

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PASIEN**

(Studi pada Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan)

SKRIPSI



Oleh :

CINDY AISYAH SYAFRUDIN

NIM : 19.01.01.1867P

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS TEKNIK DAN BISNIS

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN

LAMONGAN

2021

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PASIEN**

(Studi pada Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana
Manajemen (S.M.) pada Program Studi S1 Manajemen**



Oleh :

CINDY AISYAH SYAFRUDIN

NIM : 19.01.01.1867P

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS TEKNIK DAN BISNIS

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN

LAMONGAN

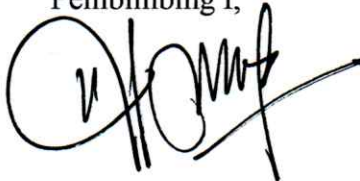
2021

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : CINDY AISYAH SYAFRUDIN
NIM : 1901011867P
JUDUL : PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PASIEN (Studi pada Klinik Gigi K-
24 Pagerwojo Lamongan)

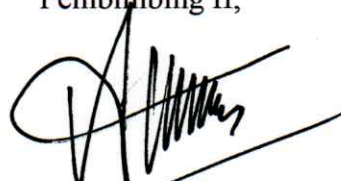
Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
pada tanggal 12 Juni 2021

Pembimbing I,



Darianto, SE., M.M
NIDN: 0704038502

Pembimbing II,



Arian Yusuf Wicaksono, S.M, M.M
NIDN: 0729079301

LEMBAR PENGESAHAN

NAMA : CINDY AISYAH SYAFRUDIN
NIM : 1901011867P
JUDUL : PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PASIEN (Studi pada Klinik Gigi K-
24 Pagerwojo Lamongan)

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 12 Juni 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

Ketua : Dr. Hj. Mu'ah, MM., M.Pd
Anggota : Darianto, SE., M.M
Arian Yusuf Wicaksono, S.M, M.M

Tanda Tangan:



Mengesahkan,

Dekan Fakultas Teknik dan Bisnis
Institut Teknologi dan Bisnis
Ahmad Dahlan Lamongan



Darianto, SE., M.M
NIDN. 0704038502

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Manajemen



Muhammad Sulton, SM, MM
NIDN. 0704019501

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Cindy Aisyah Syafrudin

Nim : 1901011867P

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa **Skripsi** yang berjudul PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN (Studi pada Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan) adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan.

Lamongan, 12 Juni 2021.

Yang Membuat Pernyataan



Cindy

Cindy Aisyah Syafrudin

NIM. 1901011867P

ABSTRAK

Cindy Aisyah Syafrudin, 2021. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pasien (Studi pada Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan)*. Skripsi, Program Studi S1 Manajemen. Program Sarjana Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan. Pembimbing : (1) Darianto, SE., M.M (2) Arian Yusuf Wicaksono, S.M, M.M

Di kabupaten Lamongan sendiri Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan memiliki banyak pesaing klinik swasta dan dalam 3 tahun terakhir banyak juga bermunculan klinik swasta yang baru lainnya. Kondisi ini menuntut klinik untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Klinik yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan kualitas pelayanan dan kepercayaan yang baik kepada para pelanggan dari pesaingnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pasien (Studi pada Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan) secara parsial dan simultan. Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini selama rentan waktu satu setengah bulan dengan melakukan \geq dua kali kunjungan, sebanyak 35 pasien, menggunakan teknik sampling *Nonprobability Sampling*. data dianalisis menggunakan SPSS dengan *software* SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien di Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan.

kata kunci : Kepercayaan, Kualitas Layanan, Kepuasan

ABSTRACT

Cindy Aisyah Syafrudin, 2021. Effect of Trust and Quality of Service on Patient Satisfaction (Study at K-24 Pagerwojo Lamongan Dental Clinic). Thesis, S1 Management Study Program. Ahmad Dahlan Lamongan Institute of Technology and Business Undergraduate Program. Advisors : (1) Darianto, SE., M.M (2) Arian Yusuf Wicaksono, S.M, M.M

In Lamongan district itself K-24 Pagerwojo Lamongan Dental Clinic has many competitors private clinics and in the last 3 years also sprung many other new private clinics. This condition requires the clinic to create a competitive advantage in its business in order to be able to compete continuously. Clinics that want to develop and gain a competitive advantage must be able to provide good quality service and trust to customers of their competitors..

This study aims to determine the effect of trust and service quality on patient satisfaction (Study at K-24 Dental Clinic Pagerwojo Lamongan) partially and simultaneously. This research is a research that uses quantitative methods. The population and sample in this study were for a period of one and a half months by conducting two visits, as many as 35 patients, using the Nonprobability Sampling sampling technique. Data were analyzed using SPSS with SPSS 26 software.

The results showed that partially there was a significant effect of trust and service quality variables on patient satisfaction at the K-24 Dental Clinic Pagerwojo Lamongan.

keywords: Trust, Service Quality, Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN (Studi pada Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan). Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen ITB Ahmad Dahlan Lamongan.

Selama melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan moril dan materiil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Hj. Mu'ah, M.M.,M.Pd., selaku Rektor ITB Ahmad Dahlan Lamongan yang telah memberikan kesempatan penulis untuk belajar di Program Studi S1 Manajemen ITB Ahmad Dahlan Lamongan, sekaligus selaku Dosen penguji yang telah menyediakan waktu untuk menguji dan memberikan arahan kepada penulis.
2. Darianto, SE., M.M., selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Bisnis ITB Ahmad Dahlan Lamongan, sekaligus Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.
3. Muhammad Sulton, S.M, M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen ITB Ahmad Dahlan Lamongan.

4. Arian Yusuf Wicaksono, S.M, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai, sekaligus selaku Dosen penguji yang telah menyediakan waktu untuk menguji dan memberikan arahan kepada penulis.
5. Bapak ibu Dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah mendidik dan memberikan pengetahuan yang berguna selama studi dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap tenaga kependidikan ITB Ahmad Dahlan Lamongan
7. Segenap Manajer/Owner K-24 Dental Care Pagerwojo Lamongan yang telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membantu penulis menyelesaikan proposal skripsi ini.
8. Para responden yang telah memberikan bantuan data dan informasi selama pelaksanaan penelitian di lapangan.
9. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan secara moril dan materiil.
10. Para teman-teman Angkatan 2017/2018 yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Lamongan, 12 Juni 2021

Penulis,

Cindy Aisyah Syafrudin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIHAN TULISAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penulisan.....	10
1.4. Manfaat Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Manajemen.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaraan.....	14
2.1.3 Kepercayaan.....	16
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.5 Kepuasan.....	24
2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
2.2 Kerangka Konsep Penelitian.....	32
2.3 Hipotesis Penelitian.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Lokasi Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Sumber Data.....	36
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	39
3.7.1 Statistik Deskriptif	42
3.7.2 Uji Kualitas Data.....	43
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.8 Uji Hipotesis.....	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	53
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	55
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	56
4.3.1 Variabel Bebas.....	56
4.3.2 Variabel Terikat.....	59
4.4 Hasil Analisis Data.....	60
4.4.1 Uji Keabsahan Data.....	57
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4.5 Uji Hipotesis.....	68
4.5.1 Uji T	68

4.5.2 Uji Simultan.....	70
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	75
4.7.1 Implikasi Teoritis.....	75
4.7.2 Implikasi Manajerial.....	76
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.2	Penelitian Terdahulu.....	27
3.5	Skala likert.....	38
3.6	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	55
4.4	Tanggapan Responden terhadap Kepercayaan (X1).....	57
4.5	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Layanan (X2).....	58
4.6	Tanggapan Responden terhadap Kepuasan (Y).....	60
4.7	Hasil Uji Validitas.....	61
4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	63
4.13	Hasil Uji Multikolinieritas.....	66
4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	66
4.14	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4.15	Hasil Uji T.....	69
4.16	Hasil Uji F.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.3	Kerangka Konsep Penelitian.....	32
4.1	Hasil Pengujian normalitas.....	64
4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner.....	87
2. Data Karakteristik responden.....	92
3. Deskripsi Jawaban Responden.....	93
4. Uji Validitas.....	98
5. Uji Reliabilitas.....	102
6. Uji Asumsi Klasik.....	103
7. Analisis Regresi Linier Berganda.....	105
8. Uji Hipotesis.....	105
9. Surat Perijinan.....	107
10. Surat Balasan.....	109
11. Daftar Riwayat Hidup.....	110

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kesehatan merupakan hak asasi manusia dan salah satu unsur kesejahteraan yang diperoleh setiap warga negara. Definisi kesehatan menurut UU No. 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan, yaitu kesehatan merupakan keadaan sehat, baik secara fisik, mental, spiritual, maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif secara sosial dan ekonomis. Setiap orang juga berhak untuk memperoleh pelayanan kesehatan yang aman, bermutu, dan terjangkau. Mutu pelayanan kesehatan harus diperhatikan oleh fasilitas pelayanan kesehatan seiring dengan pesatnya perkembangan berbagai aspek kehidupan seperti sosial, ekonomi, pendidikan, dan teknologi yang meningkatkan tingginya tuntutan masyarakat terhadap pelayanan kesehatan yang berkualitas atau bermutu. Klinik dituntut untuk memberikan pelayanan kesehatan yang memenuhi standar pelayanan optimal. Klinik dinyatakan berhasil, tidak hanya pada kelengkapan fasilitas yang diunggulkan, melainkan juga sikap dan layanan sumber daya manusia merupakan elemen yang berpengaruh signifikan terhadap pelayanan yang dihasilkan. Dalam memenuhi kebutuhan pasien, pelayanan prima menjadi utama dalam pelayanan di Klinik.

Klinik merupakan suatu fasilitas pelayanan kesehatan medis yang dilakukan oleh beberapa tenaga kesehatan dan tenaga medis. Klinik gigi merupakan fasilitas pelayanan kesehatan yang melayani kesehatan gigi dan mulut kepada masyarakat. Pelayanan kesehatan yang baik tidak hanya sebatas

infrastruktur, tetapi terdapat juga pelayanan pemeriksaan yang diberikan oleh dokter. (Kementerian Kesehatan RI, 2011). Klinik Gigi K24 Pagerwojo Lamongan merupakan salah satu klinik gigi yang berada di Pagerwojo, Lamongan. Klinik yang beroperasi setiap hari ini melayani pelayanan kesehatan gigi untuk masyarakat. Pelayanan gigi yang terdiri dari: pemeriksaan, pengobatan, dan konsultasi medis, premedikasi, kegawatdaruratan *oro-dental*, pencabutan gigi sulung (*topical, infiltrasi*), pencabutan gigi permanen tanpa penyulit, obat pasca *ekstraksi*, tumpatan *komposit, glass ionomer cement* (GIC), *scalling* (pembersihan karang gigi), serta pelayanan gigi lain yang dapat dilakukan di fasilitas kesehatan tingkat pertama sesuai Panduan Praktik Klinik (PPK) Dokter Gigi. (Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk.02.02/ Menkes/ 62/ 2015).

Pelayanan kesehatan sebagai hak setiap orang telah dijamin dalam Undang-Undang Dasar 1945 untuk melakukan upaya peningkatan derajat kesehatan baik perorangan, kelompok atau masyarakat secara keseluruhan. Pelayanan dibidang kesehatan akan senantiasa dibutuhkan oleh masyarakat salah satunya pelayanan kesehatan gigi dan mulut. Pelayanan kesehatan gigi dan mulut merupakan bagian integral dari pelayanan kesehatan secara keseluruhan dalam upaya pencapaian pemerataan, jangkauan, dan peningkatan mutu pelayanan kesehatan gigi dan mulut (Dewanto, Lestari, dan Isnaini, 2014). Kesehatan gigi dan mulut yang baik dibutuhkan dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari seperti makan, minum, bicara, sosialisasi dan rasa percaya diri yang akan meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya menjaga kesehatan gigi dan mulut (Chandra, dkk 2014). Penyelenggaraan upaya kesehatan gigi merupakan upaya

kesehatan yang dilaksanakan secara menyeluruh, terpadu, merata dan meliputi upaya peningkatan, pencegahan, penyembuhan dan pemulihan kesehatan pada semua golongan umur maupun jenis kelamin. Pelayanan pemeriksaan kesehatan gigi dan mulut dilakukan secara menyeluruh kepada seluruh masyarakat. Kesehatan gigi dan mulut di Indonesia dinilai masih rendah, hal ini dilihat dari tingginya keluhan akan penyakit gigi dan mulut di masyarakat. Berdasarkan hasil riset kesehatan dasar (Riskesdas) tahun 2018 menyatakan bahwa, proporsi terbesar masalah gigi di Indonesia adalah 57,6%. Mayoritas 42,2% memilih untuk melakukan pengobatan sendiri. Sebanyak 13,9% berobat ke dokter gigi, sedangkan sisanya memilih untuk berobat ke dokter umum/paramedik lain 5,2%, perawat gigi 2,9%, dokter gigi spesialis 2,4% dan tukang gigi 1,3%. Hal ini menggambarkan masih banyak masyarakat yang belum tersentuh perawatan dan pengobatan terhadap keluhan pada sakit gigi dan mulutnya.

Setiap pasien yang mengunjungi suatu unit pelayanan kesehatan tentu mempunyai keinginan atau harapan untuk mendapatkan kepuasan terhadap pelayanan kesehatan sesuai dengan yang diinginkannya. Kepuasan pasien terhadap pelayanan kesehatan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara persepsinya terhadap pelayanan yang diterima dengan harapannya sebelum mendapatkan pelayanan tersebut. Apabila harapannya terpenuhi, berarti pelayanan tersebut telah memberikan suatu kualitas yang luar biasa dan akan menimbulkan kepuasan yang tinggi. Sebaliknya, apabila harapannya tidak tercapai, maka dapat diartikan kualitas pelayanan tersebut tidak memenuhi apa yang diharapkannya (Kottler, 2008). Pelayanan kesehatan gigi dan mulut dilakukan untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan dalam bentuk

pendekatan pemeliharaan, peningkatan kesehatan (*promotif*), pencegahan penyakit (*preventif*), penyembuhan penyakit (*kuratif*), dan pemulihan kesehatan (*rehabilitatif*) yang dilaksanakan secara menyeluruh, terpadu dan berkesinambungan guna memelihara dan meningkatkan kesehatan jasmani, rohani dan sosial masyarakat sehingga dicapai tingkat kesehatan optimal. (Permenkes, 2019). Kesadaran yang meningkat akan mengakibatkan peningkatan keluhan dalam perawatan gigi dan mulut, mulai dari fisik yang jelek, mutu perawatan dan pengobatan yang rendah, jam kerja yang singkat, waktu menunggu yang terlalu lama, sikap petugas dan kinerja operator (dokter gigi) antara lain terjadi kesalahan atau kegagalan dalam perawatan, pelayanan, dan perilaku yang kurang baik dalam menghadapi pasien yang akan mempengaruhi kepuasan pasien (Sembel 2014, Ningrum et al., 2014, Angraini 2015).

Masalah utama di klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan yakni, banyaknya pesaing dalam hal pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan pasien atau belum. Dalam penelitian ini pelayanan kesehatan pasien terkait dengan kualitas pelayanan dokter, biaya pengobatan dan produk obat-obatan. Klinik dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan pasien dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pasien meningkat. Pihak klinik perlu secara cermat menentukan kebutuhan pasien sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Pasien dalam membandingkan antara harapan dan hasil yang telah diperoleh tergantung kepada bagaimana informasi mereka tentang pelayanan kesehatan.

Penyedia jasa pelayanan kesehatan tidak selalu memahami secara tepat apa yang diinginkan pasien. Untuk memenuhi harapan pasien, manajemen harus

mampu mengeksplorasi harapan dan menyediakan atau mewujudkannya dalam. Pelayanan adalah gambaran total sifat dari suatu produk atau jasa pelayanan yang berhubungan dengan kemampuannya untuk memberikan kepuasan pada pasien. Dalam pelayanan kesehatan peningkatan mutu pelayanan diperlukan untuk memberikan kepuasan kepada pasien, petugas profesi kesehatan, manajer kesehatan maupun pemilik institusi kesehatan. Mutu pelayanan kesehatan bagi pasien lebih banyak dilihat pada beberapa aspek mulai dari ketanggapan petugas dalam memenuhi kebutuhan pasien, memberikan suatu empati, respek, kelancaran komunikasi petugas dengan pasien, dan keramah-tamahan petugas dalam melayani pasien.

Kepercayaan merupakan kesediaan pelanggan mempercayai atau mengandalkan merek dalam situasi risiko karena adanya harapan bahwa merek tersebut memberikan hasil positif. Kepercayaan konsumen pada merek di atas dikaitkan dengan kesediaan pelanggan menerima risiko dengan harapan pelanggan akan memperoleh nilai sesuai atau melebihi harapannya (Okyawan, 2017). Kepercayaan berpengaruh terhadap komitmen konsumen. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang diharapkan, dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji dan pernyataan orang lain dapat dipercaya. Pelanggan yang percaya terhadap suatu perusahaan berarti telah memiliki keyakinan yang tinggi kepada perusahaan yang akhirnya akan membuat nasabah mempertahankan hubungannya dengan perusahaan dan tetap menjalin ikatan emosional yang kuat. Sehingga keputusan untuk menggunakan produk/jasa

perusahaan tersebut semakin terbuka dan kepuasan nantinya akan dirasakan oleh pelanggan (Thalia, 2018)

Kepercayaan pelanggan (trust) merupakan persepsi konsumen yang positif tentang obyek, atribut dan manfaat dari produk yang dibeli yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga dapat dikatakan bahwa kepercayaan pelanggan yang tinggi akan dapat memberikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dimana dengan tingginya kepercayaan pelanggan maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Laely Nur, 2016). Penelitian lainnya yakni Ade Risman Rivai dan Triyono Arief Wahyudi (2017) dengan judul Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi hasil penelitiannya bahwa Persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Menurut Kevin Putra Mahendra dan Ratih Indriyani (2018) dengan judul Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo menyatakan hasil penelitiannya adanya pengaruh kepercayaan pelanggan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan cv mitra perkasa utomo dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

Kualitas layanan terkait dengan pemenuhan harapan pelanggan menurut kamus besar bahasa Indonesia, kualitas berarti (1) tingkat baik dan buruknya sesuatu, (2) derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan) atau mutu. Menurut Sinambella (2010:13) “Kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the need of customers*)”. Konsep kualitas layanan terkait dengan pemenuhan harapan pelanggan terhadap layanan

yang diberikan. Kotler (2015); Sangadji dan Sopiah (2013:99) merumuskan bahwa kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia yang memberi layanan, proses layanan dan lingkungan menentukan seberapa besar kualitas layanan memenuhi harapan pelanggan. Pengertian mutu pemeliharaan kesehatan diartikan pula sebagai mutu layanan kesehatan, mutu asuhan kesehatan dan mutu perawatan kesehatan. Kualitas pelayanan atau customer service ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun feedback tentang pelayanan yang telah diberikan. Kualitas pelayanan ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan nasabah. Sedangkan tingkat kepuasan tamu ini sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh nasabah dengan jenis pelayanan yang diharapkan. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh nasabah. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan nasabah, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Pelayanan memiliki pengertian yaitu terdapatnya dua unsur atau kelompok orang dimana masing-masing saling membutuhkan dan memiliki keterkaitan, oleh karena itu peranandan fungsi yang melekat pada masing-masing

unsur tersebut berbeda. Hal-hal yang menyangkut tentang pelayanan yaitu faktor manusia yang melayani, alat atau fasilitas yang digunakan untuk memberikan pelayanan, mekanisme kerja yang digunakan dan bahkan sikap masing-masing orang yang memberi pelayanan dan yang dilayani. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Hasil penelitian Thalia Claudia Mawe Y, Altje L. Tumbel dan Imelda W. J. Ogi, (2018) dengan judul Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut berarti kepuasan nasabah dipengaruhi perubahan kualitas layanan. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan pihak Bank SulutGo maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono & Chandra, 2005) sedangkan (Kotler, 2003) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Semakin tingginya tingkat persaingan Klinik akan menyebabkan pasien menghadapi lebih banyak alternatif pilihan, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pasien akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2005). Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pasien, tidak hanya pasien yang klinik tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pasien yang kecewa akan bercerita kepada orang lainnya. (Lupiyoadi & Hamdani, 2006). Konsep kualitas

layanan, kepuasan pasien saling berhubungan satu dengan yang lain terhadap persepsi masyarakat. Secara teoritis, dalam prosesnya dapat memberikan acuan pada penelitian ini, dimana kualitas layanan dan kepuasan pasien mempengaruhi persepsi pasien baik secara langsung maupun mempengaruhi secara tidak langsung. Hasil penelitian Ade Risman Rivai dan Triyono Arief Wahyudi (2017), (1) Persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan; (2) Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan; (3) Persepsi kualitas kurang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan; (4) Kepercayaan pelanggan kurang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan; dan (5) Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lainnya Nur Laely (2016) dengan hasil penelitian Kepercayaan pelanggan, dan harga produk PT Telkomsel di Kota Kediri dapat menjelaskan secara signifikan variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Di kabupaten Lamongan sendiri Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan memiliki banyak pesaing klinik swasta dan dalam 3 tahun terakhir banyak juga bermunculan klinik swasta yang baru lainnya. Kondisi ini menuntut klinik untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Klinik yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan kualitas pelayanan dan kepercayaan yang baik kepada para pelanggan dari pesaingnya. Di Lamongan sendiri reputasi kelas klinik rata rata masih di kelas C dan pasti kelengkapan alat dan SDM nya tidak selengkap yang ada di kelas atasnya padahal kelengkapan alat medis dan spesialisasi SDM baik dokter ataupun perawat adalah hal yang utama dalam memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga menghasilkan kepuasan

pelanggan yang berdampak pada minat kunjungan ulang para pasien ketika membutuhkan pelayanan kesehatan. Dalam hal ini penulis ingin membuktikan berhasil tidaknya Klinik Gigi K-24 Pagerwojo memberikan kualitas pelayanan kepada pasien sehingga menghasilkan minat kunjungan ulang pasien.

Berdasarkan pemaparan serta permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan. Oleh karena itu penulis menuangkan penelitian skripsi ini kedalam sebuah judul **“Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pasien (Studi pada Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan)”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah yang akan diulas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pasien di Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan?
2. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien di Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan?
3. Apakah ada pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien di Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan

2. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

Bagi Klinik Gigi, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi manajemen klinik gigi dalam merumuskan dan menentukan strategi manajemen yang tepat sehingga diperoleh kinerja yang lebih baik dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khususnya bagi Manajemen Pemasaran serta menjadi bahan bacaan di perpustakaan dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen

Manajemen dalam bahasa Indonesia mempunyai arti pengelolaan. Secara etimologi, kata manajemen berasal dari bahasa Inggris *management* yang berarti ketatalaksanaan, tatapimpinan, dan pengelolaan. Artinya, manajemen adalah sebagai suatu proses yang diterapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya-upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan. Secara istilah, manajemen adalah pengorganisasian dan pengawasan terhadap masalah-masalah suatu bisnis dan atau sektor tertentu dari suatu bisnis. Arti umum ini kemudian berkembang untuk pengelolaan segi-segi lain dari lembaga-lembaga sosial masyarakat termasuk lembaga-lembaga keagamaan. Proses manajemen didefinisikan dalam empat fungsi spesifik dari manajer, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan. Dari keempat fungsi tersebut manajemen dapat dikatakan sebagai suatu proses membuat perencanaan, mengorganisasikan, memimpin, mengendalikan berbagai usaha dari anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Priansa, 2017:4) menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan. Sedangkan Stanton (2005) mengatakan sarana yang didayagunakan oleh bisnis untuk menjalankan

pemasaran. Pengertian lain juga dikemukakan Sumarni (dalam Sunyoto, 2014:221) yang mengatakan bahwa manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran organisasi. “(*Marketing Manajement is the planning, direction and control of the entire marketing activity of a firm or division of a firm*) manajemen pemasaran ialah merencanakan, pengarahan dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran (Shultz dalam Manap, 2016:79)”.

Menurut Hasibuan (2012:50) “Manajemen adalah ilmu (sekumpulan pengetahuan yang sistematis, telah dikumpulkan dan di terima secara umum dengan suatu objek atau objek tertentu) mengatur, memanfaatkan SDM dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.” Menurut Assauri (2012:8) “manajemen adalah proses mengkoordinasikan aktivitas-aktivitas kerja sehingga dapat selesai secara efisien dan efektif dengan dan melalui orang lain.” Menurut Griffin (2020:43) “Manajemen adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (goal) secara efektif dan efisien”.

Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran ialah alat analisis, perencanaan, penerapan, pengorganisasian, kepemimpinan, proses pengarahan dari pemberian fasilitas-fasilitas pada pekerjaan orang-orang yang dorganisasikan di dalam organisasi tersebut dan pengendalian program yang dirancang untuk melaksanakan

fungsi-fungsi manajemen yaitu menciptakan, membangun, mengendalikan, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan sasaran pasar dalam rangka menyampaikan produk dan mencapai tujuan utama perusahaan dari pihak produsen ke konsumen yaitu memperoleh laba. pencapaian tersebut merupakan suatu proses rangkaian kegiatan agar pelaksanaan pekerjaan dapat berlangsung secara efektif dan efisien.

2.1.2 Manajemen Pemasaran

Kata “manajemen” sering di artikan sebagai sebuah proses rangkaian kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan (*controlling*) yang dilakukan untuk mencapai tujuan atau target yang telah ditentukan sebelumnya, di dalam suatu perusahaan manajemen mempunyai arti penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen pemasaran adalah sebuah rangkaian proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran dimana tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien. Pemasaran menjadi salah satu factor yang penting dalam memajukan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang barang maupun jasa. Aktivitas pemasaran sering diartikan sebagai aktivitas menawarkan produk dan menjual produk, tapi bila ditinjau lebih lanjut ternyata makna pemasaran bukan hanya sekedar menawarkan atau menjual produk saja, melainkan aktivitas yang menganalisa dan mengevaluasi tentang kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berikut pengertian manajemen pemasaran menurut beberapa ahli. Pengertian lain juga dikemukakan Sumarni (dalam Sunyoto, 2014:221) yang mengatakan bahwa manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan,

pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran organisasi. “(*Marketing Manajement is the planning, direction and control of the entire marketing activity of a firm or division of a firm*) manajemen pemasaran ialah merencanakan, pengarahan dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran (Shultz dalam Manap, 2016:79)”.

Menurut Suparyanto & Rosad (2015:1) manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepian, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:27) pemasaran merupakan kegiatan yang mengatur sebuah lembaga dan sebuah proses yang dapat menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan serta bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan dan masyarakat pada umumnya. Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan melalui penawaran dan mereka bebas menukarkan produk dan jasa.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses dimana terjadi pertukaran produk dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan individu atau kelompok dengan menjalin hubungan dengan pihak lain atau konsumen. Dimana hubungan tersebut saling menguntungkan dari kedua belah pihak dalam hal ini pihak pembeli mendapatkan yang dibutuhkannya dan pihak penjual mendapatkan keuntungan dari penjualan produknya.

2.1.3 Kepercayaan

a) Definisi Kepercayaan

Dalam dunia bisnis yang semakin dinamis, faktor kepercayaan pelanggan merupakan hal yang sangat penting. Kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa cukup banyak, bisa di lihat dari kualitas produk/jasa itu sendiri, janji yang diberikan oleh produsen dan lain sebagainya. Untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan membutuhkan waktu yang lama agar mereka dapat menggunakan produk/jasa yang kita jual. Kepercayaan pelanggan akan mempengaruhi sikap pelanggan terhadap pemakaian ulang suatu produk/jasa (Ade Risman, 2017).

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai. (Nur Laely, 2016). Menurut Lenin kurmar, tahun 2017 kepercayaan pelanggan didefinisikan sebagai pemikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang dimanifestasikan ketika pelanggan merasa bahwa penyedia dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka ketika mereka menyerahkan kontrol langsung. Kepercayaan pelanggan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, jasa dan layanan. Kepercayaan pelanggan muncul karena adanya kepuasan yang diperoleh pelanggan dari hasil produk, jasa dan layanan yang dirasakan.

b) Indikator Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan merupakan salah satu faktor yang menjadi panduan terbentuknya hubungan jangka panjang yang berdasarkan kepercayaan. Berry dalam Ismail (2014) bahwa faktor yang menjadi dasar terciptanya kepercayaan dalam perusahaan yaitu persepsi kecakapan dan kejujuran dalam perusahaan. Menurut Mayer et al, 1995 dalam Kurniawan Arif, 2017 faktor yang membentuk kepercayaan seorang terhadap yang lain ada tiga, yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi atau mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain

2. Kebaikan Hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemampuan penjual dalam memberikan manfaat yang saling menguntungkan antara dirinya dan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimalkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan keinginan konsumen.

3. Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk/jasa yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak.

(Mayer et al, 1995 dalam Kurniawan Arif, 2017)

2.1.4 Kualitas Pelayanan

1) Definisi Kualitas

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Tentang pengertian atau definisi kualitas dapat berbeda makna bagi setiap orang, karena kualitas memiliki banyak kriteria dan sangat tergantung pada konteksnya. Heizer & Render tahun 2001 mengemukakan bahwa kualitas adalah loyalitas bentuk dan karakteristik barang / jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan yang tampak jelas maupun yang tersembunyi. Kualitas dapat juga diartikan bagi para penyedia jasa sebagai sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan (Supranto, 2001). Kualitas adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Wykof dalam Tjiptono 1997 di dalam Radito, 2014).

2) Definisi Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain. Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung. Pelayanan bukan hanya memberikan pelayanan setelah penjualan sekaligus diimbangkan dengan kualitas seluruh produk. Adapun pelayanan pelanggan adalah pelayanan kepada pemakai jasa dengan tujuan memberikan

kepuasan seoptimal mungkin yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (Radito, 2014).

3) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting bagi perkembangan perusahaan. Saat ini, sebagian besar konsumen mulai menjadikan kualitas sebagai parameter utama dalam menjatuhkan pilihan terhadap suatu produk/ layanan. Lebih dari itu, kualitas seringkali mendadi saran promosi yang secara otomatis mampu menaikkan/ menurunkan nilai jual produk perusahaan. (Hana Catur Wahyuni, Wiwik Sulistiowati, dan Muhammad khamim, 2015:3).

Pentingnya Kualitas Pelayanan antara lain :

- 1) Memahami kebutuhan konsumen dan dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen.
- 2) Perusahaan melayani kebutuhan konsumen yang sama, kebutuhan konsumen yang beragam, dan kebutuhan konsumen yang bergantung pada situasi
- 3) Untuk mengetahui seberapa besar keunggulan kompetitif dibandingkan perusahaan pesaingnya.
- 4) Mempermudah konsumen dalam mendefinisikan target dalam proses penyelesaian masalah dalam pembelian.
- 5) Mampu menyediakan produk atau jasa yang diinginkan konsumen.
- 6) Mengelola stratifikasi pelayanan dan perubahan dalam situasi pelayanan. (Lena Ellitan dan Lina Anatan 2007:192).

Kesuksesan dalam peningkatan kualitas pelayanan antara lain :

- a) Mendengarkan suara pelanggan

Dengan mendengarkan suara pelanggan secara sistematis akan membantu perusahaan dalam mengarahkan pembuatan keputusan yang berhubungan dengan atribut pelayanan dan memperbaiki system pelayanan perusahaan yang kurang baik.

b) Memberikan pelayanan yang handal

Agar perusahaan mampu memahami dan memenuhi apa yang diharapkan pelanggan, diperlukan suatu kerangka kerja yang membantu perusahaan dalam mendefinisikan keinginan pelanggan.

c) Memberikan pelayanan yang mendasar

Pelanggan mengharapkan pelayanan yang fundamental dan berkinerja tinggi dan bukanlah khayalan atau sekedar janji – janji manis penyedia layanan.

d) Desain pelayanan

Kesalahan desain pada satu atau beberapa system pelayanan dapat mempengaruhi kualitas pelayanan.

e) Pemulihan

Perusahaan mampu memulihkan kepercayaan pelanggan jika terjadi masalah – masalah dalam system pelayanan.

f) *Surprising customer*

Memberikan *surprise* bagi pelanggan dengan kecepatan penyampaian yang handal, kesopanan, keramahan, kompetensi, komitmen atau pemahaman karyawan.

g) *Fair play*

Memberikan pelayan kepada pelanggannya seperti yang diharapkan dan dijanjikan kepada pelanggan.

h) *Team work*

Perusahaan harus secara aktif bekerja dengan *teamwork* yang melibatkan orang – orang dari berbagai bidang fungsional.

i) *Employee research*

Karyawan dapat memberikan ide – ide atau pandangan – pandangan mengenai kondisi – kondisi yang diperkirakan bisa menurunkan kualitas pelayanan organisasi.

j) *Servant leadership*

Tipe kepemimpinan khusus yang diperlukan merupakan pemimpin atau manajer yang mampu melayani, membantu para pekerja, dan mengarahkan pekerja untuk mencapai tujuan – tujuan yang ditetapkan (Lena Ellitan dan Lina Anatan 2007:195).

4) Definisi Pelayanan Kesehatan

Pelayanan kesehatan adalah Setiap upaya yang diselenggarakan sendiri atau secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesejahteraan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan perseorangan, keluarga, kelompok ataupun masyarakat (Irwanashari 2010). Levey, Loomba & Brown (1984) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan pelayanan kesehatan ialah setiap upaya yang diselenggarakan sendiri atau secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan perseorangan, keluarga, kelompok dan ataupun masyarakat.

Pelayanan kesehatan yang diberikan Puskesmas adalah pelayanan kesehatan menyeluruh, meliputi Kuratif (pengobatan), Preventif (upaya pencegahan), promotif (peningkatan kesehatan), dan Rehabilitatif (pemulihan kesehatan). (Permenkes, 2019). Menurut hasil penelitian Kesuma (2017) tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Menemukan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Proses pelayanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Setiap kegiatan yang dilakukan pasti melalui proses, Menurut Yazid (2003) proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan dan diberikan kepada konsumen. Pelanggan dalam melakukan transaksi juga pasti memerlukan proses, begitupula dalam melayani pelanggan pasti ada prosedurnya juga, tetapi bagaimana prosedur atau proses tersebut jelas dan tertata dengan rapi sehingga penyampaian informasi berjalan dengan lancar dan baik. Menurut hasil penelitian Mukhsinah dan Brahmarahtih tahun 2014 tentang *the impact of product, people, process dan physical evidence on customer satisfacation*. Menemukan bahwa variabel proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5) Pengukuran kualitas layanan pelanggan

Dapat dilakukan dengan melakukan pengukuran terhadap variable-variabel yang mempengaruhi kualitas layanan pelanggan. Terdapat 5 variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut (Parasuraman, et al, 1994 dalam Kurniawan Arif, 2017) yaitu:

a) Tangible

Yang dilakukan pengukuran diantaranya: penampilan fisik seperti: gedung, kerapian, kebersihan, kenyamanan ruangan, kelengkapan fasilitas dan penampilan karyawan

b) Reliability

Yang dilakukan pengukuran diantaranya: akurasi informasi, penanganan konsumen, kemudahan pemesanan, penyediaan pelayanan sesuai perjanjian, penanganan masalah konsumen, dan penyediaan pelayanan tepat waktu.

c) Responsiveness

Yang dilakukan pengukuran diantaranya: kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, kerja tim yang baik, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, penangan keluhan pelanggan, siap sedia menanggapi pertanyaan konsumen, penyampaian informasi pada saat pelayanan pemberian layanan ekstra, dan kemauan untuk membantu pelanggan.

d) Assurance

Yang dilakukan pengukuran: meliputi pengetahuan karyawan terhadap produk secara tepat, pelayanan yang adil pada pelanggaran, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

e) *Empathy*

Yang dilakukan pengukuran: kemudahan untuk menghubungi perusahaan kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan (Parasuraman, et al, 1994 dalam Kurniawan Arif, 2017)

2.1.5 Kepuasan Pasien

a. Definisi Kepuasan Pasien

Memahami kebutuhan dan kepuasan pasien adalah hal yang paling penting mempengaruhi kepuasan pasien. Pasien yang puas adalah aset yang sangat berharga karena apabila pasien merasa puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pasien merasa tidak puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Kepuasan pelanggan merupakan respons yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang diinginkannya. Apabila kinerja (hasil) yang diterima lebih dari harapan maka konsumen tersebut merasa puas, begitu pula sebaliknya apabila kinerja (hasil) yang diterimanya tidak memenuhi atau sama dengan harapannya maka dapat dikatakan konsumen merasa tidak puas akan kinerja (hasil) yang diterima (Rosnaini, 2017).

b. Mengukur Indikator Kepuasan Pelanggan

Zeithmal dan Bitner (2003:87) dalam Kurniawan Arif (2017) mengemukakan bahwa aspek-aspek produk dan pelayanan yang menentukan kepuasan pelanggan adalah:

1) Fitur produk dan jasa

Kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa dipengaruhi secara signifikan oleh evaluasi pelanggan terhadap fitur produk atau jasa. Untuk layanan seperti hotel resort, fitur penting mungkin mencakup area kolam renang, akses ke fasilitas golf, restoran nyaman kamar dan privasi, kegunaan dan kesopanan staf, harga kamar dan sebagainya.

2) Atribut untuk kesuksesan atau kegagalan jasa

Atribut penyebab kejadian yang dirasakan juga mempengaruhi persepsi kepuasan. Ketika mereka terkejut dengan sebuah hasil (layanannya jauh lebih baik atau jauh lebih buruk dari perkiraan) konsumen cenderung mencari alasannya dan penilaian mereka terhadap alasan tersebut dapat mempengaruhi kepuasan mereka.

3) Persepsi tentang *equity* atau *fairness*

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh persepsi *equity* dan *fairness*. Pelanggan bertanya pada diri sendiri: Apakah saya telah diperlakukan secara adil dibandingkan dengan pelanggan lain? Pengertian keadilan sangat penting bagi persepsi pelanggan tentang kepuasan terhadap produk dan layanan.

Dari uraian di atas diketahui bahwa kepuasan produk dan pelayanan ditentukan oleh fitur –fitur yang dimiliki pelayanan, atribut yang memberi nilai tambah terhadap pelayanan, dan kesamaan pelayanan yang diterima oleh semua pelanggan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu diantaranya penelitian yang dilakukan oleh:

No	Nama dan tahun	Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Populasi dan Sampel	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Kevin Putra Mahendra dan Ratih Indriyani (2018)	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo	$X_1 \rightarrow Y_1$ Kepercayaan \rightarrow Kepuasan	Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo	Uji Regresi	Adanya pengaruh kepercayaan pelanggan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan cv mitra perkasa utomo dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.
2	Ade Risman Rivai dan Triyono Arief Wahyudi (2017)	Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi	$X_1, X_2, X_3 \rightarrow Y \rightarrow Z_1, Z_2$ Kualitas, Merek, Harga \rightarrow Loyalitas \rightarrow Kepercayaan, Kepuasan	Pelanggan <i>Original Equipment Manufacture</i>	Uji Regresi	(1) Persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan; (2) Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan; (3) Persepsi kualitas kurang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan; (4) Kepercayaan pelanggan kurang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan; dan

						(5) Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3	Nur Laely (2016)	Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri	$X_1, X_2, \rightarrow Y_1, Y_2$ Kepercayaan, Harga \rightarrow Loyalitas, Kepuasan	Pelanggan PT. Telkomsel di Kota Kediri	Uji Reliabilitas, Uji Cronbach Alpha (α)	Kepercayaan pelanggan, dan harga produk PT Telkomsel di Kota Kediri dapat menjelaskan secara signifikan variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan.
4	Thalia Claudia Mawe Y, Altje L. Tumbel dan Imelda W. J. Ogi, (2018)	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo	$X_1, X_2, \rightarrow Y_1, Y_2$ Kepercayaan dan Kualitas Layanan \rightarrow Kepuasan	Nasabah PT Bank Sulutgo	uji validitas dan reliabilita, uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis F dan T	Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulutgo. artinya kepuasan nasabah tidak dipengaruhi perubahan kepercayaan konsumen Bank Sulutgo. hal tersebut diakibatkan oleh nasabah yang memiliki kepercayaan dengan produk Bank Sulutgo belum berarti mereka merasa puas dengan

						produk tersebut, sehingga kepercayaan bukan menjadi alasan nasabah merasa puas.
5	Firman Guswaman, Haryadi, dan Eman Sutrisna (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Karakteristik Sosiodemografi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Pasien Pada Pelayanan Rawat Jalan Puskesmas Kedungbanteng Kabupaten Banyumas	$X_1, X_2, \rightarrow Y_1, Y_2$ Kualitas Pelayanan Dan Karakteristik Sosiodemografi \rightarrow Minat Kunjungan Ulang, Kepuasan Pasien	Pasien Rawat Jalan Puskesmas Kedungbanteng Kabupaten Banyumas	Moderated Regression Analysis (MRA)	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat kunjungan ulang pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan puskesmas maka semakin tinggi pula minat kunjungan ulang pasien tersebut. Kepuasan pasien tidak dapat dapat memoderasi kualitas pelayanan, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan penghasilan terhadap minat kunjungan ulang pasien. Kepuasan pasien dapat memoderasi jarak tempuh terhadap minat

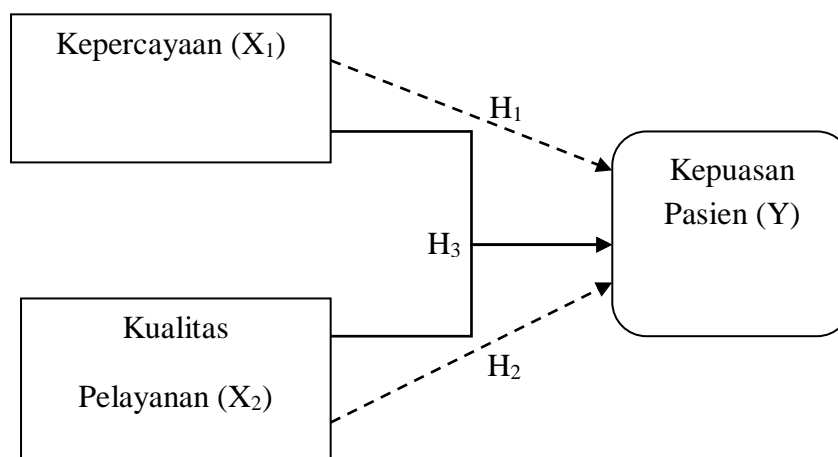
						kunjungan ulang pasien. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh jarak tempuh pasien terhadap minat kunjungan ulang dapat diperkuat dengan adanya kepuasan pasien.
6	Okky Erviana 2013	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD dr. SOEWONDO KENDAL	$X_1, X_2 \rightarrow Y$ Kualitas Pelayanan, Kepercayaan \rightarrow Kepuasan	Pasien Rawat Inap Di RSUD dr. SOEWONDO KENDAL	Regresi Linier Berganda	dimensi kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
7	Deby Santyo Rusandy 2016	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap	$X_1, X_2 \rightarrow Y$ Kualitas Pelayanan, Kepercayaan \rightarrow Kepuasan	Pasien rawat inap di RSUD Dr. Iskak Tulungagung	Analisis deskriptif presentase dan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan uji T	pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap secara parsial, sedangkan pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pasien rawat inap secara parsial. Secara simultan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan

terhadap
kepuasan
pasien rawat
inap.

Tabel 1: 2.2 Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang ingin diamati dan di ukur melalui penelitian-penelitian yang akan dilakukan berdasarkan kerangka teoritis (Susanti, 2016). Berdasarkan judul penelitian dan teori-teori yang digunakan, variabel yang ditampilkan adalah kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat, untuk memudahkan pemahaman tentang konsep yang digunakan, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1: 2.3 Kerangka Konsep Penelitian

Keterangan:

Garis Parsial : - - - - ->

Garis Simultan: ———>

Karena penelitian ini bertujuan untuk pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pasien di Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan baik secara signifikan mampu secara simultan. Maka dari kerangka penelitian dan paradigma penelitian di atas, bisa ditentukan hipotesis dalam penelitian ini yang harus dilakukan

pengujian terhadap hipotesis tersebut. Dalam penelitian ini yaitu paradigma ganda dengan dua variabel independen dan satu variabel dependen. Paradigma ganda dengan dua variabel independen X_1 dan X_2 serta satu variabel dependen Y . Untuk mencari hubungan X_1 dengan Y , dan X_2 dengan Y , ketiga variabel tersebut menggunakan teknis analisis regresi linear berganda. Untuk mencari hubungan X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap Y menggunakan analisis regresi linear berganda.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis didefinisikan sebagai suatu pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan perlu dibuktikan dengan melakukan penelitian, atau suatu jawaban yang masih bersifat sementara terhadap permasalahan dalam penelitian, dan masih perlu pembuktian melalui penelitian mengenai ditolak atau diterima penelitian tersebut (Silaen, 2018:58).

- H1 : Ada pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan pasien di Klinik K-24 Pagerwojo Lamongan
- H2 : Ada pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan pasien di Klinik K-24 Pagerwojo Lamongan
- H3 : Ada pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pasien di Klinik K-24 Pagerwojo Lamongan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016), Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif merupakan pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini mengetahui pengaruh hubungan antara variabel kepercayaan (X_1) dan kualitas layanan (X_2) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pasien (Y). Hasil penelitian asosiatif berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala permasalahan.

Sugiyono (2017:2) mengatakan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan ciri-ciri ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam pendekatan kuantitatif. Untuk pendekatan penelitian dalam skripsi ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, seperti yang dikemukakan (Sugiyono 2017:8) bahwa metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk mengaju hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif ini digunakan oleh peneliti untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien di klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian dilakukan pada Klinik K-24 Pagerwojo Lamongan merupakan klinik yang berlokasi di Ruko Griya Pagerwojo Indah No. 2 Jalan Pahlawan Selatan, Lamongan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono tahun 2016, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pada pendapat diatas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang menerima tindakan pelayanan gigi di Klinik K-24 Pagerwojo Lamongan dalam rentan waktu satu setengah bulan dengan melakukan \geq dua kali kunjungan, sebanyak 35 pasien.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015:81) sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative. Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *Nonprobability Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur/anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Meliputi: saming sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh dan snowball. Sedangkan teknik

pengambilan sample yang digunakan adalah *sampling jenuh*, merupakan teknik penentuan sampel bila anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain *sampling jenuh* adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2018:84). Jadi dari penjelasan teknik sampel diatas penulis tidak menentukan sampel, karena seluruh anggota populasi yang akan diteliti.

3.4 Sumber Data

Sumber data penelitian terdiri dari :

- a. Data Primer Menurut Wardiyanta dalam Sugiarto tahun 2017 data primer merupakan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer yaitu informasi dari narasumber. Dalam penelitian ini, data primer merupakan hasil data seluruh pasien yang menerima tindakan pelayanan gigi di Klinik K-24 Pagerwojo Lamongan
- b. Data Sekunder Menurut Wardiyanta dalam Sugiarto tahun 2017 data sekunder merupakan informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber melainkan dari pihak ketiga. Dalam penelitian ini, data sekunder didapatkan dari laporan register pasien selama sebulan

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang ditetapkan.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari *setting*-nya data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah, pada laboratorium dengan metode eksperimen dan berbagai responden. Bila dilihat dari sumber datanya maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau metode pengumpulan data maka pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan gabungan keempatnya (Sugiono, 2017).

Dalam penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data yang lazim digunakan dalam mengumpulkan informasi yaitu: kuesioner, wawancara terencana, tes, observasi terencana, inventarisasi, skala rating, ukuran biasa (Hamdi dan Bahruddin, 2012). Kemudian, (Unaradjan, 2019) menjelaskan terdapat lima jenis teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

1. Angket atau kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai hal-hal yang diketahui olehnya. Kuesioner adalah satu set tulisan tentang pertanyaan yang diformulasi supaya responden mencatat jawabannya, biasanya secara terbuka alternatif jawaban ditentukan (Silalahi, 2012).

Teknik ini dapat menggunakan kuesioner, daftar cocok (checklist), dan skala (*scala*) sebagai instrumen penelitiannya. Kuisisioner yang digunakan merupakan kuesioner yang bersifat tertutup, artinya pertanyaan yang dibuat dengan sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dengan memberikan

jawabannya saja. Kuesioner dibuat dengan pertanyaan yang menggunakan skala likert (1- 5) yang memiliki tingkat preferensi jawaban masing-masing skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut (Adib, 2016) :

No.	Jenis Jawaban	Bobot
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel 2 : 3.5 Skala likert

Semakin besar nilai yang diberikan oleh responden, akan menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kuesioner pada penelitian ini akan ditunjukkan kepada pasien klinik gigi K-24 Pagerwojo. Semakin besar nilai yang diberikan oleh responden, akan menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kuesioner pada penelitian ini akan ditunjukkan kepada konsumen pasien di klinik gigi K-24 Pagerwojo.

2. Pengamatan atau Observasi

Pengamatan atau observasi dapat menggunakan instrumen penelitian berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, panduan observasi (*observation sheet atau observation schedule*), dan daftar cocok (*checklist*).

3. Dokumentasi

Dokumentasi dapat menggunakan instrumen penelitian berupa daftar cocok (*checklist*) dan tabel.

Selain itu, Studi Kepustakaan (*Library Research*), Penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu cara mengumpulkan data dengan mempelajari dan membaca literatur-literatur yang ada hubungannya dengan topik penelitian. Adapun cara yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Jurnal penelitian adalah penelaahan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan secara ilmiah
- b. Internet yaitu cara mengumpulkan data dengan mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet, baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya tulis
- c. Buku merupakan data sekunder yang dapat diperoleh dari buku yang memiliki kaitan dengan variabel-variabel dalam penelitian. (Sugiyono, 2018).

3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi Variabel Penelitian Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu “Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien (Studi pada Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan)” maka penulis mengelompokkan

variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Variable bebas (independent variable)

Variable bebas (X) ini sering disebut sebagai variable stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variable bebas. Variable bebas adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti adalah (X₁) Kepercayaan dan (X₂) Kualitas layanan. Menurut Arvan tahun 2017 adalah kepercayaan pelanggan berdasarkan kemauan seseorang untuk melakukan transaksi terhadap pihak lain (vendor/penjual) dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik dan sesuai yang diharapkan. Kualitas layanan menurut Arianto tahun 2018 adalah kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

2. Variable Terikat (Dependent variable)

Variable terikat (Y) yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti adalah Kepuasan Pasien (Y). Menurut Arvan tahun 2017, kepuasan adalah memperlihatkan bahwa konsumen memperlihatkan emosinya saat membeli sebuah produk yang mereka harapkan. Kepuasan

konsumen berkaitan dengan tingkat dimana terapat kesesuaian antara produk dan harapan konsumen.

Operasionalisasi Variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut :

VARIABEL	INDIKATOR/ KATEGORI	ITEM
Variabel Bebas :		
Kepercayaan (X ₁)	1. Kemampuan	1. Kompetensi
	2. Integritas	2. Pengetahun
	3. Kebaikan hati	3. Keandalan
		4. Pemenuhan kebutuhan
		5. Perhatian
		6. Kesiadaan berbagai
Kualitas Pelayanan (X ₂)	1. <i>Tangible</i> (bukti fisik)	7. Fasilitas yang berdaya tarik visual
		8. Karyawan yang berpakaian rapi dan profesional
	2. <i>Reliability</i> (reliabilitas)	9. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan
		10. Menyimpan catatan/dokumen dengan baik
	3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	11. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu
		12. Kesigapan untuk merespon permintaan pelanggan
	4. <i>Assurance</i> (jaminan)	13. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan
		14. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan
	5. <i>Emphaty</i> (empati)	15. Memberikan perhatian

		individual kepada para pelanggan
		16. Sungguh- sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan
Variabel Terikat :		
Kepuasan Pasien (Y)	1. Fitur produk dan jasa	17. Memiliki pelayanan jasa lebih baik dengan yang lain
		18. Produk/ jasa yang berkualitas
	2. Atribut untuk keberhasilan/kegagalan jasa	19. Pelayanan profesional
		20. Kepuasan atas pelayanan
	3. Persepsi tentang <i>equity</i> atau <i>fairness</i>	21. Harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas
		22. Biaya dapat ditolerir

Tabel 3: 3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7 Teknik Analisis Data

Untuk melihat hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel Terikat (dependent). Metode analisis berisi pengujian-pengujian data yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang diterima kemudian dianalisa dengan menggunakan SPSS, prosedur analisis dalam penelitian. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.7.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis atau pun memberi gambaran suatu hasil penelitian baik menggunakan data sampel atau tidak namun tidak bermaksud untuk membuat kesimpulan terhadap populasi dari sampel yang diambil tersebut secara lebih luas. (Sugiyono, 2012: 21) Untuk menganalisis atau memberi gambaran dalam penelitian ini, penulis menggunakan deskripsi responden dan deskripsi variabel. Deskripsi responden yang peneliti gunakan meliputi jenis kelamin, usia,

pendidikan, jenis usaha dan omzet. Sedangkan deskripsi variabel yang peneliti gunakan meliputi max (maksimum), min (minimum), mean (rata-rata), standar deviasi, varian, dan distribusi frekuensi untuk masing-masing variabel dalam penelitian.

3.7.2 Uji Kualitas Data

Dalam menguji variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, maka uji kualitas data yang digunakan peneliti yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Adapun uji kualitas data yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji Validitas Menurut Imam Ghozali (2018: 52) mengatakan bahwa suatu kuesioner atau hasil penelitian dapat dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner dan mampu untuk mengungkapkan sesuatu sehingga hasil penelitian tersebut dapat mengukur apa yang hendak diukur oleh peneliti. Untuk mengukur uji validitas ini, penulis menggunakan *Pearson Correlation* dimana penulis melakukan korelasi antar skor dari tiap butir pertanyaan dengan total skor variabel dengan signifikansi 5%. Indikator yang menyatakan valid atau tidaknya butir pernyataan tersebut yaitu dengan uji signifikansi yang dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai bersifat positif maka butir pernyataan atau indikator tersebut bernilai positif. (Ghozali, 2018: 53).

Selanjutnya dalam mencari nilai korelasi maka metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = koefisien korelasi

N = jumlah responden

X = jumlah skor item

Y = jumlah skor total

X² = jumlah kuadrat skor item

Y² = jumlah kuadrat skor total

XY = jumlah perkalian skor item dan skor total

Dasar mengambil keputusan:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Sugiyono (2017:79) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 ke atas. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,3 harus diperbaiki atau dibuang karena dianggap tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Imaniati (2016) Uji Reliabilitas merupakan suatu indeks atau alat ukur yang berfungsi untuk mengetahui sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat dipercaya atau handal dari suatu kuesioner yang merupakan indikator dari

variabel. Hasil pengukuran tersebut dapat dikatakan reliabel jika dalam beberapa kali pengukuran atau jawaban terhadap pernyataan yang sama diperoleh hasil yang relatif sama atau konsisten dari waktu ke waktu, selama aspek ketika pengukuran pada subjek belum berubah atau tidak boleh dijawab secara acak. Untuk menguji reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan cara *repeated measure* (pengukuran ulang) dan *one shoot* (pengukuran sekali dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha).

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji, heteroskedastisitas, uji multikolinieritas. Adapun uji asumsi klasik yang dimaksud yaitu sebagai berikut:

a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018: 154) mengatakan bahwa uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah data dalam model regresi (variabel pengganggu atau residual) berdistribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi yang normal. Terdapat dua cara untuk mengetahui residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik. Uji analisis grafik yaitu dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Distribusi dapat dikatakan normal jika data menyebar disekitar atau mengikuti garis diagonal. Sedangkan pengujian normalitas data yang menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (KS). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis yaitu: H_0 : Data Residual berdistribusi normal H_a : Data residual berdistribusi tidak normal. Jika angka signifikansi Kolmogorov-Smirnov Sig > 0,05 maka menunjukkan bahwa

data berdistribusi normal, sebaliknya jika angka signifikansi Kolmogorov-Smirnov Sig < 0,05 maka menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Halbert White (1980) dalam Kuncoro (2011: 118) berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas merupakan uji umum ada tidaknya misspesifikasi model karena hipotesis nol yang melandasi adalah asumsi bahwa residual adalah homoskedastis dan merupakan variabel independen, serta spesifikasi linear sudah benar. Menurut Ghozali (2018:134) berpendapat bahwa jika tidak terjadi Heteroskedastisitas atau Homoskedastisitas maka model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik. Untuk menguji heteroskedastisitas ini menggunakan uji Glejser dimana uji ini dilakukan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Menurut Imam Ghozali (2018: 134), kriteria pengambilan keputusan adalah jika probabilitas signifikansi dari variabel bebas lebih besar dari 0,05 atau 5% maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c) Uji Multikolinieritas

Menurut Kuncoro (2011), multikolinieritas adalah adanya suatu keterkaitan linier yang mendekati sempurna antara beberapa atau semua variabel bebas. Menurut Imam Ghozali (2018: 103), multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Secara sederhananya yaitu variabel independen menjadi variabel dependen yang kemudian di regresi terhadap variabel independen lainnya. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai cutoff umum yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai

Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai Variance Inflation Factor (VIF) ≥ 10 . Hal tersebut dapat dideteksi dengan menggunakan Pearson Correlation, dilihat dari besarnya Tolerance Value dan Variance Inflation Factor (VIF).

3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2016:183), analisis regresi adalah suatu teknik atau alat ukur yang berfungsi untuk menentukan nilai ramalan atau dugaannya serta membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara variabel dependen dengan variabel independen. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk analisis yang memiliki besar pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua maka menggunakan analisis regresi berganda. Persamaan regresi yang dirumuskan berdasarkan hipotesis yang dikembangkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (dependent) Kepuasan Pasien

a = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel kepercayaan

β_2 = koefisien regresi variabel kualitas layanan

X_1 = Variabel bebas (*independent*) kepercayaan

X_2 = Variabel bebas (*independent*) Kualitas Layanan

e = kesalahan (error)

3.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji signifikansi parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan uji koefisien determinasi. Adapun uji hipotesis yaitu dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2016: 244), uji signifikansi parsial atau uji t berfungsi untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol atau $H_0 : b_i = 0$ maka suatu independen tidak signifikan terhadap variabel dependen sebaliknya dengan hipotesis alternatif (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol atau $H_a : b_i \neq 0$ maka variabel independen signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018: 97).

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel dependen berhubungan linier (secara bersama-sama) terhadap variabel independen. Dalam pengambilan keputusan uji F membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} (Ghozali, 2018: 96). Penulis menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, jika nilai nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga uji F dilakukan dengan membuat hipotesis yaitu sebagai berikut: Jika nilai Sig. F $\leq 5\%$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) Jika nilai Sig. F $> 5\%$ maka H_0 diterima (H_a ditolak).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dalam Suharyadi dan Purwanto (2016:177-178), merupakan bagian dari keragaman total variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) yang dapat diterangkan atau diperhitungkan oleh keragaman variabel bebas independen (variabel yang mempengaruhi). Jadi, koefisien determinasi adalah kemampuan variabel independen memengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Semakin besar koefisien determinasi (mendekati satu) maka menunjukkan semakin baik (kuat) kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen (Ghozali,2018: 95).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan merupakan salah satu bisnis jasa yang dijalankan sekaligus dibutuhkan masyarakat dalam melaksanakan upaya kesehatan. Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan berlokasi jalan Pahlawan Selatan Ruko Griya Pagerwojo Indah No.2 Lamongan. Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan berawal dari berdirinya Apotek K-24 Pagerwojo yang hanya menerima pasien dengan resep ahli farmasi dan seiring berjalan waktu menjadi klinik berstandar nasional yang menangani penyakit dengan diagnosa sesuai resep dokter gigi, dokter umum dan dokter spesialis. Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan membuka usaha jasa kesehatan sejak tahun 2020 mendapat surat izin usaha. Dan surat tugas yang merupakan bukti tertulis diberikan Dinas kesehatan Kabupaten/kota kepada ahli farmasi, dokter umum dan dokter gigi yang akan menjalankan praktik kedokteran. Untuk mendirikan praktik kedokteran gigi yang paling utama adalah persyaratan yang dilakukan oleh dokter gigi sesuai Peraturan Menteri Kesehatan RI.

1. Fasilitas Pelayanan Klinik Dokter Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan
 - a. Ruang Tunggu dan Konsultan
 - b. Ruang Pemeriksaan/pengobatan
 - c. Ruang Kamar Mandi

2. Fasilitas Pendukung

- a. Parkir
- b. Kursi Tunggu
- c. Ac
- d. Majalah
- e. Air Minum
- f. Unit Dental
- g. Peralatan dan Bahan Gigi

3. Sumber Daya Insani Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan

- a. Tenaga Medis : Dokter Gigi dan Perawat Gigi/ Asisten Dokter Gigi
- b. Tenaga Pendukung Nonmedis : Administrasi dan Kasir

4. Kedokteran Gigi

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 2052/Menkes/Per/X/2011 praktik kedokteran adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh dokter dan dokter gigi terhadap pasien dalam melaksanakan upaya kesehatan. Praktik kedokteran meliputi tindakan preventif, promotif, kuratif dan rehabilitatif terhadap kondisi gigi dan mulut individu ataupun masyarakat. Tindakan perawatan yang dapat dilakukan oleh seorang dokter gigi antara lain penambalan gigi berlubang, pembersihan karang gigi, pencabutan gigi, pembuatan gigi tiruan. Seorang dokter gigi seringkali menggunakan sinar-x dalam menegakkan diagnosa.

5. Pendidikan Dokter Gigi Di Indonesia

Seorang calon dokter gigi harus mengikuti pendidikan khusus di fakultas kedokteran gigi selama kurang lebih 4 tahun untuk mendapatkan gelar Sarjana Kedokteran Gigi (S.KG), kemudian harus mengikuti masa magang/kepaniteraan (ko-ass) di rumah sakit atau sarana kesehatan lainnya selama kurang lebih 2 tahun untuk mendapatkan gelar dokter gigi (drg).

6. Konsil Kedokteran Indonesia

Berdasarkan UU no. 29 Tahun 2004 tentang praktik Kedokteran, telah dibentuk untuk melindungi masyarakat penerima jasa pelayanan kesehatan dan meningkatkan mutu pelayanan kesehatan dari dokter dan dokter gigi, yang terdiri atas Konsil Kedokteran dan Konsil Kedokteran Gigi. KKI bertanggung jawab kepada Presiden dan berkedudukan di Ibukota Negara Republik Indonesia. KKI mempunyai fungsi pengaturan, pengesahan, penetapan, serta pembinaan dokter dan dokter gigi yang menjalankan praktik kedokteran dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan medis. KKI mempunyai tugas meregistrasi dokter dan dokter gigi, mengesahkan, standar pendidikan profesi dokter dan dokter gigi dan melakukan pembinaan terhadap penyelenggaraan praktik kedokteran yang dilaksanakan bersama lembaga terkait sesuai dengan fungsi masing-masing.

7. Standar Pendidikan Profesi Dokter dan Dokter Gigi

Yang disahkan Konsil ditetapkan bersama oleh Konsil Kedokteran Indonesia dengan kolegium kedokteran, kolegium kedokteran gigi, asosiasi institusi pendidikan kedokteran, asosiasi institusi pendidikan kedokteran gigi, dan asosiasi rumah sakit pendidikan. KKI mempunyai wewenang:

- a. Menyetujui dan menolak permohonan registrasi dokter dan dokter gigi

- b. Menerbitkan dan mencabut surat tanda registrasi dokter dan dokter gigi
- c. Mengesahkan standar kompetensi dokter dan dokter gigi
- d. Melakukan pengujian terhadap persyaratan registrasi dokter dan dokter gigi
- e. Mengesahkan penerapan cabang ilmu kedokteran dan kedokteran gigi
- f. Melakukan pembinaan bersama terhadap dokter dan dokter gigi mengenai pelaksanaan etika profesi yang ditetapkan oleh Organisasi Profesi
- g. Melakukan pencatatan terhadap dokter dan dokter gigi yang dikenakan sanksi oleh organisasi atau perangkatnya karena melanggar ketentuan etika profesi.

4.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 35 orang, secara praktis pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Penyajian data mengenai identitas responden disini adalah untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri pada responden. Karakteristik responden diperoleh setelah responden mengisi kuesioner yang telah di sediakan. Karakteristik responden diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, usia, dan alamat.

4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui perbandingan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan, dapat dilihat pada table 4.2.1 berikut :

Tabel 4**4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki – Laki	9	25,71
Perempuan	26	74,28
Jumlah	35	100,00

Dari tabel 4.2.1 dapat dilihat bahwa jumlah responden laki – laki 25,71% orang, sedangkan untuk responden perempuan 74,28% orang. Karena rata – rata yang melakukan tindakan kedokteran gigi adalah perempuan dibandingkan laki-laki.

4.2.2 Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia (DepKes, 2009) dapat dilihat pada tabel 4.2.2 berikut :

Tabel 5**4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia (tahun)	Jumlah	Presentase (%)
0 – 5 (Masa Balita)	0	0
5 – 11 (Masa Kanak-kanak)	3	8,57
12 – 16 (Masa Remaja Awal)	4	11,42
17 – 25 (Masa Remaja Akhir)	8	22,85
26 – 35 (Masa Dewasa Awal)	6	17,14
36 – 45 (Masa Dewasa Akhir)	9	25,71
46 – 55 (Masa Lansia Awal)	4	11,42
56 – 65 (Masa Lansia Akhir)	1	2,85
65 – ke atas (Masa Manula)	0	0
Jumlah	35	100,00

Dari tabel 4.2.2 dapat diketahui bahwa umur responden sangat variatif. Responden dengan usia 36 – 45 tahun menempati prosentase tertinggi yaitu sebesar 25,71%..

4.2.3 Responden Berdasarkan Alamat

Masing – masing responden memiliki alamat yang berbeda. Untuk memudahkan alamat responden menurut data wilayah kecamatan Lamongan tahun 2019 maka dapat dilihat dalam tabel 4.2.3 berikut:

Tabel 6

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

Alamat	Jumlah	Presentase (%)
Banjarmendalan	0	0.00%
Tumenggungan	1	2,85%
Sidokumpul	0	0.00%
Sukorejo	2	5,71%
Sukomulyo	7	20%
Sidoarjo	6	17,14%
Tlogoanyar	1	2,85%
Jetis	2	5,71%
Made	6	17,14%
Tanjung	1	2,85%
Plosowahyu	0	0.00%
Pangkatrejo	0	0.00%
Kebet	0	0.00%
Karanglangit	0	0.00%
Sumberejo	1	2,85%
Sendangrejo	0	0.00%
Rancangkencono	1	2,85%

Kramat	1	2,85%
Sidomukti	1	2,85%
Wajik	0	0.00%
Luar Wilayah Kecamatan Lamongan	5	14,28%
Jumlah	35	100%

Berdasarkan tabel 4.2.3 dapat menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden dengan alamat kelurahan Sukomulyo, yaitu sebesar 20%.

4.3 Deskripsi Jawaban Responden

Berdasarkan hasil tanggapan 35 orang responden tentang penaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien (Studi pada Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan, maka peneliti akan menguraikan secara rinci jawaban responden yang dikelompokkan dalam kategori skor dengan menggunakan tentang skala sebagai berikut:

4.3.1 Data Variabel Bebas

1) Variabel Kepercayaan (X_1)

Untuk pengukuran variabel kepercayaan digunakan pendapat responden mengenai kemampuan, integritas, dan kebaikan hati terhadap pelayanan klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan dengan hasil terdapat dalam tabel berikut :

Tabel 7

4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (X₁)

Variabel X1 (Kepercayaan)												
NO	SKOR					TOTAL	PERSENTASE (%)					TOTAL
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
P1	16	15	4	0	0	35	45.71%	42.85%	11.42%	0	0	100%
P2	16	15	3	1	0	35	45.71%	42.85%	8.57%	2.85%	0	100%
P3	16	15	4	0	0	35	45.71%	42.85%	11.42%	0	0	100%
P4	12	15	5	3	0	35	34.28%	42.85%	14.28%	8.57%	0	100%
P5	12	18	5	0	0	35	34.28%	51.42%	14.28%	0	0	100%
P6	10	18	7	0	0	35	28.57%	51.42%	20%	0	0	100%

Tabel 4.3.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang memberikan tanggapan bahwa pasien Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan memberikan kompetensi yang sangat baik, responden menilai kompetensi yang diberikan berjumlah 45.71% dengan frekuensi 16 responden. Kemudian dalam memberikan pengetahuan kepada pasien klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan, responden memberikan tanggapan bahwa pengetahuan yang diberikan pihak klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan adalah sangat baik dengan jumlah 45,71% dengan frekuensi 16 responden. Kemudian penilaian responden terhadap kehandalan di Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan yaitu sangat baik dengan jumlah 45,71% dengan frekuensi 16 responden. Sedangkan untuk pemenuhan kebutuhan responden memberikan penilaian yang baik dengan jumlah 42,85% frekuensi 15 responden. responden memberikan tanggapan yang baik terhadap perhatian kebutuhan sebelum melakukan tindakan dilakukan dengan jumlah 51,42% dengan frekuensi 18 responden. Mengenai kesediaan berbagai kebutuhan pasien, responden juga memberikan tanggapan baik dengan jumlah 51,42% dan frekuensi 18 responden.

2) Variabel Kualitas Layanan (X_2)

Untuk pengukuran variabel kualitas layanan digunakan pendapat responden mengenai *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap pelayanan klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para pasien. Dengan hasil yang terdapat dalam tabel berikut ini :

Tabel 8

4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan (X_2)

Variabel X2 (Kualitas Layanan)												
NO	SKOR					TOTAL	PERSENTASE (%)					TOTAL
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
P1	15	15	3	2	0	35	42.85%	42.85%	8.57%	5.71%	0	100%
P2	13	19	2	1	0	35	37.14%	54.28%	5.71%	2.85%	0	100%
P3	16	15	3	1	0	35	45.71%	42.85%	8.57%	2.85%	0	100%
P4	13	14	5	3	0	35	37.14%	40%	14.28%	8.57%	0	100%
P5	12	16	7	0	0	35	34.28%	45.71%	20%	0	0	100%
P6	12	16	7	0	0	35	34.28%	45.71%	20%	0	0	100%
P7	0	26	9	0	0	35	0	74.28%	25.71%	0	0	100%
P8	0	26	9	0	0	35	0	74.28%	25.71%	0	0	100%
P9	0	28	7	0	0	35	0	80%	20%	0	0	100%
P10	0	31	4	0	0	35	0	88.57%	11.42%	0	0	100%

Tabel 4.3.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang memberikan tanggapan bahwa pasien Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan memberikan fasilitas yang berdaya tarik visual yang sangat baik, responden menilai diberikan berjumlah 42,85% dengan frekuensi 15 responden. Kemudian dalam karyawan yang berpakaian rapi dan profesional kepada pasien klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan, responden memberikan tanggapan bahwa yang diberikan pihak klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan adalah baik dengan jumlah 54,28% dengan frekuensi 19 responden. Kemudian penilaian responden

terhadap menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan oleh pihak Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan yaitu sangat baik dengan jumlah 45,71% dengan frekuensi 16 responden. Sedangkan untuk menyimpan catatan/ dokumen dengan baik, responden memberikan penilaian yang baik dengan jumlah 40% frekuensi 14 responden. responden memberikan tanggapan baik terhadap menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu sebelum melakukan kunjungan dengan jumlah 45,71% dengan frekuensi 16 responden. Mengenai kesigapan untuk merespon permintaan pelanggan, responden juga memberikan tanggapan baik dengan jumlah 45,71% dan frekuensi 16 responden. Persentase 74,28% memberikan tanggapan Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan dengan baik mendapatkan sejumlah 26 responden. Sedangkan karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan dengan frekuensi 26 responden memberikan tanggapan baik sejumlah 74,28%. Kemudian penilaian responden terhadap memberikan perhatian individual kepada para pelanggan oleh pihak Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan yaitu baik dengan jumlah 80% dengan frekuensi 28 responden. Sedangkan untuk sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan mendapat tanggapan baik dengan jumlah 88,57% frekuensi 31 responden.

4.3.2 Data Variabel Terikat

1) Kepuasan (Y)

Untuk pengukuran variabel kepuasan pasien digunakan pendapat responden mengenai Fitur produk dan jasa, atribut untuk keberhasilan /kegagalan jasa dan persepsi tentang *equity* atau *fairness* terhadap pelayanan klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan. Dan hasilnya terdapat pada tabel berikut :

Tabel 9**4.3.2 Tanggapan responden terhadap kepuasan (Y)**

Variabel Y (Kepuasan)												
NO	SKOR					TOTAL	PERSENTASE (%)					TOTAL
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
P1	4	19	11	1	0	35	11.42%	54.28%	31.42%	2.85%	0	100%
P2	16	15	3	1	0	35	45.71%	42.85%	8.57%	2.85%	0	100%
P3	12	15	5	3	0	35	34.28%	42.85%	14.28%	8.57%	0	100%
P4	12	15	8	0	0	35	34.28%	42.85%	22.85%	0	0	100%
P5	9	18	8	0	0	35	25.71%	51.42%	22.85%	0	0	100%
P6	9	18	8	0	0	35	25.71%	51.42%	22.85%	0	0	100%

Berdasarkan Tabel 4.3.2 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang baik memiliki pelayanan jasa lebih baik dengan yang lain dengan jumlah 54,28% dengan frekuensi 19 responden. Penilaian sangat baik terhadap produk/jasa yang berkualitas berjumlah 45,71% dengan frekuensi 16 responden. Sedangkan untuk pelayanan professional, responden memberikan penilaian yang baik dengan jumlah 42,85% frekuensi 15 responden. Persentase 42,85% memberikan responded tanggapan kepuasan atas pelayanan dengan baik mendapatkan sejumlah 15 responden. Kemudian terdapat 18 responden terhadap harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas memberikan tanggapan baik sejumlah 74,28%. Penilaian baik tentang biaya dapat ditolerir dengan memberikan frekuensi 18 responden dengan sejumlah 51,42%.

4.4 Hasil Analisis Data**4.4.1 UJI KEABSAHAN DATA****a) Uji validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu tes. Suatu tes dikatakan valid apabila tes tersebut mengukur sesuatu yang hendak diukur. Tes memiliki validitas yang tinggi jika hasilnya sesuai dengan kriteria, dalam arti memiliki kesejajaran antara tes dan kriteria (Arikunto, 1999: 65). Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesesuaian instrument yang digunakan dengan tujuan yang hendak dicapai. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah melakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table. Pada penelitian ini r table yang teramati adalah 0,2732.

Pengambilan keputusan uji validitas:

1. Bila nilai r hitung $>$ r tabel, maka item pertanyaan dinyatakan valid
2. Bila nilai r hitung $<$ r tabel, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid

Hasil dari pengujian validitas dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 10

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
Kepercayaan (X_1)	1	0,925	0,333	Valid
	2	0,917	0,333	Valid
	3	0,925	0,333	Valid
	4	0,804	0,333	Valid
	5	0,906	0,333	Valid
	6	0,791	0,333	Valid
Kualitas Layanan (X_2)	1	0,792	0,333	Valid
	2	0,709	0,333	Valid
	3	0,696	0,333	Valid

	4	0,885	0,333	Valid
	5	0,910	0,333	Valid
	6	0,910	0,333	Valid
	7	0,773	0,333	Valid
	8	0,800	0,333	Valid
	9	0,807	0,333	Valid
	10	0,510	0,333	Valid
Kepuasan (Y)	1	0,358	0,333	Valid
	2	0,657	0,333	Valid
	3	0,952	0,333	Valid
	4	0,950	0,333	Valid
	5	0,938	0,333	Valid
	6	0,938	0,333	Valid

Dari hasil dapat dilihat bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam indikator X_1 , X_2 , dan Y adalah valid.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas tes adalah tingkat keajegan (konsistensi) suatu tes, yakni sejauh mana suatu tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang ajeg, relatif tidak berubah walaupun diteskan pada situasi yang berbeda-beda. Reliabilitas suatu tes adalah taraf sampai dimana suatu tes mampu menunjukkan konsisten hasil pengukurannya yang diperlihatkan dalam taraf ketetapan dan ketelitian hasil. Reliabel tes berhubungan dengan ketetapan hasil tes (Arikunto, 2003: 109).

Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan program SPSS 16.0. suatu variabel dinyatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach alfa $\geq 0,60$. Berikut hasil perhitungan reliabilitas:

Table 11

4.4.1 Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Nilai Alpha	Keputusan
Kepercayaan	0,935	Reliabel
Kualitas Layanan	0,919	Reliabel
Kepuasan	0,889	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach alpha* $\geq 0,60$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan pada semua variabel adalah reliabel.

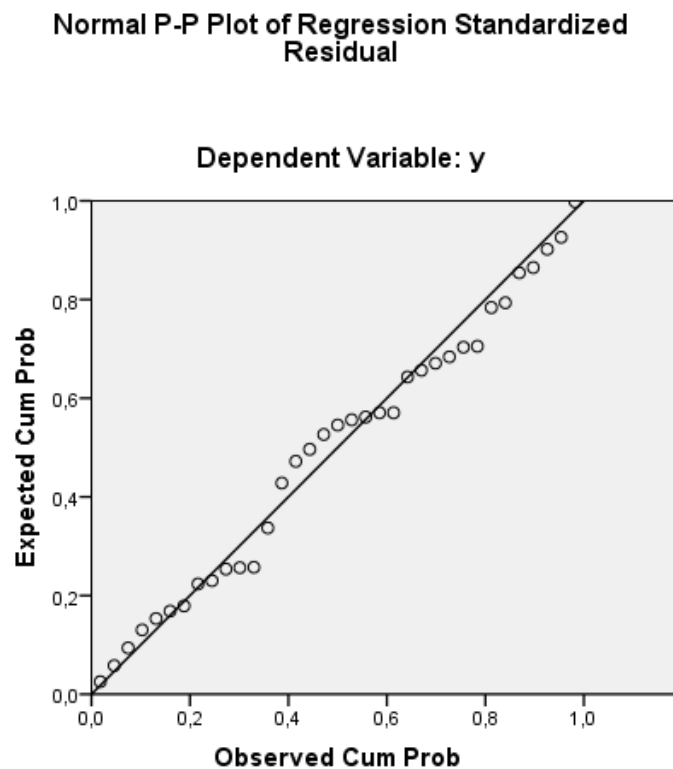
4.4.2 UJI ASUMSI KLASIK

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas

2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Berikut hasil uji normalitas yang telah dilakukan:



Gambar 2

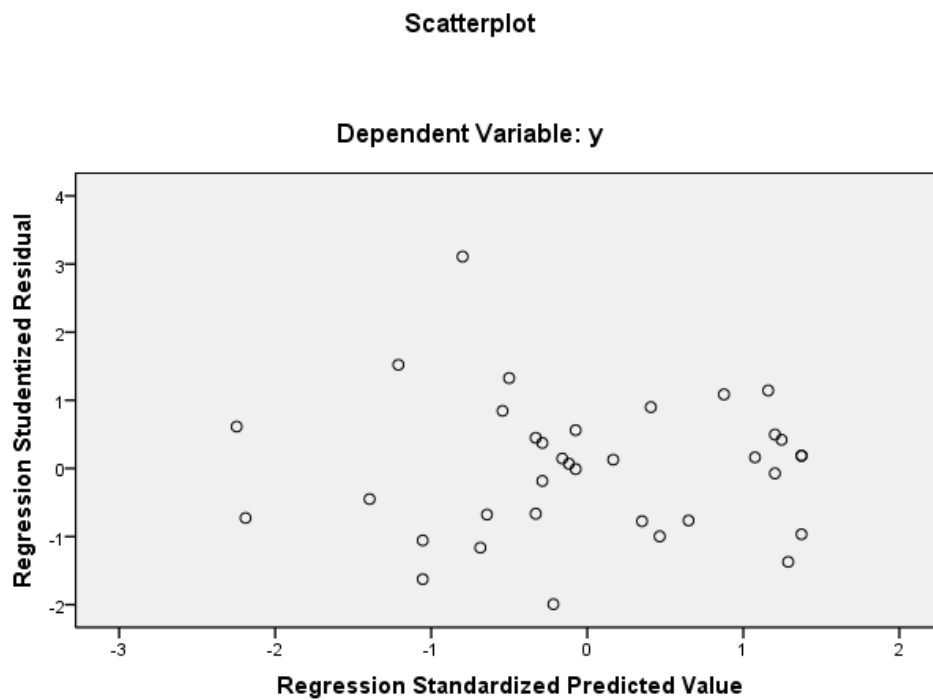
4.4.2 hasil pengujian normalitas

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas di gunakan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan nilai deviasi standar pada variabel yang di gunakan. Heteroskedastisitas terjadi apabila tidak ada kesamaan nilai standar deviasi antara

variabel dependen dan variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Hasil uji dapat dilihat pada gambar dibawah:



Gambar 3

4.4.2 hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menandakan tidak adanya heteroskedastisitas. Oleh karena itu, model regresi tersebut dapat digunakan untuk mengetahui kepuasan pasien berdasarkan variabel independennya.

c) Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi yang digunakan terjadi korelasi yang kuat antar variabel *independent*.

Masalah multikolinieritas terjadi apabila ada korelasi yang kuat antar variabel tersebut. Berikut hasil ujinya:

Tabel 12

4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X ₁ Kepercayaan	,959	1,043
	X ₂ Kualitas Layanan	,959	1,043

a. Dependent Variable: Y (Kepuasan)

Dari tabel diatas didapatkan nilai VIF untuk variable X₁ adalah 1.043 dan Variabel X₂ adalah 1,043. Nilai ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas karena nilai $VIF \leq 10$.

d) Analisis Koefisien Determinasi berganda

Besarnya pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan dapat dilihat dari besarnya nilai adjusted R².

Tabel 13

4.4.2 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,876 ^a	,768	,753	1,82371

a. Predictors: (Constant), x₂, x₁

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh angka R sebesar 0,876 yang menunjukkan

bahwa hubungan atau kolerasi antara kepercayaan dengan kualitas layanan dan kepuasan independennya adalah kuat, karena apabila nilai R lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan berkolerasi lemah. Angka R Square sebesar 0,768 yang berasal dari $(0,876 \times 0,876)$. Pada output tabel 4.10 karena variabelnya ada dua maka menggunakan R square yang artinya 76,8% variansi dari kepuasan bisa di jelaskan oleh variable kepercayaan dan kualitas layanan, sedangkan 23,2% sisanya diterangkan oleh variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini.

4.4.3 Analisi Regresi Linier Berganda

Berdasarkan perhitungan regresi berganda dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 14

4.4.3 Ringkasan Hasil Estimasi Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,930	2,968		,313	,756
	X ₁ Kepercayaan	,777	,083	,819	9,413	,000
	X ₂ Kualitas Layanan	,137	,063	,188	2,166	,038

a. Dependent Variable: Y (Kepuasan)

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,930 + 0,777X_1 + 0,137X_2 + e$$

Dimana:

Y : Kepuasan

a : Konstanta

b_1 : Koefisien Regresi kepercayaan

X_1 : Kepercayaan

b_2 : Koefisien kualitas layanan

X_2 : Kualitas layanan

e : Error

Dapat diketahui bahwa:

1. Nilai variabel dependen (Y) kepuasan dapat dilihat dari nilai konstantanya sebesar 0,930 dengan catatan jika variabel independen (X_1) kepercayaan dan (X_2) kualitas layanan tetap.
2. Variable kepercayaan (X_1) terhadap kepuasan (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,777 maka dapat diartikan apabila kepercayaan (X_1) naik sebesar 1 poin maka kepuasan (Y) akan naik sebesar 0,777 poin dengan catatan variabel kualitas layanan (X_2) tetap.
3. Variabel kualitas layanan (X_2) terhadap kepuasan (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,137 maka dapat diartikan apabila kualitas naik 1 poin, maka kepuasan (Y) akan naik sebesar 0,137 poin dengan catatan variabel kepercayaan (X_1) tetap.

4.5 PENGUJIAN HIPOTESIS

4.5.1 Uji T (Pengujian Hipotesis Secara Parsial)

Uji T dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara kepercayaan (X_1) dan kualitas layanan (X_2) terhadap kepuasan pasien (Y) secara individual atau parsial mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak. Berikut ini hasil perhitungan Uji T:

Tabel 15

4.5.1 hasil Uji T

Variabel	t hitung	t table	Keterangan
X ₁ Kepercayaan	9,413	1,307	Signifikan
X ₂ Kualitas layanan	2,166	1,307	Signifikan

Dilihat dari tabel diatas, menunjukkan bahwa X₁ dan X₂ memiliki t hitung > t tabel. Dapat disimpulkan bahwa X₁ dan X₂ berpengaruh signifikan terhadap Y secara parsial. Adapun langkah – langkah dalam uji t adalah :

a) Pengaruh Kepercayaan (X₁) terhadap Kepuasan (Y)

1. Nilai t_{hitung} = 9,413

Tingkat signifikan (α)=5% dengan derajat bebas (*degree of freedom/df*) =

$$(n-2) = 35-2 = 33$$

$$T_{\text{tabel}} = (\alpha / 2) = (0,025 : 33) \approx 1,307$$

2. Kesimpulan :

Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X₁) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y)

b) Pengaruh Kualitas Layanan (X₂) Terhadap Kepuasan (Y)

1. Nilai t_{hitung} = 2,166

Tingkat signifikan (α)= 5% dengan derajat bebas (*degree of freedom/df*) =

$$(n-2) = 35-2 = 33$$

$$T_{\text{tabel}} = (\alpha / 2) = (0,025 : 35) \approx 1,307$$

2. Kesimpulan :

Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y).

4.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini disertakan pengujian serentak/simultan (Uji F) untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu : X_1 (Kepercayaan), X_2 (Kualitas Layanan) secara serentak atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap (Y) Kepuasan. Untuk itu dalam penelitian ini disertakan uji F seperti yang terlihat dalam tabel 4.7.2 berikut ini :

Tabel 16

4.5.2 Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	352,256	2	176,128	52,956	,000 ^a
	Residual	106,429	32	3,326		
	Total	458,686	34			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Dilihat dari tabel diatas diperoleh gambaran bahwa nilai F_{hitung} sebesar 52,183 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,29. Angka ini didapat dari tabel F dengan nilai v_1 sebesar 2 sebagai residual dan v_2 sebesar 32 sebagai df (derajat kebebasan) dengan taraf kesalahan 0,05 (5%). Oleh karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ ($52,183 > 3,29$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal

ini menunjukkan bahwa variabel X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap (Y).

Adapun langkah – langkah dalam uji F adalah :

1. Nilai $F_{hitung} = 52,183$

$$F_{tabel} (df \text{ pembilang}/k ; df \text{ penyebut}/ n-(k+1)$$

$$F_{tabel} (2 ; 32 ; 0.05\%) = 3,29$$

2. Kesimpulan

Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ ($52,183 > 3.29$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X_1 Kepercayaan, X_2 Kualitas Layanan, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan (Y).

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Dilihat dari variabel kepuasan yang diteliti di atas sesuai dengan table diperoleh nilai R sebesar 0,876 atau sekitar 76,8%. Sedangkan 23,2% terdapat faktor lain yang diterangkan oleh variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini.

Dilihat dari model pengujian anova pada table dapat Dianalisis bahwa seluruh variabel secara keseluruhan dapat dinilai mampu menerangkan kepuasan, hal ini dapat dijelaskan karena nilai signifikan dari pengujian secara keseluruhan atau simultan mempunyai nilai $< 0,05$. Dari model ini di dapat kesimpulan bahwa model ini dinilai layak.

Dari table 4.11 dapat dilihat dari variabel kepercayaan dan kualitas layanan, ada dua yang signifikan terhadap kepuasan, sehingga dapat dijelaskan tiap variabel sebagai berikut :

1. Ada pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan pasien di Klinik K-24 Pagerwojo Lamongan.

Dari variabel kepercayaan (X_1) terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan yang berarti dengan meningkatnya variabel kepercayaan sebesar satu poin maka kepuasan akan naik 0.777 poin dengan catatan variabel kualitas layanan tetap. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien secara signifikan. Persepsi kualitas pelayanan yang baik akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Ini berarti semakin baik kualitas pelayanan berakibat pada semakin baiknya kepuasan pasien. Hasil analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan menunjukkan indikator dari variabel kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pasien adalah indikator bahwa sebagian besar responden yang memberikan tanggapan bahwa pasien Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan memberikan kompetensi yang sangat baik, responden menilai kompetensi yang diberikan berjumlah 45.71% dengan frekuensi 16 responden. Kemudian dalam memberikan pengetahuan kepada pasien klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan, responden memberikan tanggapan bahwa pengetahuan yang diberikan pihak klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan adalah sangat baik dengan jumlah 45,71% dengan frekuensi 16 responden. Secara parsial penelitian ini menghasilkan kesimpulan dikuatkan dengan penelitian Kevin Putra

Mahendra dan Ratih Indriyani (2018) adanya pengaruh kepercayaan pelanggan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo.

2. Ada pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan pasien di Klinik K-24 Pagerwojo Lamongan.

Dari variabel kualitas layanan (X_2) terdapat pengaruh yang positif terhadap kepuasan itu berarti dengan meningkatnya variabel kualitas layanan sebesar satu poin maka kepuasan akan naik sebesar 0,137 poin dengan catatan variabel kepercayaan tetap. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh keterangan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan secara signifikan. Terciptanya kepercayaan merupakan salah satu keberhasilan proses pemasaran, karena pada dasarnya kepercayaan yang baik dapat dianggap sebagai pengakuan dan penghargaan dari konsumen terhadap kegunaan produk atau jasa yang diberikan oleh penyedia layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel kepercayaan, indikator terhadap bahwa memberikan fasilitas yang berdaya tarik visual yang sangat baik, Sedangkan indikator dari variabel kepercayaan yang memiliki pengaruh dengan persentase paling sedikit adalah indikator memberikan pengetahuan kepada pasien klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan,. Hal ini dapat mengurangi kepercayaan pasien terhadap klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan yang berakibat pada berkurangnya kepuasan pasien selama berobat. Kepercayaan berkaitan langsung dengan persepsi pasien tentang reputasi klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan. Apabila pasien memperoleh produk jasa yang sesuai dengan harapan, pelayanan yang menyenangkan, dapat dirasakan manfaat dari produk jasanya, mendapatkan kepuasan setelah memanfaatkan layanan dan

merasa aman ataupun nyaman setelah menggunakan produk jasa dan layanan dari Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan, maka pasien akan memberikan kepercayaan terhadap Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan. Hal tersebut yang akan membuat pasien terus memanfaatkan layanan klinik gigi dan pada akhirnya akan merekomendasikan klinik gigi kepada orang lain karena merasa puas dengan layanan dari Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan. Secara parsial hasil penelitian ini didukung dengan Penelitian yang dilakukan oleh Deby Santyo, 2016 juga menghasilkan kesimpulan yang sama dengan penelitian ini yakni kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Ada pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pasien di Klinik K-24 Pagerwojo Lamongan.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh keterangan bahwa secara simultan kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, dengan melihat besarnya pengaruh kedua variabel independen tersebut terhadap variabel dependen, bisa dikatakan terciptanya kepuasan pasien adalah karena layanan yang dimiliki oleh Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan dapat memberikan kepuasan kepada pasien. Berdasarkan kedua variabel independen yang diuji secara individual yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pasien klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan adalah kualitas pelayanan, hal ini karena kinerja layanan yang diberikan oleh klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan secara umum dapat memenuhi harapan pasien baik dari segi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Variabel berikutnya yang juga mempengaruhi kepuasan pasien klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan adalah kepercayaan. Tiga indikator

dalam variabel kepercayaan yakni kemampuan, kebaikan hati, dan integritas secara umum dapat menciptakan keyakinan bagi pasien bahwa reputasi klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan termasuk baik, dengan persepsi baik yang timbul maka berakibat pada munculnya kepuasan bagi pasien klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan. Secara simultan hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Okky Erviana, 2013 yaitu dimensi kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

4.7 Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi dari hasil penelitian mencangkup dua hal, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis yang diuraikan sebagai berikut:

4.7.1 Implikasi Teoritis

- a. Ada pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan pasien di Klinik K-24 Pagerwojo Lamongan. Pengukuran indikator variabel kepercayaan menurut Mayer et al, 1995 dalam Kurniawan Arif, 2017 antara lain ada tiga, yaitu: Kemampuan (*Ability*), Kebaikan Hati (*Benevolence*) dan Integritas (*Integrity*). Hasil penelitian yang dilakukan Adanya pengaruh kepercayaan pelanggan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo.
- b. Ada pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan pasien di Klinik K-24 Pagerwojo Lamongan. Dapat dilakukan dengan melakukan pengukuran terhadap variable-variabel yang mempengaruhi kualitas layanan. Terdapat 5 variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut (Parasuraman, et al, 1994 dalam Kurniawan Arif, 2017) yaitu: *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*. dengan

Penelitian yang dilakukan oleh (Gronroos, 1984; Parasuraman et al, 1988;. Walker et al, 2006) dalam Munusamy Jayaraman, et.al (2010) juga menghasilkan kesimpulan yang sama dengan penelitian ini yakni kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- c. Ada pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pasien di Klinik K-24 Pagerwojo Lamongan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh keterangan bahwa secara simultan kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, dengan melihat besarnya pengaruh kedua variabel independen tersebut terhadap variabel dependen, bisa dikatakan terciptanya kepuasan pasien adalah karena layanan yang dimiliki oleh Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan dapat memberikan kepuasan kepada pasien. Secara simultan hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Akfian Yuda Adhi, et.al (2012), yaitu dimensi kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

4.7.2 Implikasi Praktis

- a. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa dengan kepercayaan yang baik akan berpengaruh pada kepuasan. Oleh karena itu kepercayaan klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan berkaitan langsung dengan persepsi pasien tentang reputasi rumah sakit (kemampuan yang dimiliki, kebaikan hati, dan juga integritas klinik gigi). Apabila pasien memperoleh produk jasa yang sesuai dengan harapan, pelayanan yang menyenangkan, dapat dirasakan manfaat dari produk jasanya, mendapatkan kepuasan setelah

memanfaatkan layanan dan merasa aman ataupun nyaman setelah menggunakan produk jasa dan layanan dari Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan, maka pasien akan memberikan kepercayaan terhadap Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan. Hal tersebut yang akan membuat pasien terus memanfaatkan layanan rumah sakit dan pada akhirnya akan merekomendasikan klinik gigi kepada orang lain karena merasa puas dengan layanan dari Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan.

- b. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa dengan kualitas layanan yang baik akan berpengaruh pada kepuasan oleh karena itu pelayanan yang diberikan oleh klinik gigi merupakan faktor yang sangat berperan sebagai dasar bagi pasien untuk memanfaatkan jasa klinik gigi. Kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting dalam persaingan pasar yang sangat kompetitif seperti saat ini, penampilan, kehandalan dan jaminan klinik gigi dalam memberikan pelayanan kepada pasien merupakan faktor utama terhadap kesan yang akan dirasakan pasien selama memanfaatkan pelayanan yang diberikan klinik gigi, dengan begitu akan muncul persepsi pengguna jasa dalam hal ini pasien terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Persepsi mengenai kualitas pelayanan yang baik akan berakibat pada munculnya kepuasan, retensi dan bahkan loyalitas, dengan demikian akan mendukung terlaksananya strategi perusahaan serta tercapainya tujuan perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan studi pada Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pasien Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan, sebaliknya semakin rendah kepercayaan maka semakin rendah pula tingkat Kepuasan Pasien Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien di Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan. Hal ini berarti semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan, sebaliknya semakin rendah Kualitas Pelayanan maka semakin rendah pula tingkat Kepuasan Pasien Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan.
3. Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan pasien di Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan dan kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan di klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan, sebaliknya semakin rendah kepercayaan dan kualitas pelayanan maka semakin rendah pula tingkat kepuasan pasien klinik gigi di K-24 Pagerwojo Lamongan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran-saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan

Hasil penelitian menunjukkan secara umum kualitas pelayanan Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan sudah cukup baik, sehingga perlu dipertahankan. Akan tetapi masih terdapat beberapa indikasi yang lemah pada kualitas pelayanan seperti pada aspek jaminan, hal ini dibuktikan dari analisis deskriptif variabel bahwa persentase yang paling sedikit dalam variabel kualitas pelayanan adalah indikator jaminan, jaminan dan kepercayaan yang diberikan klinik gigi dalam meyakinkan pasien untuk berobat kembali ke klinik gigi dinilai belum maksimal oleh pasiennya, hal ini karena masih ada beberapa perawat klinik gigi yang kurang profesional dalam melakukan pelayanan terhadap pasien. Untuk itu, Klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan hendaknya untuk memperbaiki, melengkapi dan menyempurnakan dari aspek jaminan yang dinilai masih kurang.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup dua variabel independen saja, sehingga masih perlu kajian tentang variabel-variabel independen lain di luar model penelitian ini, seperti citra, loyalitas dan nilai pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Ade Risman Rivai, Triyono Arief Wahyudi. 2017. *Pengaruh Persepsi Kualitas Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi*. Kalbisocio. Vol. 4(1).
- Adib. Helen Sabera. 2016 *Metodologi Penelitian*, Palembang : Noerfikri Offset.
- Anatan, Lina. & Lena Ellitan. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Bisnis Modern*. Alfabeta. Bandung.
- Anggraini, 2014. *Evaluasi Pelaksanaan Sistem Identifikasi Pasien di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit*. Jurnal Kedokteran Brawijaya, Vol. 28, No. 1, p. 99-103.
- Arianto, N. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. Vol. 1(2), p. 83–101.
- Armstrong, Kotler. 2015. “*Marketing An Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*”, England : Pearson Education, Inc
- Arvan Ali Prakoso, 2017. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Loyalitas*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Fak Ekonomi Dan Bisnis.
- Ashari, Irwan, 2012. *Peningkatan Mutu Pelayanan di Rumah Sakit*. (Online). <http://www.dokterirga.com>, d iakses. Tanggal 16 Januari 2021

- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali-Gramedia Pustaka Utama
- Astadi Pangarso, Putri Intan Susanti. 2016. *Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Biro Pelayanan Sosial Dasar Sekertariat Daerah Provinsi Jawa Barat*. Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan Tahun 9 No. 2
- Barry, Render Dan Jay Heizer. 2001. *Prinsip - Prinsip Manajemen Operasi : Operations Management*. Jakarta : Salemba Empat.
- Chandra Hakim Arif Prasetya, dkk, 2014. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Kepercayaan serta Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario Pada PT Sumber Purnama Sakti Di Kabupaten Gresik)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 15, No. 2.
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: *Global Research And Consulting Institute*.
- Deby Santyo Rusandy, 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.1(3) P.191-205
- Dewanto Dkk, 2014. *Panduan Pelaksanaan Pelayanan Kedokteran Gigi dalam Sistem Jaminan Kesehatan Nasional*. Jakarta. Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI)
- Donni Junni Priansa, 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Dr. Rosnaini Daga,.Se,.Mm, 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*.
- Erviana Okky, 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD dr. Soewondo Kendal*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.

- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*
25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Griffin, R. W. (2004). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Hamdi Dan Bahruddin, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Ed 1. Cet 1. Yogyakarta. Metode Riset
- Hasibuan, Malayu Sp. 2012. *Manajemen SDM*. Edisi Revisi, Cetakan Ke Tigabelas. Jakarta : Bumi Aksara
- Imaniati, Zaen Zulhaj. 2016. *Pengaruh Persepsi Wajib Pajak terhadap Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013, Pemahaman Perpajakan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Yogyakarta*. Vol. 5(2).
- Ismail. 2014. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Kemenkes RI, 2011. *Pedoman Pelaksanaa Jaminan Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: Kemenkes.
- Kemenkes. *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk.02.02/Menkes/62/2015*
- Kementerian Kesehatan, 2019. *Peraturan Menteri Kesehatan. Standar Teknis Pemenuhan Mutu Pelayanan Dasar pada Standar Pelayanan Minimal Bidang Kesehatan*. No.4, [bn.2019/no.68, kemkes.go.id](https://kemkes.go.id) : 6 hlm
- Kesuma, Eka, dkk. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sulthan Hotel Banda Aceh*. Jurnal Manajemen. Vol. 4 (4). p 176-192.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc, New Jersey*
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.

- Kurniawan Arif, 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Paru dr. Ario Wirawan Salatiga*, Jurnal *Proceeding Health Architecture*, Vol 1(1).
- Leninkumar, Vithya . 2017. *The Effect Of Service Quality On Customer Loyalty*. *European Journal Of Business And Management Wwww.Iiste.Org Issn 2222-1905 (Paper) Issn 2222-2839 (Online) Vol.8, (33)*
- Mudrajad Kuncoro, 2011. *Metode Kuantitatif; Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi Keempat. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mukhsinah Dan Brahmaratih. 2014. *Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan dan Budaya Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan serta Dampaknya pada Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada PT. Pei Hai International*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (*Journal Of Management And Entrepreneurship*). Vol. 10, p. 124-135
- Nunnally, Bernstein, I.H. 1994. *Psychometric Theory*, Edisi Ke 3. New York : Mcgraw Hill.
- Nur Laely, 2016. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan pada PT. Telkomsel di Kota Kediri*. Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Kediri. Vol. 3 (2). p. 61 - 74
- Nur Laely, 2016. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan pada PT. Telkomsel di Kota Kediri*. Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen. Vol. 3 (2), p. 61.
- Okyawan, 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien di Klinik Spesialis Graha Amanah*. Tesis Universitas Muhamadiyah Surakarta. Program Studi Megister Manajemen.
- Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes), 2019. *Peraturan Menteri Kesehatan tentang Standar Teknis Pemenuhan Mutu Pelayanan Dasar pada Standar*

Pelayanan Minimal Bidang Kesehatan. Kementerian Kesehatan Nomor 4 Tahun 2019. Bn.2019/No.68, : 6 Hlm. kemkes.go.id.

Radito, 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Kesehatan terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas*. Jurnnal Ilmu Manajemen. STIE Ieu Yogyakarta, Vol 11(2).

Riskesdas. 2018. *Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Kementerian RI. P.99.*
https://kesmas.kemkes.go.id/assets/upload/dir_519d41d8cd98f00/files/hasil-riskesdas-2018_1274.pdf

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis* disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Andi.

Sembel Mariane, Dkk. 2014. *Gambaran Tingkat Kepuasan Pasien terhadap Perawatan Gigi dan Mulut di Puskesmas Bahu*. Jurnal E Gigi (Eg). Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Manado Vol.2 (2).

Silaen, Sofar., 2018., *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, In Media, Bandung

Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Sinambela. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara

Sugiarto, 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Suharyadi Dan Purwanto S.K. 2016. *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Moderen*. Edisi 3 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sumarni dan Soprihanto. 2010. *Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*. Edisi 5. Yogyakarta:
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar - dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Ke-2. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Thalia Claudia Mawey. Altje L. Tumbel, 2018. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sulutgo*. Jurnal *Emba*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Vol. 6 (3). p. 1198 - 1207
- Unaradjan, Dominikus Dolet. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- UU No. 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan
- Wahyuni, Hana Catur, Sulistyowati, Wiwik & Khamim, Muhammad. 2015. *Pengendalian Kualitas, Aplikasi pada Industri Jasa dan Manufakturlean, Six, Sigma & Servqual*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wahyuningsih Erna, Dkk. 2014. *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk*. di Jakarta Pusat. Jurnal *Abdimas Perbanas*. Vol 1 (1), p.11-20

White, Halbert, *A Heteroscedasticity*, In: *Econometrical*, 1980. Vol. 48, p. 817-838 (Cambridge, Ma: Mit Press, 1980)

Yazid. Drs. 2003. *Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Ekonisia*. Fakultas Ekonomi Uii. Yogyakarta.

Lampiran 1

Kuisisioner

I. Pengantar Kuesioner

Yth. Bapak/ Ibu.

Saya adalah mahasiswa dari Program Studi S1 Manajemen Fakultas Teknik dan Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pasien (Studi pada Klinik Gigi K-24 Lamongan)”.

Hasil dari kuesioner ini digunakan untuk keperluan penelitian di lingkungan Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, sehingga Bapak/ Ibu tidak perlu ragu dalam memberikan jawaban kuesioner ini. Selanjutnya, data responden akan diperlukan untuk pengamatan/ observasi dalam penelitian ini.

Saya akan sangat berterima kasih jika Bapak/ Ibu dapat meluangkan waktu untuk mengikuti kuesioner berikut ini. Atas perhatian dan partisipasi Bapak/ Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Cindy Aisyah Syafrudin

II. Identitas Responden

Petunjuk Pengisian

Responden diharap menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut dengan mengisi bagian yang kosong (...) atau memberi tanda cek (√) pada jawaban yang tersedia.

NAMA RESPONDEN :
 USIA :
 JENIS KELAMIN :
 ALAMAT :

III. Pertanyaan Penelitian

Petujung Singkat Pengisian

Mohon konfirmasinya atas pernyataan berikut sesuai dengan persepsi anda. Mohon konfirmasinya atas pernyataan berikut sesuai dengan persepsi anda.

Jawaban atas pernyataan tersebut diberi penilaian

SS (Sangat setuju) : 5
 S (Setuju) : 4
 CS (Cukup setuju) : 3
 TS (Tidak setuju) : 2
 STS (Sangat tidak setuju) : 1

Semakin positif persepsi yang muncul, maka semakin tinggi nilainya (semakin mendekati atau mencapai angka 5). Sebaliknya semakin negatif persepsi yang muncul, maka semakin rendah nilai yang diberikan (semakin mendekati atau mencapai angka 1). Beri tanda centrang (√) pada jawaban yang tersedia:

1. KEPERCAYAAN PASIEN

Kemampuan (*ability*)

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Klinik mampu melayani pasien selama jam operasional					
2	Klinik menyediakan peralatan medis yang lengkap					

Integritas (*Integrity*)

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
3	Klinik tidak melakukan malpraktik terhadap pasien					
4	Klinik menjelaskan informasi yang jelas dan benar mengenai sakit yang diderita pasien					

Kebaikan Hati (*Benelovence*)

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
5	Klinik tetap memberikan perawatan kepada pasien tanpa membandingkan dengan pasien lain					
6	Pasien diberlakukan semestinya sesuai tindakan diagnosa tanpa pilih kasih dengan pasien lain					

2. KUALITAS LAYANANBukti Fisik (*Tangibles*)

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
7	Tersedianya fasilitas fisik seperti gedung, tempat parkir dan toilet yang memadai					
8	Tenaga medis dan karyawan berpenampilan rapi dan sopan dalam menjalankan tugasnya					

Reliabilitas (*Reliability*)

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
9	Pelayanan dalam pemeriksaan, pengobatan, dan perawatan berjalan					

	sesuai dengan kebutuhan pasien					
10	Akuratnya diagnosis yang diberikan oleh tenaga medis					

Daya Tanggap (*Responsiveness*)

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
11	Tenaga medis dan karyawan ada, sesuai jadwal yan ditentukan					
12	Kesigapan tenaga medis dan karyawan dalam menanggapi pasien dengan baik					

Jaminan (*Assurance*)

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
13	Kesungguhan tenaga medis dan karyawan untuk melayani pasien dengan baik					
14	Klinik memberikan pelayanan yang profesional					

Empati (*Empathy*)

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
15	Komunikasi antara pasien dengan tenaga medis dan karyawan berjalan baik.					
16	Klinik memberikan kemudahan pelyanan dalam akses pelayanan kesehatan					

3. KEPUASAN

Fitur Produk dan Jasa

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
17	Pelayanan Klinik Gigi K-24 Pagerwojo lebih baik daripada					

	klirik gigi yang lain					
18	Resep yang diberikan oleh tenaga medis merupakan obat yang berkualitas baik					

Atribut untuk Keberhasilan/ Kegagalan Jasa

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
19	Pelayanan di Klinik diberikan oleh tenaga medis dan karyawan secara profesional					
20	Saya merasa puas dengan pelayanan Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan					

Persepsi tentang *Equity* atau *Fairness*

No	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
21	Biaya yang ditawarkan sebanding dengan kualitas dengan pelayanan yang saya dapat					
22	Biaya, apabila pasien kurang mampu, ada hal-hal yang dapat ditolerir dari pihak klinik untuk diberikan keringanan					

— Terimakasih —

Lampiran 2

Data Karakteristik Responden

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki – Laki	9	25,71
Perempuan	26	74,28
Jumlah	35	100,00

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah	Presentase (%)
0 – 5 (Masa Balita)	0	0
5 – 11 (Masa Kanak-kanak)	3	8,57
12 – 16 (Masa Remaja Awal)	4	11,42
17 – 25 (Masa Remaja Akhir)	8	22,85
26 – 35 (Masa Dewasa Awal)	6	17,14
36 – 45 (Masa Dewasa Akhir)	9	25,71
46 – 55 (Masa Lansia Awal)	4	11,42
56 – 65 (Masa Lansia Akhir)	1	2,85
65 – ke atas (Masa Manula)	0	0
Jumlah	35	100,00

Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

Alamat	Jumlah	Presentase (%)
Banjarmendalan	0	0.00%
Tumenggungan	1	2,85%
Sidokumpul	0	0.00%
Sukorejo	2	5,71%

Sukomulyo	7	20%
Sidoharjo	6	17,14%
Tlogoanyar	1	2,85%
Jetis	2	5,71%
Made	6	17,14%
Tanjung	1	2,85%
Plosowahyu	0	0.00%
Pangkatrejo	0	0.00%
Kebet	0	0.00%
Karanglangit	0	0.00%
Sumberejo	1	2,85%
Sendangrejo	0	0.00%
Rancangkencono	1	2,85%
Kramat	1	2,85%
Sidomukti	1	2,85%
Wajik	0	0.00%
Luar Wilayah Kecamatan Lamongan	5	14,28%
Jumlah	35	100%

Lampiran 3

Deskripsi Jawaban Responden

Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (X₁)

Variabel X1 (Kepercayaan)												
NO	SKOR					TOTAL	PERSENTASE (%)					TOTAL
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
P1	16	15	4	0	0	35	45.71%	42.85%	11.42%	0	0	100%
P2	16	15	3	1	0	35	45.71%	42.85%	8.57%	2.85%	0	100%
P3	16	15	4	0	0	35	45.71%	42.85%	11.42%	0	0	100%

P4	12	15	5	3	0	35	34.28%	42.85%	14.28%	8.57%	0	100%
P5	12	18	5	0	0	35	34.28%	51.42%	14.28%	0	0	100%
P6	10	18	7	0	0	35	28.57%	51.42%	20%	0	0	100%

N	X1						Jumlah
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	4	4	4	3	4	3	22
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	3	4	3	25
9	5	5	5	4	4	5	28
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	4	2	3	4	21
13	3	3	3	3	3	3	18
14	5	5	5	5	5	4	29
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	5	5	30
17	3	3	3	4	4	3	20
18	5	5	5	5	5	4	29
19	3	3	3	5	4	3	21
20	4	4	4	2	3	4	21
21	4	4	4	3	3	3	21
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	4	4	4	27
25	4	4	4	4	4	4	24
26	3	2	3	2	3	4	17
27	5	5	5	4	5	4	28
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	3	4	3	22
32	5	5	5	4	4	4	27
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24

26	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	36
27	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	29
28	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
29	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
32	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
33	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	45
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41

Tanggapan responden terhadap kepuasan (Y)

Variabel Y (Kepuasan)												
NO	SKOR					TOTAL	PERSENTASE (%)					TOTAL
	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1	
P1	4	19	11	1	0	35	11.42%	54.28%	31.42%	2.85%	0	100%
P2	16	15	3	1	0	35	45.71%	42.85%	8.57%	2.85%	0	100%
P3	12	15	5	3	0	35	34.28%	42.85%	14.28%	8.57%	0	100%
P4	12	15	8	0	0	35	34.28%	42.85%	22.85%	0	0	100%
P5	9	18	8	0	0	35	25.71%	51.42%	22.85%	0	0	100%
P6	9	18	8	0	0	35	25.71%	51.42%	22.85%	0	0	100%

N	Y						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	3	3	3	3	20
2	5	4	4	4	4	4	25
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	5	29
5	3	5	5	5	4	4	26
6	4	5	5	5	5	5	29
7	4	4	4	4	4	4	24
8	3	5	3	3	3	3	20
9	3	5	4	4	4	4	24
10	4	5	5	5	5	5	29
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	2	3	3	3	19
13	3	3	3	3	3	3	18
14	4	5	5	5	4	4	27
15	4	5	5	5	5	5	29
16	4	5	5	5	4	4	27
17	4	3	4	4	4	4	23

18	4	5	5	5	5	5	29
19	4	3	5	5	5	5	27
20	3	4	2	3	3	3	18
21	3	4	3	3	3	3	19
22	4	4	4	4	4	4	24
23	3	5	5	5	5	5	28
24	4	5	4	4	4	4	25
25	3	4	4	4	4	4	23
26	3	2	2	3	3	3	16
27	4	5	4	4	4	4	25
28	3	5	5	5	5	5	28
29	5	4	4	4	4	4	25
30	2	4	4	4	4	4	22
31	5	4	3	3	3	3	21
32	3	5	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24

Lampiran 4

Uji Validitas

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X total
X1	Pearson Correlation	1	,978**	1,000**	,543**	,737**	,673**	,925**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35
X2	Pearson Correlation	,978**	1	,978**	,575**	,733**	,611**	,917**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35
X3	Pearson Correlation	1,000**	,978**	1	,543**	,737**	,673**	,925**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35
X4	Pearson Correlation	,543**	,575**	,543**	1	,884**	,586**	,804**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,001		,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35
X5	Pearson Correlation	,737**	,733**	,737**	,884**	1	,644**	,906**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35
X6	Pearson Correlation	,673**	,611**	,673**	,586**	,644**	1	,791**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	35	35	35	35	35	35	35
X total	Pearson Correlation	,925**	,917**	,925**	,804**	,906**	,791**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	X.16	X.total
X.7	Pearson Correlation	1	,794**	,574**	,541**	,564**	,564**	,476**	,634**	,567**	,315	,792**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000	,000	,004	,000	,000	,065	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X.8	Pearson Correlation	,794**	1	,563**	,470**	,556**	,556**	,314	,408*	,393*	,134	,709**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,004	,001	,001	,066	,015	,019	,444	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X.9	Pearson Correlation	,574**	,563**	1	,553**	,552**	,552**	,422*	,422*	,401*	,031	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,001	,001	,011	,011	,017	,860	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X.10	Pearson Correlation	,541**	,470**	,553**	1	,843**	,843**	,744**	,673**	,727**	,508**	,885**
	Sig. (2-tailed)	,001	,004	,001		,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X.11	Pearson Correlation	,564**	,556**	,552**	,843**	1	1,000**	,749**	,659**	,692**	,444**	,910**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001	,000		,000	,000	,000	,000	,008	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X.12	Pearson Correlation	,564**	,556**	,552**	,843**	1,000**	1	,749**	,659**	,692**	,444**	,910**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,008	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X.13	Pearson Correlation	,476**	,314	,422*	,744**	,749**	,749**	1	,701**	,686**	,405*	,773**
	Sig. (2-tailed)	,004	,066	,011	,000	,000	,000		,000	,000	,016	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X.14	Pearson Correlation	,634**	,408*	,422*	,673**	,659**	,659**	,701**	1	,850**	,611**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000	,015	,011	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000

	tailed)											
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X.15	Pearson Correlation	,567**	,393*	,401*	,727**	,692**	,692**	,686**	,850**	1	,718**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000	,019	,017	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X.16	Pearson Correlation	,315	,134	,031	,508**	,444**	,444**	,405*	,611**	,718**	1	,510**
	Sig. (2-tailed)	,065	,444	,860	,002	,008	,008	,016	,000	,000		,002
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X.total	Pearson Correlation	,792**	,709**	,696**	,885**	,910**	,910**	,773**	,800**	,807**	,510**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X.17	X.18	X.19	X.20	X.21	X.22	X total
X.17	Pearson Correlation	1	,046	,194	,168	,194	,194	,358*
	Sig. (2-tailed)		,794	,265	,336	,265	,265	,035
	N	35	35	35	35	35	35	35
X.18	Pearson Correlation	,046	1	,575**	,550**	,477**	,477**	,657**
	Sig. (2-tailed)	,794		,000	,001	,004	,004	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35
X.19	Pearson Correlation	,194	,575**	1	,962**	,901**	,901**	,952**
	Sig. (2-tailed)	,265	,000		,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35
X.20	Pearson Correlation	,168	,550**	,962**	1	,927**	,927**	,950**
	Sig. (2-tailed)	,336	,001	,000		,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35
X.21	Pearson Correlation	,194	,477**	,901**	,927**	1	1,000**	,938**
	Sig. (2-tailed)	,265	,004	,000	,000		,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35	35
X.22	Pearson Correlation	,194	,477**	,901**	,927**	1,000**	1	,938**
	Sig. (2-tailed)	,265	,004	,000	,000	,000		,000

	N	35	35	35	35	35	35	35
X total	Pearson Correlation	,358*	,657**	,952**	,950**	,938**	,938**	1
	Sig. (2-tailed)	,035	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	35	35	35	35	35	35	35

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5

Uji Reliabilitas

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,935	6

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,919	10

Y

Reliability Statistics

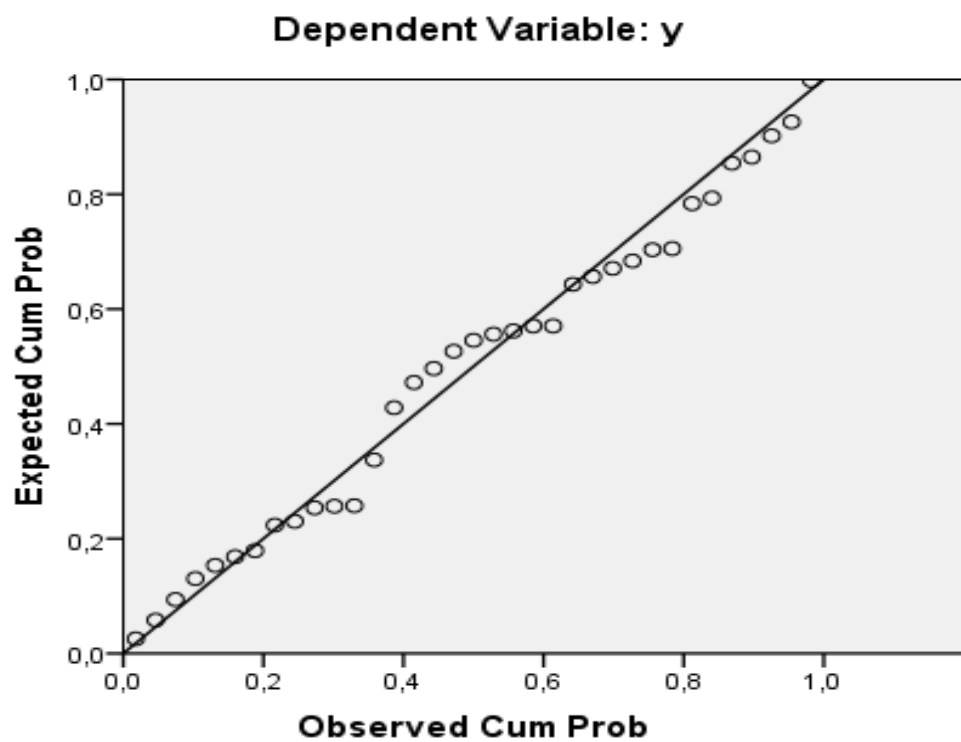
Cronbach's Alpha	N of Items
,889	6

Lampiran 6

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

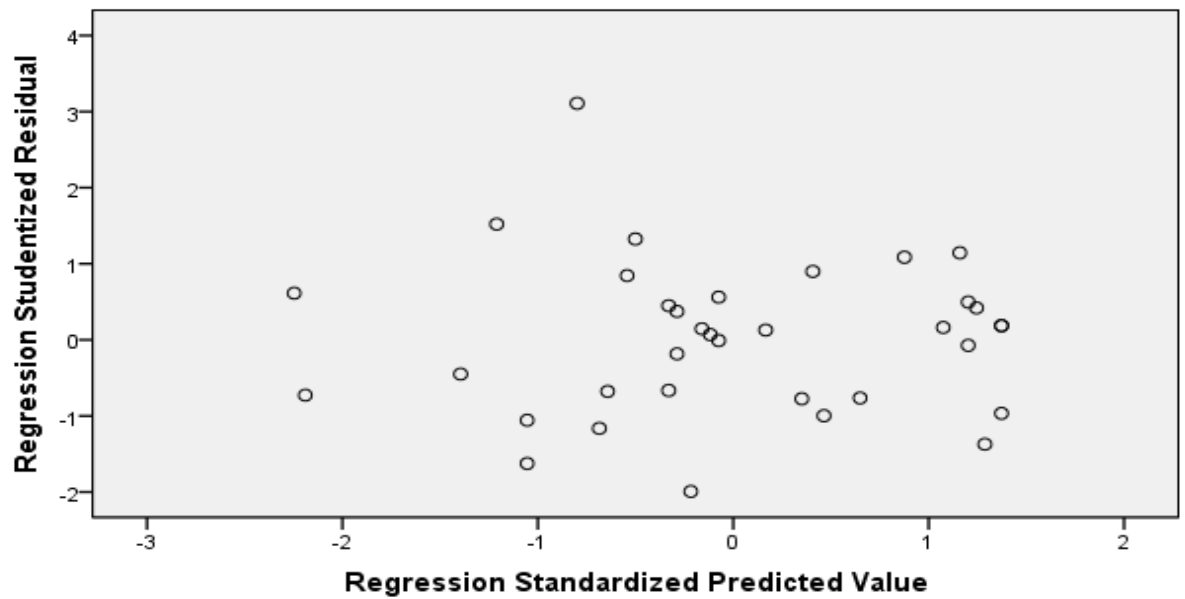
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: y



Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X ₁ Kepercayaan	,959	1,043
	X ₂ Kualitas Layanan	,959	1,043

Lampiran 7

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	,930		
	X ₁ Kepercayaan	,777	,083	,819	9,413	,000
	X ₂ Kualitas Layanan	,137	,063	,188	2,166	,038

a. Dependent Variable: Y (Kepuasan)

Lampiran 8

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t table	Keterangan
X ₁ Kepercayaan	9,413	1,307	Signifikan
X ₂ Kualitas layanan	2,166	1,307	Signifikan

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	352,256	2	176,128	52,956	,000 ^a
	Residual	106,429	32	3,326		
	Total	458,686	34			

a. Predictors: (Constant), x₂, x₁

b. Dependent Variable: y

Koefisiensi Determinasi (R^2)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,876 ^a	,768	,753	1,82371

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Lampiran 9

Surat Perijinan



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI & LITBANG PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS
AHMAD DAHLAN LAMONGAN**

Fak. Teknologi : S1 Teknologi Informasi
 Fak. Bisnis : 1. S2 Manajemen 2. S1 Akuntansi 3. S1 Manajemen 4. D3 Perpajakan
 Jl KH. Ahmad Dahlan 41 Lamongan 62211 ☎ (0322) 315987
 e-mail ahmaddahlan@yahoo.co.id

Nomor : /III.3.AU/F/2021 Lamongan, 17 Juni 2021
 Lampiran : 1
 Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth. Bapak/ibu
Kepala Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan
 Di
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan diadakannya Skripsi/Tugas Akhir di Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan, maka kami selaku Lembaga Penelitian dan Pengabdian masyarakat (LPPM) meminta ijin untuk dapat kiranya mahasiswa kami melakukan penelitian di Instansi yang Bapak/Ibu pimpin yaitu **Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan**.

Demikian atas kebijaksanaan dan ijin Bapak/Ibu, atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat kami

Kepala Lembaga Penelitian dan
 Pengabdian Masyarakat (LPPM)

Ika Purwanti, MM
NIDN : 0714129101



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI & LITBANG PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN LAMONGAN

Fak. Teknologi : S1 Teknologi Informasi

Fak. Bisnis : 1. S2 Manajemen 2. S1 Akuntansi 3. S1 Manajemen 4. D3 Perpajakan

Jl KH. Ahmad Dahlan 41 Lamongan 62211 ☎ (0322) 315987

e-mail ahmaddahlan@yahoo.co.id

PROFIL MAHASISWA PENELITI

Nama	Cindy Aisyah Syafrudin
NIM	1901011867P
Program Studi	S-1 Manajemen
Semester	VIII
Tahun Akademik	2020/2021
Judul Penelitian	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi pada Klinik Gigi K-24 Pagerwojo Lamongan)

Lampiran 10

Surat Balasan



PRAKTIK DOKTER GIGI BERSAMA

K24 DENTAL CARE

Ruko Griya Pagerwojo Indah No. 2 Jl. Pahlawan Selatan, Lamongan

WA/ Telp : 081259250046 | Ig: k24dentalcare_img

Nomor : 001/KDC/PW/II.IV/2021
 Lampiran : 1
 Perihal : Pemberitahuan Izin Penelitian
 Kepada Yth. Bapak/Ibu

Kepala LPPM ITBAD LAMONGAN

di

Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : drg. Rizza Dwi Prasetya
 Jabatan : Dokter Gigi K-24 Dental Care Pagerwojo Lamongan
 Alamat : Ruko Griya Pagerwojo Indah No.2 Jl. Pahlawan Selatan
 Lamongan

Menerangkan bahwa:

Nama : Cindy Aisyah Syafrudin
 NIM : 1901011867P

Program Studi : S-1 Manajemen

Dengan ini memberikan izin kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk melakukan penelitian pada klinik gigi K-24 Pagerwojo Lamongan.

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Lamongan, 18 Juni 2021
 Dokter Gigi K-24
 Pagerwojo Lamongan

drg. Rizza Dwi Prasetya
 SIP. 1779/2017-02/012.111/VI/0220

Lampiran 11

Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP

Cindy Aisyah Syafrudin dilahirkan di Kabupaten Lamongan, pada tanggal 3 Juli 1996 merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Moch. Syafrudin dan Ibu Soedarmiani. Menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri Sukorejo I Lamongan. Selanjutnya melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 5 Lamongan. Lalu melanjutkan pendidikan SMA Negeri 2 lamongan. Lalu melanjutkan pendidikan Diploma 3 (D3) Universitas Airlangga Surabaya. Setelah lulus, melanjutkan pendidikan tinggi di Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan mengambil program studi Manajemen.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif menjadi anggota HIMAMA Institut Teknologi Ahmad Dahlan Lamongan.

Lamongan, 12 Juni 2021

Cindy Aisyah Syafrudin