



**PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN  
(STUDI PADA KONSUMEN DI RUANG RAWAT INAP KELAS  
II RSUD KOTA BOGOR)**

Skripsi

Diajukan Oleh :

Arsen Dwireno Sanyata Purnama

021114531

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR**

**JANUARI 2019**

## ABSTRAK

Arsen Dwireno Sanyata Purnama. 021114531. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor). Pembimbing: Hari Muharam dan Yuary Farradia. 2019.

*Servicescape* dibutuhkan setiap perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Pemerintah dalam memenuhi pelayanan kesehatan bagi masyarakatnya sudah memberikan batasan-batasan atau standar yang harus diterima oleh masyarakat lewat undang-undang maupun melalui peraturan daerah di seluruh Indonesia. Seperti halnya yang diatur pada Pasal 13 Ayat 2 Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 56 Tahun 2014 tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit, bahwa rumah sakit perlu memenuhi persyaratan tata bangunan dan lingkungan serta persyaratan keandalan bangunan dan prasarana rumah sakit. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui kondisi dan menganalisa *servicescape* di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor. (2) Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor. (3) Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan konsumen pada Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor.

Penelitian ini dilakukan di RSUD Kota Bogor. Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 100. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan regresi linier berganda. Data diuji dengan menggunakan SPSS versi 23 dengan menggunakan uji regresi linier berganda dan Uji t ( Parsial).

Berdasarkan uji t indikator *Ambient Dimension*, *Spatial Layout And Functionality*, dan *Signs, Symbols, and Artifact* mendapatkan hasil output SPSS nilai ketiga indikator *servicescape* memiliki nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang memiliki arti menolak  $H_0$  artinya semuanya berpengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** *Ambient Dimension; Spatial Layout And Functionality; Signs, Symbols, and Artifact*, Kepuasan Konsumen.

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA KONSUMEN DI RUANG RAWAT INAP KELAS II RSUD  
KOTA BOGOR)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan,  
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA.)

Ketua Program Studi

(Titus Rully, S.E., M.M.)

**PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA KONSUMEN DI RUANG RAWAT INAP KELAS II RSUD  
KOTA BOGOR)**

**SKRIPSI**

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus  
Pada Hari - Jumat Tanggal : 25/Januari/2019

Arsen Dwireno Sanyata Purnama  
021114531

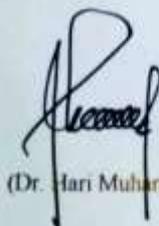
Menyetujui,

Ketua Sidang,



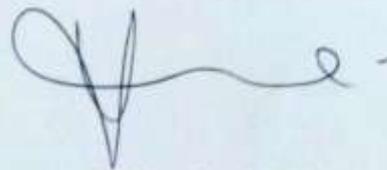
(Ferdisar Adnan, S.E., M.M.)

Ketua Komisi Pembimbing



(Dr. Hari Muharam, S.E., M.M.)

Anggota Komisi Pembimbing



(Ir. Yuany Farradia, M.Sc.)

**© Hak Cipta Milik Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Tahun 2019**  
**Hak Cipta dilindungi Undang-Undang**

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.*

*Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang merupakan salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pakuan.

Ada pun judul yang diambil penulis dalam penelitian ini adalah : **“Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor)”**.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini selesai berkat banyak bantuan dan partisipasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hari Muharam, S.E., M.M., selaku Ketua Komisi Pembimbing atas bimbingan, perhatian, motivasi, arahan dan ilmu yang diberikan selama masa studi dan penyusunan skripsi;
2. Ibu Ir. Yuary Farradia, M.Sc., selaku Anggota Komisi Pembimbing atas bimbingan, saran, nasehat, dan ilmu yang diberikan selama masa studi dan penyusunan skripsi;
3. Ibu Tri Kurnia Juniasih, Amd Kes., selaku Kepala Urusan DIKLAT RSUD Kota Bogor yang telah memberi kesempatan penulis melakukan riset penelitian dan atas segala bantuan pada saat pengambilan data;
4. Ibu Dwi Meyliani R selaku koodinator seminar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan atas arahan yang telah diberikan;
5. Ibu Tutus Rully, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan atas izin dan bimbingannya;
6. Bapak Dr. Hendro Sasongko, AK., M.M., C.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan atas izin yang telah diberikan;
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmu dan dukungannya.
8. Ibu dan Bapak tercinta atas doa, kasih dan sayang, serta keikhlasan yang diberikan sampai hari ini menjadi semangat, motivasi, dan inspirasi bagi penulis;
9. Mamah Anthy tercinta atas doa, semangat dan dukungan bagi penulis;
10. Kakak dan Adik-adikku atas keceriaan dan dukungan selama penulis berada di rumah;

11. Teman – teman seperjuanganku semasa kuliah dan penyusunan skripsi ini: Akim, Imam, Bagas, Farhan, Ando, Patu, Ruslan, Erwan, Iskandar, kayyis dan seluruh rekan – rekan yang tidak penulis sebutkan namanya yang telah membantu penulis dalam merealisasikan skripsi ini;
12. Seluruh teman semasa kuliah atas doa, kenangan, perhatian, kebersamaan dan bantuannya selama ini;
13. Raka, Kudow dan Bang Ari yang telah memberikan semangat dan dorongan bagi penulis (piwpiwpiw);
14. Teman – Teman perjuangan di dunia Novus;
15. Hadi, Iwan, Nizar (Baqul), dan seluruh keluarga Lalala Lilili yang selalu menemani, memberikan dukungan, dan mengingatkan untuk tetap semangat dalam mengerjakan skripsi ini;
16. Untuk Intan Rahmiyona Rifai terimakasih atas support, penantian serta curahan semangat, motivasi, inspirasi, dan doanya kepadaku untuk segalanya lebih mudah.

Apa yang telah diberikan sangat bermanfaat bagi penulis, semoga mendapat balasan yang lebih dari Tuhan Yang Maha Esa dan Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca skripsi ini.

Bogor, 25 Januari 2019

Penulis,

Arsen Dwireno S.P.

## DAFTAR ISI

JUDUL	
ABSTRAK.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
HAK CIPTA .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	5
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	6
1.3.1. Maksud Penelitian.....	6
1.3.2. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Kegunaan Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Pengertian Manajemen .....	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2.2. Manajemen Pemasaran Jasa .....	9
2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa .....	9
2.2.2. Karakteristik Manajemen Jasa .....	10
2.3. <i>Servicescape</i> .....	14
2.3.1. Pengertian <i>Servicescape</i> .....	14
2.3.2. Dimensi <i>Servicescape</i> .....	15
2.4. Kepuasan Konsumen.....	18
2.4.1. Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen.....	19
2.4.2. Dimensi Kepuasan Konsumen .....	21
2.4.3. Konsep Gap Kualitas Jasa.....	22
2.5. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Penelitian.....	25
2.5.1. Penelitian Sebelumnya.....	25
2.5.2. Kerangka Penelitian .....	26
2.6. Hipotesis Penelitian .....	27

BAB III METODE PENELITIAN .....	28
3.1. Jenis Penelitian .....	28
3.2. Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian .....	28
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	28
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	29
3.5. Metode Penarikan Sampel .....	30
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	31
3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data .....	32
3.7.1. Uji Instrumen .....	32
3.7.2. Metode Analisis .....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	40
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	40
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan RSUD Kota Bogor .....	40
4.1.2. Kegiatan Usaha .....	40
4.1.3. Visi dan Misi RSUD Kota Bogor .....	41
4.1.4. Budaya Organisasi .....	41
4.1.5. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	42
4.1.6. Ruang Rawat Inap Kelas II .....	43
4.2. Pengolahan Data .....	43
4.2.1. Profil Responden .....	43
4.3. Analisis Deskriptif .....	45
4.3.1. <i>Servicescape</i> Pada Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor .....	45
4.3.2. Kepuasan Konsumen Pada Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor .....	58
4.3.3. Pengaruh <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor .....	70
4.4. Interpretasi Hasil .....	75
4.4.1. <i>Servicescape</i> Di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor .....	75
4.4.2. Tingkat Kepuasan Di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor .....	75
4.4.3. Pengaruh <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	77
1.1. Simpulan .....	77
1.2. Saran .....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Daftar Nama Rumah Sakit di Bogor .....	3
Tabel 1.2	: Data Ruangan Rawat Inap RSUD Kota Bogor.....	4
Tabel 1.3	: Data Prasurvey Keluhan.....	4
Tabel 2.1	: Element dari Servicescape .....	16
Tabel 2.2	: Asosiasi dan Respon Seseorang Terhadap Warna .....	17
Tabel 3.1	: Operasionalisasi Variabel .....	29
Tabel 3.2	: Jumlah Kunjungan Pasien .....	30
Tabel 3.3	: Instrumen Skala Likert.....	31
Tabel 3.4	: Hasil Uji Validitas <i>Servicescape</i> .....	32
Tabel 3.5	: Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen .....	33
Tabel 3.6	: Uji Reliabilitas <i>Servicescape</i> .....	35
Tabel 3.7	: Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	36
Tabel 3.8	: Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	39
Tabel 4.1	: Data Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2	: Data Konsumen Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3	: Data Konsumen Berdasarkan Pekerjaan .....	45
Tabel 4.4	: Interpretasi Hasil.....	45
Tabel 4.5	: Tanggapan Responden Tentang Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II Bersih Dan Baik .....	46
Tabel 4.6	: Tanggapan Responden Tentang Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sudah Tepat.....	47
Tabel 4.7	: Tanggapan Responden Tentang Pewarnaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Menciptakan Suasana Yang Menenangkan .....	47
Tabel 4.8	: Tanggapan Responden Tentang Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Bau Yang Mengganggu Penciuman .....	48
Tabel 4.9	: Tanggapan Responden Tentang Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Kebisingan Yang Dapat Mengganggu Pendengaran.....	49
Tabel 4.10	: Tanggapan Responden Tentang Lingkungan Sekitar Ruang Rawat Inap Kelas II Terjaga Kebersihannya .....	49
Tabel 4.11	: Tanggapan Responden Tentang Suhu Diruang Rawat Inap Kelas II Terasa Sejuk Dan Nyaman.....	50
Tabel 4.12	: Tanggapan Responden Tentang Tata Letak Interior Sudah Sesuai Pada Tempatnya .....	51

Tabel 4.13 :Tanggapan Responden Tentang Susunan Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sangat Tersusun Rapi .....	51
Tabel 4.14 :Tanggapan Responden Tentang Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Berfungsi Dengan Baik .....	52
Tabel 4.15 :Tanggapan Responden Tentang Tata Letak Di Ruang Rawat Inap Kelas II Mempermudah Petugas Untuk Melakukan Pekerjaan Mereka ...	53
Tabel 4.16 :Tanggapan Responden Tentang Papan Nama Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Jelas .....	54
Tabel 4.17 :Tanggapan Responden Tentang Dekorasi Pada Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Nyaman.....	54
Tabel 4.18 :Tanggapan Responden Tentang Sudah Dilengkapinya Papan Petunjuk Arah Dan Sinyal-Sinyal Pada Setiap Bagian .....	55
Tabel 4.19 :Tanggapan Responden Tentang Tanda Penunjuk Arah Terlihat Jelas Di Ruang Rawat Inap Kelas II .....	56
Tabel 4.20 :Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden .....	56
Tabel 4.21 : Interpretasi Hasil.....	58
Tabel 4.22 :Tanggapan Responden Tentang Saya Senang Dengan Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kls II.....	59
Tabel 4.23 :Tanggapan Responden Tentang Saya Sangat Puas Dengan Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II.....	59
Tabel 4.24 :Tanggapan Responden Tentang Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II .....	60
Tabel 4.25 :Tanggapan Responden Tentang Saya Senang Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Tercium Bau Yang Mengganggu .....	61
Tabel 4.26 :Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Nyaman Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Kebisingan .....	61
Tabel 4.27 :Tanggapan Responden Tentang Saya Sangat Puas Dengan Kebersihan Dan Kenyamanan Di Ruang Rawat Inap Kelas II .....	62
Tabel 4.28 :Tanggapan Responden Tentang Saya Sangat Nyaman Dengan Suhu Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Sejuk.....	63
Tabel 4.29 :Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Senang Dengan Interior Yang Ada Di Ruang Rawat Inap Kelas II .....	63
Tabel 4.30 :Tanggapan Responden Tentang Saya Sangat Puas Dengan Tata Letak Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II.....	64
Tabel 4.31 :Tanggapan Responden Tentang Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II .....	65

Tabel 4.32 :Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Senang Dengan Tata Letak Peralatan Yang Tidak Mengganggu Pergerakan Di Ruang Rawat Inap Kelas II .....	65
Tabel 4.33 :Tanggapan Responden Tentang Saya Senang Papan Penunjuk Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Terlihat Jelas.....	66
Tabel 4.34 :Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Nyaman Dengan Dekorasi Di Ruang Rawat Inap Kelas II .....	67
Tabel 4.35 :Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Senang Untuk Kemudahan Dalam Mencari Ruangan Rawat Inap Kelas II Yang Terdapat Di RSUD Kota Bogor .....	67
Tabel 4.36 :Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Puas Dengan Tanda Penunjuk Arah Di Ruang Rawat Inap Kelas II.....	68
Tabel 4.37 :Hasil rata- rata tanggapan responden .....	69
Tabel 4.38 :Tabel SPSS Uji Normalitas .....	70
Tabel 4.39 :Tabel SPSS Uji Multikorelasi .....	71
Tabel 4.40 :Tabel SPSS Uji Autokorelasi .....	72
Tabel 4.41 :Tabel SPSS Uji Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 4.42 :Tabel SPSS Uji Koefisien Korelasi Berganda (R).....	74
Tabel 4.43 :Tabel SPSS Uji t .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Proses Manajemen Pemasaran .....	9
Gambar 2.2	: <i>The Flower of Service</i> .....	11
Gambar 2.3	: Model Kualitas Pelayanan .....	23
Gambar 2.4	: Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1	: Bagan Struktur Organisasi RSUD Kota Bogor .....	42
Gambar 4.2	: Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	72

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : KUESIONER

Lampiran 2 : DATA TABULASI KUESIONER

Lampiran 3 : SURAT RISET

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan dunia bisnis di Indonesia yang berkembang sangat pesat, banyak perusahaan yang berdiri silih berganti. Tentu hal ini menimbulkan persaingan dalam merebut konsumen. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan.

Dalam setiap kegiatan usaha, pada dasarnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang optimal guna mempertahankan eksistensi perusahaan di dalam persaingan. Di dalam konsep pemasaran yang sederhana dinyatakan bahwa suatu organisasi harus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menguntungkan (Tjiptono 2008).

Rumah sakit merupakan sektor bisnis yang berpartisipasi dalam pelayanan kesehatan, pelayanan kesehatan dianggap hak dari warga negara yang harus dipenuhi oleh pemerintah. Pemerintah dalam memenuhi pelayanan kesehatan bagi masyarakatnya sudah memberikan batasan-batasan atau standar yang harus diterima oleh masyarakat lewat undang-undang maupun melalui peraturan daerah di seluruh Indonesia.

Rumah sakit sebagai pelayanan jasa yang disediakan pemerintah tidak hanya mengedepankan aspek pengobatan saja, namun juga masyarakat berhak mendapatkan nilai lebih dari pelayanan itu sendiri seperti *servicescape* yang dimiliki rumah sakit tersebut. Hal tersebut menjadi peluang bagi pelaku bisnis untuk bersaing dengan rumah sakit yang disediakan pemerintah, sehingga banyak bermunculan rumah sakit yang tidak hanya dikelola pemerintah namun juga dari pihak swasta. Adanya rumah sakit yang dikelola swasta maupun pemerintah menimbulkan persaingan antara keduanya, sehingga *servicescape* sangat dibutuhkan agar dapat menarik minat konsumen.

Upaya pemerintah dalam memenuhi pelayanan bagi masyarakat tersebut tidak selalu sesuai dengan harapan masyarakat, hal tersebut terlihat dari maraknya kasus-kasus malpraktik, pelayanan kesehatan yang tidak optimal, perbedaan penanganan dalam memberikan pelayanan pada golongan atas dan golongan bawah, serta asuransi kesehatan yang tidak tepat sasaran.

*Servicescape* merupakan satu wujud dari jasa itu sendiri, yang dapat mempengaruhi perilaku dan respon konsumen terhadap jasa yang diberikan oleh penyedia jasa kepada para konsumen. Penggunaan desain fisik yang kreatif dapat

mendukung strategi penempatan dan segmentasi serta mencapai tujuan khusus pemasaran seperti kepuasan konsumen (Bitner, 1992). Lovelock *et al* (2011) mendefinisikan *servicescape* merupakan lingkungan fisik di mana jasa diberikan kepada konsumen. Namun sebenarnya, definisi awal dari *servicescape* merujuk pada lingkungan fisik yang sengaja dibuat atau diciptakan manusia sebagai dukungan atas layanan yang diberikan kepada konsumen.

Adanya unsur *servicescape* pada layanan rumah sakit, membuat para pemilik rumah sakit berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik dalam segi pelayanan yang dapat memberikan kepuasan para konsumennya. Rumah sakit merupakan organisasi penyedia jasa kesehatan, dengan memberikan jasa pelayanan memegang peranan penting bagi perusahaan agar dapat tetap bertahan dan bersaing dengan perusahaan-perusahaan, baik dari dalam maupun luar negeri. Karena perusahaan yang berhasil dan yang memiliki kinerja yang baik, dapat mengetahui bagaimana cara menyesuaikan diri dengan pasar yang terus menerus berubah. Keberhasilan tersebut sangat tergantung oleh *servicescape* (lingkungan fisik) yang dimilikinya.

Membangun *servicescape* atau lingkungan fisik yang diciptakan dalam suatu bisnis jasa seperti rumah sakit adalah melalui pembangunan serta pengembangan elemen-elemen dari *servicescape* yang terdiri dari: kondisi lingkungan sekitar layanan yang merupakan karakteristik lingkungan yang berkenaan dengan kelima indera yang meliputi, aroma yang memberi respon terhadap suasana hati pasien dirumah sakit, warna yang menjadi tampilan dari rumah sakit dan dapat menimbulkan kesan yang berbeda-beda dari pasien, ada pula unsur kondisi pencahayaan rumah sakit yang diatur seefektif mungkin dengan disesuaikan pada warna, furnitur rumah sakit akan menanamkan nilai dalam benak konsumen terhadap kondisi yang menyenangkan dan lebih positif.

Karakteristik kondisi lingkungan yang lainnya adalah suhu udara yang mendeskripsikan bagaimana udara dari suatu ruangan yang dimaksud. Udara yang panas atau dingin akan mempengaruhi tingkat kenyamanan seorang pasien ketika sedang berada di rumah sakit, serta kebisingan atau suara yang berisik dan mengganggu merupakan bagian dari lingkungan fisik dan perlu diperhatikan agar tidak terjadi persepsi buruk dari pasien yang terganggu oleh suara yang tidak seharusnya didengar yang akan mengganggu kenyamanan pasien yang sedang dirawat. Dimensi berikutnya dari *servicescape* yaitu dimensi tata ruang dan keberfungsian alat yang meliputi tata ruang, penataan peralatan yang tepat, peralatan yang berfungsi dengan baik dan kemampuan barang-barang untuk memfasilitasi kenikmatan pasien, keluarga pasien yang menjaga serta pengunjung yang menjenguk pasien. Dimensi ketiga yaitu tanda, simbol dan artefak. Pada bisnis jasa seperti rumah sakit dimensi ini meliputi tanda-tanda atau rambu serta dekorasi yang digunakan untuk berkomunikasi dan meningkatkan citra tertentu

atau suasana hati, untuk memudahkan konsumen rumah sakit untuk mencapai tujuannya saat berada di rumah sakit.

Pemerintah dalam memenuhi pelayanan kesehatan bagi masyarakatnya sudah memberikan batasan-batasan atau standar yang harus diterima oleh masyarakat lewat undang-undang maupun melalui peraturan daerah di seluruh Indonesia. Seperti halnya yang diatur pada Pasal 13 Ayat 2 Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 56 Tahun 2014 tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit, bahwa rumah sakit perlu memenuhi persyaratan tata bangunan dan lingkungan serta persyaratan keandalan bangunan dan prasarana rumah sakit.

Saat ini di Kota Bogor sudah berdiri banyak rumah sakit yang memiliki berbagai jenis pelayanan yang berbeda-beda dan memiliki keunggulan masing-masing, tercatat ada 15 rumah sakit baik yang dikelola pihak swasta maupun pemerintah, yang memiliki suasana dan lingkungan masing-masing untuk kenyamanan pasien, berikut adalah beberapa rumah sakit yang ada di Bogor:

Tabel 1.1 Daftar Nama Rumah Sakit di Bogor

No	Keterangan	Alamat
1	RS PMI BOGOR	Jl Raya Pajajaran 80 Bogor
2	RS Salak Bogor	Jl Jend Sudirman 8
3	RS Azra	Jl Raya Pajajaran 219
4	RS Dr H Marzoeqi Mahdi	Jl Dr Semeru 114
5	RS Islam Bogor	Jl Perdana Raya 22
6	Bogor Medical Center	Jl Pajajaran Indah V 97
7	RSUD Kota Bogor	Jl Dr Semeru 120 Bogor
8	RS Medika Dramaga	Jl. Dramaga Cantik No.KM 7,3 Margajaya
9	RS Mulia Pajajaran	Jl. Raya Pajajaran No. 98, Bantarjati
10	RS Vania	JL. Siliwangi No. 11, Kel. Sukasari
11	RS Siloam Hospitals Bogor	Jl. Pajajaran No. 27
12	RS Hermina Bogor	Jl. Ring Road I Kav. 23,25,27 Perum Taman Yasmin Bogor
13	RS Ummi	Jl. Empang II No. 2
14	RS Melania	Jl. Pahlawan No.91
15	RS Juliana	Jl. Raya Tajur No. 75

Sumber : kotabogor.go.id, November 2018

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat persaingan rumah sakit di Bogor yang begitu tinggi. Banyaknya rumah sakit didasari banyak faktor, terutama dikarenakan pertumbuhan penduduk di Kota Bogor yang terus mengalami peningkatan.

Setiap tahunnya pertumbuhan penduduk di Kota Bogor selalu mengalami peningkatan. Tahun 2016 jumlah penduduk Kota Bogor berjumlah 1.064.687 jiwa dan bertambah pada tahun 2017 dengan jumlah 1.081.009 jiwa dengan laju pertumbuhan pada tahun 2016-2017 sebesar 1,53% menurut BPS Kota Bogor (2018). Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesempatan bagi para pelaku bisnis

untuk menumbuhkan beragam jenis usaha termasuk sektor pelayanan kesehatan melalui jenis bisnis rumah sakit dan mendorong pelaku usaha yang sudah ada melakukan perbaikan fasilitas untuk mempertahankan konsumen agar tidak beralih kepada pesaing dan memenangkan pilihan konsumen. RSUD Kota Bogor merupakan salah satu rumah sakit yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih berbagai alternatif rumah sakit yang ada. Pihak manajemen pengelola RSUD Kota Bogor berusaha memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik dari segi jumlah kamar pasien, ruangan tunggu, lahan parkir, kantin, sirkulasi udara di dalam dan di luar rumah sakit, pencahayaan ruangan, maupun dari segi pelayanan yang diberikan oleh dokter atau perawat di RSUD Kota Bogor. Dalam menangani para pasiennya, RSUD Kota Bogor berusaha memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin, dan ditangani secara profesional, sebagaimana diamanatkan oleh UU No. 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit. Di bawah ini merupakan data ruang rawat inap RSUD Kota Bogor.

Tabel 1.2 Data Ruang Rawat Inap RSUD Kota Bogor

No	Jenis Kelas	Jumlah
1	I	32
2	II	10
3	III	223

Sumber : RSUD Kota Bogor, November 2018

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa ruang rawat inap kelas II di RSUD Kota Bogor merupakan ruangan yang paling sedikit dari tiga jenis kelas di ruang rawat inap RSUD Kota Bogor. Meskipun jumlah kamar ruangan rawat inap kelas II ini paling sedikit di antara jumlah kamar pada kelas I dan kelas III, namun demikian ruang kelas II ini tercatat memiliki banyak berbagai keluhan-keluhan pasien dan keluarga pasien yang terkait pada aspek *servicescape* pada RSUD Kota Bogor. Berikut adalah beberapa keluhan teratas dari survey awal kepada 30 orang yang termasuk pasien dan keluarga pasien pada ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor di bulan November 2018 :

Tabel 1.3 Data Prasurvey Keluhan di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor

Responden	Keluhan	Persentase (%)
1	Suhu ruangan panas	30
2	Suasana nya kurang tenang	20
3	Toilet kurang bersih	16,67
4	Sirkulasi udara kurang baik	16,67
5	Pelayanan lambat	10
6	Ukuran ruangan tidak luas	6,67

Sumber : Keluarga Pasien, November 2018

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa baik pasien maupun keluarga pasien masih mengeluhkan fasilitas fisik di ruangan RSUD Kota Bogor khususnya Kelas II. Begitu banyaknya harapan-harapan yang diinginkan pihak keluarga pasien agar

lebih nyaman dan mendapatkan fasilitas-fasilitas yang lebih baik. Hal ini diperlukan agar RSUD Kota Bogor menjadi pilihan terbaik untuk berobat atau menjalani rawat inap.

Berdasarkan kondisi tersebut dan penelitian sebelumnya maka peneliti tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan judul “**Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen diruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor)**”.

## **1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, adanya persaingan antara rumah sakit yang ada di Kota Bogor menunjukkan adanya persaingan yang begitu tinggi. Banyak terdapatnya rumah sakit disebabkan beberapa faktor, terutama dikarenakan pertumbuhan penduduk di Kota Bogor yang terus mengalami perkembangan. Rumah sakit sebagai pelayanan jasa yang disediakan pemerintah tidak hanya mengedepankan aspek pengobatan saja, namun juga masyarakat berhak mendapatkan nilai lebih dari pelayanan itu sendiri seperti *servicescape* yang dimiliki rumah sakit tersebut. Setiap rumah sakit memberikan dan memiliki *servicescape* tersendiri yang dapat dinikmati oleh masing-masing pasiennya.

Masalah yang dihadapi oleh RSUD Kota Bogor berkaitan dengan pemberian kepuasan konsumen adalah adanya keluhan dari keluarga pasien mengenai lingkungan fisik di RSUD Kota Bogor yang kurang seperti, sirkulasi udara yang kurang baik, ukuran ruangan yang tidak luas dan suasana yang kurang tenang. Banyak harapan konsumen sering kali tidak diketahui secara nyata, hanya berdasarkan jumlah kunjungan saja. Untuk itu perlu diketahui kepuasan konsumen berdasarkan observasi dilapangan di RSUD Kota Bogor dilihat dari konsep *servicescape* atau layanan lingkungan fisik.

### **1.2.2. Perumusan Masalah**

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi *servicescape* di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor?
2. Bagaimana kepuasan konsumen pada Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor?
3. Seberapa besar pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan konsumen pada Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor?

### 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

#### 1.3.1. Maksud Penelitian

Dalam topik penelitian yang terdiri dari satu variabel X dan satu variabel Y, maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel X yaitu *servicescape* terhadap variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen, menyimpulkan hasil penelitian, serta memberikan saran yang dapat menghilangkan penyebab timbulnya permasalahan yang ada.

#### 1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kondisi dan menganalisa *servicescape* di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor.
3. Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan konsumen pada Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor.

### 1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### 1. Kegunaan Teoritik

Dilihat dari aspek pengembangan ilmu (teoritis) penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu terutama yang berkaitan dengan meningkatkan kepuasan konsumen. Diharapkan juga pada pengembangan teori bidang manajemen pemasaran, maka pengertian-pengertian maupun konsep-konsep yang dapat diterapkan dan dikembangkan dalam upaya meningkatkan fasilitas fisik pelayanan agar mendapatkan konsumen yang puas.

#### 2. Kegunaan Praktek

Bagi Manajemen, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam mengelola rumah sakit agar tetap diminati oleh masyarakat dalam arti mereka harus memperhatikan apa yang diinginkan dan yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai tempat berobat.

Bagi penulis, diharapkan dapat memantapkan penguasaan fungsi keilmuan yang dipelajari selama mengikuti program studi Manajemen di Universitas Pakuan.

Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi sivitas akademika.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Pengertian Manajemen**

Manajemen berasal dari kata management, yang memiliki pengertian seni melaksanakan dan mengatur. Manajemen adalah suatu cara atau seni mengelola sesuatu untuk dikerjakan oleh orang lain (Wikipedia.com, diakses pada tanggal 27 November 2018).

Griffin (2005) mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, serta sesuai dengan jadwal.

Secara umum Rangkuti (2009) menjelaskan manajemen mempunyai tiga tugas pokok, yaitu:

1. Mempersiapkan rencana atau strategi umum bagi perusahaan.
2. Melaksanakan rencana tersebut.
3. Mengadakan evaluasi, menganalisa dan mengawasi rencana tersebut dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan pengertian serta pendapat-pendapat di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa manajemen memiliki pengertian yaitu merupakan suatu rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian serta pengawasan dengan memanfaatkan sumber daya manusia serta sumber-sumber daya lainnya untuk mencapai suatu tujuan organisasi yang telah ditentukan.

##### **2.1.1. Pengertian Pemasaran**

Dewasa ini pemasaran telah berkembang demikian pesatnya dan telah menjadi ujung tombak bagi setiap perusahaan dalam rangka mencapai tujuan. Hal ini disebabkan karena ujung lingkup pemasaran sangat luas karena berhubungan secara langsung dalam kegiatan mulai dari persiapan sampai pada saat akhir, yakni produk yang siap dikonsumsi oleh konsumen. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa pemasaran melibatkan dua pihak yaitu produsen dan konsumen sebagai titik pusatnya, dan juga pemasaran merupakan faktor penting menyangkut kegiatan menentukan dan memproduksi produk maupun jasa, menetapkan harga penjualan dan pada akhirnya konsumen siap mengkonsumsinya.

Berkenaan dengan pemasaran, Saladin (2006) menyatakan bahwa "pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk

merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan".

Pemasaran adalah sekelompok aktivitas yang saling berkaitan yang dirancang untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan mengembangkan distribusi, promosi, dan penetapan harga serta pelayanan untuk memuaskan kebutuhan konsumen pada tingkat keuntungan tertentu (Kismono, 2011).

Kotler (2009) menyatakan bahwa "*Marketing* (pemasaran) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (*exchange*)".

Kotler (2008) menyatakan bahwa "Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain".

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan harga barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial (Swasta dan Handok, 2008).

setelah menyimak beberapa pengertian mengenai pemasaran yang dikemukakan oleh beberapa para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang melibatkan kepentingan-kepentingan baik individual atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran barang atau jasa kepada pelanggan dari produsen.

### **2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Di dalam perusahaan pasti menginginkan seluruh kegiatan yang telah dirancang sebelumnya dapat berjalan dengan baik, terus berkembang dan mencapai tujuan yang diinginkan. Sehingga dapat menghasilkan keuntungan tersebut yang diperoleh apabila perusahaan mampu melakukan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju.

Manajemen pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada nasabah yang ada maupun nasabah yang potensial (Stanton dalam Sa'adah, 2010).

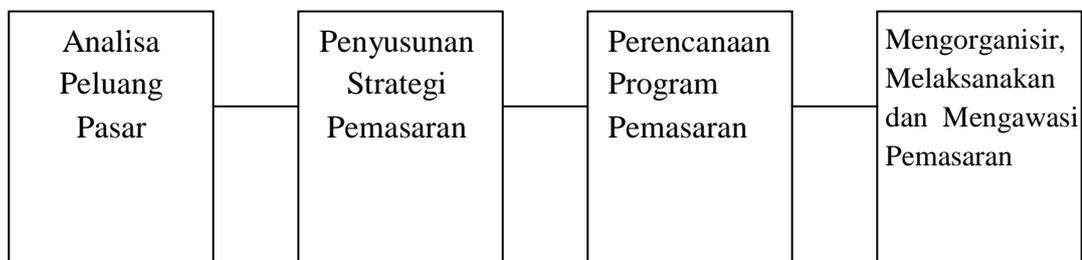
Badrudin (2014) menyatakan bahwa "Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan, pelaksanaan penetapan konsep produk, penetapan harga, promosi, dan pendistribusian gagasan, barang, atau jasa yang memungkinkan terjadinya pertukaran untuk memenuhi tujuan individu dan organisasi".

Menurut Kotler (2009) manajemen pemasaran adalah proses penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Lupiyoadi (2006) manajemen pemasaran adalah suatu analisis, rencana, pelaksanaan serta kontrol program-program yang telah direncanakan dalam hubungannya dengan pertukaran-pertukaran yang diinginkan terhadap konsumen yang dituju untuk memperoleh keuntungan pribadi maupun bersama.

Manajemen pemasaran lebih mengarah kepada kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan, kegiatan ini meliputi pendistribusian, penetapan harga, serta pengawasan program-program yang telah dibuat oleh perusahaan tersebut yang tujuannya untuk mendapatkan tempat di pasar agar perusahaan mendapatkan laba.

Oentoro (2012) menggambarkan proses manajemen pemasaran adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Proses Manajemen Pemasaran  
Sumber : Oentoro (2012)

## 2.2. Manajemen Pemasaran Jasa

### 2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa

Orang-orang pemasaran memasarkan 10 tipe entitas, yaitu barang, jasa, acara, pengalaman, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide (Kotler dan Keller 2009). Seiring dengan peningkatan minat para masyarakat ke arah ekonomi jasa dunia, setiap perusahaan perlu mengetahui pemasaran jasa lebih banyak. Pada skripsi ini, penulis akan memfokuskan penelitian kepada manajemen pemasaran jasa. Terdapat beberapa pengertian mengenai pemasaran jasa, berikut pengertian pemasaran jasa menurut beberapa ahli:

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online jasa ialah “perbuatan yang memberikan segala sesuatu yang di perlukan orang lain (layanan)”.

Menurut Kotler & Keller (2009) pengertian jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Menurut Stanton (2009) *Service (are) separately indenifiable, intangible activities which provide want statisfaction when marketed to consumer and/or industrial users and which are not neccessarily tied to the sale of a production or another service.*

Jasa didefinisikan sebagai tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, produksinya dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik (Kotler dan Amstronng 2008).

Menurut Lupiyoadi (2014), jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan, serta memberikan nilai tambah konsumen, misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan dan kesehatan. Tawaran perusahaan ke pasar biasanya mencakup beberapa jasa. Komponen jasa dapat merupakan bagian kecil, atau bagian utama dari total penawaran.

### **2.2.2. Karakteristik Manajemen Jasa**

Kotler (2009) menyebutkan beberapa karakteristik jasa, yaitu:

#### 1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Sifat jasa tidak berwujud, artinya jasa tidak dapat dilihat, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli mencari “tanda” dari mutu jasa. Konsumen menyimpulkan mengenai mutu dari “tanda”, berupa tempat, orang, harga, peralatan dan materi komunikasi yang dapat dilihat.

#### 2. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Barang fisik biasanya diproduksi, disimpan, dijual dan selanjutnya dikonsumsi. Sebaliknya jasa dijual dulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi bersamaan. Jasa tak terpisahkan, yang berarti jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, baik itu manusia ataupun mesin. Interaksi antara penyediannya jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya memengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut.

#### 3. Bervariasi (*variability*)

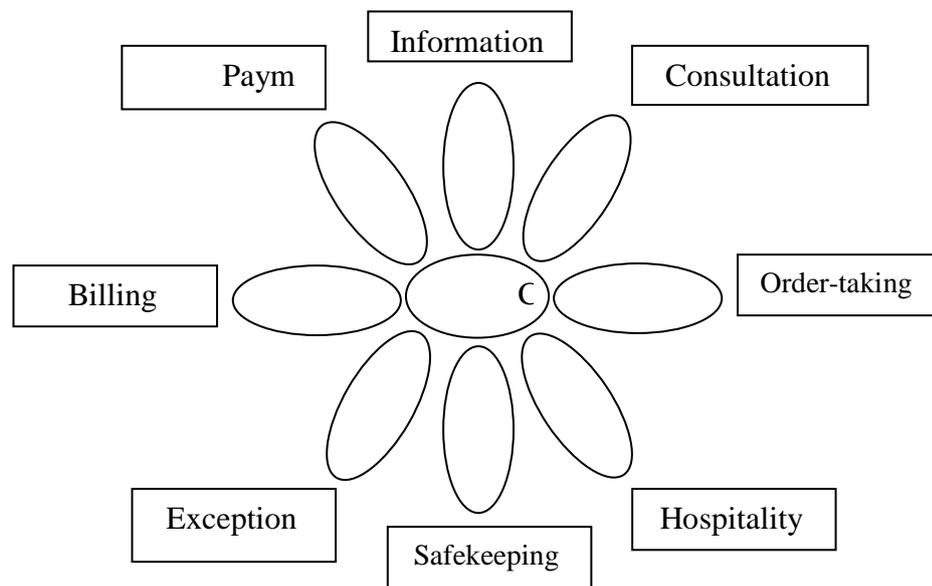
Jasa bersifat sangat beraneka ragam karena merupakan non standardized output, artinya banyak variasi bentuk, mutu, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan ragam mutu jasa menurut Bovee, *et al* dalam Nasution (2005), yaitu kerjasama

atau partisipasi pelanggan dan beban, serta beban kerja perusahaan. Pada industri jasa yang bersifat *people-based*, komponen manusia yang terlibat jauh lebih banyak daripada jasa yang bersifat *equipment-based*.

#### 4. Mudah Lenyap (*perishability*)

Jasa memiliki sifat yang tidak tahan lama, dikarenakan jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau dipakai kemudian, karena akan habis manfaatnya hilang ketika jasa tersebut telah terpakai.

Di dalam penawaran produk fisik tidak dapat terlepas dari kualitas pelayanan, kualitas pelayanan ini dapat diklasifikasikan ke dalam delapan kelompok yang di sebut *The Flower of Service* :



Gambar 2.2 *The Flower of Service*  
(Lovelock and Wirtz, 2011)

Gambar 2.2 merupakan delapan kelompok sebagai kelopak yang mengelilingi sebuah bunga jasa (*Flower of service*) (Lovelock and Wirtz, 2011) yang terdiri dari:

- a. *Information* : perusahaan memberi pengetahuan kepada pelanggan mengenai berbagai hal yang menyangkut dengan produk yang ingin dibeli pelanggan, seperti bagaimana cara mendapatkan produk tersebut, apakah produk tersebut tersedia atau tidak, dan lain sebagainya;

Bagian dari jasa yang mempermudah pembelian dan penggunaan jasa dengan memberitahukan kepada pelanggan tentang fitur dan kinerja jasa sebelum, selama, dan setelah penyerahan jasa. Untuk mendapatkan nilai penuh dari setiap barang atau jasa, pelanggan membutuhkan informasi yang relevan. Pelanggan baru atau calon pelanggan sangat haus akan informasi. Konsumen ingin mengetahui produk yang paling tepat memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka.

Dalam penerapannya pada RSUD, kebutuhan-kebutuhan dapat meliputi jam pelayanan yang ditentukan rumah sakit, jam kunjung dokter spesialis yang menangani pasien, harga, dan instruksi penggunaan ruang kamar rawat inap. Rumah sakit memberikan informasi yang tepat waktu dan akurat, karena informasi yang salah dapat mengganggu atau membuat pasien ataupun keluarga pasien tidak nyaman.

- b. *Consultation* : pelanggan dapat berkonsultasi kepada perusahaan mengenai cara pemakaian sebuah produk, dan perusahaan membantu memberikan solusi kepada pelanggan, seperti pelanggan menanyakan pendapat perusahaan lebih baik memilih produk A atau produk B, dan lain sebagainya;

Konsultasi adalah saran langsung dari petugas jasa yang benar-benar paham sebagai jawaban atas pertanyaan. Konsultasi merupakan pelengkap yang menambah nilai dengan memberikan jawaban kepada pelanggan yang membutuhkan saran, konsultasi, atau pelatihan yang membantu mereka mendapatkan manfaat sebesar-besarnya dari pengalaman jasa tersebut.

Contoh penerapan pada RSUD seperti, tenaga medis rumah sakit memberikan konsultasi kepada pasien yang sedang dirawat ataupun diperiksa kesehatan dalam membantu masa pemulihan dari sakit.

- c. *Order-taking* : pelanggan ingin mengetahui mengenai bagaimana proses untuk memperoleh produk tersebut, seperti pelanggan dapat menelepon untuk memesan, dan lain sebagainya;

Penerimaan pesanan adalah bagian jasa pelengkap yang mempermudah pembelian dengan menciptakan prosedur yang cepat, akurat, dan tanggap untuk menerima permohonan keanggotaan, melakukan pemesanan, atau melakukan reservasi.

Penerapan pada RSUD, satuan keamanan, petugas parkir, karyawan administrasi hingga dokter terlibat dalam proses penerimaan pesanan. Proses penerimaan pesanan dalam rumah sakit sebaiknya terselenggara dengan sopan, cepat, mudah, dan akurat, sehingga konsumen dalam hal ini pasien, keluarga pasien, serta pengunjung yang ingin berobat tidak membuang-buang waktu bahkan mengeluarkan tenaga, mental atau fisik yang tidak perlu.

- d. *Hospitality* : pelanggan mendapatkan sebuah perhatian dari perusahaan pada saat menunggu, seperti mendapatkan makanan atau minuman ringan untuk menunggu, mendapatkan tempat duduk yang nyaman, dan lain sebagainya;

Keramahan merupakan sekelompok jasa pelengkap yang menambah nilai dengan cara memperlakukan para pelanggan seperti tamu dan menyediakan perlengkapan kenyamanan yang mampu mengantisipasi kebutuhan mereka selama berinteraksi dengan penyedia jasa. Elemen-elemen keramahan yaitu komunikasi, sambutan, makanan dan minuman, perlengkapan kamar mandi, fasilitas dan perlengkapan ruang tunggu, transportasi, dan keamanan.

Penerapan elemen keramahan yang ada di RSUD yaitu meliputi tersedianya fasilitas parkir, tempat ibadah, makanan dan minuman bagi pasien rawat inap, serta toilet pasien rawat inap.

- e. *Safekeeping* : pelanggan tidak khawatir dengan penempatan sesuatu yang mereka bawa, seperti terdapat ruang khusus untuk menitipkan binatang peliharaan, tempat untuk bermain anak, serta tempat untuk menyimpan barang yang aman, dan lain sebagainya;

Berfungsi menambah nilai dengan membantu pelanggan menangani atau mengamankan barang milik pribadinya yang mereka bawa ketempat penyerahan jasa tempat mereka membeli.

Elemen pengamanan yang terdapat di RSUD meliputi petugas satuan pengamanan yang berjaga sekitar lingkungan rumah sakit dan tempat parkir kendaraan yang aman, serta tempat penitipan barang saat pasien sedang melakukan medical check up.

- f. *Execption* : pelanggan mendapatkan fasilitas dari perusahaan, seperti tempat beribadah yang nyaman, serta ruang kesehatan, dan lain sebagainya;

Pengecualian adalah bagian dari jasa yang menambah nilai dengan menanggapi permintaan khusus, memecahkan masalah, menangani penanganan dan saran, dan menyediakan kompensasi atas kegagalan jasa.

Elemen pengecualian yang diterapkan RSUD, contohnya seperti permintaan khusus untuk menyewa ruang serba guna untuk keperluan pelatihan tenaga medis ataupun seminar kesehatan yang diselenggarakan oleh pihak yang berkepentingan.

- g. *Billing* : pelanggan mendapatkan tagihan yang benar sesuai dengan apa yang mereka beli dari perusahaan tersebut, seperti perusahaan menanyakan kembali apa yang di beli sesuai dengan tagihan atau tidak, dan lain sebagainya;

Penagihan adalah sesuatu yang umum dilakukan hampir semua jasa, penagihan merupakan sekumpulan jasa pelengkap yang memudahkan pembelian dengan menyediakan dokumentasi yang jelas, tepat waktu, akurat dan relevan tentang apa dan berapa yang harus dibayar pelanggan, ditambah dengan cara pembayarannya, salah satu contoh elemen-elemen penagihan yang terdapat di RSUD adalah lembar administrasi rumah sakit tentang jumlah yang harus dibayar.

- h. *Payment* : pelanggan dapat membayar tagihan dengan cepat dan perusahaan memberikan fasilitas mengenai pembayaran, seperti dapat membar dengan kartu debit atau kartu kredit, dan lain sebagainya.

Pembayaran adalah bagian dari jasa yang memudahkan pembelian dengan menawarkan pilihan prosedur yang mudah untuk melakukan pembayaran dengan cepat.

Pada penerapannya di RSUD, proses pembayaran terjadi ketika pasien, keluarga pasien melakukan pembayaran secara langsung di ruangan kasir atau petugas administrasi yang disediakan RS. Graha Husada, melakukan pembayaran melalui paypal, serta menggunakan kartu kredit.

## 2.3. *Servicescape*

### 2.3.1 Pengertian *Servicescape*

Salah satu karakteristik yang dimiliki oleh jasa yaitu *intangibility* mengandung pengertian bahwa jasa tidak memiliki bentuk yang dapat dilihat, diraba dan dirasakan ataupun dicicipi. Oleh karena itu, kesan pertama tentang jasa yang ditawarkan tergantung dari bukti-bukti fisik dari penyedia jasa. Bitner (1992) mengkaji peran lingkungan fisik yang merupakan bagian dari bukti fisik dalam sebuah industri jasa melalui model *servicescape*.

Bitner (1992) mendefinisikan *servicescape* adalah “*The way the physical setting is created in organic nations has barely been tapped as tangible organizational resource*” artinya pengaturan lingkungan fisik sengaja diciptakan supaya mendukung layanan yang diberikan oleh suatu organisasi.

Lovelock dan Wirtz (2011), mendefinisikan *servicescape* (lingkungan fisik) sebagai berikut:

#### 1. *Ambient conditions*

Merupakan karakteristik lingkungan yang berkenaan dengan kelima panca indera. Latar belakang dari lingkungan seperti suhu, pencahayaan, musik, warna, bau dan gangguan suara. Beberapa gangguan kecil mungkin tidak akan mengganggu pelanggan namun jika kondisi lingkungan menjadi ekstrim dapat menjadi masalah serius dan membuat pelanggan tertekan.

#### 2. *Spatial layout and functionality*

Merupakan denah ruangan, ukuran, dan bentuk dari perlengkapan perabot, meja-meja, mesin dan peralatan yang berpotensi dan cara mereka diatur juga kemampuan benda-benda tersebut untuk memfasilitasi kegiatan transaksi jasa. Pengaturan peralatan dan interior untuk visual dari tampilan fisik dan fungsi-fungsi yang bermanfaat untuk penyerahan atau pelayanan jasa. Tata ruang (*spatial layout*) mengacu pada bagaimana ruangan tersebut digunakan dan dimana *furnitur* dan peralatan ditempatkan dalam kamar. Skala dan ukuran properti perhotelan mempengaruhi tata ruang. Fungsionalitas mengacu pada efektivitas tata ruang untuk memfasilitasi pelayanan yang efisien dan memberikan kepuasan konsumen. Tata ruang harus mencapai keseimbangan optimal antara persyaratan operasional dan harapan pelanggan.

#### 3. *Signs, symbols, and artifacts*

Tanda-tanda atau simbol juga bentuk bangunan yang mampu mengkomunikasikan tampilan bagi pelanggan. Segala sesuatu yang ada dilingkungan jasa yang berperan sebagai sinyal secara langsung maupun tidak langsung untuk mengkomunikasikan citra perusahaan, membantu pelanggan menemukan arahnya, dan untuk menyampaikan proses pelayanan jasa.

Menurut Yazid (2008), bahwa *servicescape* merupakan lingkungan yang diciptakan, buatan manusia, lingkungan fisik jasa dan bentuk komunikasi berwujud (*tangible*) lainnya.

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli *servicescape* merupakan bagian dari bukti fisik yang merancang lingkungan fisik untuk mempengaruhi perilaku karyawan dan pelanggan/konsumen.

### 2.3.2. Dimensi *Servicescape*

*Servicescape* menurut Bitner pada buku *Services Marketing* memiliki dua dimensi dengan elemen-elemen penting di dalamnya. Adapun dimensi dari *servicescape* merupakan fasilitas eksterior yang meliputi desain eksterior, simbol/lambang, parkir, pemandangan, ruangan lingkup lingkungan, dan dimensi selanjutnya merupakan fasilitas interior yang meliputi desain interior, peralatan, simbol/lambang, tata ruang restoran, suhu ruangan, kebersihan, bau, pencahayaan, dan musik yang terdapat didalam restoran.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) yang membagi dimensi *servicescape* menjadi tiga bagian yaitu :

1. *Ambient Conditions* merupakan karakteristik lingkungan yang berkenaan dengan kelima indera.
2. *Spatial Layout and Functionality* merupakan dalam layout, peralatan yang diatur dan kemampuan barang-barang untuk memfasilitasi kenikmatan konsumen.
3. *Signs, Symbols, and Artifacts* merupakan tanda-tanda atau rambu serta dekorasi yang digunakan untuk berkomunikasi dan meningkatkan citra tertentu atau suasana hati, untuk memudahkan konsumen untuk mencapai tujuannya.

Hightower (2010) membagi dimensi dari *servicescape* menjadi tiga dimensi utama, yaitu :

1. Dimensi Ambient (*Ambient Dimension*), merupakan kesadaran saat ini dari konsumen. Hal ini berarti konsumen bisa menjadi kurang peduli dengan lingkungan lainnya dibandingkan dengan dimensi ambient ini. Indikator utama dari dimensi ambient ini antara lain : kebersihan lingkungan temperatur fasilitas, pencahayaan yang tepat.
2. Dimensi Desain (*Design Dimension*) didefinisikan sebagai isyarat visual yang membuat seseorang berpikir secara verbal apa yang dilihat. Dimensi utama dari dimensi desain antara lain komponen estetika dan komponen fungsional. Komponen estetika dimensinya antara lain arsitektur yang menarik, serta pengaturan interior yang memuaskan, sedangkan indicator dari komponen fungsional yaitu fasilitas fisik yang memuaskan, serta tempat istirahat yang didesain dengan baik.

3. Dimensi Sosial (*Social Dimension*), yaitu komponen manusia dalam lingkungan fisik. Terdiri dari komponen karyawan, dan komponen konsumen. dimensi utama dari komponen karyawan adalah suka menolong (*helpful*) dan ramah (*friendly*), sedangkan komponen utama dari konsumen juga hampir sama yaitu bersahabat (*friendly*) dan bekerjasama (*helpful*).

Hal yang sama juga dikemukakan oleh Bitner (1992) bahwa terdapat tiga dimensi gabungan yang relevan untuk analisis sekarang dapat dilihat dari Tabel dibawah.

Tabel 2.1 Element dari *Servicescape*

B i t n e r	Servicescape	Element	Attribute	
	AC	Kondisi lingkungan sekitar ( <i>Ambience Condition</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Noise</i></li> <li>• <i>Music</i></li> <li>• <i>Odor</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Temperature</i></li> <li>• <i>Air quality</i></li> </ul>
	SLF	Ruang, Denah dan Fungsi ( <i>Space, Layout and function</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Furnishing</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Layout</i></li> <li>• <i>Equipment</i></li> </ul>
	SSA	Penunjuk, symbol dan benda artifak ( <i>Signs, symbol and artifact</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Style of decor</i></li> <li>• <i>Personal artifact</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Signage</i></li> <li>• <i>Etc</i></li> </ul>

Sumber : Bitner (1992)

#### 1. Dimensi Lingkungan Sekitar (*Ambient Conditions*)

Ambient Conditions adalah karakteristik lingkungan layanan yang berkaitan dengan kelima panca indera. Tanpa disadari ambient conditions dapat mempengaruhi emosional, persepsi dan juga perilaku seseorang. Kondisi sekitar juga akan menghasilkan dan menimbulkan suasana hati dari seorang konsumen terhadap apa yang dirasakannya. Adapun sub dimensi dari ambient conditions yaitu musik, aroma, warna, pencahayaan, suhu udara, kebisingan (*noise*).

##### a. Musik

Musik dapat memberikan dampak hebat terhadap persepsi dan perilaku dalam situasi layanan, sekalipun diputar dalam volume yang sulit didengar. Dalam situasi layanan yang membutuhkan waktu tunggu, penggunaan music yang efektif akan memperpendek waktu tunggu yang dirasakan dan meningkatkan kepuasan bagi konsumen (Lovelock *et al.*, (2011)).

##### b. Aroma

Keberadaan aroma memberikan dampak besar terhadap suasana

hati seseorang karena aroma dianggap yang paling lekat dengan sistem panca indera kita. Aroma dapat memberikan respons tertentu dari konsumennya, bahkan dapat mempengaruhi keinginan berbelanja seseorang. Peneliti Olfaction, Alan R. Hirsch, M.D., dari Smell dan Taste Treatment and research Foundation dalam Lovelock *et al.*, (2011) menyakini bahwa di masa depan kita akan memahami aroma begitu baiknya sehingga kita dapat menggunakan aroma untuk perilaku manusia.

c. Warna

Warna adalah salah satu dimensi *servicescape* yang memiliki dampak yang besar terhadap perasaan seseorang. Warna yang berbeda-beda akan menimbulkan suatu kesan yang berbeda pula terhadap perasaan seseorang.

Tabel 2.2 Asosiasi dan Respon Seseorang Terhadap Warna

Color	Degree Of Warmth	Nature Symbol	Common Associations and Human Responses to Colors
Red	Warm	Earth	High energy and passion, can excite, stimulate
Orange	Warmest	Sunset	Emotion, expression, and warmth
Yellow	Warm	Sun	Optimism, clarity, and intellect
Green	Cool	Growth, grass and tree	Nurturing, healing
Blue	Coolest	Sky and ocean	Relaxation, serenity and loyalty, lower blood pressure
Indigo	Cool	Sunset	Mediation, spiritually
Violet	Cool	Violet flower	Spirituality, reduce stress and create an inner feeling

Sumber : Bellizzi, *et al.*, (1983)

d. Pencahayaan

Pencahayaan dalam lingkungan fisik mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dari suatu ruangan. Pencahayaan yang diatur seefektif mungkin dengan disesuaikan pada warna ruangan, furnitur ruangan akan menanamkan nilai dalam benak konsumen terhadap kondisi yang menyenangkan dan lebih positif dari pada pencerahan yang tidak di atur.

e. Suhu Udara

Suhu udara digunakan dalam *servicescape* untuk mendeskripsikan bagaimana udara dari suatu ruangan yang dimaksud. Udara yang panas atau dingin akan mempengaruhi tingkat kenyamanan seorang konsumen ketika sedang mengkonsumsi jasa tertentu.

f. Kebisingan

Kebisingan biasanya dikenal dengan istilah suara berisik atau suara yang mengganggu. Kebisingan dalam lingkungan fisik perlu diperhatikan agar tidak terjadi persepsi buruk dari konsumen ke perusahaan dengan terganggunya oleh suara yang tidak seharusnya didengar yang akan mengganggu kenyamanan konsumen.

2. Dimensi Tata Ruang dan Fungsinya (*Spatial Layout and Functionality*)

Dimensi kedua dari *servicescape* ini menjadi penting dikarenakan dapat mempengaruhi tingkah laku bekerja karyawan dan juga kebiasaan dari tingkah laku pengunjung. Tata letak ruang mengacu pada cara dimana objek seperti mesin, peralatan, dan perabot diatur dalam lingkungan jasa (Bitner, 1992). Fungsionalitas merujuk pada kemampuan benda-benda tersebut untuk memudahkan performa transaksi layanan.

Tata letak ruang dan fungsionalitas menciptakan *servicescape* visual dan fungsional sehingga penghantaran dan konsumsi layanan bisa terjadi (Lovelock *et al.*, 2011).

3. Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak (*Signs, Symbols and Artifacts*)

Dimensi simbol ini dirasakan penting untuk membantu pengunjung ataupun karyawan dalam mengkategorikan ruangan serta mengkomunikasikan secara simbolis. Tanda, simbol, dan artefak digunakan oleh penyedia jasa untuk membantu memberikan petunjuk-petunjuk yang akan memudahkan dan memandu konsumen untuk menemukan apa yang mereka cari saat berada di dalam lingkungan jasa.

Menurut Bitner (1992), tanda, simbol, dan artefak adalah benda-benda lain dilingkungan jasa yang kurang dapat berkomunikasi secara langsung dibandingkan dengan tanda-tanda, namun memberikan isyarat implicit kepada konsumen tentang makna dari tempat dan norma-norma di tempat tersebut.

## 2.4. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009), secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika produk sesuai ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang. (Kotler dan Keller, 2009).

Menurut Bitner dan Zeithaml (2016) kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada perilaku pelanggan selanjutnya.

Menurut Rangkuti (2011), kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian. Dengan demikian kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas dan senang.

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas dan senang.

#### **2.4.1. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen**

Menurut, Umar (2005) dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Kualitas produk  
Pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menyatakan bahwa produk yang mereka konsumsi berkualitas.
2. Kualitas pelayanan  
Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik.
3. Faktor emosional  
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga  
Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada pelanggan.
5. Biaya dan kemudahan mendapat produk atau jasa.

Menurut Lupiyoadi (2014) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen yaitu:

1. Kualitas produk  
Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan

bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan  
Pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional  
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.
4. Harga  
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya  
Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Sedangkan menurut Daryanto dan Ismanto (2014) berdasarkan studi literature, terdapat tiga driver utama kepuasan konsumen, yaitu:

1. Kualitas Produk  
Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.
2. Harga  
Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value of money yang tinggi.
3. Kualitas Pelayanan  
Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem teknologi, dan manusia.

Baik atau buruknya pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen itu sendiri. Ekspektasi dapat terbentuk dengan adanya informasi dari pelanggan lain, tingkat kebutuhan pelanggan, pengalaman dari masa lalu mengenai pelayanan, dan komunikasi dengan pihak eksternal. Dengan demikian, kemungkinan antara ekspektasi pelanggan dan kualitas pelayanan (jasa) yang diterimanya adalah :

1. Pelanggan menjadi senang jika kualitas pelayanan yang diterima lebih baik dari perkiraannya.
2. Pelanggan menjadi biasa saja jika kualitas pelayanan yang diterima sama dengan perkiraannya.
3. Pelanggan menjadi kecewa jika kualitas pelayanan yang diterima lebih jelek dari perkiraannya.

### 2.4.2. Dimensi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Adapun dimensi kepuasan konsumen (Irawan, 2008), yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)  
Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
2. Selalu membeli produk  
Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain  
Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk  
Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

Sedangkan, menurut Kotler (2009), ada 3 dimensi kepuasan konsumen yaitu :

1. Sistem penanganan keluhan dan saran konsumen  
Suatu perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan memberikan kesempatan luas pada konsumen untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.
2. Sistem survei reputasi perusahaan  
Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung.
3. Sistem analisis konsumen  
Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah melakukan transaksi dan berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur.

Definisi lain menurut Brady *et al* (2005), bahwa kepuasan konsumen menggunakan dimensi dengan pernyataan sebagai berikut:

1. Saya puas dengan layanan yang saya terima dari organisasi.
2. Saya senang dengan fasilitas yang saya terima dari organisasi,
3. Saya senang pelayanan dalam organisasi.

Menurut beberapa pendapat para ahli diatas maka indikator kepuasan konsumen yang digunakan pada penelitian ini yaitu, (Irawan, 2008) :

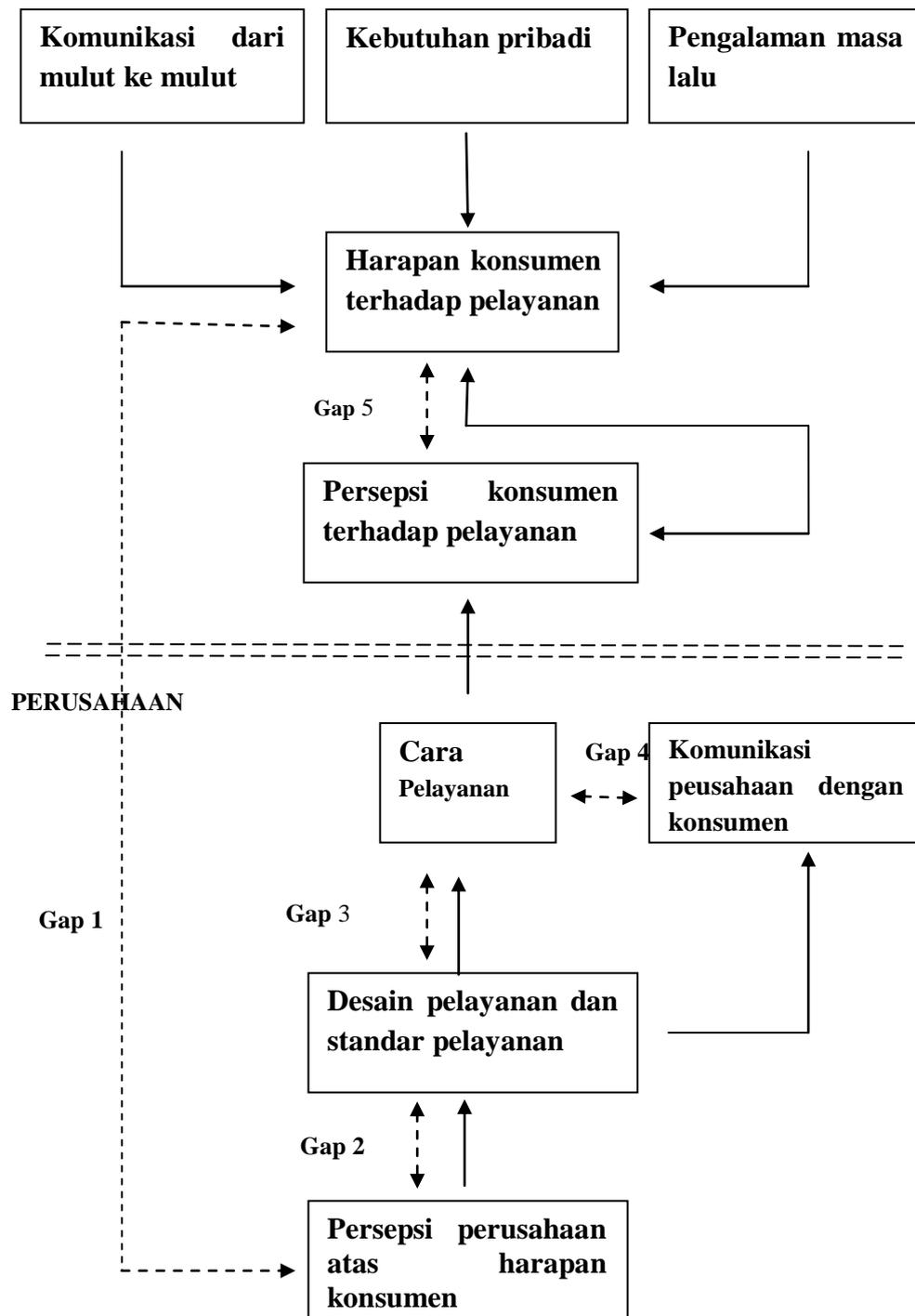
1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)  
Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
2. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk  
Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.
3. Selalu membeli produk  
Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

#### **2.4.3. Konsep Gap Kualitas Jasa**

Gap kualitas jasa adalah perbedaan antara persepsi pelanggan dan harapan pelanggan (antara *customer perception* dan *customer expectation*). Persepsi Konsumen adalah penilaian *subyektif* oleh pelanggan atas pengalamannya mengkonsumsi barang/jasa. Harapan pelanggan merupakan standar atau referensi pelanggan dengan pengalaman konsumsi barang/jasa.

Persepsi konsumen dan harapan konsumen seharusnya identik, tetapi dalam kenyataannya ada suatu celah (gap) yang cukup besar. Ini merupakan tugas pemasar untuk membangun jembatan antara keduanya dan atau melakukan usaha-usaha untuk mempersempit atau menutup celah (gap) yang terjadi. Saat ini, kita mengenal lima jenis kesenjangan (gap) yang harus dijembatani dengan tujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan, antara lain :

### CONSUMER



Gambar 2.3 Model Kualitas Pelayanan

Sumber : Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Yamit (2010)

Gap 1 : Tidak mengetahui yang di harapkan konsumen

Pada kesenjangan ini, harapan pelanggan dengan persepsi perusahaan memiliki perbedaan, dan gap ini salah satu hal yang dapat membuat perusahaan gagal memenuhi harapan konsumen.

Gap 2 : Tidak memiliki desain dan standar pelayanan yang tepat

Pada kesenjangan yang kedua ini, perusahaan tidak memiliki desain dan standar kinerja pelayanan yang di persepsikan oleh pelanggan. Dalam kesenjangan yang kedua ini dapat dikatakan persepsi harapan konsumen tidak teridentifikasi secara akurat oleh perusahaan.

Gap 3 : Tidak memberikan pelayanan sesuai standar pelayanan

Pada kesenjangan yang ketiga ini, perusahaan tidak memberikan pelayanan sesuai standar yang di ciptakan oleh perusahaan itu sendiri dikarenakan kinerja karyawan yang tidak sesuai ekspektasi perusahaan atau peralatan yang tidak mendukung.

Gap 4 : Tidak memberikan pelayanan sesuai yang di janjikan

Pada kesenjangan yang keempat ini tercipta karena kesenjangan ketiga. Kesenjangan ini merupakan perbedaan antara pelayanan yang diberikan dan komunikasi perusahaan dengan pihak eksternal.

Gap 5 : Perbedaan persepsi konsumen dengan harapan konsumen terhadap pelayanan

Pada kesenjangan kelima ini terdapat diluar perusahaan. Kesenjangan ini terjadi karena pelanggan memiliki persepsi yang berbeda dengan harapannya. Kesenjangan ini dapat di hilangkan jika perusahaan dapat menghilangkan kesenjangan pertama sampai kesenjangan keempat.

Kesenjangan-kesenjangan tersebut dapat dikatakan sebuah masalah yang harus di hadapi perusahaan dan perusahaan harus memikirkan jalan keluarnya. Kesenjangan ini dapat menjadi masalah yang besar jika perusahaan tidak cepat menemukan jalan keluar agar kesenjangan-kesenjangan tersebut selesai.

Model kualitas pelayanan ini pula dikembangkan lagi oleh Oarasuraman, Zeithaml, dan Berry. Perkembangan ini adalah serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa, yaitu reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, perbankan ritel, dan pialang sekuritas.

## 2.5. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Penelitian

### 2.5.1. Penelitian Sebelumnya

Terdapat penelitian sebelumnya yang substansi pembahasannya hampir sama dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada saat ini. Penelitian sebelumnya digunakan peneliti sebagai rujukan perbandingan dan referensi, supaya penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini dapat relevan. Berikut ringkasan penelitian sebelumnya :

No.	Penulis/Judul/Publikasi	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Adhima (2016) yang melakukan penelitian berkaitan dengan Pengaruh <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Di Ruang Rawat Inap Kelas Ii Rs. Urip Sumoharjo Di Bandar Lampung)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Servicescape</i></li> <li>• Kepuasan Konsumen</li> </ul>	Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menunjukkan bahwa Hasil analisis menunjukkan bahwa <i>Servicescape</i> (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Besarnya peran <i>servicescape</i> pada kepuasan konsumen sebesar 44,4% sisanya 55,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2.	Pengky (2013) yang melakukan penelitian berkaitan dengan Analisis <i>Servicescape</i> Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Hotel Berbintang Di Manado (Studi pada Hotel Quality Manado)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Servicescape</i></li> <li>• Loyalitas pengunjung</li> </ul>	Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa <i>Servicescape</i> Berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung
3.	Tumbelaka dan Loindong, Jurnal EMBA Vol. 2 No. 2, (2014). yang melakukan penelitian berkaitan dengan <i>Servicescape</i> Dan Personal Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama Bank BRI Cabang Manado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Servicescape</i></li> <li>• Personal Selling</li> <li>• Kepuasan Nasabah</li> </ul>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi konsumen terhadap <i>servicescape</i> merupakan faktor pembangun struktur hirarki
4.	Isnenda (2015) melakukan penelitian berkaitan dengan Pengaruh Lingkungan Fisik ( <i>Servicescape</i> ) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Taman Santap Rumah Kayu Di Bandar Lampung.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Servicescape</i></li> <li>• Kepuasan Konsumen</li> </ul>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi lingkungan fisik ( <i>servicescape</i> ) dalam mempengaruhi variabel Y (Kepuasan Konsumen) sebesar 59,4%.

### 2.5.2. Kerangka Penelitian

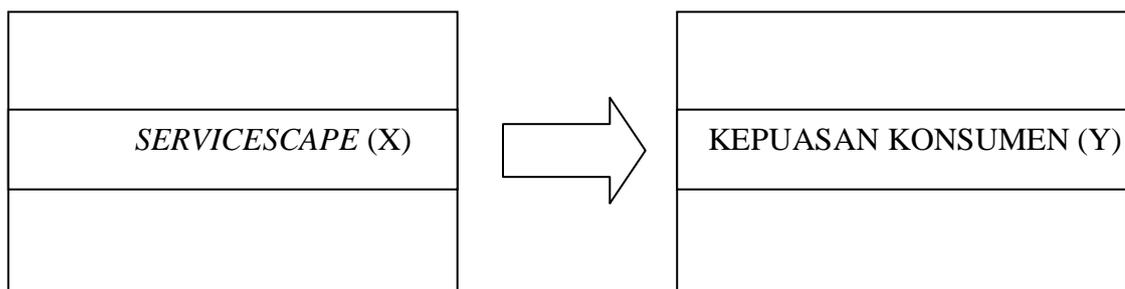
Kerangka Penelitian adalah pondasi utama dimana sepenuhnya proyek penelitian itu ditujukan, dimana hal ini merupakan jaringan hubungan antar masalah yang telah diidentifikasi melalui proses wawancara, observasi dan survey (Kuncoro, 2009).

Menyimak beberapa pengertian mengenai pemasaran yang dikemukakan oleh beberapa para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang melibatkan kepentingan-kepentingan baik individual atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran barang atau jasa kepada pelanggan dari produsen.

Hubungan *servicescape* dengan kepuasan konsumen sangat erat, karena konsep *servicescape* sangat mempengaruhi persepsi konsumen sehingga dapat membuat konsumen merasa puas. Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli *servicescape* merupakan bagian dari bukti fisik yang merancang lingkungan fisik untuk mempengaruhi perilaku karyawan dan pelanggan/konsumen.

Dalam penelitian ini, acuan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *servicescape* (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) yaitu berdasarkan pada penelitian yang ditulis oleh Adi Isnenda (2015) yang meneliti menggunakan alat analisis deskriptif dengan metode analisis regresi linier berganda menyimpulkan bahwa *servicescape* (X) berkontribusi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 59,4%.

Berdasarkan beberapa teori pendukung dan pengembangan penelitian terdahulu yang diajukan peneliti tersebut, dapat disimpulkan bahwa *servicescape* pada akhirnya akan menimbulkan kepuasan konsumen. Maka dapat dilihat skema sistematis kerangka penelitian pada Gambar 2.4 sebagai berikut:



Gambar 2.4 Kerangka konseptual

## 2.6. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu dan teori tentang *servicescape* maka peneliti menggunakan hipotesis sebagai berikut:

1. *Servicescape* yang diberikan di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor cukup baik.
2. Tingkat kepuasan konsumen di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor cukup baik.
3. *Servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor.

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif verifikatif. Sugiyono (2011 : 206) mengungkapkan bahwa penelitian deskriptif verifikatif adalah penelitian yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dengan metode analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23.

#### **3.2. Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian**

Objek penelitian pada penelitian ini adalah variabel *servicescape* dengan indikator lingkungan sekitar (*Ambient Conditions*), Letak Ruang dan Fungsinya (*Spatial Layout And Functionality*), dan Tanda, Simbol dan Artifak (*Signs, Symbols, and Artifact*) serta variabel kepuasan konsumen dengan indikator kinerja dan harapan.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pasien ruang rawat inap kelas II di RSUD Kota Bogor.

Lokasi penelitian ini dilakukan di RSUD Kota Bogor yang merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa kesehatan. RSUD Kota Bogor beralamat di Jl. DR. Sumeru No.120, Menteng, Bogor Barat, Kota Bogor, Jawa Barat 16112.

#### **3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Jenis data yang diteliti adalah jenis data kuantitatif yang merupakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuisisioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari teknik pengumpulan data dan informasi yang meliputi sumber-sumber kepustakaan, penelitian sebelumnya dan literatur buku.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Adapun operasional variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen diruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Servicescape</i> (X)	1. <i>Ambient Conditions</i>	1. Suhu 2. Pencahayaan 3. Warna 4. Aroma 5. Kebisingan lingkungan sekitar 6. Kebersihan lingkungan sekitar	Ordinal
	2. <i>Spatial Layout And Functionality</i>	7. Tata ruang 8. Tata letak peralatan 9. Keberfungsian alat	Ordinal
	3. <i>Signs, Symbols, and Artifact</i>	10. Papan nama 11. Sinyal 12. Arah 13. Tanda atau petunjuk layanan terikat	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	Tingkat Kepuasan (Kinerja > Harapan)	1. Kepuasan dengan lingkungan sekitar 2. Kepuasan dengan tata letak 3. Kepuasan dengan keberfungsian alat 4. Kepuasan dengan tanda, symbol, dan artefak	Ordinal

### 3.5. Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan populasi yang ingin diteliti. Dalam penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus Slovin yaitu:

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

dimana :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

$e^2$  = error/nilai kritis/batas ketelitian yang diinginkan, atau % tingkat kesalahan/error yang masih dapat ditolerir (=1%, 5%, 10%).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan taraf kesalahan sebesar 10% karena keterbatasan waktu dan tenaga serta demi kenyamanan pasien dan keluarga pasien di RSUD Kota Bogor. Diketahui jumlah kunjungan pasien rawat inap RSUD Kota Bogor Tahun 2017.

Tabel 3.2 Jumlah Kunjungan Pasien Rawat Inap RSUD Kota Bogor Tahun 2017

No	Keterangan	Jumlah Pasien	Presentase (%)
1	Kelas I	2.441	15,31
2	Kelas II	1.141	7,16
3	Kelas III	12.363	77,53
	Jumlah	15.945	100

$$N = 1141$$

Populasi yang digunakan yaitu jumlah kunjungan pasien rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor selama tahun 2017 yaitu sebanyak 1141 orang. Maka jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin adalah sebagai berikut :

$$N = 1141$$

$$e = 0,1 \text{ (10\%)}$$

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

$$n = \frac{1141}{1 + 1141(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1141}{12,41}$$

$$n = 91,94 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Jadi, sampel yang akan di teliti oleh peneliti sebanyak 91,94 responden. Pembulatan menjadi 100 responden dimaksud agar tingkat kesalahan dipastikan dibawah 10%.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Keluarga pasien dan pengunjung ruang rawat inap yang menggunakan dan menikmati layanan ruangan kelas II di RSUD Kota Bogor.
2. Bersedia menjadi responden.

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, yaitu :

1. Observasi langsung yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan dengan tujuan untuk mengetahui secara langsung kondisi pelayanan yang di berikan oleh RSUD Kota Bogor kepada konsumen.
2. Wawancara, Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada responden. Hal ini dilakukan untuk memperjelas terhadap pertanyaan yang dianggap kurang jelas oleh responden. Disamping itu teknik ini juga untuk mengetahui secara lebih mendetail beberapa alasan responden memberikan penelitian tertentu terhadap pertanyaan yang diajukan.
3. Kuisisioner, Teknik dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada para responden.
4. Skala data, Pengukuran pembobotan nilai kuisisioner menggunakan Skala Likert menurut Sugiyono (2012:136) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala Likert dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Kurang Setuju	2
5	Tidak Setuju	1

5. Pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan cara melalui studi pustaka yang berisi beberapa teori pendukung.

### 3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data

#### 3.7.1. Uji Instrumen

##### 1. Uji Validitas

Menurut Sekaran dalam Sarjono dan Julianita (2011, 35), “validitas adalah bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan”. Uji validitas data bertujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner dan mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan pengukurannya. Data dikatakan valid apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Selain itu juga bisa dilihat dari signifikansinya, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka data tersebut dapat dikatakan tidak valid. Jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut dikatakan valid Yarnest menurut Sugiyono (2003:63).

$$r = \frac{n \cdot \Sigma xy - \Sigma x \cdot \Sigma y}{\sqrt{n \cdot \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2}}$$

$r$  = koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ )

$\Sigma x$  = Skor variabel independen

$\Sigma y$  = Skor variabel dependen

$\Sigma xy$  = Hasil kali skor butir dengan skor total

$n$  = Jumlah responden

##### Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur angket atau valid tidaknya suatu angket penelitian. Sahnya suatu angket jika pertanyaan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur angket.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Servicescape Pada Konsumen Di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor

No Item	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<i>Lingkungan Sekitar (Ambient Dimension)</i>				
1	Sirkulasi udara di ruang rawat inap kelas II bersih dan baik	0.515	0,361	Valid
2	Pencahayaan di ruang rawat inap kelas II sudah tepat	0.508	0,361	Valid
3	Pewarnaan di ruang rawat inap kelas II menciptakan suasana yang menenangkan	0.480	0,361	Valid
4	Di ruang rawat inap kelas II tidak ada bau yang mengganggu penciuman	0.803	0,361	Valid

No Item	Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
5	Di Ruang rawat inap kelas II tidak ada kebisingan yang dapat mengganggu pendengaran	0.854	0,361	Valid
6	Lingkungan sekitar ruang rawat inap kelas II terjaga kebersihannya	0.870	0,361	Valid
7	Suhu diruang rawat inap kelas II terasa sejuk dan nyaman	0.862	0,361	Valid
<b>Letak Ruang dan Fungsinya (<i>Spatial Layout And Functionality</i>)</b>				
8	Tata letak interior sudah sesuai pada tempatnya	0.872	0,361	Valid
9	Susunan peralatan di ruang rawat inap kelas II sangat tersusun rapi	0.854	0,361	Valid
10	Peralatan di ruang rawat inap kelas II berfungsi dengan baik	0.852	0,361	Valid
11	Tata letak di ruang rawat inap kelas II mempermudah petugas untuk melakukan pekerjaan mereka	0.554	0,361	Valid
<b>Tanda Simbol dan Artifak (<i>Signs, Symbols, and Artifact</i>)</b>				
12	Papan nama ruang rawat inap kelas II terlihat jelas	0.860	0,361	Valid
13	Dekorasi pada ruang rawat inap kelas II terlihat nyaman	0.567	0,361	Valid
14	Sudah dilengkapinya papan petunjuk arah dan sinyal-sinyal pada setiap bagian	0.640	0,361	Valid
15	Tanda penunjuk arah terlihat jelas di ruang rawat inap kelas II	0.436	0,361	Valid

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2019

Berdasarkan hasil uji validitas servicescape (X) menggunakan SPSS 23 dengan sampel 30 dan r tabel = 0,361 maka hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa terdapat 15 pertanyaan yaitu 15 pertanyaan yang valid. Dikarenakan 15 pertanyaan yang valid tersebut memiliki hasil r hitung > r tabel. Dengan demikian 15 pertanyaan tersebut dianggap telah tepat untuk mengukur servicescape pada konsumen di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen Di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor

No Item	Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	Saya senang dengan sirkulasi udara di ruang rawat inap kelas II	0,381	0,361	Valid
2	Saya sangat puas dengan pencahayaan di ruang rawat inap kelas II	0,566	0,361	Valid

No Item	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
3	Saya sangat puas dengan keberfungsian alat fasilitas yang tersedia di ruang rawat inap kelas II	0,400	0,361	Valid
4	Saya senang di ruang rawat inap kelas II tidak tercium bau yang mengganggu	0,757	0,361	Valid
5	Saya merasa nyaman di ruang rawat inap kelas II tidak kebisingan	0,793	0,361	Valid
6	Saya sangat puas dengan kebersihan dan kenyamanan di ruang rawat inap kelas II	0,481	0,361	Valid
7	Saya sangat nyaman dengan suhu di ruang rawat inap kelas II yang sejuk	0,526	0,361	Valid
8	Saya merasa senang dengan interior yang ada di ruang rawat inap kelas II	0,406	0,361	Valid
9	Saya sangat puas dengan tata letak peralatan di ruang rawat inap kelas II	0,420	0,361	Valid
10	Saya sangat puas dengan keberfungsian alat fasilitas yang tersedia di ruang rawat inap kelas II	0,556	0,361	Valid
11	Saya merasa senang dengan tata letak peralatan yang tidak mengganggu pergerakan di ruang rawat inap kelas II	0,443	0,361	Valid
12	Saya senang papan penunjuk di ruang rawat inap kelas II yang terlihat jelas	0,663	0,361	Valid
13	Saya merasa nyaman dengan dekorasi di ruang rawat inap kelas II	0,441	0,361	Valid
14	Saya merasa senang untuk kemudahan dalam mencari ruangan rawat inap kelas II yang terdapat di RSUD Kota Bogor	0,566	0,361	Valid
15	Saya merasa puas dengan tanda penunjuk arah di ruang rawat inap kelas II	0,458	0,361	Valid

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2019

Berdasarkan hasil uji validitas kepuasan konsumen (Y) menggunakan SPSS 23 dengan sampel 30 dan  $r_{tabel} = 0,361$  maka hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa terdapat 15 pertanyaan yaitu 15 pertanyaan yang

Dikarenakan 15 pertanyaan yang valid tersebut memiliki hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Dengan demikian 15 pertanyaan tersebut dianggap telah tepat untuk mengukur kepuasan konsumen pada konsumen di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor.

## 2. Uji Reabilitas

Menurut Sekaran dalam Sarjono dan Julianita (2011, 35), menyatakan bahwa “kehandalan (*reliability*) suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bias (bebas kesalahan-*error free*)”. Uji Reabilitas digunakan untuk menunjukkan bahwa kuesioner tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0,60$  (Nunnally dalam Ghozali, 2005: 42).

$$\alpha = x = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

$\alpha$  = koefisien reabilitas

$r$  = korelasi antar item

$k$  = jumlah item

### Hasil Uji Reliabilitas

Untuk menguji reabilitas pada penelitian ini digunakan teknik analisis formula *alpha cronbach's* yaitu suatu angket penelitian ini dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan atau konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel dikatakan jika memiliki *cronbach's alpha*  $>$  0,6

Nilai uji reabilitas suatu variabel *Servicescape* dan Kepuasan Konsumen pada Konsumen di Ruang Rawat Inap RSUD Kota Bogor :

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas *Servicescape*

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	15

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2019

Berdasarkan hasil uji koefisien reabilitas *servicescape* (X) menggunakan SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 15 pertanyaan dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,942 variabel *servicescape* memiliki tingkat reabilitas sangat baik karena nilai reabilitas *servicescape*  $>$  0,600. Maka pertanyaan tersebut diterima.

Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	15

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2019

Berdasarkan hasil uji koefisien reabilitas kepuasan konsumen (Y) menggunakan SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 15 pertanyaan dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,873 variabel kepuasan konsumen memiliki tingkat reabilitas sangat baik karena nilai reabilitas kepuasan konsumen >0,600. Maka pertanyaan tersebut diterima.

### 3.7.2. Metode Analisis

#### 1. Analisis Deskriptif

Analisis ini adalah analisis data dengan menggunakan rata-rata, median, modus, variansi dan lain sebagainya. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui gambaran atau penyebaran data sampel atau populasi. Pada penelitian ini, analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran mengenai penerapan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen pada RSUD Kota Bogor. Dalam analisis deskriptif ini menggunakan rumus total tanggapan responden.

$$\text{Rumus Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

#### 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam buku *Marketing Research for Beginner*, analisis regresi ini pertama kali dikembangkan oleh Sir Francis Galton. Regresi digunakan untuk melihat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Fungsi analisis regresi ini digunakan untuk mencari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi digunakan sebagai metode peramalan, dimana persamaan regresi yang digunakan kali ini adalah persamaan regresi linier berganda.

$$Y = a + b_1X_{Amb} + b_2X_{Spa} + b_3X_{Sig} + e$$

$Y$  = subjek dalam variabel dependen yang di prediksi

$e$  = eror / variabel pengganggu

$a$  = konstanta

$x_1$  = menunjukkan variabel *Ambient Conditions*

$x_2$  = menunjukkan variabel *Spatial Layout And Functionality*

$x_3$  = menunjukkan variabel *Signs, Symbols, and Artifact*

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda dilakukan terlebih dahulu:

#### A. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Wijaya dalam Sarjono dan Julianita (2011: 65) Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya, uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari populasi adalah normal
- Jika probabilitas  $< 0,05$  maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

Pengujian secara visual dapat juga dilakukan dengan metode gambar normal *Probability Plots* dalam program SPSS. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu uji normalitas digunakan untuk mengetahui bahwa data yang diambil berasal dari populasi berdistribusi normal. Uji yang digunakan untuk menguji kenormalan adalah Uji Kolmogorov-Smimov. Berdasarkan sampel ini akan diuji hipotesis nol bahwa sampel tersebut berasal dari populasi berdistribusi normal melawan hipotesis tandingan bahwa populasi berdistribusi tidak normal.

#### B. Uji Asumsi Klasik

Menurut Wijaya dalam Sarjono dan Julianita (2011: 65-80)

- a. Uji Heterokredatisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedatisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidak terjadi Heterokredatisitas adalah dengan melihat grafik plot. Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heterokredatisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y , maka tidak terjadi Heterokredatisitas.

- b. Uji Multikorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen menurut Ghozali (2006:91). Dimana uji ini dihitung dengan menggunakan alat bantu komputer dengan program SPSS. Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Uji ini perlu dilakukan jika jumlah variabel independen lebih dari satu. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikorelasi di dalam model regresi adalah dengan melihat :

- Nilai *tolerance* dan lawannya
- *Variance inflation factor* (VIF)

Toleransi mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Uji multikorelasi dilakukan dengan melihat *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat multikorelasi.

- c. Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu metode regresi linear memiliki korelasi antara kesalahan pengganggu (*disturbance term-ed.*) pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t - 1$  (sebelumnya).

### 3. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat. Maka digunakan rumus koefisien determinasi (KD) Husein Umar (2011, 268) dengan rumus :

$$R^2 \times 100\%$$

Apabila koefisien korelasi berganda ( $R$ ) digunakan untuk menerangkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Penulis menggunakan analisis korelasi berganda / *multiple correlation* untuk mengukur kekuatan asumsi antara variabel independen dan variabel dependen.

Pada hakikatnya nilai  $r$  dapat bervariasi dari -1 hingga +1, atau secara matematis dapat ditulis menjadi  $-1 \leq r \leq +1$ . Hasil dari perhitungan akan memberikan tiga alternatif, yaitu:

- 1) Bila  $r = 0$  atau mendekati 0, maka korelasi antar kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Bila  $r = +1$  atau mendekati +1, maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat atau searah, dikatakan positif.

- 3) Bila  $r = -1$  atau mendekati  $-1$ , maka korelasi antar kedua variabel adalah kuat dan berlawanan arah, dikatakan negatif.

Sebagai bahan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

Tabel 3.8 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:250)

#### 4. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t berguna Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara *servicescape* terhadap kepuasan konsumen, dengan menggunakan perhitungan statistik yaitu dengan rumus :

$$Uji\ t = \frac{b_i}{sb_i}$$

Keterangan :

$b_i$  = Koefisien regresi

$sb_i$  = Standar deviasi koefisien regresi

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang dilanjutkan adalah :

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Adapun hipotesisnya sebagai berikut:

- $H_0$  :  $B_i = 0$  artinya tidak terdapat pengaruh
- $H_a$  :  $B_i \neq 0$  artinya terdapat pengaruh

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1. Sejarah dan Perkembangan RSUD Kota Bogor**

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Kota Bogor merupakan rumah sakit milik Pemerintah Kota Bogor, yang terletak di Kelurahan Menteng Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat. Sebelumnya RSUD merupakan rumah sakit swasta yaitu Rumah Sakit Karya Bhakti dibawah pengelolaan yayasan Karya Bhakti bekerjasama dengan pemerintah Kota Bogor memanfaatkan aset milik pemerintah Kota Bogor selama 30 (tiga puluh) tahun menjadi Rumah Sakit yang tertuang dalam suatu perjanjian nomor 22/SPB/VIII/1984 dan Nomor Kep.3/YKB/Kes/8/84 tanggal 6 Agustus 1984 sampai dengan 6 Agustus 2014.

Pada Tahun 2013 Pemerintah Kota Bogor mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2013 tentang Rumah Sakit Umum Daerah Kota Bogor sebagai salah satu organisasi perangkat daerah yang mempunyai tugas melakukan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah dalam pelayanan kesehatan rujukan yang bertanggungjawab kepada Walikota Bogor melalui Sekretaris Daerah Kota Bogor, sehingga Sejak Bulan Agustus 2014 pengelolaannya diambil alih oleh Pemerintah Kota Bogor menjadi RSUD Kota Bogor .

Sebagai satu-satunya Rumah Sakit milik Pemerintah Kota Bogor dengan luas tanah 30.610m<sup>2</sup> dan pada saat itu luas bangunan mencapai 19.964 m<sup>2</sup> dituntut memberikan pelayanan kesehatan rujukan yang prima untuk warga kota bogor khususnya dan masyarakat lainnya, dengan kondisi Kota Bogor yang memiliki luas 11.850 ha terdiri dari 6 (enam) kecamatan dan 68 (enam puluh delapan) kelurahan dengan jumlah penduduk 1.064.687 jiwa (Kota Bogor dalam Angka Tahun 2017).

##### **4.1.2. Kegiatan Usaha**

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Kota Bogor merupakan rumah sakit milik Pemerintah Kota Bogor yang memberikan pelayanan kesehatan pada semua bidang dan jenis penyakit. Dalam menjalankan kegiatannya, RSUD Kota Bogor memiliki tugas pokok melakukan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah dalam pelayanan kesehatan rujukan. Selain tugas pokok tersebut RSUD Kota Bogor juga melaksanakan fungsi sebagai pelayanan medis, pelayanan penunjang medis dan non medis, pelayanan dan asuhan keperawatan, pendidikan dan pelatihan, Pelayanan rujukan untuk kelas 3 paling sedikit 40% (empat puluh perseratus) dari jumlah tempat tidur yang tersedia dan diprioritaskan untuk Masyarakat Kota Bogor yang tidak mampu, penelitian dan pengembangan, serta pelayanan administrasi umum dan keuangan.

### 4.1.3. Visi dan Misi RSUD Kota Bogor

#### A. Visi

1. Menjadi rumah sakit unggulan yang menyediakan jasa layanan kesehatan yang berkualitas.

#### B. Misi

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan kesehatan yang prima
2. Meningkatkan Sarana Prasarana yang memadai sesuai perkembangan ilmu dan teknologi
3. Meningkatkan SDM yang Profesional dan Amanah
4. Menyelenggarakan Layanan yang seimbang antara fungsi profit dan fungsi social
5. Menyelenggarakan pelayanan unggulan

### 4.1.4. Budaya Organisasi

#### A. Integritas

1. Melaksanakan tugas dan pekerjaan secara konsisten sesuai kode etik
2. Disiplin terhadap waktu dan penyelesaian pekerjaan
3. Selaras antara kata dan perbuatan
4. Bertanggungjawab terhadap hasil yang dicapai (tidak menyalahkan pihak lain)

#### B. Kerjasama

1. Memahami dan menjalankan perannya sebagai anggota tim dengan baik
2. Melakukan komunikasi secara efektif untuk membangun koordinasi antar individu dan unit
3. Menerima dan memberi kritik atau saran secara terbuka
4. Saling melengkapi kapabilitas antar karyawan dalam menyelesaikan fungsi dan tugas

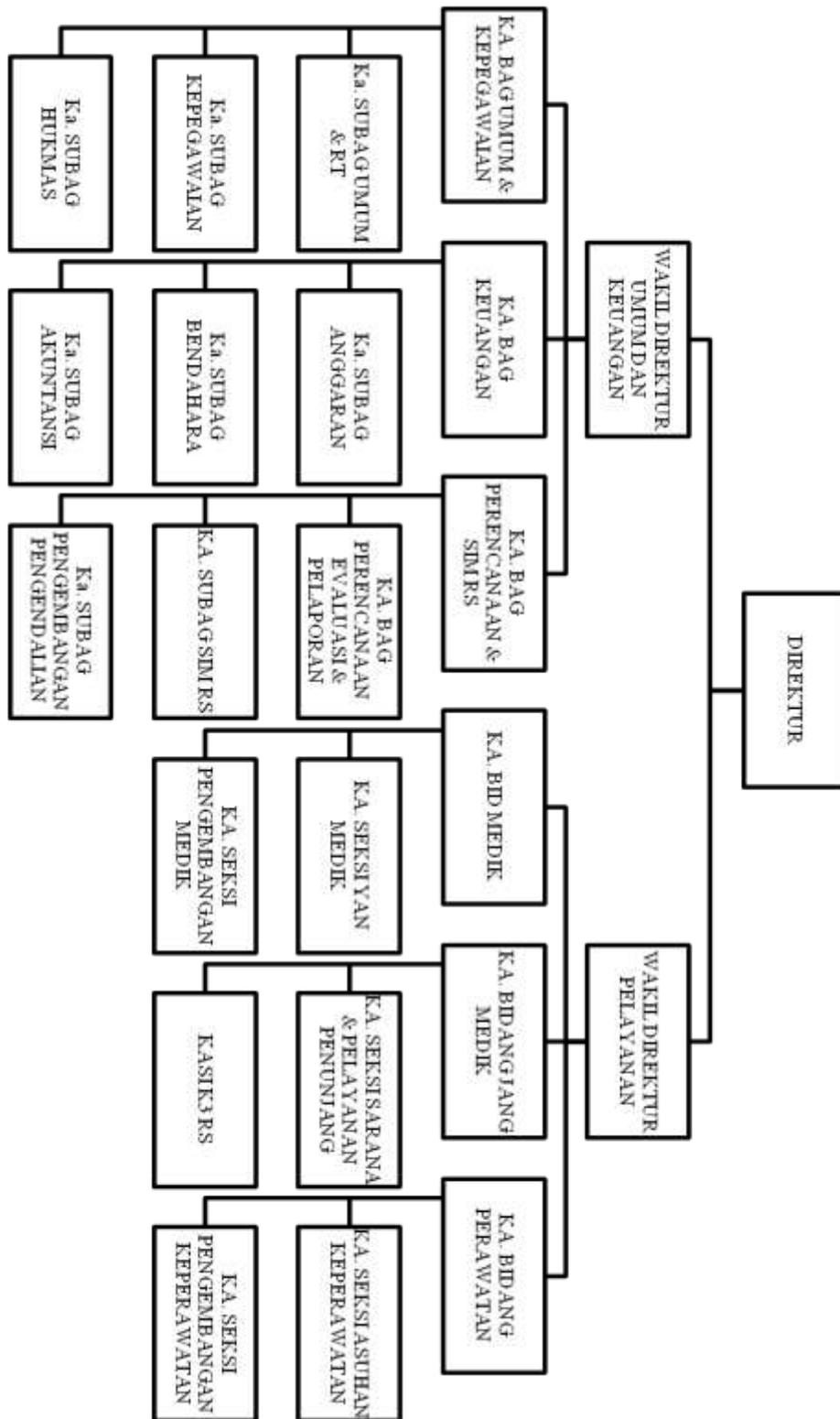
#### C. Pelayanan Prima

1. Menunjukkan sikap ramah, tanggap dan informatif dalam menghadapi setiap pelanggan
2. Memberikan layanan sesuai standar layanan yang ditetapkan secara konsisten
3. Memberikan solusi secara cepat dan akurat terhadap kebutuhan pelanggan

#### D. Inovasi

1. Meningkatkan pengetahuan dan kompetensi secara aktif dan mandiri dengan bidang terkait
2. Menemukan peluang untuk mengantisipasi tantangan ke depan dan menciptakan hal-hal baru
3. Saling berbagi pengetahuan dan pengalaman antar individu di dalam bidang keahlian tertentu untuk mendapatkan praktek terbaik

4.1.5. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas



Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisaasi RSUD Kota Bogor

Susunan Organisasi RSUD Kota Bogor terdiri dari :

- a. Direktur;
- b. Wakil Direktur Umum dan Keuangan membawahkan:
  1. Bagian Umum dan Kepegawaian membawahkan:
    - a. Sub Bagian Umum dan Rumah Tangga;
    - b. Sub Bagian Kepegawaian;
    - c. Sub Bagian Hukum dan Humas.
  2. Bagian Keuangan membawahkan :
    - a. Sub Bagian Anggaran;
    - b. Sub Bagian Perbendaharaan;
    - c. Sub Bagian Akuntansi.
  3. Bagian Perencanaan dan Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit membawahkan :
    - a. Sub Bagian Perencanaan, Evaluasi dan Pelaporan;
    - b. Sub Bagian Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit;
    - c. Sub Bagian Pengembangan dan Pengendalian Mutu.
- c. Wakil Direktur Pelayanan membawahkan :
  1. Bidang Medik membawahkan :
    - a) Seksi Pelayanan Medik;
    - b) Seksi Pengembangan Medik.
  2. Bidang Penunjang Medik membawahkan :
    - a) Seksi Sarana dan Pelayanan Penunjang Medik;
    - b) Seksi Kesehatan dan Keselamatan Kerja Rumah Sakit (K3RS).
  3. Bidang Keperawatan membawahkan :
    - a) Seksi Asuhan Keperawatan;
    - b) Seksi Pengembangan Keperawatan.

#### **4.1.6. Ruang Rawat Inap Kelas II**

Ruang rawat inap kelas II berjumlah 10 kamar dengan 4 tempat tidur pasien di masing-masing ruangan. Di ruang rawat inap kelas II terdapat fasilitas berupa 1 unit tv, 1 unit AC, almari pasien, kursi, toilet dan lain-lain. Dengan luas ruangan kurang lebih sebesar 10 m<sup>2</sup>/tempat tidur.

## **4.2. Pengolahan Data**

### **4.2.1. Profil Responden**

Dalam penelitian ini profil responden terbagi menjadi 3 (tiga) kriteria yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Untuk mendapatkan data yang diperlukan dengan melibatkan konsumen sebanyak 100 sampel. Berikut data profil responden pada Konsumen di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor.

### 1. Jenis Kelamin

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1 Data Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Kategori	Jumlah konsumen	Persentase
1	Laki – laki	44	44,0
2	Perempuan	56	56,0
Jumlah		100	100

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa 44 responden adalah berjenis kelamin laki-laki sebesar 44%, dan 56 responden berjenis kelamin perempuan sebesar 56%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan jumlah responden laki-laki.

### 2. Usia

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan usia:

Tabel 4.2 Data Konsumen Berdasarkan Usia

No.	Kategori	Jumlah Konsumen	Persentase
1	<20 tahun	11	11,0
2	20 s/d 29 tahun	28	28,0
3	30 s/d 39 tahun	32	32,0
4	40 s/d 49 tahun	14	14,0
5	>50 tahun	15	15,0
Jumlah		100	100

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa 11 responden berusia dibawah 20 tahun sebesar 11 %, 28 responden berusia 20 s/d 29 tahun sebesar 28%, 32 responden berusia 30 s/d 39 tahun sebesar 32, 14 responden berusia 40 s/d 49 tahun sebesar 14%, dan 15 responden berusia diatas 50 tahun sebesar 15%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden usia 30 s/d 39 tahun lebih banyak dibandingkan kategori usia lainnya yaitu sebesar 32 responden

### 3. Pekerjaan

Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan pekerjaan :

Tabel 4.3 Data Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

No.	Kategori	Jumlah Konsumen	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	19	19,0
2	Wiraswasta	24	24,0
3	Pegawai Negeri	29	29,0
4	Pegawai Swasta	28	28,0
Jumlah		100	100

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa 19 responden berprofesi sebagai Pelajar/Mahasiswa sebesar 19%, 24 responden berprofesi sebagai Wiraswasta sebesar 24%, 29 responden berprofesi sebagai Pegawai Negeri sebesar 29%, dan 28 responden berprofesi sebagai Pegawai Swasta sebesar 28%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai Negeri lebih banyak dibandingkan konsumen yang memiliki pekerjaan pegawai swasta, wiraswasta, pelajar/Mahasiswa.

#### 4.3. Analisis Deskriptif

##### 4.3.1. *Servicescape* Pada Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor

Untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam mengenai objek yang akan diteliti, yaitu mengenai *servicescape* dilakukan analisis dengan menggunakan rumus atau pendekatan total tanggapan responden yang disesuaikan dengan variabel yang diteliti sebagai berikut :

$$\text{Tingkat } Servicescape = \frac{\text{jumlah skor yang diperoleh dari peneliti}}{\text{Jumlah skor ideal (kriterium) untuk seluruh item}} \times 100\%$$

Kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.4 Interpretasi Hasil

Kriteria Interpretasi Skor	<i>Servicescape</i>	Kepuasan Konsumen
0% - 20%	Buruk Sekali	Tidak Puas
21% - 40%	Buruk	Kurang Puas
41% - 60%	Sedang	Cukup Puas
61% - 80%	Baik	Puas
81% - 100%	Sangat Baik	Sangat Puas

Adapun kategori rentang yang menjadikan tolak ukur dalam menentukannya adalah sebagai berikut :

BS	B	S	B	SB	
0%	20%	40%	60%	80%	100%

Untuk mengukur atau mengetahui bagaimana *servicescape* pada ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor diukur dengan menggunakan indikator lingkungan sekitar, letak ruang dan fungsinya dan tanda simbol dan artifak. Berikut ini hasil tanggapan responden dari penyebaran kuesioner di RSUD Kota Bogor :

#### 1. Lingkungan Sekitar (*Ambient Dimension*)

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II Bersih Dan Baik

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	34	170	34
Setuju	4	47	188	47
Cukup Setuju	3	19	57	19
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	415	100
Rata – rata			83%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II Bersih Dan Baik berjumlah 34 orang sebesar 34%, responden yang menjawab setuju Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II Bersih Dan Baik 47 orang sebesar 47%, responden yang menjawab cukup setuju Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II Bersih Dan Baik berjumlah 19 orang sebesar 19%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II Bersih Dan Baik, dengan nilai skor total 415.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II Bersih Dan Baik menunjukkan 83% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II Bersih Dan Baik.

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sudah Tepat

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	29	145	29
Setuju	4	49	196	49
Cukup Setuju	3	22	66	22
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	407	100
Rata – rata		81.4%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sudah Tepat berjumlah 29 orang sebesar 29%, responden yang menjawab setuju Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sudah Tepat berjumlah 49 orang sebesar 49%, responden yang menjawab cukup setuju Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sudah Tepat berjumlah 22 orang sebesar 22%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sudah Tepat, dengan nilai skor total 407.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sudah Tepat menunjukkan 81,4% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sudah Tepat.

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Pewarnaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Menciptakan Suasana Yang Menenangkan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	30	150	30
Setuju	4	51	204	51
Cukup Setuju	3	19	57	19
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	411	100
Rata – rata		82.2%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Pewarnaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Menciptakan Suasana Yang Menenangkan berjumlah 30 orang sebesar 30%, responden yang menjawab setuju Pewarnaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Menciptakan Suasana Yang Menenangkan berjumlah 51 orang sebesar 51%, responden yang menjawab cukup setuju Pewarnaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Menciptakan Suasana Yang Menenangkan berjumlah 19 orang sebesar

19%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Pewarnaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Menciptakan Suasana Yang Menenangkan, dengan nilai skor total 411.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Pewarnaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Menciptakan Suasana Yang Menenangkan menunjukkan 82.2% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Pewarnaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Menciptakan Suasana Yang Menenangkan.

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Bau Yang Mengganggu Penciuman

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	44	220	44
Setuju	4	52	208	52
Cukup Setuju	3	4	12	4
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	440	100
Rata – rata		88%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Bau Yang Mengganggu Penciuman berjumlah 44 orang sebesar 44%, responden yang menjawab setuju Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Bau Yang Mengganggu Penciuman berjumlah 52 orang sebesar 52%, responden yang menjawab cukup setuju Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Bau Yang Mengganggu Penciuman berjumlah 4 orang sebesar 4%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Bau Yang Mengganggu Penciuman, dengan nilai skor total 440.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Bau Yang Mengganggu Penciuman menunjukkan 88% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Bau Yang Mengganggu Penciuman.

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Kebisingan Yang Dapat Mengganggu Pendengaran

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	28	140	28
Setuju	4	52	208	52
Cukup Setuju	3	20	60	20
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	408	100
Rata – rata		81.6%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Kebisingan Yang Dapat Mengganggu Pendengaran berjumlah 28 orang sebesar 28%, responden yang menjawab setuju Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Kebisingan Yang Dapat Mengganggu Pendengaran berjumlah 52 orang sebesar 52%, responden yang menjawab cukup setuju Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Kebisingan Yang Dapat Mengganggu Pendengaran berjumlah 20 orang sebesar 20%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Kebisingan Yang Dapat Mengganggu Pendengaran, dengan nilai skor total 408.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Kebisingan Yang Dapat Mengganggu Pendengaran menunjukkan 81.6% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Kebisingan Yang Dapat Mengganggu Pendengaran.

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Lingkungan Sekitar Ruang Rawat Inap Kelas II Terjaga Kebersihannya

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	24	120	24
Setuju	4	40	160	40
Cukup Setuju	3	36	108	36
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	388	100
Rata – rata		77.6%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Lingkungan Sekitar Ruang Rawat Inap Kelas II Terjaga Kebersihannya berjumlah 24 orang sebesar 24%, responden yang menjawab setuju Lingkungan Sekitar Ruang Rawat Inap Kelas II Terjaga Kebersihannya berjumlah 40 orang sebesar 40%, responden yang

menjawab cukup setuju Lingkungan Sekitar Ruang Rawat Inap Kelas II Terjaga Kebersihannya berjumlah 36 orang sebesar 36%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Lingkungan Sekitar Ruang Rawat Inap Kelas II Terjaga Kebersihannya, dengan nilai skor total 388.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Lingkungan Sekitar Ruang Rawat Inap Kelas II Terjaga Kebersihannya menunjukkan 77.6% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Lingkungan Sekitar Ruang Rawat Inap Kelas II Terjaga Kebersihannya.

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Tentang Suhu Diruang Rawat Inap Kelas II Terasa Sejuk Dan Nyaman

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	34	170	34
Setuju	4	43	172	43
Cukup Setuju	3	23	69	23
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	411	100
Rata – rata		82.2%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Suhu Diruang Rawat Inap Kelas II Terasa Sejuk Dan Nyaman berjumlah 34 orang sebesar 34%, responden yang menjawab setuju Suhu Diruang Rawat Inap Kelas II Terasa Sejuk Dan Nyaman berjumlah 43 orang sebesar 43%, responden yang menjawab cukup setuju Suhu Diruang Rawat Inap Kelas II Terasa Sejuk Dan Nyaman berjumlah 23 orang sebesar 23%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Suhu Diruang Rawat Inap Kelas II Terasa Sejuk Dan Nyaman, dengan nilai skor total 411.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Suhu Diruang Rawat Inap Kelas II Terasa Sejuk Dan Nyaman menunjukkan 82.2% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Suhu Diruang Rawat Inap Kelas II Terasa Sejuk Dan Nyaman.

Dapat disimpulkan dari pernyataan mengenai Lingkungan Sekitar (*Ambient Dimension*) berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar yaitu pernyataan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Ada Bau Yang Mengganggu Penciuman dengan nilai tanggapan responden 88%.

2. Letak Ruang dan Fungsinya (*Spatial Layout And Functionality*)

Tabel 4.12 Tanggapan Responden Tentang Tata Letak Interior Sudah Sesuai Pada Tempatnya

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	33	165	33
Setuju	4	41	164	41
Cukup Setuju	3	26	78	26
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	407	100
Rata – rata		81.4%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Tata Letak Interior Sudah Sesuai Pada Tempatnya berjumlah 33 orang sebesar 33%, responden yang menjawab setuju Tata Letak Interior Sudah Sesuai Pada Tempatnya berjumlah 41 orang sebesar 41%, responden yang menjawab cukup setuju Tata Letak Interior Sudah Sesuai Pada Tempatnya berjumlah 26 orang sebesar 26%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Tata Letak Interior Sudah Sesuai Pada Tempatnya, dengan nilai skor total 407.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Tata Letak Interior Sudah Sesuai Pada Tempatnya menunjukkan 81,4% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Tata Letak Interior Sudah Sesuai Pada Tempatnya.

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Tentang Susunan Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sangat Tersusun Rapi

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	20	100	20
Setuju	4	55	220	55
Cukup Setuju	3	25	75	25
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	395	100
Rata – rata		79%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Susunan Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sangat Tersusun Rapi berjumlah 20 orang sebesar 20%, responden yang menjawab setuju Susunan Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sangat Tersusun Rapi berjumlah 55 orang sebesar 55%, responden yang menjawab cukup setuju Susunan Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sangat Tersusun Rapi berjumlah 25 orang sebesar 25%, dan tidak ada responden yang

menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Susunan Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sangat Tersusun Rapi, dengan nilai skor total 395.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Susunan Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sangat Tersusun Rapi menunjukkan 79% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Susunan Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Sangat Tersusun Rapi.

Tabel 4.14 Tanggapan Responden Tentang Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Berfungsi Dengan Baik

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	35	175	35
Setuju	4	46	184	46
Cukup Setuju	3	19	57	19
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	416	100
Rata – rata		83.2%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Berfungsi Dengan Baik berjumlah 35 orang sebesar 35%, responden yang menjawab setuju Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Berfungsi Dengan Baik berjumlah 46 orang sebesar 46%, responden yang menjawab cukup setuju Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Berfungsi Dengan Baik berjumlah 19 orang sebesar 19%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Berfungsi Dengan Baik, dengan nilai skor total 416.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Berfungsi Dengan Baik menunjukkan 83.2% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Berfungsi Dengan Baik.

Tabel 4.15 Tanggapan Responden Tentang Tata Letak Di Ruang Rawat Inap Kelas II Mempermudah Petugas Untuk Melakukan Pekerjaan Mereka

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	20	100	20
Setuju	4	60	260	60
Cukup Setuju	3	15	45	15
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	405	100
Rata – rata			405	81%

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Tata Letak Di Ruang Rawat Inap Kelas II Mempermudah Petugas Untuk Melakukan Pekerjaan Mereka berjumlah 20 orang sebesar 20%, responden yang menjawab setuju Tata Letak Di Ruang Rawat Inap Kelas II Mempermudah Petugas Untuk Melakukan Pekerjaan Mereka berjumlah 60 orang sebesar 60%, responden yang menjawab cukup setuju Tata Letak Di Ruang Rawat Inap Kelas II Mempermudah Petugas Untuk Melakukan Pekerjaan Mereka berjumlah 15 orang sebesar 15%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Tata Letak Di Ruang Rawat Inap Kelas II Mempermudah Petugas Untuk Melakukan Pekerjaan Mereka, dengan nilai skor total 405.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Tata Letak Di Ruang Rawat Inap Kelas II Mempermudah Petugas Untuk Melakukan Pekerjaan Mereka menunjukkan 81% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Tata Letak Di Ruang Rawat Inap Kelas II Mempermudah Petugas Untuk Melakukan Pekerjaan Mereka.

Dapat disimpulkan dari pernyataan mengenai Letak Ruang dan Fungsinya (*Spatial Layout And Functionality*) berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar yaitu pernyataan Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II Berfungsi Dengan Baik dengan nilai tanggapan responden 83.2%.

3. Tanda Simbol dan Artifak (*Signs, Symbols, and Artifact*)

Tabel 4.16 Tanggapan Responden Tentang Papan Nama Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Jelas

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	23	115	23
Setuju	4	41	164	41
Cukup Setuju	3	36	108	36
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	387	100
Rata – rata		77.4%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Tentang Papan Nama Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Jelas berjumlah 23 orang sebesar 23%, responden yang menjawab setuju Tentang Papan Nama Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Jelas berjumlah 41 orang sebesar 41%, responden yang menjawab cukup setuju Tentang Papan Nama Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Jelas berjumlah 36 orang sebesar 36%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Tentang Papan Nama Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Jelas, dengan nilai skor total 387.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Tentang Papan Nama Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Jelas menunjukkan 77.4% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Tentang Papan Nama Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Jelas.

Tabel 4.17 Tanggapan Responden Tentang Dekorasi Pada Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Nyaman

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	24	120	24
Setuju	4	42	168	42
Cukup Setuju	3	34	102	34
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	390	100
Rata – rata		78%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Dekorasi Pada Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Nyaman berjumlah 24 orang sebesar 24%, responden yang menjawab setuju Dekorasi Pada Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Nyaman berjumlah 42 orang sebesar 42%, responden yang menjawab cukup setuju Dekorasi Pada Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Nyaman berjumlah 34 orang

sebesar 34%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Dekorasi Pada Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Nyaman, dengan nilai skor total 390.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Dekorasi Pada Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Nyaman menunjukkan 78% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Dekorasi Pada Ruang Rawat Inap Kelas II Terlihat Nyaman.

Tabel 4.18 Tanggapan Responden Tentang Sudah Dilengkapinya Papan Petunjuk Arah Dan Sinyal-Sinyal Pada Setiap Bagian

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	27	135	27
Setuju	4	49	196	49
Cukup Setuju	3	24	72	24
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	403	100
Rata – rata		80.6%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Sudah Dilengkapinya Papan Petunjuk Arah Dan Sinyal-Sinyal Pada Setiap Bagian berjumlah 27 orang sebesar 27%, responden yang menjawab setuju Sudah Dilengkapinya Papan Petunjuk Arah Dan Sinyal-Sinyal Pada Setiap Bagian berjumlah 49 orang sebesar 49%, responden yang menjawab cukup setuju Sudah Dilengkapinya Papan Petunjuk Arah Dan Sinyal-Sinyal Pada Setiap Bagian berjumlah 24 orang sebesar 24%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Sudah Dilengkapinya Papan Petunjuk Arah Dan Sinyal-Sinyal Pada Setiap Bagian, dengan nilai skor total 403.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Sudah Dilengkapinya Papan Petunjuk Arah Dan Sinyal-Sinyal Pada Setiap Bagian menunjukkan 80.6% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Sudah Dilengkapinya Papan Petunjuk Arah Dan Sinyal-Sinyal Pada Setiap Bagian.

Tabel 4.19 Tanggapan Responden Tentang Tanda Penunjuk Arah Terlihat Jelas Di Ruang Rawat Inap Kelas II

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	31	155	31
Setuju	4	48	192	48
Cukup Setuju	3	21	63	21
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	410	100
Rata – rata		82%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Tanda Penunjuk Arah Terlihat Jelas Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 31 orang sebesar 31%, responden yang menjawab setuju Tanda Penunjuk Arah Terlihat Jelas Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 48 orang sebesar 48%, responden yang menjawab cukup setuju Tanda Penunjuk Arah Terlihat Jelas Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 21 orang sebesar 21%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Tanda Penunjuk Arah Terlihat Jelas Di Ruang Rawat Inap Kelas II, dengan nilai skor total 410.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Tanda Penunjuk Arah Terlihat Jelas Di Ruang Rawat Inap Kelas II menunjukkan 82% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Tanda Penunjuk Arah Terlihat Jelas Di Ruang Rawat Inap Kelas II.

Dapat disimpulkan dari pernyataan mengenai Tanda Simbol dan Artifak (*Signs, Symbols, and Artifact*) berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan responden terbesar yaitu pernyataan Tanda Penunjuk Arah Terlihat Jelas Di Ruang Rawat Inap Kelas II dengan nilai tanggapan responden 82%.

Berikut merupakan hasil rata-rata tanggapan responden pada variabel *Servicescape*, sebagai berikut :

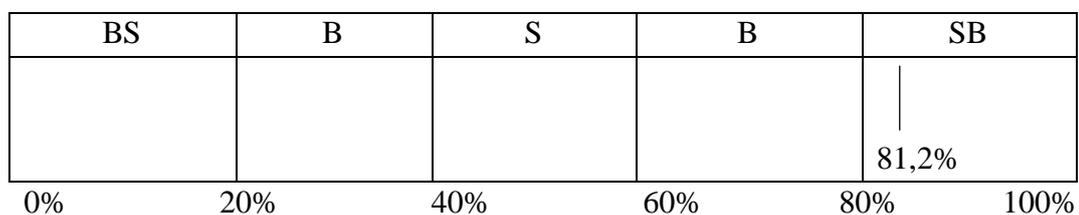
Tabel 4.20 Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden

No	<i>Servicescape</i>	Tanggapan Responden (%)	Rata-Rata Perindikator (%)
1.	Lingkungan Sekitar ( <i>Ambient Dimension</i> )		
	1. Sirkulasi udara di ruang rawat inap kelas II bersih dan baik.	83	82,3
	2. Pencahayaan di ruang rawat inap kelas II sudah tepat.	81	
	3. Pewarnaan di ruang rawat inap kelas II menciptakan suasana yang menenangkan.	82,2	
	4. Di ruang rawat inap kelas II tidak ada bau yang		

	<p>mengganggu penciuman.</p> <p>5. Di ruang rawat inap kelas II tidak ada kebisingan yang dapat mengganggu pendengaran.</p> <p>6. Lingkungan sekitar ruang rawat inap kelas II terjaga kebersihannya.</p> <p>7. Suhu diruang rawat inap kelas II terasa sejuk dan nyaman.</p>	88 81,6 77,6 82,2	
2.	<p>Letak Ruang dan Fungsinya (<i>Spatial Layout And Functionality</i>)</p> <p>1. Tata letak interior sudah sesuai pada tempatnya.</p> <p>2. Susunan peralatan di ruang rawat inap kelas II sangat tersusun rapi.</p> <p>3. Peralatan di ruang rawat inap kelas II berfungsi dengan baik.</p> <p>4. Tata letak di ruang rawat inap kelas II mempermudah petugas untuk melakukan pekerjaan mereka.</p>	81,4 79 83,2 81	81,2
3.	<p>Tanda Simbol dan Artifak (<i>Signs, Symbols, and Artifact</i>)</p> <p>1. Papan nama ruang rawat inap kelas II terlihat jelas.</p> <p>2. Dekorasi pada ruang rawat inap kelas II terlihat nyaman.</p> <p>3. Sudah dilengkapinya papan petunjuk arah dan sinyal-sinyal pada setiap bagian.</p> <p>4. Tanda penunjuk arah terlihat jelas di ruang rawat inap kelas II.</p>	77,4 78 80,6 82	79,5
Rata-rata		81,2	

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel hasil rata-rata tanggapan responden mengenai *servicescape* di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor sebesar 81,2%.



Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (80%-100%), Sehingga dapat disimpulkan bahwa *servicescape* di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor sangat baik hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan setuju dari responden mengenai Lingkungan Sekitar (*Ambient Dimension*), Letak Ruang dan Fungsinya (*Spatial Layout And Functionality*) dan Tanda Simbol dan Artifak (*Signs, Symbols, and Artifact*) di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor. Hasil rata – rata tanggapan responden perindikator tanggapan responden yang

paling besar nilainya adalah indikator Lingkungan Sekitar (*Ambient Dimension*) sebesar 82,3% pada ukuran Di ruang rawat inap kelas II tidak ada bau yang mengganggu penciuman sebesar 88% dan rata – rata tanggapan responden yang nilainya paling rendah adalah indikator Tanda Simbol dan Artifak (*Signs, Symbols, and Artifact*) sebesar 79,5% pada ukuran Papan nama ruang rawat inap kelas II terlihat jelas sebesar 77,4%.

#### 4.3.2. Kepuasan Konsumen Pada Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor

Untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam mengenai objek yang akan diteliti, yaitu mengenai kepuasan konsumen dilakukan analisis dengan menggunakan rumus atau pendekatan total tanggapan responden yang disesuaikan dengan variabel yang diteliti sebagai berikut

$$\text{Tingkat Kepuasan Konsumen} = \frac{\text{jumlah skor yang diperoleh dari peneliti}}{\text{Jumlah skor ideal (kriterium) untuk seluruh item}} \times 100\%$$

Kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.21 Interpretasi Hasil

Kriteria Interpretasi Skor	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
0% - 20%	Buruk Sekali	Tidak Puas
21% - 40%	Buruk	Kurang Puas
41% - 60%	Sedang	Cukup Puas
61% - 80%	Baik	Puas
81% - 100%	Sangat Baik	Sangat Puas

Adapun kategori rentang yang menjadikan tolak ukur dalam menentukannya adalah sebagai berikut :

TP	KP	CP	P	SP	
0%	20%	40%	60%	80%	100%

Untuk mengukur atau mengetahui bagaimana kepuasan konsumen pada ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor diukur dengan menggunakan indikator tingkat kepuasan. Berikut ini hasil tanggapan responden dari penyebaran kuesioner di RSUD Kota Bogor :

Tabel 4.22 Tanggapan Responden Tentang Saya Senang Dengan Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	26	130	26
Setuju	4	33	132	33
Cukup Setuju	3	41	123	41
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	385	100
Rata – rata		77%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Senang Dengan Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 26 orang sebesar 26%, responden yang menjawab setuju Saya Senang Dengan Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II 33 orang sebesar 33%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Senang Dengan Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 41 orang sebesar 41%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Senang Dengan Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II, dengan nilai skor total 385.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Senang Dengan Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II menunjukkan 77% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Senang Dengan Sirkulasi Udara Di Ruang Rawat Inap Kelas II.

Tabel 4.23 Tanggapan Responden Tentang Saya Sangat Puas Dengan Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	38	190	38
Setuju	4	50	200	50
Cukup Setuju	3	12	36	12
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	426	100
Rata – rata		85,2%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Sangat Puas Dengan Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 38 orang sebesar 38%, responden yang menjawab setuju Saya Sangat Puas Dengan Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II 50 orang sebesar 50%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Sangat Puas Dengan Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas

II berjumlah 12 orang sebesar 12%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Sangat Puas Dengan Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II, dengan nilai skor total 426.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Sangat Puas Dengan Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II menunjukkan 85,2% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Sangat Puas Dengan Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II.

Tabel 4.24 Tanggapan Responden Tentang Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	25	125	25
Setuju	4	57	228	57
Cukup Setuju	3	18	54	18
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	407	100
Rata – rata		81,4%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 25 orang sebesar 25%, responden yang menjawab setuju Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II 57 orang sebesar 57%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 18 orang sebesar 18%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II, dengan nilai skor total 407.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II menunjukkan 81,4% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II.

Tabel 4.25 Tanggapan Responden Tentang Saya Senang Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Tercium Bau Yang Mengganggu

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	19	95	19
Setuju	4	64	256	64
Cukup Setuju	3	17	51	17
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	402	100
Rata – rata		80,4%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Senang Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Tercium Bau Yang Mengganggu berjumlah 19 orang sebesar 19%, responden yang menjawab setuju Saya Senang Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Tercium Bau Yang Mengganggu 64 orang sebesar 64%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Senang Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Tercium Bau Yang Mengganggu berjumlah 17 orang sebesar 17%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Senang Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Tercium Bau Yang Mengganggu, dengan nilai skor total 402.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Senang Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Tercium Bau Yang Mengganggu menunjukkan 80,4% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Senang Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Tercium Bau Yang Mengganggu.

Tabel 4.26 Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Nyaman Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Kebisingan

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	32	160	32
Setuju	4	56	224	56
Cukup Setuju	3	12	36	12
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	420	100
Rata – rata		84%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Merasa Nyaman Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Kebisingan berjumlah 32 orang sebesar 32%, responden yang menjawab setuju Saya Merasa Nyaman Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Kebisingan 56 orang sebesar 56%, responden yang menjawab

cukup setuju Saya Merasa Nyaman Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Kebisingan berjumlah 12 orang sebesar 12%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Merasa Nyaman Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Kebisingan, dengan nilai skor total 420.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Merasa Nyaman Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Kebisingan menunjukkan 84% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Merasa Nyaman Di Ruang Rawat Inap Kelas II Tidak Kebisingan.

Tabel 4.27 Tanggapan Responden Tentang Saya Sangat Puas Dengan Kebersihan Dan Kenyamanan Di Ruang Rawat Inap Kelas II

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	23	115	23
Setuju	4	37	148	37
Cukup Setuju	3	40	120	40
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	383	100
Rata – rata		76,6%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Sangat Puas Dengan Kebersihan Dan Kenyamanan Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 23 orang sebesar 23%, responden yang menjawab setuju Saya Sangat Puas Dengan Kebersihan Dan Kenyamanan Di Ruang Rawat Inap Kelas II 37 orang sebesar 37%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Sangat Puas Dengan Kebersihan Dan Kenyamanan Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 40 orang sebesar 40%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Sangat Puas Dengan Kebersihan Dan Kenyamanan Di Ruang Rawat Inap Kelas II, dengan nilai skor total 383.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Sangat Puas Dengan Kebersihan Dan Kenyamanan Di Ruang Rawat Inap Kelas II menunjukkan 76,6% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Sangat Puas Dengan Kebersihan Dan Kenyamanan Di Ruang Rawat Inap Kelas II.

Tabel 4.28 Tanggapan Responden Tentang Saya Sangat Nyaman Dengan Suhu Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Sejuk

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	32	160	32
Setuju	4	50	200	50
Cukup Setuju	3	18	54	18
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	414	100
Rata – rata		82,8%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Sangat Nyaman Dengan Suhu Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Sejuk berjumlah 32 orang sebesar 32%, responden yang menjawab setuju Saya Sangat Nyaman Dengan Suhu Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Sejuk 50 orang sebesar 50%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Sangat Nyaman Dengan Suhu Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Sejuk berjumlah 18 orang sebesar 18%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Sangat Nyaman Dengan Suhu Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Sejuk, dengan nilai skor total 414.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Sangat Nyaman Dengan Suhu Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Sejuk menunjukkan 82,8% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Sangat Nyaman Dengan Suhu Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Sejuk.

Tabel 4.29 Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Senang Dengan Interior Yang Ada Di Ruang Rawat Inap Kelas II

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	26	130	26
Setuju	4	49	196	49
Cukup Setuju	3	25	75	25
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	401	100
Rata – rata		80,2%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Merasa Senang Dengan Interior Yang Ada Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 26 orang sebesar 26%, responden yang menjawab setuju Saya Merasa Senang Dengan Interior Yang Ada Di Ruang Rawat Inap Kelas II 49 orang sebesar 49%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Merasa Senang Dengan Interior Yang Ada Di Ruang

Rawat Inap Kelas II berjumlah 25 orang sebesar 25%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Merasa Senang Dengan Interior Yang Ada Di Ruang Rawat Inap Kelas II, dengan nilai skor total 401.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Merasa Senang Dengan Interior Yang Ada Di Ruang Rawat Inap Kelas II menunjukkan 80,2% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Merasa Senang Dengan Interior Yang Ada Di Ruang Rawat Inap Kelas II.

Tabel 4.30 Tanggapan Responden Tentang Saya Sangat Puas Dengan Tata Letak Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	22	110	22
Setuju	4	53	212	53
Cukup Setuju	3	25	75	25
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	397	100
Rata – rata		79,4%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Sangat Puas Dengan Tata Letak Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 22 orang sebesar 22%, responden yang menjawab setuju Saya Sangat Puas Dengan Tata Letak Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II 53 orang sebesar 53%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Sangat Puas Dengan Tata Letak Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 25 orang sebesar 25%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Sangat Puas Dengan Tata Letak Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II, dengan nilai skor total 397.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Sangat Puas Dengan Tata Letak Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II menunjukkan 79,4% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Sangat Puas Dengan Tata Letak Peralatan Di Ruang Rawat Inap Kelas II.

Tabel 4.31 Tanggapan Responden Tentang Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	27	135	27
Setuju	4	65	260	65
Cukup Setuju	3	8	24	8
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	419	100
Rata – rata		83,8%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 27 orang sebesar 27%, responden yang menjawab setuju Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II 65 orang sebesar 65%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 8 orang sebesar 8%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II, dengan nilai skor total 419.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II menunjukkan 83,8% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Sangat Puas Dengan Keberfungsian Alat Fasilitas Yang Tersedia Di Ruang Rawat Inap Kelas II.

Tabel 4.32 Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Senang Dengan Tata Letak Peralatan Yang Tidak Mengganggu Pergerakan Di Ruang Rawat Inap Kelas II

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	23	115	23
Setuju	4	60	240	60
Cukup Setuju	3	17	51	17
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	406	100
Rata – rata		81,2%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Merasa Senang Dengan

Tata Letak Peralatan Yang Tidak Mengganggu Pergerakan Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 23 orang sebesar 23%, responden yang menjawab setuju Saya Merasa Senang Dengan Tata Letak Peralatan Yang Tidak Mengganggu Pergerakan Di Ruang Rawat Inap Kelas II 60 orang sebesar 60%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Merasa Senang Dengan Tata Letak Peralatan Yang Tidak Mengganggu Pergerakan Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 17 orang sebesar 17%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Merasa Senang Dengan Tata Letak Peralatan Yang Tidak Mengganggu Pergerakan Di Ruang Rawat Inap Kelas II, dengan nilai skor total 406.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Merasa Senang Dengan Tata Letak Peralatan Yang Tidak Mengganggu Pergerakan Di Ruang Rawat Inap Kelas II menunjukkan 81,2% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Merasa Senang Dengan Tata Letak Peralatan Yang Tidak Mengganggu Pergerakan Di Ruang Rawat Inap Kelas II.

Tabel 4.33 Tanggapan Responden Tentang Saya Senang Papan Penunjuk Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Terlihat Jelas

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	25	125	25
Setuju	4	53	212	53
Cukup Setuju	3	22	66	22
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	403	100
Rata – rata			80,6%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Senang Papan Penunjuk Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Terlihat Jelas berjumlah 25 orang sebesar 25%, responden yang menjawab setuju Saya Senang Papan Penunjuk Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Terlihat Jelas 53 orang sebesar 53%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Senang Papan Penunjuk Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Terlihat Jelas berjumlah 22 orang sebesar 22%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Senang Papan Penunjuk Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Terlihat Jelas, dengan nilai skor total 403.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Senang Papan Penunjuk Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Terlihat Jelas menunjukkan 80,6% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Senang Papan Penunjuk Di Ruang Rawat Inap Kelas II Yang Terlihat Jelas.

Tabel 4.34 Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Nyaman Dengan Dekorasi Di Ruang Rawat Inap Kelas II

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	24	120	24
Setuju	4	53	212	53
Cukup Setuju	3	23	69	23
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	401	100
Rata – rata		80,2%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Merasa Nyaman Dengan Dekorasi Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 24 orang sebesar 24%, responden yang menjawab setuju Saya Merasa Nyaman Dengan Dekorasi Di Ruang Rawat Inap Kelas II 53 orang sebesar 53%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Merasa Nyaman Dengan Dekorasi Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 23 orang sebesar 23%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Merasa Nyaman Dengan Dekorasi Di Ruang Rawat Inap Kelas II, dengan nilai skor total 401.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Merasa Nyaman Dengan Dekorasi Di Ruang Rawat Inap Kelas II menunjukkan 80,2% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Merasa Nyaman Dengan Dekorasi Di Ruang Rawat Inap Kelas II.

Tabel 4.35 Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Senang Untuk Kemudahan Dalam Mencari Ruangan Rawat Inap Kelas II Yang Terdapat Di RSUD Kota Bogor

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	27	135	27
Setuju	4	58	232	58
Cukup Setuju	3	15	45	15
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	412	100
Rata – rata		82,4%		

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Merasa Senang Untuk Kemudahan Dalam Mencari Ruangan Rawat Inap Kelas II Yang Terdapat Di RSUD Kota Bogor berjumlah 27 orang sebesar 27%, responden yang menjawab setuju Saya Merasa Senang Untuk Kemudahan Dalam Mencari Ruangan Rawat

Inap Kelas II Yang Terdapat Di RSUD Kota Bogor 58 orang sebesar 58%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Merasa Senang Untuk Kemudahan Dalam Mencari Ruangan Rawat Inap Kelas II Yang Terdapat Di RSUD Kota Bogor berjumlah 15 orang sebesar 15%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Merasa Senang Untuk Kemudahan Dalam Mencari Ruangan Rawat Inap Kelas II Yang Terdapat Di RSUD Kota Bogor, dengan nilai skor total 412.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Merasa Senang Untuk Kemudahan Dalam Mencari Ruangan Rawat Inap Kelas II Yang Terdapat Di RSUD Kota Bogor menunjukkan 82,4% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Merasa Senang Untuk Kemudahan Dalam Mencari Ruangan Rawat Inap Kelas II Yang Terdapat Di RSUD Kota Bogor.

Tabel 4.36 Tanggapan Responden Tentang Saya Merasa Puas Dengan Tanda Penunjuk Arah Di Ruang Rawat Inap Kelas II

Kriteria	Skor	N	Nilai	Persentase
Sangat Setuju	5	20	100	20
Setuju	4	52	208	52
Cukup Setuju	3	28	84	28
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	392	100
Rata – rata			78,4%	

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 100 orang, responden yang menjawab sangat setuju Saya Merasa Puas Dengan Tanda Penunjuk Arah Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 20 orang sebesar 20%, responden yang menjawab setuju Saya Merasa Puas Dengan Tanda Penunjuk Arah Di Ruang Rawat Inap Kelas II 52 orang sebesar 52%, responden yang menjawab cukup setuju Saya Merasa Puas Dengan Tanda Penunjuk Arah Di Ruang Rawat Inap Kelas II berjumlah 28 orang sebesar 28%, dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju maupun tidak setuju Saya Merasa Puas Dengan Tanda Penunjuk Arah Di Ruang Rawat Inap Kelas II, dengan nilai skor total 392.

Berdasarkan tanggapan responden pernyataan Saya Merasa Puas Dengan Tanda Penunjuk Arah Di Ruang Rawat Inap Kelas II menunjukkan 78,4% responden memiliki penilaian baik artinya responden menyetujui bahwa Saya Merasa Puas Dengan Tanda Penunjuk Arah Di Ruang Rawat Inap Kelas II.

Dapat disimpulkan dari pertanyaan mengenai harapan konsumen yang berdasarkan tanggapan responden bahwa yang mempunyai nilai tanggapan

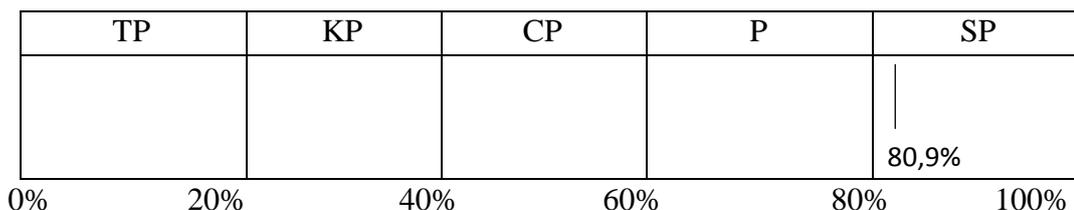
responden terbesar 85,2% yaitu pernyataan Saya Sangat Puas Dengan Pencahayaan Di Ruang Rawat Inap Kelas II.

Tabel 4.37 Hasil rata- rata tanggapan responden

No	Kepuasan Konsumen	Tanggapan Responden (%)	Rata-Rata Indikator (%)
1.	Saya senang dengan sirkulasi udara di ruang rawat inap Kelas II	77	80,9
2.	Saya sangat puas dengan pencahayaan di ruang rawat inap kelas II	85,2	
3.	Saya sangat puas dengan keberfungsian alat fasilitas yang tersedia di ruang rawat inap kelas II	81,4	
4.	Saya senang di ruang rawat inap kelas II tidak tercium bau yang mengganggu	80,4	
5.	Saya merasa nyaman di ruang rawat inap kelas II tidak kebisingan	84	
6.	Saya sangat puas dengan kebersihan dan kenyamanan di ruang rawat inap kelas II	76,6	
7.	Saya sangat nyaman dengan suhu di ruang rawat inap kelas II yang sejuk	82,8	
8.	Saya merasa senang dengan interior yang ada di ruang rawat inap kelas II	80,2	
9.	Saya sangat puas dengan tata letak peralatan di ruang rawat inap kelas II	79,4	
10.	Saya sangat puas dengan keberfungsian alat fasilitas yang tersedia di ruang rawat inap kelas II	83,8	
11.	Saya merasa senang dengan tata letak peralatan yang tidak mengganggu pergerakan di ruang rawat inap kelas II	81,2	
12.	Saya senang papan penunjuk di ruang rawat inap kelas II yang terlihat jelas	80,6	
13.	Saya merasa nyaman dengan dekorasi di ruang rawat inap kelas II	80,2	
14.	Saya merasa senang untuk kemudahan dalam mencari ruangan rawat inap kelas II yang terdapat di RSUD Kota Bogor	82,4	
15.	Saya merasa puas dengan tanda penunjuk arah di ruang rawat inap kelas II	78,8	
Rata-rata		80,9	

Sumber data: kuesioner, diolah 2019

Berdasarkan tabel hasil rata-rata tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen diruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor sebesar 80,9%.



Dimana rata-rata tersebut berada pada interval (80%-100%), Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor sangat puas hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan setuju dari responden mengenai kepuasan konsumen di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor. Hasil rata – rata tanggapan responden yang paling besar nilainya adalah pada ukuran Saya sangat puas dengan pencahayaan di ruang rawat inap kelas II sebesar 85,2% dan rata – rata tanggapan responden yang nilainya paling rendah adalah pada ukuran Saya sangat puas dengan kebersihan dan kenyamanan di ruang rawat inap kelas II 76,6%.

#### 4.3.3. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor

##### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Suatu data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai Asymp Sig. (2-tailed) hasil perhitungan Kolmogrov-Smirnov lebih besar dari 0,05. Berikut hasil dari output tabel Kolmogrov-Smirnov Test:

Tabel 4.38 Tabel SPSS Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49577997
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.055
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2019

Dari output diatas dapat diketahui nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed) melebihi 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

## 2. Uji asumsi klasik

### a. Uji Multikorelasi

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi dalam penelitian ini dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Adapun dasar pengambilan keputusan dengan *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) dapat disimpulkan sebagai:

- Jika nilai *tolerance*  $>0,1$  dan nilai VIF  $<10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.
- Jika nilai *tolerance*  $<0,1$  dan nilai VIF  $>10$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

Berikut ini terdapat hasil output *Collinearity Statistics*:

Tabel 4.39 Tabel SPSS Uji Multikorelasi  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.034	1.395		8.624	.000		
Ambient Dimension	.853	.096	.491	8.927	.000	.245	4.082
Spatial Layout And Functionality	.813	.106	.308	7.700	.000	.464	2.155
Signs, Symbols, and Artifact	.685	.111	.273	6.171	.000	.379	2.640

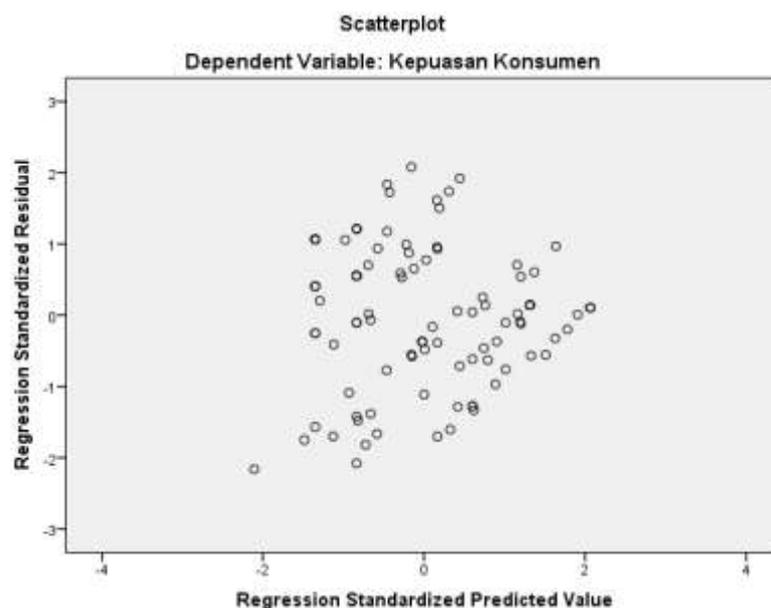
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari output diatas dapat diketahui bahwa :

- Untuk *Ambient Dimension* nilai tolerance ( $0,245$ )  $> 0,1$  dan nilai VIF ( $4,028$ )  $<10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas.
- Untuk *Spatial Layout And Functionality* nilai tolerance ( $0,464$ )  $> 0,1$  dan nilai VIF ( $2,155$ )  $<10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas.
- Untuk *Signs, Symbols, and Artifact* nilai tolerance ( $0,379$ )  $> 0,1$  dan nilai VIF ( $2,640$ )  $<10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Berikut ini gambar hasil grafik plot untuk penelitian ini:



Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas  
Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2019

Pada gambar grafik Scatterplot diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 serta di samping kanan dan kiri 0, tidak terdapat pola yang jelas, maka dari itu dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW-test). Kriteria uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

- Hasil pada tabel Durbin-Watson  $< -2$ , terdapat autokorelasi positif.
- Hasil pada tabel Durbin-Watson  $-2$  sampai  $+2$ , tidak terdapat autokorelasi.
- Hasil pada tabel Durbin-Watsin  $\geq 2$ , terdapat autokorelasi negatif.

Tabel 4.40 Tabel SPSS Uji Autokorelasi  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.964 <sup>a</sup>	.929	.927	1.51897	1.321

a. Predictors: (Constant), Signs, Symbols, and Artifact, Spatial Layout And Functionality, Ambient Dimension

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai Durbin-Watson yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,321. Karena hasil berada diantara -2 sampai +2, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.41 Tabel SPSS Uji Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.034	1.395		8.624	.000
Ambient Dimension	.853	.096	.491	8.927	.000
Spatial Layout And Functionality	.813	.106	.308	7.700	.000
Signs, Symbols, and Artifact	.685	.111	.273	6.171	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2019

Berikut hasil analisis regresi linier berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 12,034 + 0,853X_{Amb} + 0,813X_{Spa} + 0,685X_{Sig}$$

Penjelasan dari persamaan diatas sebagai berikut:

- *Ambient Dimension*

Nilai koefisien regresi untuk *Ambient Dimension* adalah positif artinya jika *Ambient Dimension* meningkat, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan konsumen akan meningkat.

- *Spatial Layout And Functionality*

Nilai koefisien regresi untuk *Spatial Layout And Functionality* adalah positif artinya jika *Spatial Layout And Functionality* meningkat, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan konsumen akan meningkat.

- *Signs, Symbols, and Artifact*

Nilai koefisien regresi untuk *Signs, Symbols, and Artifact* adalah positif artinya jika *Signs, Symbols, and Artifact* meningkat, sementara variabel lainnya konstan, maka kepuasan konsumen akan meningkat.

## 4. Koefisien Korelasi Berganda (R)

Tabel 4.42 Tabel SPSS Uji Koefisien Korelasi Berganda (R)  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.964 <sup>a</sup>	.929	.927	1.51897	1.321

a. Predictors: (Constant), Signs, Symbols, and Artifact, Spatial Layout And Functionality, Ambient Dimension

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2019

Berdasarkan tabel output SPSS diatas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) diperoleh sebesar 0,964, yang artinya korelasi antara variabel *servicescape* terhadap kepuasan konsumen sangat kuat. Hal ini menunjukkan jika *servicescape* baik maka kepuasan konsumen akan naik.

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari tabel output SPSS diatas dapat diketahui bahwa  $R^2$  sebesar 0,929. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *servicescape* memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 92,9%, sedangkan sisanya sebesar 7,1% kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

## 5. Uji Hipotesis Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Tabel 4.43 Tabel SPSS Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.034	1.395		8.624	.000
	Ambient Dimension	.853	.096	.491	8.927	.000
	Spatial Layout And Functionality	.813	.106	.308	7.700	.000
	Signs, Symbols, and Artifact	.685	.111	.273	6.171	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber data: *output* SPSS 23, diolah 2019

- Uji t (*Ambient Dimension*)

Dapat dilihat dari output SPSS, nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat diinterpretasikan bahwa hasil penelitian ini menolak  $H_0$ , artinya *Ambient Dimension* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- Uji t (*Spatial Layout And Functionality*)

Dapat dilihat dari output SPSS, nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat diinterpretasikan bahwa hasil penelitian ini menolak

$H_0$  , artinya *Spatial Layout And Functionality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- Uji t (*Signs, Symbols, and Artifact*)

Dapat dilihat dari output SPSS, nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat diinterpretasikan bahwa hasil penelitian ini menolak  $H_0$  , artinya *Signs, Symbols, and Artifact* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### 4.4. Interpretasi Hasil

Berdasarkan penelitian pada ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor mengenai *servicescape* terhadap kepuasan konsumen, didapatkan hasil sebagai berikut:

##### 4.4.1. Servicescape Di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *servicescape* di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 81,2%, yang berarti *servicescape* berada pada interval 80-100% dan masuk kedalam kriteria sangat baik. Hasil rata – rata tanggapan responden perindikator tanggapan responden yang paling besar nilainya adalah indikator Lingkungan Sekitar (*Ambient Dimension*) sebesar 82,3% pada ukuran Di ruang rawat inap kelas II tidak ada bau yang mengganggu penciuman sebesar 88% dan rata – rata tanggapan responden yang nilainya paling rendah adalah indikator Tanda, Simbol dan Artifak (*Signs, Symbols, and Artifact*) sebesar 79,5% pada ukuran Papan nama ruang rawat inap kelas II terlihat jelas sebesar 77,4%.

Berdasarkan dari segi manajemen pemasaran dimana *servicescape* merupakan pengaturan lingkungan fisik yang sengaja diciptakan supaya mendukung layanan yang diberikan oleh RSUD Kota Bogor. jika dilihat dari hasil tanggapan responden, RSUD Kota Bogor pada indikator Lingkungan Sekitar dengan nilai terbesar perlu ditingkatkan seperti misalnya pada kebersihan di lingkungan sekitar ruang rawat inap selalu diperhatikan sehingga tidak ada sampah atau kotoran yang terlihat kasat mata. Pada indikator Tanda, Simbol dan Artifak dengan nilai terkecil harus lebih ditingkatkan lagi seperti misalnya dengan mengatur kembali posisi penempatan papan nama agar lebih terlihat.

##### 4.4.2. Tingkat Kepuasan Di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan konsumen bahwa tanggapan rata-rata keseluruhan responden mengenai variabel kepuasan konsumen di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor memiliki nilai rata-rata sebesar 80,9%, yang berarti tingkat kepuasan konsumen berada pada interval 80-100% dan masuk kedalam kriteria sangat puas. Hasil rata – rata tanggapan responden yang paling besar nilainya adalah pada ukuran Saya sangat puas dengan pencahayaan di ruang rawat inap kelas II sebesar 85,2% dan rata – rata tanggapan

responden yang nilainya paling rendah adalah pada ukuran Saya sangat puas dengan kebersihan dan kenyamanan di ruang rawat inap kelas II 76,6%.

Berdasarkan dari segi pemasaran kepuasan konsumen merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas dan senang. jika dilihat dari hasil tanggapan responden, RSUD Kota Bogor sudah memaksimalkan dalam memberikan kepuasan pasien dan keluarga pasien pada pencahayaan di ruang rawat inap karena merupakan ukuran yang memiliki nilai terbesar, sehingga perlu dipertahankan kualitasnya seperti selalu melakukan pemeliharaan penerangan dalam beberapa bulan sekali sehingga selalu terawat kondisinya. Namun RSUD Kota Bogor tersebut kurang memaksimalkan dalam hal kebersihan lingkungan, karena merupakan ukuran yang memiliki nilai terkecil. Karyawan sebaiknya bersungguh-sungguh dalam melaksanakan tugas didalam perusahaan dan sudah seharusnya karyawan dapat memberikan kinerja yang optimal seperti halnya karyawan yang bertugas dalam kebersihan dan kenyamanan RSUD Kota Bogor selalu memastikan bahwa ruang rawat inap maupun lingkungan ruang rawat inap selalu dalam keadaan bersih dan memberikan kenyamanan kepada konsumen RSUD Kota Bogor demi terciptanya peningkatan kepuasan konsumen.

#### **4.4.3. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan uji t indikator *Ambient Dimension, Spatial Layout And Functionality*, dan *Signs, Symbols, and Artifact* mendapatkan hasil output SPSS nilai ketiga indikator *servicescape* memiliki nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang memiliki arti menolak  $H_0$  artinya semuanya berpengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

#### 5.1. Simpulan

1. Dari keseluruhan rata-rata tanggapan responden dalam variabel *servicescape* pada ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor mendapatkan hasil sebesar 81,2% yang masuk ke karakteristik sangat baik. Namun, terdapat satu dari tiga indikator *servicescape* yang memiliki hasil dibawah rata-rata, yaitu indikator tanda, simbol dan artifak (*signs, symbols, and artifact*) (79,5%). Dalam hal ini, RSUD Kota Bogor harus memperhatikan indikator tersebut.
2. Dari keseluruhan rata-rata tanggapan responden dalam variabel kepuasan konsumen pada ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor mendapatkan hasil sebesar 80,9% yang masuk ke karakteristik sangat puas. Namun, terdapat ukuran kepuasan konsumen yang memiliki hasil paling rendah, yaitu pada ukuran Saya sangat puas dengan kebersihan dan kenyamanan di ruang rawat inap kelas II (76,6%). Dalam hal ini, RSUD Kota Bogor harus memperhatikan ukuran tersebut
3. *Servicescape* pada ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor mempunyai peranan terhadap kepuasan konsumen, hal ini terbukti dari :
  - a. Analisis Koefisien Determinasi  
Menghasilkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,929 atau 92,9% artinya persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 92,9% sedangkan sisanya di pengaruhi faktor lain atau variabel lain.
  - b. Uji Hipotesis Koefisien Regresi  
Dari hasil uji t menggunakan SPSS 23, didapatkan hasil semua indikator *servicescape* yaitu *Ambient Dimension, Spatial Layout And Functionality, Signs, Symbols, dan Artifact* memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat di intepretasikan bahwa hasil penelitian ini menolak  $H_0$ , artinya semua indikator *servicescape* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka penulis dapat memberikan saran – saran sebagai berikut.

1. Indikator *servicescape* yang memiliki skor rata-rata jawaban setuju dan sangat setuju terendah yaitu pada indikator tanda, simbol dan artifak (*signs, symbols, and artifact*). Diharapkan pihak RSUD Kota Bogor lebih memperhatikan indikator tanda, simbol dan artifak (*signs,*

*symbols, and artifact*) seperti dekorasi dan yang terutama papan nama di ruang rawat inap kelas II. Misalnya dengan mengatur kembali posisi penempatan papan nama agar lebih terlihat ataupun menambahkan tanda petunjuk arah di tempat yang memungkinkan agar pasien serta keluarga pasien lebih mudah dalam mencari dan menemukan ruang rawat inap kelas II di RSUD Kota Bogor.

2. Perlu adanya motivasi untuk karyawan yang bersungguh-sungguh dalam melaksanakan tugas di dalam perusahaan seperti: karyawan yang bertugas dalam kebersihan dan kenyamanan di ruang rawat inap selalu memastikan bahwa ruangan maupun lingkungan ruang rawat inap selalu dalam keadaan bersih. Misalnya dengan memberikan lembaran absen kebersihan agar selalu di periksa setiap saat atau dengan mengadakan pemilihan karyawan teladan setiap satu bulan atau beberapa bulan sekali guna memotivasi karyawan agar lebih giat dalam bekerja, terutama dalam menciptakan lingkungan yang bersih dan memberikan kenyamanan kepada pasien dan keluarga pasien yang sedang dalam masa penyembuhan.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan penelitian ini, sebaiknya dapat menambahkan, menggunakan atau mengkombinasikan variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti: kualitas layanan, harga dan citra rumah sakit. Hal ini dilakukan agar dapat diketahui variabel lain yang turut mempengaruhi kepuasan konsumen di ruang rawat inap kelas II RSUD Kota Bogor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhima, R. P. 2016. *Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Di Ruang Rawat Inap Kelas II Rs. Urip Sumoharjo Di Bandar Lampung)*. Skripsi. Bandar Lampung. Universitas Lampung.
- Azwar, S, 2003, *Reliabilitas dan Validitas*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Bitner, Mary, Jo. 1992. *Servicescape: The Impact Of Physical Surrounding On Customer and Employees*. Journal Of Marketing, 56 (2), 57-71.
- Delyanti Oentoro. 2012, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Laksbang Pressindo.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Isnenda, A. 2015. *Pengaruh Lingkungan Fisik (Servicescape) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Taman Santap Rumah Kayu Di Bandar Lampung)*. Skripsi. Bandar Lampung.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. PT PENERBIT ERLANGGA. Jilid 1
- Kotler Philip dan Gary Armstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid Satu, Edisi Keduabelas, Erlangga, Jakarta.
- Lovelock dan Wirtz. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Indeks. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi 3. Salemba Empat: Jakarta.
- Pengky, T. P. 2013. *Analisis Servicescape Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Hotel Berbintang Di Manado (Studi pada Hotel Quality Manado)*. Skripsi. Manado.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2005. *Manajemen Pelayanan*, Penerbit Pustakawan Belajar, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2011. *Riset Pemasaran*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang No. 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit. Lembaran Negara RI Tahun 2009, No. 153*. Jakarta.
- Republik Indonesia 2014. *Peraturan Menteri Kesehatan No. 56 Tahun 2014 tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit*. Jakarta.
- Saladin, Djaslim, 2006, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat, Bandung : Linda Karya

- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta. Jakarta : Salemba Empat.
- Tumbelaka, M. dan Loindong, S. 2014. *Servicescape Dan Personal Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama Bank BRI Cabang Manado*. Jurnal EMBA: Vol. 2 No. 2.
- Uma, Sekaran. 1992. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa : Konsep Dan Implementasi*, Edisi Pertama, Yogyakarta : Ekonisia Fakultas Ekonomi.

<https://kbbi.web.id>

<https://kotabogor.go.id>

<https://rsudkotabogor.org>

<https://sirs.yankes.kemkes.go.id>

<https://wikipedia.com>

# LAMPIRAN

Lampiran 1. KUESIONER

Kepada

Yth. Responden

Dalam rangka menyelesaikan penelitian di Universitas Pakuan Bogor, penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen diruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor)**”.

IDENTITAS RESPONDEN	
<b>Nomor Responden</b>	
<b>Nama Responden</b>	
<b>Usia Responden</b>	Lingkari salah satu : A. <20 tahun B. 20-29 tahun C. 30-39 tahun D. 40-49 tahun E. >50
<b>Jenis Kelamin</b>	Lingkari salah satu : A. Laki-Laki B. Perempuan
<b>Pekerjaan</b>	Lingkari salah satu : A. Pelajar/Mahasiswa B. Wiraswasta C. Pegawai Negeri D. Karyawan Swasta

- Jawab pertanyaan dan berilah tanda (X) pada jawaban yang paling sesuai (pada kolom kosong dibawahnya)

- (1) Tidak Setuju (TS)
- (2) Kurang Setuju (KS)
- (3) Cukup Setuju (CS)
- (4) Setuju (S)
- (5) Sangat Setuju (SS)

## Kuesioner *Servicescape* (X)

### 1. *Ambient Dimension / Lingkungan Sekitar* (X<sub>1</sub>)

No.	Keterangan	TS	KS	CS	S	SS
1	Sirkulasi udara di ruang rawat inap kelas II sangat bersih dan baik					
2	Pencahayaannya di ruang rawat inap kelas II sudah tepat					
3	Pewarnaan di ruang rawat inap kelas II menciptakan suasana yang menenangkan					
4	Di ruang rawat inap kelas II tidak ada bau yang mengganggu penciuman					
5	Di ruang rawat inap kelas II tidak ada kebisingan yang dapat mengganggu pendengaran					
6	Lingkungan sekitar ruang rawat inap kelas II terjaga kebersihannya					
7	Suhu di ruang rawat inap kelas II terasa sejuk dan nyaman					

### 2. *Spatial Layout And Functionality / Tata Letak Ruang dan Fungsinya* (X<sub>2</sub>)

No.	Keterangan	TS	KS	CS	S	SS
8	Tata letak interior sudah sesuai pada tempatnya					
9	Susunan peralatan di ruang rawat inap kelas II sangat tersusun rapi					
10	Peralatan di ruang rawat inap kelas II berfungsi dengan baik					
11	Tata letak di ruang rawat inap kelas II mempermudah petugas untuk melakukan pekerjaan mereka					

### 3. *Signs, Symbols, and Artifact / Tanda Simbol dan Artifak* (X<sub>3</sub>)

No.	Keterangan	TS	KS	CS	S	SS
12	Papan nama ruang rawat inap kelas II terlihat jelas					
13	Dekorasi pada ruang rawat inap kelas II terlihat nyaman					
14	Sudah dilengkapinya papan petunjuk arah dan sinyal-sinyal pada setiap bagian					
15	Tanda penunjuk arah terlihat jelas di ruang rawat inap kelas II					

#### 4. Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Keterangan	TS	KS	CS	S	SS
1	Saya senang dengan sirkulasi udara di ruang rawat inap kelas II					
2	Saya sangat puas dengan pencahayaan di ruang rawat inap kelas II					
3	Saya sangat puas dengan keberfungsian alat fasilitas yang tersedia di ruang rawat inap kelas II					
4	Saya senang di ruang rawat inap kelas II tidak tercium bau yang mengganggu					
5	Saya merasa nyaman di ruang rawat inap kelas II tidak kebisingan					
6	Saya sangat puas dengan kebersihan dan kenyamanan di ruang rawat inap kelas II					
7	Saya sangat nyaman dengan suhu di ruang rawat inap kelas II yang sejuk					
8	Saya merasa senang dengan interior yang ada di ruang rawat inap kelas II					
9	Saya sangat puas dengan tata letak peralatan di ruang rawat inap kelas II					
10	Saya sangat puas dengan keberfungsian alat fasilitas yang tersedia di ruang rawat inap kelas II					
11	Saya merasa senang dengan tata letak peralatan yang tidak mengganggu pergerakan di ruang rawat inap kelas II					
12	Saya senang papan penunjuk di ruang rawat inap kelas II yang terlihat jelas					
13	Saya merasa nyaman dengan dekorasi di ruang rawat inap kelas II					
14	Saya merasa senang untuk kemudahan dalam mencari ruangan rawat inap kelas II yang terdapat di RSUD Kota Bogor					
15	Saya merasa puas dengan tanda penunjuk arah di ruang rawat inap kelas II					

---

**Terima Kasih**

---

Lampiran 2. DATA TABULASI KUESIONER

*Servicescape*

No	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
2	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
6	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
7	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
8	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4
9	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
11	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
15	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
17	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
20	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
22	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
23	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
28	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
29	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
30	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
31	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
33	4	3	4	4	4	3	5	4	4	5	4	3	3	3	3
34	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
35	3	3	4	4	4	3	4	3	3	5	5	3	3	3	3
36	3	3	3	3	3	4	5	4	3	5	3	4	4	4	4
37	3	3	4	4	4	3	5	5	3	4	5	3	3	3	3
38	3	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4
39	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4
40	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3
41	3	3	5	5	3	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3
42	3	3	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3
44	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4
45	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
46	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
47	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3

49	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
50	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
51	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
52	3	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	4
53	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
54	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
55	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5
56	3	3	4	5	5	3	4	5	3	5	4	3	3	3	3
57	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
58	3	4	3	4	3	3	3	5	3	5	4	3	3	3	3
59	3	4	4	5	3	3	3	5	4	5	4	3	3	3	5
60	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3
61	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
62	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
63	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4
64	4	4	4	4	3	3	3	5	3	5	4	3	3	3	5
65	4	4	4	5	3	3	3	4	4	5	4	3	3	3	4
66	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
67	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
68	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
69	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
70	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3
71	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
72	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3
73	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
74	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3
76	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
77	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
78	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
79	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4
80	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4
81	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
82	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
83	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
84	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
85	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
86	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
88	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
89	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
90	4	5	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3
91	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
92	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3
93	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3
94	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
95	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
96	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
97	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
98	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	5	5	5	3
99	5	5	4	5	5	5	3	5	5	3	4	5	5	5	3
100	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3

### Kepuasan Konsumen

No	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y11	y12	y13	y14	y15
1	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3
2	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4
3	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
6	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3
7	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	5	3	5	3	5
8	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4
9	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3
11	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3
12	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3
13	5	5	3	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3
14	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4
15	5	5	3	4	4	3	4	4	5	5	4	5	3	4	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
17	5	4	4	3	3	3	3	5	3	3	5	3	4	3	4
18	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
19	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
20	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
21	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	5	5	4	4	5	5	3	5	4	4	3	3	4
23	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
24	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
25	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
27	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	3	5	5	5	4
29	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	3	3	5
30	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	3	5	5
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
33	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
34	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
35	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3
36	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	5	4
37	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
38	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5
39	5	5	4	4	4	3	5	3	3	4	4	3	3	3	4
40	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
41	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4
42	4	5	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4
43	4	5	4	4	5	3	5	4	3	5	4	4	4	5	3
44	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5
45	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
47	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
48	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3
49	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	3	3	3
50	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4

51	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3
53	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
54	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
55	4	4	5	3	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
56	5	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3
57	3	5	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4
58	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
59	4	3	4	3	4	5	5	3	3	5	5	4	4	4	3
60	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
61	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
62	3	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
63	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
64	3	4	4	4	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3
65	3	4	4	4	4	5	3	5	5	4	3	4	3	4	3
66	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
67	3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5
68	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
69	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
70	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3
71	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
72	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
73	3	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4
74	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3
76	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	3	3	4	4
77	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
78	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3
79	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3
80	3	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4
81	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4
82	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
83	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
84	3	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
85	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
86	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4
87	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4
88	3	3	3	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	4
89	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	5
90	3	4	5	4	4	3	5	4	4	5	3	4	3	5	4
91	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4
92	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4
93	4	5	3	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
94	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
95	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	3	4	4	5	4
96	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3
97	5	5	3	4	4	3	5	4	5	4	4	4	3	5	3
98	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4
99	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3
100	5	4	3	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3

Lampiran 3. SURAT RISET



**PEMERINTAH KOTA BOGOR**  
**RUMAH SAKIT UMUM DAERAH KOTA BOGOR**  
Jl. Dr. Sumeru No. 120 Telp. (0251) 8312292 Fax. (0251) 8371001  
**BOGOR - 16111**

---

Bogor, 22 Januari 2019  
15 Jumadil Awal 1440 H

Nomor : 800/ 136 -Umpeg  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Perihal : Balasan Permohonan Riset/Magang

Kepada  
Yth. Wakil Dekan Bidang Akademik  
Universitas Pakuan Fakultas  
Ekonomi  
di  
Bogor

Merindaklanjuti surat dari Wakil Dekan Bidang Akademik Universitas Pakuan Fakultas Ekonomi, nomor surat : 022/WD.1/FE-UP/1/2019, pada tanggal 17 Januari 2019, perihal : Permohonan Riset/Magang, atas nama :

NO	NAMA MAHASISWA	NPM	Judul Skripsi
1	Arsen Dwireno Suryata Purnama	021114531	Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Pada Konsumen di Ruang Rawat Inap Kelas II RSUD Kota Bogor)

Pada prinsipnya kami tidak keberatan dengan kegiatan tersebut, dan perlu kami sampaikan rincian biaya praktik kerja lapangan bahwa sesuai dengan Peraturan Walikota (PERWAL) No. 25 tahun 2014 Seri E tentang tarif layanan kesehatan sebagai berikut :

1. Izin Penelitian S1 : Rp. 250.000,-
2. Biaya Sewa Sarana : Rp. 100.000,-

Maka demi kelancaran pelaksanaan kegiatan, silahkan menghubungi Kepala Bagian Umum dan Kepegawaian melalui Sdr. Tri Kurnia Juniasih, Amd Kes, Selaku Kepala Urusan DIKLAT Rumah Sakit Umum Daerah Kota Bogor, No. Hp. 083819455045 atau Nomor Telephone 0251 8312292 Ext 116 (R Kepegawaian) pada hari/jam kerja (Senin s.d. Jumat Pukul 08.00 WIB s.d. 16.00 WIB).

Adapun pelaksanaan kegiatan tersebut pada hari Kamis, tanggal 22 Januari 2019, Pukul 10.00 WIB s/d selesai. Dan semua biaya dapat di transfer melalui BNI 46 Cabang Bogor dengan nomor rekening 0352582588 a.n RSUD Kota Bogor, 1 (satu) hari sebelum pelaksanaan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian di ucapkan terima kasih.

**An. DIREKTUR**  
**Wakil Direktur Umum dan Keuangan**  
  
**Drs. SONI NASUTION**  
**NIP. 196101261986031009**

Tembusan di Sampaikan Kepada Yth :

1. Ibu Direktur RSUD Kota Bogor (sebagai laporan)
2. Pertinggal