

Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan terhadap kepuasan pasien di laboratorium granostic surabaya

One Sivenius Geovino Redyan, Meithiana Indrasari

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Dr. Soetomo
Meithiana.indrasari@unitomo.ac.id

ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan secara Simultan, Parsial dan secara Dominan terhadap Kepuasan Pasien di Laboratorium Granostic Surabaya. Sampel yang diambil sebanyak 95 responden. Penentuan sampel dengan metode *random sampling*, Teknik analisis menggunakan Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian di simpulkan bahwa uji validitas seluruh indikator variable terbukti Valid karena nilai r hitung $>$ r tabel. Untuk uji reliabilitas dari semua variabel dari semua variabel di peroleh nilai alpha cronbach $>$ 0,6 maka di nyatakan reliabel. Di peroleh persamaan $Y = 5,905 + 0,074 X_1 + 0,118 X_2 + 0,173 X_3$ pada Uji Regresi Linier Berganda. Nilai hitung korelasi sebesar 0,208 atau 20,8%. Pengujian Hipotesis secara simultan terbukti berpengaruh dengan nilai sebesar 7,965 $>$ 2,705. Nilai Uji t Kepuasan Pelayanan (2,003 $>$ 1,986), Harga (2,485 $>$ 1,986), dan Citra Perusahaan (2,794 $>$ 1,986).

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Harga; Citra Perusahaan; Kepuasan Pasien.

ABSTRACT *This study aims to analyze the effect of Service Quality, Price and Corporate Image Simultaneously, Partially and Dominantly on Patient Satisfaction at the Granostic Laboratory in Surabaya. Samples taken as many as 95 respondents. Determination of the sample by random sampling method, the analysis technique uses Multiple Linear Regression Test, Determination Coefficient Test, and Hypothesis Test. Based on the results of the study concluded that the validity test of all indicator variables proved valid because the value of r count $>$ r table. To test the reliability of all the variables of all the variables obtained by alpha cronbach value $>$ 0.6 then declared reliable. The equation $Y = 5,905 + 0,074 X_1 + 0,118 X_2 + 0,173 X_3$ is obtained in the Multiple Linear Regression Test. The calculated correlation value is 0.208 or 20.8%. Hypothesis testing simultaneously proved influential with a value of 7.965 $>$ 2.705. Value of t Test of Service Satisfaction (2,003 $>$ 1,986), Price (2,485 $>$ 1,986), and Corporate Image (2,794 $>$ 1,986).*

Keywords: *Service Qualit; Price; Company Image; Patient Satisfaction.*

PENGANTAR

Kesehatan merupakan hak setiap manusia yang berhak mendapatkan pelayanan kesehatan secara adil, baik dan bermutu yang menjangkau seluruh masyarakat Indonesia.

Saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi kesehatan yang sangat pesat semakin meningkat dan mengarah pada sistem pelayanan. Semakin pesat laju perkembangan, semakin besar pula tuntutan masyarakat dalam mendapatkan pelayanan kesehatan yang lebih baik. Kepuasan pasien merupakan salah satu hal yang harus diutamakan agar setiap pasien yang menggunakan jasa tersebut merasa puas dengan apa yang diberikan oleh penyedia jasa. Kepuasan pasien dapat dilihat setelah pelanggan menggunakan jasa tersebut, menurut Kotler dan Keller pasien dinyatakan puas apabila setia terhadap produk, adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif (*word of mouth communication*), dan perusahaan menjadi pertimbangan pertama ketika membeli produk lain. Setiap kegiatan yang di berikan oleh pemberi jasa harus memiliki sikap yang ramah agar para penikmat jasa memperoleh timbal balik yang sangat baik (Kotler & Keller, 2009).

Dalam bisnis jasa, fokus pelanggan menjadi pilihan tepat untuk menjalankan aktivitas pemasaran. Pelayanan purnajual kepada pelanggan adalah perwujudan terciptanya layanan pelanggan. Hal ini juga menjadi salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan. Industri jasa pelayanan masyarakat juga tidak terlepas dari persaingan antar pelakunya, yaitu laboratorium swasta maupun laboratorium milik negara. Berbagai bidang jasa pengecekan kesehatan (laboratorium) yang ada berupaya memperoleh kepercayaan masyarakat dengan mengedepankan pelayanan yang efisien dan berkualitas. Menurut Prasetyo & Miftahul (2009), kualitas pelayanan adalah merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan. Sebaliknya jika yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikanburuk atau tidak memuaskan. Beberapa masalah yang dihadapi oleh perusahaan jasa adalah kurang memaksimalkan pelayanan yang diberikan. Harga merupakan variable yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pasien, di dalam penerapan harga perusahaan jasa harus memikirkan betul-betul apakah harga yang di berikan sesuai dengan pelayanan. Harga merupakan pemahaman bahwa suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Biasanya penggunaan kata harga berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tukar mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai suatu kualitas barang atau jasa.

Menurut Hariadi & Martoatmodjo (2012) harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Sedangkan Citra perusahaan jasa merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Pengaruh citra merek suatu jasa berhubungan dengan keyakinan dan preferensi konsumen terhadap jasa yang diberikan perusahaan tersebut. Konsumen yang memiliki citra positif terhadap suatu merek tertentu, akan lebih memungkinkan konsumen tersebut untuk melakukan pembelian ulang dari produk-produk yang dihasilkan dari merek perusahaan tersebut (Ayu, 2017; Rafa'al, 2017; Susilo, 2016). Kotler & Keller (2009) menyatakan citra merek adalah cara masyarakat menganggap merek secara aktual. Agar citra dapat tertanam dalam pikiran konsumen, pemasar harus memperlihatkan identitas merek melalui sarana komunikasi dan kontak merek yang tersedia. Citra merek merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah seperti Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan, sehingga konsumen akan tetap loyal terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Granostic Diagnostic Center adalah perusahaan dibidang jasa yang memberikan pelayanan kesehatan. *Granostic Diagnostic Center* didirikan sebagai pusat *diagnostic* yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan diagnostik kesehatan yang komperhensif secara akurat, cepat dan modern namun tetap memberikan kenyamanan bagi pelanggannya. Untuk memenuhi hal tersebut *Granostic Diagnostic Center* melengkapi perlengkapan dan fasilitas diagnostiknya dengan peralatan yang canggih, suasana premis yang nyaman sekaligus berkualifikasi sebagai Laboratorium Utama. Selain memiliki kompetensi unggulan di bidang mikrobiologi, *Granostic Diagnostic Center* juga mempunyai kemampuan yang tinggi dalam memberikan layanan kesehatan di bidang laboratorium diagnostik. Hal tersebut didukung oleh kemampuan para pendiri yang merupakan dokter spesialis senior yang ahli dan berpengalaman dibidangnya masing-masing yang selalu mengikuti perkembangan ilmu kedokteran dan kemajuan teknologi.

Granostic Diagnostic Center tidak hanya mengkhususkan diri kepada pelanggan individual maupun institusi kesehatan tetapi juga pelanggan korporasi. Guna memenuhi kebutuhan pelanggan korporasi, *Granostic Diagnostic Center* telah memiliki sertifikasi manajemen mutu ISO 9001: 2008 dan memiliki sertifikasi PJK3 (Perusahaan Jasa Keselamatan dan Kesehatan Kerja).

Permasalahan yang penting dalam meningkatkan kepuasan pasien adalah kualitas pelayanan yang harus ditekankan agar pasien puas dengan pelayanan yang di berikan. Permasalahan yang sering muncul pada *Granostic Diagnostic Center* adalah kurangnya tenaga kurir dalam mengambil *Sample* darah karena jarak yang ditempuh terlalu jauh namun untuk sample darah sudah di olah di perusahaan itu sendiri. Keterlembatan dokter fisik ke perusahaan yang melakukan *Medical check up (MCU)* karena dokter tersebut harus melakukan *visite* kerumah sakit dirumah sakit dimana mereka bekerja. Pengambilan darah kadang gagal dikarenakan Vena/pembulu darah tidak terlihat sehingga dilakukan pengambilan darah lebih dari satu kali, seperti contoh pada orang gemuk dan pobia pada jarum suntik.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan terhadap kepuasan pasien dan untuk meneliti variable manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pasien.

METODE PENELITIAN

Identifikasi Variable dan Pengukurannya

Definisi operasional merupakan variable penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variable (Indrasari et al., 2015). Variable yang akan di teliti diidentifikasi dalam dua variable yaitu variable bebas (*Independent variable*) dan variable terikat (*dependent variable*). Variable bebas disebut X dan variable terikat di sebut Y.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Terdapat dua variabel di dalam peneliti ini, yaitu:

Variabel bebas (*independent*)

Variabel independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, dan anteseden. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel ini memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2010).

Dalam penelitian ini yang menjadi variable bebas (X) adalah:

- a. Kualitas Pelayanan
- b. Harga
- c. Citra Perusahaan

a. Kualitas Pelayanan

Ada lima dimensi atau lima faktor utama kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima indikator tersebut adalah sebagai berikut (Tjiptono, 2011):

1. *Reliability* (Kehandalan)
2. *Responsiveness* (Ketanggapan)
3. *Assurance* (Jaminan)
4. *Emphaty* (Empati)
5. *Tangible* (Bukti fisik)

b. Harga

Dalam variabel harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran. Menurut Kotler dan Armstrong ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu (Kotler & Keller, 2009):

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

c. Citra Perusahaan

Kesadaran Citra adalah kesanggupan seorang calon pengguna jasa untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk atau jasa tertentu. Citra merek memiliki beberapa indikator-indikator yang mencirikan citra merek tersebut. Menurut Rangkuti (2013) indikator-indikator citra merek, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Recognition* (pengakuan), Tingkat dikenalnya sebuah merek oleh konsumen.
2. *Reputation* (reputasi), Tingkat atau status yang cukup tinggi bagi sebuah merek karena lebih terbukti memiliki *track record* yang baik.
3. *Affinity* (afinitas), Suatu emosional *relationship* yang timbul antara sebuah merek dengan konsumennya.
4. *Domain, Domain* menyangkut seberapa besar *scope* dari suatu produk atau jasa yang mau menggunakan merek yang bersangkutan.

Variable Terikat (*dependent*)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013: 39). Variabel terikat pada penelitian ini adalah Kepuasan Pasien (Y). Kepuasan pelanggan sangat penting bagi setiap organisasi, baik sektor jasa ataupun sektor barang, oleh karena itu tidak setiap waktu produsen dapat memuaskan pelanggan. Karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara berbeda. Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator - indikator (Tjiptono, 2009) yakni:

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel yang bersifat kuantitatif maka untuk mengukur variabel tersebut digunakan skala Likert. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden. Nilai untuk skala tersebut adalah:

Tabel 1. Skala Dalam Penelitian

No	Keterangan	Kode	Skor
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini Laboratorium Granostic melakukan pengecekan kesehatan di PT. Surabaya Autocomp Indonesia (SAI) yang memiliki 2000 karyawan.

Sampel

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di perusahaan PT. Surabaya Autocomp Indonesia (SAI) yang memiliki 2000 karyawan. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan metode *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk menjadi anggota sampel. Teknik *probability sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling* menurut Sugiyono teknik pengambilan ini dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di populasi (Sugiyono, 2016).

Ukuran Sampel

Ukuran sample pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Keterangan :

N : Jumlah populasi

n : Jumlah sampel

e : Persen kelonggaran ketidaktelitian 10%

n : $\frac{2000}{1+(2000(0,1^2))}$
: 95,2 =95 Orang

Dari hasil tersebut dengan menggunakan rumus Slovin maka hasilnya 95,2 . Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian di PT. Surabaya Autocomp Indonesia (SAI) adalah 95 orang.

Jenis dan Sumber data

Jenis Data

Ada dua jenis data yaitu data kuantitatif dan kualitatif. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*) (Sugiyono, 2010). Jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot.

Sumber Data

Ada dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data primer, adalah data yang diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang didapatkan melalui penyebaran kuisioner langsung kepada Pasien di Laboratorium Granostic Surabaya.
2. Data sekunder, adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipulikasikan kepada masyarakat.

Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Pengumpulan data yang utama dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan tertulis pada responden secara langsung dan sifatnya tertutup dengan pilihan ganda, artinya jawaban sudah di tentukan terlebih dahulu, sehingga responden tidak memberikan jawaban lain.

b. Wawancara

Teknik wawancara, adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan langsung kepada pihak yang berhubungan dengan penelitian kepada pimpinan atau pihak yang berwenang untuk memberikan informasi dari perusahaan.

c. Observasi

Teknik observasi, pelaksanaan pengamatan secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Metode Analisis

Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif untuk memahami apa yang terdapat pada semua data dan mengelompokkannya. Penelitian ini menggunakan pada uji bantuan program SPSS 16. Ada beberapa metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

Uji Validitas

Validitas menunjukkan derajat ketepatan-antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut (Sugiyono, 2010). Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel atau konstruk. Untuk menganalisis reliabilitas, pengukuran dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dengan menggunakan SPSS yaitu uji *Cronbach Alpha* (α) (Ghozali, 2016), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut:

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai *error* yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS. Menurut Santoso (2010) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

1. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

b. Uji multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi 85 kolerasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinierita. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Jika terbukti ada multikolinieritas, sebaiknya salah satu independen yang ada dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diuang kembali (Santoso, 2010). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians atau residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji-rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (*error*). Untuk mendeteksi gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heteroskedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual, selanjutnya meregresikan nilai absolute residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen. Jika nilai koefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independen* sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2010). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independen* dalam menjelaskan variasi variabel *dependen* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2016).

Uji f

Uji F merupakan pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel *independen* yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel *dependen*. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan pasien di Granostic surabaya. Hasil perhitungan ini dibandingkan dengan F_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan *degree freedom* = k (n-k-1) dengan kriteria sebagai berikut:

- H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig $< \alpha$
- H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$

Jika terjadi penerimaan H_0 , maka dapat diartikan tidak berpengaruh signifikan model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variabel-variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Adapun yang menjadi hipotesis nol H_0 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$: tidak berpengaruh signifikan
- $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai $sig > \alpha$

- H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai $sig < \alpha$

Bila terjadi penerimaan H_0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Rancangan pengujian hipotesis statistik ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel. Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- $H_0: \beta = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan

- $H_a: \beta \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan.

1. Penetapan tingkat signifikansi

Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=0$) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Dalam ilmu-ilmu sosial tingkat signifikansi 0,05 sudah lazim digunakan karena dianggap cukup tepat untuk mewakili hubungan antar-variabel yang diteliti.

2. Penetapan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

Hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya diuji dengan menggunakan metode pengujian statistik uji t dan uji F dengan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut:

Uji F:

- H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig < \alpha$

- H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $sig > \alpha$

Uji t:

- H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai $sig > \alpha$

- H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai $sig < \alpha$

DISKUSI

Analisis Deskriptif Responden

Berdasarkan hasil jawaban responden atas kuesioner yang dibagikan, dapat digambarkan profil responden berdasarkan jenis kelamin, usia, sebagai berikut:

1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS_KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	7	7.4	7.4	7.4
	PEREMPUAN	88	92.6	92.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden laki-laki berjumlah 7 orang (7,4%) dan responden perempuan berjumlah 88 orang (92,6%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

2. Responden berdasarkan usia

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data responden berdasarkan usia yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Responden Berdasarkan Usia

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	31-35	50	52.6	52.6	52.6
	>36	45	47.4	47.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa responden yang berusia antara 31 – 35 tahun sebanyak 50 orang (52,6%) dan responden yang berusia 36 tahun sebanyak 45 orang (47,4%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian berusia antara 31 sampai 35 tahun.

Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui hasil tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang digunakan melalui item kuesioner yang diajukan. Variabel-variabel tersebut dijabarkan dalam beberapa indikator yang diukur dengan skala likert dengan skor 1 sampai 5. Adapun jawaban responden terhadap masing-masing indikator variabel adalah sebagai berikut.

1. Deskriptif Variabel Kualitas Layanan (X_1)

Variabel kualitas layanan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 pernyataan. Hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator variabel kualitas layanan selengkapnya sebagai berikut:

Tabel 4. Jawaban Responden Terhadap Indikator Variabel Kualitas Layanan (X_1)

No	Pernyataan	Skor Jawaban									
		1	%	2	%	3	%	4	%	5	%
1	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	0	0,0	3	3,2	17	17,9	48	50,5	27	28,4
2	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	0	0,0	2	2,1	29	30,5	41	43,2	23	24,2
3	<i>Assurance</i> (Jaminan)	0	0,0	1	1,1	23	24,2	42	44,2	29	30,5
4	<i>Emphaty</i> (Empati)	0	0,0	8	8,4	22	23,2	34	35,8	31	32,6
5	<i>Tangible</i> (Bukti fisik)	0	0,0	2	2,1	20	21,1	44	46,3	29	30,5

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jawaban responden atas indikator variabel kualitas layanan adalah sebagai berikut:

- Jawaban responden terhadap pernyataan "Petugas Laboratorium Granostic cepat dalam memberikan pelayanan" dapat diketahui bahwa 3 orang atau 3,2 % menjawab tidak setuju, 17 orang atau 17,9 % menjawab kurang setuju, 48 orang atau 50,5 % menjawab setuju, dan 27 orang atau 28,4 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 48 orang atau 50,5 % menjawab setuju.
- Jawaban responden terhadap pernyataan "Karyawan Laboratorium Granostic tanggap terhadap Keluhan pelanggan" dapat diketahui bahwa 2 orang atau 2,1 % menjawab tidak setuju, 29 orang atau 30,5 % menjawab kurang setuju, 41 orang atau 43,2 % menjawab setuju, dan 23 orang atau 24,2 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 41 orang atau 43,2 % menjawab setuju.
- Jawaban responden terhadap pernyataan "Karyawan Laboratorium Granostic ramah dalam melayani pelanggan" dapat diketahui bahwa 1 orang atau 1,1 % menjawab tidak setuju, 23 orang atau 24,2 % menjawab kurang setuju, 42 orang atau 44,2 % menjawab setuju, dan 29 orang atau 30,5 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 42 orang atau 44,2 % menjawab setuju.

- d. Jawaban responden terhadap pernyataan “Karyawan Laboratorium Granostic mampu berkomunikasi baik dengan pelanggan” dapat diketahui bahwa 8 orang atau 8,4 % menjawab tidak setuju, 22 orang atau 23,2 % menjawab kurang setuju, 34 orang atau 35,8 % menjawab setuju, dan 31 orang atau 32,6 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 34 orang atau 35,8 % menjawab setuju.
- e. Jawaban responden terhadap pernyataan “Fasilitas yang di tawarkan oleh Laboratorium Granostic lengkap dan sesuai dengan Harapan” dapat diketahui bahwa 2 orang atau 2,1 % menjawab tidak setuju, 20 orang atau 21,1 % menjawab kurang setuju, 44 orang atau 46,3 % menjawab setuju, dan 29 orang atau 30,5 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 44 orang atau 46,3 % menjawab setuju.

2. Deskriptif Variabel Harga (X₂)

Variabel harga dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 pernyataan. Hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator variabel harga selengkapnya sebagai berikut:

Tabel 5. Jawaban Responden Terhadap Indikator Variabel Harga (X₂)

No	Pernyataan	Skor Jawaban									
		1	%	2	%	3	%	4	%	5	%
1	Keterjangkauan harga	0	0,0	5	5,3	24	25,3	50	52,6	16	16,8
2	Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan	0	0,0	1	1,1	25	26,3	48	50,5	21	22,1
3	Daya saing harga	0	0,0	4	4,2	24	25,3	48	50,5	19	20,0
4	Kesesuaian harga dengan manfaat	0	0,0	4	4,2	19	20,0	45	47,4	27	28,4

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jawaban responden atas indikator variabel harga adalah sebagai berikut:

- a. Jawaban responden terhadap pernyataan “Harga MCU di laboratorium Granostic terjangkau” dapat diketahui bahwa 5 orang atau 5,3 % menjawab tidak setuju, 24 orang atau 25,3 % menjawab kurang setuju, 50 orang atau 52,6 % menjawab setuju, dan 16 orang atau 16,8 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 50 orang atau 52,6 % menjawab setuju.
- b. Jawaban responden terhadap pernyataan “Harga MCU di laboratorium Granostic sesuai dengan kualitas pelayanan” dapat diketahui bahwa 1 orang atau 1,1 % menjawab tidak setuju, 25 orang atau 26,3 % menjawab kurang setuju, 48 orang atau 50,5 % menjawab setuju, dan 21 orang atau 22,1 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 48 orang atau 50,5 % menjawab setuju.
- c. Jawaban responden terhadap pernyataan “Harga MCU di laboratorium Granostic bersaing dengan laboratorium lain” dapat diketahui bahwa 4 orang atau 4,2 % menjawab tidak setuju, 24 orang atau 25,3 % menjawab kurang setuju, 48 orang atau 50,5 %

menjawab setuju, dan 19 orang atau 20,0 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 48 orang atau 50,5 % menjawab setuju.

- d. Jawaban responden terhadap pernyataan “Harga MCU di laboratorium Granostic sesuai dengan manfaat yang di dapat” dapat diketahui bahwa 4 orang atau 4,2 % menjawab tidak setuju, 19 orang atau 20,0 % menjawab kurang setuju, 45 orang atau 47,4 % menjawab setuju, dan 27 orang atau 28,4 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 45 orang atau 47,4 % menjawab setuju.

3. Deskriptif Variabel Citra Perusahaan (X_3)

Variabel citra perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 pernyataan. Hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator variabel keragaman produk selengkapnya sebagai berikut:

Tabel 6. Jawaban Responden Terhadap Indikator Variabel Citra Perusahaan (X_3)

No	Pernyataan	Skor Jawaban									
		1	%	2	%	3	%	4	%	5	%
1	<i>Recognition</i> (pengakuan)	0	0,0	3	3,2	8	8,4	56	58,9	28	29,5
2	<i>Reputation</i> (reputasi)	0	0,0	0	0,0	12	12,6	69	72,6	14	14,7
3	<i>Affinity</i> (afinitas)	0	0,0	1	1,1	20	21,1	48	50,5	26	27,4
4	<i>Domain</i>	0	0,0	1	1,1	22	23,2	55	57,9	17	17,9

Sumber : Lampiran

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jawaban responden atas indikator variabel citra perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Jawaban responden terhadap pernyataan “Laboratorium Granostic memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi” dapat diketahui bahwa 3 orang atau 3,2 % menjawab tidak setuju, 8 orang atau 8,4 % menjawab kurang setuju, 56 orang atau 58,9 % menjawab setuju, dan 28 orang atau 29,5 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 56 orang atau 58,9 % menjawab setuju.
- b. Jawaban responden terhadap pernyataan “Laboratorium Granostic memiliki nama baik dimata pelanggan” dapat diketahui bahwa 12 orang atau 12,6 % menjawab cukup setuju, 69 orang atau 72,6 % menjawab setuju, dan 14 orang atau 14,7 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 69 orang atau 72,6 % menjawab setuju.
- c. Jawaban responden terhadap pernyataan “Laboratorium Granostic dikenal sebagai perusahaan yang menghargai Pelanggan ” dapat diketahui bahwa 1 orang atau 1,1 % menjawab tidak setuju, 20 orang atau 21,1 % menjawab kurang setuju, 48 orang atau 50,5 % menjawab setuju, dan 26 orang atau 27,4 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 48 orang atau 50,5 % menjawab setuju.

- d. Jawaban responden terhadap pernyataan “Logo Laboratorium Granostic” dapat diketahui bahwa 1 orang atau 1,1 % menjawab tidak setuju, 22 orang atau 23,2 % menjawab kurang setuju, 55 orang atau 57,9 % menjawab setuju, dan 17 orang atau 17,9 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 55 orang atau 57,9 % menjawab setuju.

4. Deskriptif Variabel Kepuasan Pasien (Y)

Variabel kepuasan pasien dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 3 pernyataan. Hasil tanggapan responden terhadap masing-masing indikator variabel kepuasan pasien selengkapnya sebagai berikut:

Tabel 7. Jawaban Responden Terhadap Indikator Variabel Kepuasan Pasien (Y)

No	Pernyataan	Skor Jawaban									
		1	%	2	%	3	%	4	%	5	%
1	Kesesuaian harapan	0	0,0	0	0,0	6	6,3	75	78,9	14	14,7
2	Minat berkunjung kembali	0	0,0	0	0,0	28	29,5	55	57,9	12	12,6
3	Kesediaan merekomendasikan	0	0,0	0	0,0	3	3,2	80	84,2	12	12,6

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jawaban responden atas indikator variabel kepuasan pasien adalah sebagai berikut:

- Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya merasa puas saat menggunakan jasa kesehatan Laboratorium Granostic” dapat diketahui bahwa 6 orang atau 6,3 % menjawab cukup setuju, 75 orang atau 78,9 % menjawab setuju, dan 14 orang atau 14,7 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 75 orang atau 78,9 % menjawab setuju.
- Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya merasa puas dan akan menggunakan kembali jasa kesehatan Laboratorium Granostic” dapat diketahui bahwa 28 orang atau 29,5 % menjawab cukup setuju, 55 orang atau 57,9 % menjawab setuju, dan 12 orang atau 12,6 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 55 orang atau 57,9 % menjawab setuju.
- Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya puas dengan fasilitas yang ada di Laboratorium Granostic yang professional” dapat diketahui bahwa 3 orang atau 3,2 % menjawab cukup setuju, 80 orang atau 84,2 % menjawab setuju, dan 12 orang atau 12,6 % menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut diketahui jawaban sebagian besar responden yaitu 80 orang atau 84,2 % menjawab setuju.

Analisis Data

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Validitas menunjukkan derajat ketepatan-antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita

mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut (Sugiyono, 2010). Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas masing-masing variabel adalah:

Tabel 8. Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X_1)

Pernyataan	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	Keterangan
1	0,699	Valid
2	0,626	Valid
3	0,557	Valid
4	0,505	Valid
5	0,662	Valid

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor (*corrected item-total correlation*) masing-masing pernyataan dalam variabel kualitas layanan lebih dari 0,3, yang berarti bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel kualitas layanan telah valid.

Tabel 9. Uji Validitas Variabel Harga (X_2)

Pernyataan	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	Keterangan
1	0,573	Valid
2	0,669	Valid
3	0,573	Valid
4	0,592	Valid

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor (*corrected item-total correlation*) masing-masing pernyataan dalam variabel harga lebih dari 0,3, yang berarti bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel harga telah valid.

Tabel 10. Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan (X_3)

Pernyataan	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	Keterangan
1	0,431	Valid
2	0,430	Valid
3	0,437	Valid
4	0,396	Valid

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor (*corrected item-total correlation*) masing-masing pernyataan dalam variabel citra perusahaan lebih dari 0,3, yang berarti bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel citra perusahaan telah valid.

Tabel 11. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pasien (Y)

Pernyataan	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	Keterangan
1	0,557	Valid
2	0,457	Valid
3	0,658	Valid

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor (*corrected item-total correlation*) masing-masing pernyataan dalam variabel kepuasan pasien lebih dari 0,3, yang berarti bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel kepuasan pasien telah valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2011:47) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2016). Untuk menganalisis reliabilitas, pengukuran dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dengan menggunakan SPSS yaitu uji *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 Hasil uji reliabilitas masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 12. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,814	Reliabel
Harga (X_2)	0,791	Reliabel
Citra Perusahaan (X_3)	0,639	Reliabel
Kepuasan Pasien (Y)	0,714	Reliabel

Sumber: Peneliti

Nilai *Alpha Cronbach* variabel kualitas layanan (X_1), harga (X_2), citra perusahaan (X_3) dan kepuasan pasien (Y) lebih dari 0,6 sehingga jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan/reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai *error* yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki

distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS. Menurut (Santoso, 2010) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah normal.

Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal

Tabel 13. Uji Normalitas One Sampel Kolmogorof-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.06649106
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.916
Asymp. Sig. (2-tailed)		.371

a. Test distribution is Normal
Sumber: Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa nilai kolmogorov-smirnov Z sebesar 0,371 dengan tingkat signifikansi 0,916 berarti hal itu menunjukkan bahwa variabel penelitian terdistribusi normal karena tingkat signifikasinya lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi kolerasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinierita. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Jika terbukti ada multikolinieritas, sebaiknya salah satu independen yang ada dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diuang kembali (Santoso, 2010). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Dari hasil pengolahan data dengan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 14. Uji Multikolinieritas Nilai Tolerance Dan VIF

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Layanan (X_1)	0,966	1,035
Harga (X_2)	0,946	1,057
Citra Perusahaan (X_3)	0,970	1,031

Sumber: Peneliti

Dari ketiga variabel bebas yang ada diketahui memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan VIF lebih kecil dari 10, maka penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians atau residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji-rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (*error*). Untuk mendeteksi gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heteroskedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual, selanjutnya meregresikan nilai absolute residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen. Jika nilai koefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Tabel 15. Uji Heteroskedastisitas
Uji-Rank Spearman
Correlations

			KUALITAS PELAYANAN	HARGA	CITRA PERUSAHAAN	Unstandardized Residual
Spearman's rho	KUALITAS	Correlation Coefficient	1.000	.159	.035	-.046
	PELAYANAN	Sig. (2-tailed)	.	.123	.735	.655
		N	95	95	95	95
	HARGA	Correlation Coefficient	.159	1.000	.138	-.044
		Sig. (2-tailed)	.123	.	.181	.674
		N	95	95	95	95
	CITRA	Correlation Coefficient	.035	.138	1.000	-.040

PERUSAHAAN	Sig. (2-tailed)	.735	.181	.	.702
	N	95	95	95	95
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.046	-.044	-.040	1.000
	Sig. (2-tailed)	.655	.674	.702	.
	N	95	95	95	95

Sumber: Peneliti

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa variabel yang diuji tidak terdapat heteroskedastisitas karena nilai signifikansi > 0,05 untuk semua variabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independen* sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2010). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya hubungan anatara kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) terhadap kepuasan pasien (Y). Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini yang didapat dari hasil pengolahan data dengan program SPSS adalah:

Tabel 16. Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.905	1.271		4.647	.000
KUALITAS_PELAYANAN	.074	.037	.190	2.003	.048
HARGA	.118	.047	.238	2.485	.015
CITRA_PERUSAHAAN	.173	.062	.265	2.794	.006

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PASIEN

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,905 + 0,074 X_1 + 0,118 X_2 + 0,173 X_3$$

- Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan bahwa:
1. Nilai a sebesar 5,905 yang menunjukkan nilai konstanta. Artinya jika variabel bebas kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) sama dengan nol, maka kepuasan pasien (Y) akan sebesar 5,905 satuan.
 2. Nilai b_1 sebesar 0,074 yang menunjukkan nilai koefisien kualitas layanan (X_1). Artinya jika kualitas layanan (X_1) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan pasien (Y) juga akan meningkatkan sebesar 0,074 satuan dengan asumsi besarnya variabel bebas harga (X_2) dan citra perusahaan (X_3) tetap.
 3. Nilai b_2 sebesar 0,118 yang menunjukkan nilai koefisien harga (X_2). Artinya jika harga (X_2) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan pasien (Y) juga akan meningkatkan sebesar 0,118 satuan dengan asumsi besarnya variabel bebas kualitas layanan (X_1) dan citra perusahaan (X_3) tetap.
 4. Nilai b_3 sebesar 0,173 yang menunjukkan nilai koefisien citra perusahaan (X_3). Artinya jika citra perusahaan (X_3) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan pasien (Y) juga akan meningkatkan sebesar 0,173 satuan dengan asumsi besarnya variabel bebas kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) tetap.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independen* dalam menjelaskan variasi variabel *dependen* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2016).

Pada penelitian ini analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) dalam menjelaskan atau mempengaruhi variabel kepuasan pasien (Y).

Tabel 17. Nilai Koefisien Korelasi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.456 ^a	.208	.182	1.08393	1.711

a. Predictors: (Constant), CITRA_PERUSAHAAN, KUALITAS_PELAYANAN, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN_PASIEN

Sumber: Peneliti

Dari tabel di atas diketahui bahwa koefisien determinasi berganda (R^2) atau R Square adalah sebesar 0,208 atau 20,8%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) terhadap kepuasan pasien (Y) sebesar 20,8% sedangkan sisanya sebesar 79,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Pengaruh Simultan dengan Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama variabel bebas kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) terhadap variabel terikat kepuasan pasien (Y). Uji signifikansi model ini dapat dilihat pada nilai F hitung yang telah diperoleh dari program SPSS sebagai berikut:

Tabel 18. Uji Simultan dengan Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	28.074	3	9.358	7.965	.000 ^a
Residual	106.916	91	1.175		
Total	134.989	94			

a. Predictors: (Constant), CITRA_PERUSAHAAN, KUALITAS_PELAYANAN, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN_PASIEN

Tabel tersebut digunakan untuk melakukan pengujian signifikansi model dengan prosedur sebagai berikut:

a. Besarnya nilai F tabel = $F_{\alpha} (df \text{ regresi}, df \text{ residual}) = F_{\alpha} (k ; n - k - 1)$
F tabel = $F_{0,05(3,96)} = 2,705$

b. F hitung = 7,965

c. Perumusan hipotesis

1) $H_0: b_1 = b_2 = b_3 = 0$ artinya variabel bebas kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pe kepuasan pasien (Y).

2) $H_a: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ artinya variabel bebas kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan pasien (Y).

d. Daerah kritis atau daerah penolakan, yaitu:

1) Bila F hitung \geq F tabel maka H_0 ditolak. Artinya kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien (Y).

2) Bila F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima. Artinya kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien (Y).

e. Kesimpulan

Nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $7,965 > 2,705$ maka H_0 diterima, hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien (Y).

Hasil pengujian ini berarti mendukung hipotesis pertama yang diajukan yaitu “Diduga secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien di Laboratorium Granostic Surabaya”.

2. Pengujian Pengaruh Parsial dengan Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri variabel bebas kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) terhadap variabel terikat kepuasan pasien (Y). Prosedur uji t dengan menggunakan 1 sisi ($\alpha = 0,05$) adalah:

a. Hipotesis

- 1) $H_0: b_i = 0$ artinya variabel bebas kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien (Y).
- 2) $H_a: b_i \neq 0$ artinya variabel bebas kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan pasien (Y).

- b. $t_{\text{tabel}} = t_{\alpha}$ dengan $df = n - k - 1 = 95 - 3 - 1 = 91$
 $t_{\text{tabel}} = t_{0,05(56)} = 1,986$

- c. Daerah kritis atau daerah penolakan:
 Bila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

Bila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan Program SPSS diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 19. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.905	1.271		4.647	.000
KUALITAS_PELAYANAN	.074	.037	.190	2.003	.048
HARGA	.118	.047	.238	2.485	.015
CITRA_PERUSAHAAN	.173	.062	.265	2.794	.006

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PASIEN

Sumber: Peneliti

1. Uji t pengaruh kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan pasien (Y) dengan $t_{\text{hitung}} = 2,003$
 Nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $2,003 > 1,986$, maka H_0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
2. Uji t pengaruh harga (X_2) terhadap kepuasan pasien (Y) dengan $t_{\text{hitung}} = 2,485$

Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,485 > 1,986$, maka H_0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan kepuasan pasien.

3. Uji t pengaruh citra perusahaan (X_3) terhadap kepuasan pasien (Y) dengan t hitung = 2,794

Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,794 > 1,986$, maka H_0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Hasil uji t ini berarti mendukung hipotesis kedua yang diajukan yaitu “Diduga secara parsial Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien di Laboratorium Granostic Surabaya”. Berdasarkan hasil uji t juga diketahui bahwa variabel Citra perusahaan mempunyai nilai t yang lebih tinggi dibanding dengan variabel lain yaitu 2,794, yang berarti hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang diajukan bahwa “Diduga pengaruh Citra Perusahaan berpengaruh secara dominan terhadap Kepuasan Pasien di Laboratorium Granostic Surabaya”

Pembahasan

Sehubungan dengan hasil analisis yang telah dilakukan, maka pembahasan yang dapat dijelaskan adalah sebagai berikut:

Berdasarkan analisis data yang telah diperoleh, maka hasil uji regresi linier berganda memiliki nilai konstanta sebesar 5,905. Kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai koefisien yang positif sebesar 0,074, artinya jika kualitas layanan (X_1) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan pasien (Y) juga akan meningkatkan sebesar 0,074 satuan. Harga (X_2) memiliki nilai koefisien yang positif sebesar 0,118, artinya jika harga (X_2) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan pasien (Y) juga akan meningkatkan sebesar 0,118 satuan. Citra perusahaan memiliki nilai koefisien yang positif sebesar 0,173, artinya jika citra perusahaan (X_3) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan pasien (Y) juga akan meningkatkan sebesar 0,173 satuan.

Hasil uji hipotesis secara simultan atau Uji F terbukti bahwa Nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $7,965 > 2,705$ maka H_0 diterima, hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien (Y). Hasil pengujian ini berarti mendukung hipotesis pertama yang diajukan yaitu “Diduga secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien di Laboratorium Granostic Surabaya”.

Hasil uji hipotesis secara parsial Uji t terbukti bahwa Kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan pasien (Y) dengan t hitung = 2,003 Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,003 > 1,986$, maka H_0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Harga (X_2) terhadap kepuasan pasien (Y) dengan t hitung = 2,485 nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,485 > 1,986$, maka H_0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan kepuasan pasien. Citra perusahaan (X_3) terhadap kepuasan pasien (Y) dengan t hitung = 2,794 Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,794 > 1,986$, maka H_0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Berdasarkan hasil uji t juga diketahui bahwa variabel Citra perusahaan mempunyai nilai t yang lebih tinggi dibanding dengan variabel lain yaitu 2,794, yang berarti hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang diajukan bahwa “Diduga pengaruh Citra Perusahaan berpengaruh secara dominan terhadap Kepuasan Pasien di Laboratorium Granostic Surabaya”

Hasil analisis secara kuantitatif atas didukung oleh pengujian hipotesis yang telah terbukti baik secara simultan maupun parsial. Hasil analisis kuantitatif ini juga di dukung teori yang digunakan di dalam penelitian dan juga hasil tanggapan responden atau pasien Granostic sebagai sampel penelitian dimana diperoleh rata-rata skor jawaban melebihi angka 4 yang memiliki persepsi dengan kategori setuju.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan citra perusahaan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Laboratorium Granostic Surabaya (Y) yang dibuktikan dengan pengujian dengan uji F di mana nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $7,965 > 2,705$. Hasil pengujian ini berarti mendukung hipotesis pertama yang diajukan yaitu “Diduga secara simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien di Laboratorium Granostic Surabaya”.
2. Berdasarkan uji t diperoleh hasil sebagai berikut:
 - a. Nilai t hitung pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pasien (Y) $>$ t tabel yaitu $2,003 > 1,986$, maka H_0 ditolak.
 - b. Nilai t hitung pengaruh harga (X_2) terhadap kepuasan pasien (Y) $>$ t tabel yaitu $2,485 > 1,986$, maka H_0 ditolak.
 - c. Nilai t hitung pengaruh citra perusahaan (X_3) terhadap kepuasan pasien (Y) $>$ t tabel yaitu $2,794 > 1,986$, maka H_0 ditolak.Hasil uji t ini berarti mendukung hipotesis kedua yang diajukan yaitu “Diduga secara parsial Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien di Laboratorium Granostic Surabaya”.
3. Berdasarkan hasil uji t juga diketahui bahwa variabel citra perusahaan mempunyai nilai t yang lebih tinggi dibanding dengan variabel lain yaitu 2,794, yang berarti hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang diajukan bahwa “Diduga pengaruh Citra Perusahaan berpengaruh secara dominan terhadap Kepuasan Pasien di Laboratorium Granostic Surabaya”

REFERENSI

- Ayu, R. K. (2017). Perempuan Pebisnis Startup di Indonesia dalam Perspektif Cybertopia. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*.
<https://doi.org/10.25139/jsk.v1i2.167>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). In *Universitas Diponegoro*. <https://doi.org/https://doi.org/10.3929/ethz-b-000238666>
- Hariadi, D., & Martoatmodjo, S. (2012). Pengaruh produk, harga, promosi dan distribusi Terhadap keputusan pembelian konsumen Pada produk projector microvision. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(8), 20–31.
- Indrasari, M., Newcombe, P., Eliyana, A., & Yunus, E. (2015). The Influence of Academic Climate and Individual Creativity on Lecturer Competence in Private University at Surabaya Indonesia. *International Journal of Business and Management*.
<https://doi.org/10.5539/ijbm.v10n8p127>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan

- Bob Sabran. In *Jakarta: Erlangga*. <https://doi.org/10.1177/0022022111434597>
- Prasetyo, B., & Miftahul, L. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi. In *PT. Raja Grafindo Persada*.
- Rafa'al, M. (2017). Gaya Komunikasi Pemasaran di Pemerintah: Promotion Mix Destinasi Tujuan Wisata Kabupaten Raja Ampat. *Jurnal Studi Komunikasi*.
<https://doi.org/10.25139/jsk.v1i1.63>
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, S. (2010). *Statistik parametrik*. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2016). metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D. In *Bandung: Alfabeta*.
<https://doi.org/10.1164/rccm.200409-1267OC>
- Sugiyono, P. D. (2010). Metode Penelitian Bisnis (Cetakan ke-15). *Bandung: Penerbit Alfabeta*.
- Susilo, D. (2016). Perempuan dan Korupsi: Wacana Media dalam Berita Tindak Pidana Korupsi Perempuan. In G. Arivia (Ed.), *INTERNATIONAL CONFERENCE ON FEMINISM: Intersecting Identity, Agency and Politics (20 years Jurnal Perempuan)*. Yayasan Jurnal Perempuan. <https://ssrn.com/abstract=2907291>
- Tjiptono, F. (2011). Strategi Pemasaran (ketiga). In *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Andi.