabaya Primary Clinic. The number of samples used in this study were 100 respondents. Based on the results of research conducted in the field. Both service quality and price variables are significant to customer satisfaction. This has shown that, the quality of service and price that has been done by the health clinic has a significant effect in patient satisfaction at Pratama Clinic STIESIA Surabaya.

Keywords: service quality, price and customer satisfaction

ABSTRAK

Perkembangan dunia kesehatan mengalami perkembangan signifikan dan memiliki prospek yang bagus. Kondisi seperti ini membuat persaingan menjadi semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pasien di Klinik Pratama STIESIA Surabaya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif menggunakan metode statistik deskriptif, dalam membahas pengaruh yang terjadi antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menjelaskan sebab akibat yang menyatakan ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pasien Klinik Pratama STIESIA Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan telah menunjukkan bahwa kedua variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Pratama STIESIA Surabaya.

Kata kunci : kualitas layanan, harga dan kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Industri jasa kesehatan bukan hanya mengenai masalah penyembuhan terhadap suatu penyakit namun juga fokus terhadap tindakan pencegahan penyakit dan peningkatan kualitas kesehatan masyarakat ke arah yang lebih baik lagi. Maraknya penyakit menular yang masih menjadi masalah kesehatan masyarakat di Indonesia akan sulit diatasi apabila masyarakat dan penyedia jasa kesehatan hanya fokus pada penyembuhan penyakit daripada upaya menjaga kesehatan dan pencegahan penyakit. Karena itu perlu dilakukan tindakan yang mengutamakan mencegah lebih baik daripada mengobati.

Semakin tingginya tingkat pendidikan masyarakat maka masyarakat sadar akan pentingnya kualitas layanan. Masyarakat cenderung mencari pelayanan kesehatan yang lebih baik dan cepat diatasi hal ini menimbulkan persaingan secara ketat terhadap rumah

sakit, puskesmas maupun klinik. Banyak penyedia jasa yang sadar akan hal tersebut dan otomatis mereka harus mewujudkan kepuasan pelayanan tersebut dengan berbagai strategi pelayanan agar dapat menarik / mempertahankan pelanggan.

Sebagai pelayanan kesehatan, klinik harus sadar atas pelayanan yang telah diberikan, apakah sudah sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat atau belum mencapai apa yang diharapkan masyarakat. Klinik harus menjaga kepercayaan pasien dengan meningkatkan kualitas layanannya. Menurut Kotler (2009:49), pelayanan kesehatan yang berkualitas adalah pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pasiennya.

Klinik Pratama STIESIA Surabaya juga memberikan potongan 50% khusus untuk mahasiswa STIESIA yang berobat dan menyediakan BPJS. Peningkatan sarana prasarana klinik juga harus diterapkan untuk mencegah hambatan dalam pemberian pelayanan kesehatan terhadap pasien. Dengan adanya peningkatan sarana dan prasarana diharapkan dapat mengantisipasi kendala di lapangan dalam mendapatkan pelayanan yang berkualitas.

Adanya kualitas layanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan kepadanya. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan menggunakan kembali serta memberitahukan kepada orang lain untuk menggunakan di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai untuk memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas layanan.

Secara keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan pada akhirnya nilai yang diberikan kepada pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting dalam mengkonsumsi suatu jasa. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna, maka dari itu pengalaman pasien selama perawatan menjadi hal yang harus diperhatikan. Jika, pelanggan merasa puas atas layanan yang diberikan maka kemungkinan besar pelanggan akan kembali menggunakan layanan kesehatan tersebut.

Secara keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan pada akhirnya nilai yang diberikan kepada pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting dalam mengkonsumsi suatu jasa. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna, maka dari itu pengalaman pasien selama perawatan menjadi hal yang harus diperhatikan. Jika, pelanggan merasa puas atas layanan yang diberikan maka kemungkinan besar pelanggan akan kembali menggunakan layanan kesehatan tersebut.

Hidayat (2009) melakukan penelitian menghubungkan kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitiannya Hidayat (2009) menemukan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lain halnya dengan Putra (2012), mereka menemukan perbedaan hasil penelitian yaitu kualitas layanan dan harga ternyata berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul "PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI KLINIK PRATAMA STIESIA SURABAYA". Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi performa dari Klinik Pratama STIESIA Surabaya dari segi kualitas layanan dan harga. Melalui penelitian ini Klinik Pratama STIESIA Surabaya dapat meningkatkan kualitasnya secara umum dan akhirnya member manfaat positif bagi pasien Klinik Pratama STIESIA Surabaya.

Rumusan Masalah

- 1) Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di Klinik Pratama STIESIA Surabaya?
- 2) Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di Klinik Pratama STIESIA Surabaya?

TINJAUAN TEORITIS

Teori Pemasaran Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2013:5) pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin menciptakan dengan menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Sedangkan menurut *American Marketing Association* (AMA) dalam Kotler dan Keller (2009:5) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai pada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Jasa pada dasarnya merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan). Hal tersebut berkaitan dengan apa yang telah dikatakan oleh Lupiyoadi (2013:7).

Kualita layanan

Bagi pelanggan, kualitas layanan adalah sedekat mana pelayanan yang diterimanya dibandingkan dengan harapannya. Menurut *American Society* dalam Kotler & Keller (2013:153) pengertian kualitas adalah keseluruhan sifat-sifat dan karakter-karakter suatu produk atau jasa berdasarkan kemampuannya untuk menyatakan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung. Lewis dan Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2011:180) mendefinisikan kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkatan layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Harga

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Menurut Widiananda dan Sinaga (2010:59) telah menyebutkan bahwa, "harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang ditambahkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya". Dapat juga disampaikan harga adalah nilai dari produk atau jasa yang diharapkan bersama pelayanannya, yang harus dikeluarkan atau dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan sejumlah produk.

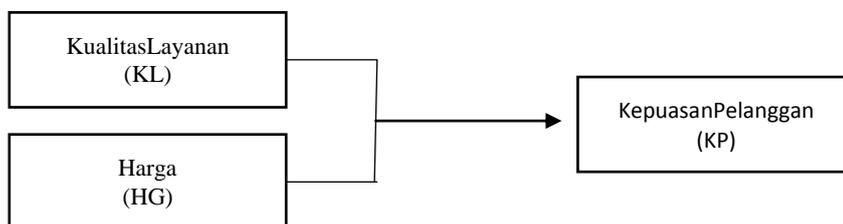
Price (harga) adalah jumlah yang ditagihkan kepada konsumen atas suatu produk atau jasa. Dalam pengertian yang lebih luas, harga didefinisikan sebagai jumlah semua nilai yang lebih luas, harga didefinisikan sebagai jumlah semua nilai yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan *benefit* produk atau jasa yang dimiliki atau digunakan. Sepanjang sejarah, harga adalah faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Menurut Kotler dan Armstrong (2011:345) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Lovelock dan Wirtz (2011:74) telah menyebutkan bahwa, Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan dan juga kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelanggan yang dapat memberikan nilai superior kepada mereka

Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan tujuan, landasan teori dan penelitian terdahulu maka dalam penelitian ini dapat disusun kerangka konseptual seperti yang tersaji dalam gambar berikut ini.



Gambar 1
Model Konseptual Penelitian

Pengembangan Hipotesis Penelitian

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Nova (2010) telah melakukan sebuah penelitian untuk meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di RS PKU Muhammadiyah Surakarta. Pada penelitiannya tersebut telah menunjukkan bahwa, variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap RS PKU Muhammadiyah Surakarta. Pendapat lain yang sejalan dengan hasil penelitian tersebut juga telah diungkapkan oleh Aji. W (2011). Hasil penelitiannya telah menunjukkan kualitas layanan, mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Aji.W (2011) telah melakukan sebuah penelitian dalam menguji variabel harga dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitiannya telah menunjukkan bahwa, harga mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dengan hasil yang sama juga diungkapkan oleh Hosang dan Tumbel (2016). Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa, secara simultan diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu adalah kuantitatif serta dijabarkan melalui statistik deskriptif dalam menguji pengaruh antara variabel satu dan lainnya. Pengukuran tersebut dilakukan pada sampel yang merupakan pasien di Klinik Pratama STIESIA Surabaya. Pada penelitian ini diharapkan juga, peneliti mampu membahas hasil uji lapangan atas suatu fenomena yang ditemukan.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2012:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2012:125) teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sugiyono (2013:78) dalam penjelasannya telah menyebutkan bahwa, *non probability sampling* yang kebanyakan digunakan dalam penelitian adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2016:137) data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dilapangan

yang bersumber dari para responden. Data primer yang dimaksud pada penelitian ini adalah Kerabat dari pasien Klinik Pratama STIESIA Surabaya.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variable adalah sesuatu yang akan dilakukan untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun yang menjadi variable operasional dalam penelitian ini adalah:

a. Kualitas layanan (KL)

Pengertian mengenai kualitas pelayanan telah mengacu pada Wykof yang di dasarkan melalui Tjiptono (2011:59) “merupakan tingkat keuntungan atas apa yang di inginkan konsumen melalui pengendalian diri”. Beberapa indikator dari kualitas layanan di jelaskan sebagai berikut. Menurut Tjiptono Kualitas Layanan dibagi menjadi 5. *Tangible, Responsiveness, Emphaty, Assurance, Reliability*.

b. Harga (HG)

Melalui buku yang telah di jeaskan oleh Kotler dan Amstrong (2011:345), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Penjelasan mengenai detail indikator yang digunakan adalah mengacu pada Kotler dan Amstrong (2011:345). Indikator tersebut antara lain, Kesusaian harga, Daya saing harga dan Metode pembayaran.

c. Kepuasan Pasien (KP)

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan juga dapat diciptkan melalui penilaian dari suatu produk dan jasa yang dikaitkan dengan kepuasan pelanggan. Indikator dalam penelitian ini mengacu pada Lovelock dan Wirtz (2011:74) yang antara lain meliputi :Minat, Daya saing dan Publikasi.

Teknik Analisis Data

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid (Ghozali, 2016:53).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas ini dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden melalui pertanyaan yang diberikan. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2016:43), yaitu jika koefisien *cronbach alpha* $> 0,7$ maka pertanyaan dinyatakan valid.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam model secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel

dependen (Ghozali, 2016:96). Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: a) Jika nilai prob. F hitung (p) $> 0,05$ menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian. b) Jika nilai prob. F hitung (p) $< 0,05$ menunjukkan bahwa uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian.

Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Nilai koefisien (R^2) digunakan dalam pengukuran model hubungan antar variabel. Jika nilai R^2 mendekati angka nol maka, nilainya semakin baik. Sedangkan menurut Ghozali (2011:97) telah menyebutkan bahwa, nilai R^2 besar atau mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan kontribusi yang kuat untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:97) uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Adapun kriteria pengambilan keputusan yaitu: a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh secara parsial. b) Jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka ada pengaruh secara parsial.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian hasil kuisioner dengan memiliki penjumlahan skor antara pernyataan yang ditanyakan pada responden dalam variabel Kualitas Layann (KL), Harga (HG) dan Kepuasan Pelanggan (PG) memiliki nilai lebih dari 0,3. Hasil penyebaran kuesioner tersebut telah menunjukkan bahwa, keseluruhan item pernyataan yang digunakan dalam variabel penelitian telah valid. Sehingga proses pengujian penelitian ini dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Hasil dari penelitian di lapangan diketahui reliabel, apabila jawaban dari responden memiliki konsistensi. Variabel dapat diketahui reliabel saat nilai variabel tersebut memiliki nilai *alpha cronbach* lebih dari 0,6. Uji reliabilitas di lapangan menggunakan SPSS 20. Berdasarkan hasil pengujian hasil kuisioner dengan memiliki penjumlahan skor antara pernyataan yang ditanyakan pada responden dalam variabel Kualitas Layann (KL), Harga (HG) dan Kepuasan Pelanggan (PG) memiliki nilai lebih dari 0,6. Hasil penyebaran kuesioner tersebut telah menunjukkan bahwa, keseluruhan item pernyataan yang digunakan dalam variabel penelitian telah reliabel.

Uji F

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kesesuaian model regresi linear berganda dalam mengukur pengaruh secara simultan kualitas layanan (KL), harga (HG), terhadap kepuasan pelanggan (KP). Kriteria uji F dalam penelitian memiliki nilai yang berbeda-beda.

Tabel 1.
Uji Goodness of Fit dengan Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	219.119	2	109.559	113.151	.000 ^b
	Residual	93.921	97	.968		
	Total	313.040	99			

a. Dependent Variable: KPTOT
b. Predictors: (Constant), HGTOT, KLTOT

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 1. telah diketahui bahwa hasil pengujian memiliki nilai lebih kecil dari 0,5 dan juga 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa pengujian untuk model regresi linier berganda pada variabel pengujian Kualitas Layanan (KL), Harga (HG) terhadap Kepuasan Pelanggan (KP) telah dinyatakan layak atau baik.

Uji Hipotesis dengan Uji t

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t. Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh antara kualitas layanan (KL), harga (HG), terhadap kepuasan pelanggan (KP). Kriteria uji t adalah:

- a. Jika nilai probabilitas > 0,05, maka kualitas layanan (KL), harga (HG), tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (KP).
- b. Jika nilai probabilitas < 0,05, maka kualitas layanan (KL), harga (HG), berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (KP).

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 20 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2.
Pengujian Hipotesis dengan Uji t

<i>Coefficients^a</i>					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	2.103	.716		2.937	.004
1 KLTOT	.139	.014	.661	9.755	.004
HGTOT	.226	.059	.260	3.840	.030

a. *Dependent Variable: KPTOT*

Sumber: Data primer, diolah 2020

Berdasarkan Tabel 2. Telah menunjukkan bahwa, masing-masing variable memiliki hubungan. Hasil uji t pada tabel diatas telah menunjukkan bahwa kualitas layanan (KL) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KP). Hasil uji t selanjutnya juga menunjukkan bahwa, harga (HG) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KP).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Klinik Pratama STIESIA Surabaya. Maka hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Klinik Pratama STIESIA Surabaya dinyatakan “diterima”. Hal ini menunjukkan pentingnya kualitas layanan untuk memuaskan para pasien Klinik Pratama STIESIA Surabaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nova (2010). Pada penelitiannya tersebut telah menunjukkan bahwa, variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap RS PKU Muhammadiyah Surakarta. Pendapat lain yang sejalan dengan hasil penelitian juga telah diungkapkan oleh Aji. W (2011). Hasil penelitiannya telah menunjukkan kualitas layanan, mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Susanti dan Ichsan (2017) memperoleh hasil yang berbeda. Hasil penelitiannya telah menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan dengan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Klinik Pratama STIESIA Surabaya. Sehingga dapat disebutkan bahwa harga yang terjangkau punya pengaruh penting dalam kepuasan pelanggan Klinik Pratama STIESIA Surabaya. Maka hipotesis 2 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Klinik Pratama STIESIA Surabaya dinyatakan "diterima". Hal ini menunjukkan pentingnya harga untuk memuaskan para pasien Klinik Pratama STIESIA Surabaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Aji.W (2011). Hasil penelitiannya telah menunjukkan harga, mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dengan hasil yang sama juga diungkapkan oleh Hosang dan Tumbel (2016). Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa, secara simultan diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Rusmawati dan Marlindawaty (2018) memperoleh hasil yang berbeda. Hasil penelitiannya telah menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah kedua variabel independent dalam penelitian ini yaitu Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent yaitu Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian kedua variabel kualitas layanan (KLTOT) dan harga (HGTOT) yang paling berpengaruh signifikan adalah layanan kualitas (KLTOT) dengan signifikan terkecil yaitu 0,004.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil maka saran-saran yang diajukan yang berkaitan dengan penelitian ini adalah Klinik Pratama STIESIA Surabaya sebaiknya selalu memperhatikan kebijakan mengenai kualitas layanan dan harga, yang diterapkannya agar kepuasan pengunjung semakin meningkat. Bagi peneliti selanjutnya dapat lebih meningkatkan kualitas penelitian dengan menambahkan variabel lain. Agar kedepannya penelitian ini lebih di sempurnakan dan juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk Klinik Pratama STIESIA Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, W. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien (Studi pada Pasien Klinik As Syifa di Kabupaten Bekasi)*.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi Kelima. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Hosang, Natasya dan Tumbel, 2016, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Siloam Manado, *Jurnal Manajemen Pemasaran Jasa Petra*, Vol. 2, No. 18, 1-24.
- Kotler P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- _____. dan K. Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta.

- _____. dan G. Armstrong. 2011. *Marketing An Introduction*. Edisi 10. Perason. Indonesia.
- _____. dan G. Armstrong. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Lovelock C. dan W. Jochen. 2011. *Service Marketing*. Pearson. New Jersey USA.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. R dan D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. 2004. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Andi. Yogyakarta.