

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Uraian Teoritis

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas, Pelayanan dan Kualitas Pelayanan

Kata kualitas mengandung banyak defenisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan. Dalam persepektif TQM (*Total Quality Management*) kualitas dipandang secara lebih luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Hal ini jelas tampak dalam definisi yang dirumuskan oleh Goeth dan Davis yang dikutip Tjiptono (2000) bahwa “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan prodak, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau yang melebihi harapan”.

Sebaliknya, menurut Lukman (1999) definisi kualitas bervariasi dari yang kontroversional hingga kepada yang lebih strategik. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung suatu prodak, seperti : (1) ferformansi (*ferformance*); (2) keandalan (*reliability*); (3) mudah dalam penggunaan (*ease of use*); (4) estetika (*esthetics*), dan sebagainya. Oleh karena itu, kualitas pada prinsipnya adalah untuk menjaga janji pelanggan agar pihak yang dilayani merasa puas dan diungkapkan.

Ibrahim (1997) mendeskripsikan kualitas dari pengamatan produsen yang dirangkum sebagai berikut “ kualitas adalah suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal,

secara eksplisit dan implisit”. Strategi ini menggunakan seluruh kemampuan sumber daya manajemen, modal, teknologi, peralatan, material, sistem dan manusia.

Pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri pada hakekatnya bersifat tidak teraba, yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau pelayanan lain. Pelayanan dapat juga dikatakan sebagai aktifitas manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Menurut Simamora (2001) mengatakan “ Pelayanan adalah perihal atau cara yang semestinya atau kemudahan-kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang dan jasa”. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2001) mendefinisikan pelayanan sebagai “ Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Selanjutnya menurut Khasmir (2005) adalah pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

Kualitas Pelayanan (*service quality*) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategis perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh dan berkembang. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Untuk memahami makna pelayanan terhadap pengguna jasa (*customer service*).

Menurut Soetjipto (2005) : Service quality dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Service quality dapat

diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas layanan dengan yang benar-benar mereka terima. Sedangkan menurut Wyekoff dalam Fandy Tjiptono dan Anastasia (2004) kualitas pelayanan adalah “ Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”. Jadi dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan ukuran yang mampu membedakan harapan yang diinginkan konsumen terhadap pelayanan yang diterima yang berasal dari perusahaan atau instansi yang memberikan pelayanan. Pelayanan terbaik pada konsumen dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standart kinerja pelayanan baik standart pelayanan internal maupun standart pelayanan eksternal.

b. Karakteristik Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2004) ada empat macam karakteristik pokok pada jasa atau pelayanan yang membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik tersebut adalah :

1. Intangible

Jasa berbeda dengan dengan barang. Jika barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*) atau usaha. Bila barang dapat dimiliki maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Jasa bersifat intangible, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli.

2. Inseparability

Antara penyedia jasa dan konsumen merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut. Dalam hubungan penyedia jasa dan konsumen ini,

efektifitas individu yang menyampaikan jasa (*contact personel*) merupakan unsur penting

3. Variability

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non standardizet output*, artinya variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. Perishability

jasa merupakan komoditas tidak tahan dan tidak dapat disimpan. Kondisi seperti ini tidak akan menjadikan permintaannya konstan. Tetapi kelihatannya permintaan konsumen akan jasa umumnya sangat bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman, oleh karena itu perusahaan/instansi harus mengevaluasi kapasitasnya guna menyeimbangkan penawaran dan permintaan.

Dengan memahami kemudian menggabungkan pendapat para ahli diatas, dapat diketahui bahwa jasa/pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang menghasilkan suatu tingkat kepuasan yang dapat ditawarkan untuk dijual, bersifat intangible, inseparable, variable, perishable.

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler,(2005) kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Menurut Tjiptono,(2008), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui kualitas pelayanan, dengan ukuran sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*Reability*)

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

3. Ketanggapan (*Responsiveneess*)

Yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.

4. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu - ragan.

5. Empati (*Empaty*)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Sedangkan menurut Suryani (2008) juga berpendapat bahwa kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan memperbaiki aspek-aspek yang menjadi dimensi pelayanan, yang meliputi dimensi adalah :

1. Berwujud (*Tangible*)

Merupakan penampilan fisik dari jasa yang ditawarkan, peralatan, personil dan fasilitas komunikasi.

2. Keandalan (*Reliability*)

Menunjukkan pada kemampuan untuk mewujudkan pelayanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu dan dapat dipercaya.

3. Ketanggapan (*Responsiveneess*)

Yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dengan memberikan pelayanan baik dan cepat.

4. Empati (*Empathy*)

Yaitu berusaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan pelanggan secara individual.

5. Keyakinan (*Assurance*)

Merupakan pengetahuan dan keramahan personil dan kemampuan mereka untuk dapat dipercaya dan diyakini.

Menurut beberapa pendapat para ahli diatas maka indikator kualitas pelayanan yang digunakan pada penelitian ini menurut Tjiptono, (2008) yaitu :

1. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

2. Empati (*Empathy*)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

3. Bukti fisik (*Tangibles*)

Yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan

Kualitas pelayanan rumah sakit dapat dilihat dari beberapa aspek yang berpengaruh, baik yang berpengaruh langsung maupun tidak langsung. Menurut Yacobalis (2009) beberapa aspek yang berpengaruh tersebut adalah sebagai berikut :

1. Klinis Yaitu
menyangkut pelayanan Dokter, perawat dan terkait dengan teknis medis.
2. Efisiensi dan Efektifitas
Yaitu pelayanan yang murah, tepat guna, tak ada diagnosa dan terapi berlebihan.
3. Keamanan Pasien
Yaitu upaya perlindungan terhadap pasien, misalnya perlindungan jatuh dari tempat tidur, kebakaran.
4. Kepuasan Pasien
Yaitu berhubungan dengan kenyamanan, keramahan dan kecepatan pelayanan.
Bagian penerimaan pasien dirumah sakit atau di instalasi farmasi mempunyai pengaruh dan nilai penting walaupun mungkin belum ada tindakan-tindakan pelayanan medis khusus yang diberikan kepada pasien. Kesan pertama akan memberikan arti tersendiri bagi pasien untuk melalui proses pelayanan selanjutnya. Kesiapan petugas, kelengkapan sarana dan prasarana dibagian penerimaan pasien haruslah optimal. Diperlukan petugas-petugas yang mempunyai dedikasi tinggi, seperti : terampil, ramah, sopan, simpati, luwes, penuh pengertian, mempunyai kemampuan berkomunikasi dengan baik Snook,(2001)

2. Kepuasan Pasien

a. Pengertian Kepuasan Pasien

Menurut Oliver (dalam Barnes, 2003) “Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan”, sedangkan Kotler,(2000). Mengemukakan bahwa tingkat kepuasan adalah “*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product’s perceived performance (our outcome) in relation to his or her expectations*”. Artinya, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu prodak dan

harapan-harapannya. Sukar untuk mengukur tingkat kepuasan pasien, karena menyangkut perilaku yang sifatnya sangat subyektif. Kepuasan seseorang terhadap suatu obyek bervariasi mulai dari tingkat sangat puas, puas, cukup puas, sangat tidak puas.

Kepuasan pasien mempunyai peranan penting dalam perkiraan kualitas pelayanan instalasi farmasi. Kepuasan dapat dianggap sebagai pertimbangan dan keputusan penilaian pasien terhadap keberhasilan pelayanan. Menurut Donabedian, (2000) “Kepuasan pasien adalah salah satu ukuran kualitas pelayanan dan merupakan alat yang dapat dipercaya dalam membantu menyusun suatu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari sistem pelayanan di rumah sakit”.

Bila pasien merasa atau konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dalam arti sesuai dengan apa yang diharapkan, besar kemungkinan konsumen ini akan kembali pada kesempatan lain, yang lebih penting lagi pasien atau konsumen akan menceritakan pada teman-temannya tentang kepuasan yang diterimanya. Untuk itu Instalasi farmasi perlu selalu menjaga hubungan dengan penderita-penderita yang telah menggunakan jasa pelayanan instalasi farmasi tersebut. Kepuasan masyarakat sebagai penerima layanan merupakan perbandingan antara layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan.

Bila hasilnya mendekati satu maka masyarakat akan puas, begitu juga sebaliknya bila harganya jauh lebih kecil dari satu maka masyarakat semakin tidak puas. Idealnya adalah melebihi satu yang berarti bahwa jasa layanan yang diberikan melebihi harapan, atau ada harapan yang tidak diduga (antisipasi) yang dipuaskan.

Bila hal ini tercapai maka masyarakat akan sangat puas terhadap layanan yang diterima secara teoritis, definisi diatas dapatlah diartikan, bahwa semakin tinggi selisih antara kebutuhan pelayanan kesehatan yang berkualitas sesuai dengan keinginan pasien dengan pelayanan yang telah diterimanya, maka akan terjadi rasa ketidakpuasan pasien.

Asumsi teoritis diatas selaras pendapat Gipson, (2007), yang dapat disimpulkan bahwa kepuasan seseorang (pekerja, pasien atau pelanggan) berarti terpenuhinya kebutuhan yang diinginkan yang diperoleh dari pengalaman melakukan sesuatu, pekerjaan dan memperoleh perlakuan tertentu atau memperoleh sesuatu sesuai kebutuhan yang diinginkan.

Pelayanan kesehatan yang bermutu adalah pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan sesuai dengan tingkat kepuasan rata-rata penduduk serta penyelenggaraannya sesuai dengan kode etik dan standar pelayanan yang telah ditetapkan Azwar, (1996). Dua unsur penting dalam upaya peningkatan pelayanan kesehatan adalah tingkat kepuasan pasien sebagai pengguna jasa dan pemenuhan standar pelayanan yang telah ditetapkan. Menurut Anief, (2000) Ada lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan pasien yaitu : Kualitas prodak farmasi, kualitas pelayanan terhadap pasien, komponen emosional, masalah harga dan faktor biaya.

b. Pengukuran Kepuasan Pasien

Ada lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan pasien yaitu (Anief 2000) :

1. Kualitas produk farmasi yaitu kemampuan menyembuhkan penyakit.

Hal ini menyangkut ketersediaan farmasi dan ketersediaan hayati hingga mencapai tujuan efek terapi. Persepsi pasien terhadap prodak farmasi dipengaruhi oleh dua hal yaitu kenyataan sesungguhnya kualitas prodak farmasi dan komunikasi.

2. Kualitas pelayanan terhadap pasien. Pasien akan puas bila mereka mendapat pelayanan yang baik, ramah,sesuai dengan yang diharapkan.

3. Komponen emosional yaitu pengaruh atau pertimbangan yang diharapkan emosional seperti sugesti dan perasaan bangga.
4. Masalah harga. Konsumen akan memilih produk farmasi dengan harga lebih murah dengan kemanjuran sama yang harganya jauh lebih mahal.
5. Faktor biaya. Untuk memperoleh produk farmasi tersebut konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan, juga tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan, juga tidak perlu membuang waktu untuk memperoleh obat tersebut, maka bagi apotek perlu melengkapi obat - obat yang disediakan.

c. Faktor-Faktor Ketidakpuasan Pasien

Banyak sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan tersebut, yaitu adanya faktor-faktor yang menyebabkan munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu menurut Alma, (2004) antara lain :

1. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
2. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
3. Perilaku personil kurang memuaskan
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
5. Biaya yang terlalu tinggi

d. Indikator Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pasien yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pasien. Adapun indikator kepuasan pasien menurut (Hawkins dan Looney) dikutip dalam Tjiptono (2001) atribut-atribut pembentuk kepuasan terdiri dari :

1. Kesesuaian harapan.

Yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan. Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada kualitas pelayanan yang memiliki komponen berupa harapan pelanggan akan pelayanan yang diberikan (seperti : kebersihan lokasi, kecepatan pelayanan, keramahan/kesopanan dokter, perawat dan karyawan/pegawai).

2. Kemudahan dalam memperoleh.

Produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen tersedia di outlet outlet dan toko yang dekat dengan pembeli potensial, meliputi :

- a. Lokasi perusahaan yang strategis sehingga memudahkan pasien untuk datang
- b. Tersedia pelayanan kesehatan yang lengkap sehingga sehingga pasien mendapatkan perawatan yang sesuai dengan kebutuhan.

3. Kesiediaan untuk merekomendasi

Yaitu kesiediaan untuk merekomendasi produk jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan baik dan memuaskan, sehingga melalui kepuasan ini konsumen akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada kepada orang lain.

Sedangkan menurut Pohan, (2007) berpendapat bahwa indikator kepuasan pasien ada empat yaitu :

1. Kepuasan terhadap akses layanan kesehatan

Sejauh layanan kesehatan itu tersedia pada waktu dan tempat saat dibutuhkan, kemudahan memperoleh layanan kesehatan, baik dalam keadaan biasa ataupun dalam keadaan gawat darurat, sejauh mana pasien mengerti bagaimana sistem layanan kesehatan itu bekerja.

2. Kepuasan terhadap mutu layanan kesehatan

Meliputi kompetensi teknik Dokter dan atau profesi layanan kesehatan lain yang berhubungan dengan pasien, keluaran dari penyakit atau bagaimana perubahan yang dirasakan oleh pasien sebagai hasil dari layanan kesehatan.

3. Kepuasan terhadap proses layanan kesehatan, termasuk hubungan antar manusia.

Sejauh mana ketersediaan layanan rumah sakit menurut penilaian pasien, persepsi tentang perhatian kepedulian dokter dan profesi layanan kesehatan lain, tingkat kepercayaan dan keyakinan terhadap Dokter, kepuasan terhadap sistem layanan kesehatan.

4. Kepuasan terhadap sistem layanan kesehatan

Meliputi fasilitas fisik dan lingkungan layanan kesehatan, sistem perjanjian termasuk menunggu giliran, waktu tunggu, pemanfaatan waktu selama menunggu, sikap mau menolong atau kepedulian personil, mekanisme pemecahan masalah dan keluhan yang timbul.

Menurut beberapa pendapat para ahli diatas maka indikator kepuasan pasien yang digunakan pada penelitian ini menurut (Hawkins dan Looney) dikutip dalam Tjiptono (2001) yaitu :

1. Kesesuaian harapan.

Yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual prodak atau jasa perusahaan. Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada kualitas pelayanan yang memiliki komponen berupa harapan pelanggan akan pelayanan yang diberikan (seperti : kebersihan lokasi, kecepatan pelayanan, keramahan/kesopanan dokter, perawat dan karyawan/pegawai).

2. Kemudahan dalam memperoleh.

Prodak atau jasa yang ditawarkan oleh produsen tersedia di outlet outlet dan toko yang dekat dengan pembeli potensial, meliputi :

- c. Lokasi perusahaan yang strategis sehingga memudahkan pasien untuk datang
- d. Tersedia pelayanan kesehatan yang lengkap sehingga sehingga pasien mendapatkan perawatan yang sesuai dengan kebutuhan.

3. Kesiediaan untuk merekomendasi

Yaitu kesiediaan untuk merekomendasi prodak jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan baik dan memuaskan, sehingga melalui kepuasan ini konsumen akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada kepada orang lain.

B. Peneliti Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang melatarbelakangi penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

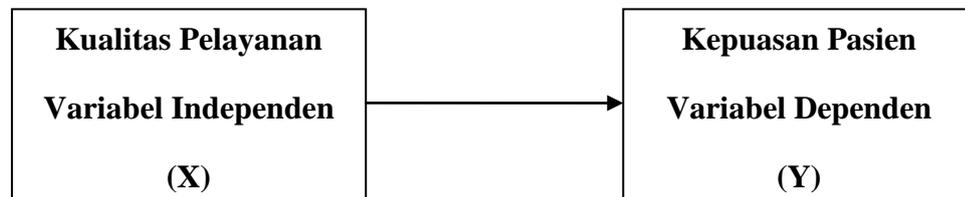
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Responden	Hasil Penelitian
1.	Rahadi Fitra Nova	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit PKU Muhammadiyah surakarta	Pasien rawat inap pada rumah sakit PKU Muhammadiyah Surakarta	Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat Inap padarumah sakit PKU Muhammadiyah Surakarta
2.	Irawati	Pengaruh kualitas produk dan	Mahasiswa fakultas ekonomi	Variabel kualitas prodak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap

		kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna modem Smartfrend	universitas Medan Area	kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Modem Smartfrend
3.	Mayer Alponco Manurung	Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Asuransi jiwa wanartha life cabang Medan	Nasabah yang ada di PT. Asuransi jiwa wanartha life cabang Medan	Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Asuransi jiwa wanartha life cabang Medan

C. Kerangka Konseptual

Iskandar (2008), mengemukakan bahwa dalam penelitian kuantitatif, kerangka konseptual merupakan suatu kesatuan kerangka pemikiran yang utuh dalam rangka mencari jawaban-jawaban ilmiah terhadap masalah-masalah penelitian yang menjelaskan tentang variabel-variabel hubungan antara variabel-variabel secara teoritis yang berhubungan dengan hasil penelitian yang terdahulu yang kebenarannya dapat diuji secara empiris.

Gambar 2.1.
Kerangka Konseptual



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara didalam penelitian dan harus diuji kebenarannya sehingga dengan demikian suatu hipotesis dapat ditentukan akan diterima atau ditolak hasilnya. Suatu hipotesis dapat diterima disertai dengan pembuktian yang nyata. Menurut Sugiono, (2005:51) "Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh sebab itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan".

Berdasarkan hasil peneliti terdahulu dan teori-teori yang telah dikemukakan, maka peneliti mengemukakan hipotesis yaitu : Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien BPJS rawat jalan di RSUD Dr. Pirngadi Kota Medan.