



**Analisis Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan  
Lokasi Terhadap Kepuasan Pasien Berkunjung di  
Rumah Bersalin X Bekasi**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2020**



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN,  
PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN PASIEN BERKUNJUNG  
DI RUMAH BERSALIN X BEKASI**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
IBNU HADI  
**55114120235**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2020**

## ***ABSTRACT***

This study aims to analyze the effect of service quality, price perception and location on customer satisfaction at the X Maternity Hospital Bekasi. Data analysis techniques in this study used multiple linear regression analysis techniques to determine the strengths that affect service quality, price and location perceptions of customer satisfaction. The results showed that service quality factors contribute positively and significantly influence customer , price perception factors contribute positively and significantly influence customer satisfaction, location factors contribute negatively and do not significantly influence customer satisfaction, and service quality factors, price perceptions and locations contribute positive and significant effect on customer satisfaction.

*Keywords: quality of service, price perception, location, customer satisfaction, Maternity Hospital.*



## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Bersalin X Bekasi. Tehnik analisis data pada penelitian ini menggunakan tehnik analisis regresi linear berganda untuk mengetahui kekuatan yang mempengaruhi kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan berkontribusi positif serta berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, faktor persepsi harga berkontribusi positif serta berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, faktor lokasi berkontribusi negatif serta tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan faktor kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi berkontribusi positif serta berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, persepsi harga, lokasi, kepuasan pelanggan, rumah bersalin.



## **PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK***

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh :

Nama	: Ibnu hadi
NIM	: 55114120235
Program Studi	: Magister Manajemen

Dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pasien Berkunjung Di Rumah Bersalin X Bekasi.”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 09 Maret 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 16%.

Jakarta, Maret 2020

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**   
Arie Pangudi, A.md

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Analisis Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pasien Berkunjung di Rumah Bersalin X Bekasi

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Ibnu Hadi

NIM : 55114120235

Program : Magister Manajemen Konsentrasi Pemasaran

Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Februari 2020



(Ibnu Hadi)

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pasien Berkunjung di Rumah Bersalin X Bekasi

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Ibnu Hadi

NIM : 55114120235

Program : Magister Manajemen Konsentrasi Pemasaran

Tanggal :



Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen

(Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus)

(Dudi Permana, Ph.D)

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja puji dan syukur kehadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya, Sholawat dan salam untuk Nabi Muhammad SAW, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pasien Berkunjung di Rumah Bersalin X.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada: Dr. Adi Nurmahdi, MBA sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga tesis ini dapat diselesaikan.

Tak lupa penulis berterima kasih kepada Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus selaku Direktur Program Pascasarjana dan Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana. Demikian juga penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen. Pada akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua, istri serta Anak-anak (Ahsan, Fadhil dan princess Shofia). Kiranya hasil penulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK .....	i
LEMBAR PERNYATAAN <i>SIMILARITY</i> .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL .....	x

## BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	8
1.3. Rumusan Masalah .....	9
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	10



## BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Teori.....	12
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran .....	31
2.4. Hipotesis .....	33

## **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1. Desain Penelitian .....	34
3.2. Variabel dan Pengukuran Variabel.....	35
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data .....	39
3.4. Populasi dan Metode Sampling .....	40
3.5. Metode Analisis Data .....	43

## **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Perusahaan.....	55
4.2. Hasil Penelitian.....	58
4.3. Pembahasan .....	76

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan.....	81
5.2. Saran .....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN .....	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	

## **DAFTAR GAMBAR**

Halaman

Gambar 2.1. Model Sederhana Proses Pemasaran .....	12
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 4.1. Grafik Normal P-P plot.....	61
Gambar 4.2. Grafik Scatter Plot .....	64



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Pasien Rumah Bersalin X-Bekasi .....	2
Tabel 1.2. Jumlah Pasien Rumah Bersalin X-Bekasi per Jenis pelayanan....	3
Tabel 1.3. Data Keluhan di Rumah Bersalin X-Bekasi .....	3
Tabel 1.4. Pendapat Responden mengenai Kualitas Pelayanan .....	4
Tabel 1.5. Pendapat Responden mengenai Persepsi Harga .....	5
Tabel 1.6. Tarif Rata-Rata pada Rumah Bersalin Kompetitor .....	5
Tabel 1.7. Pendapat responden mengenai Lokasi.....	6
Tabel 1.8. Pendapat responden mengenai Kepuasan pasien .....	7
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1. Variabel Operasional.....	35
Tabel 3.2. Matriks Korelasi antar Dimensi.....	52
Tabel 3.3. Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefesien Korelasi....	53
Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....	58
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas .....	59
Tabel 4.3. Hasil <i>Reliability statistic</i> .....	60
Tabel 4.4. One-Sample Kolmogorov-Smirnov <i>Test</i> .....	62
Tabel 4.5. Uji Multikolinearitas .....	63
Tabel 4.6. Tabel Korelasi Antar Variabel.....	65

Tabel 4.7. Tabel Korelasi Antar Dimensi .....	66
Tabel 4.8. <i>Model Summary</i> .....	68
Tabel 4.9. Tabel ANOVA.....	70
Tabel 4.10. Uji Koefisien H <sub>1</sub> , H <sub>2</sub> , H <sub>3</sub> .....	72
Tabel 4.11. Uji Koefisien H <sub>4</sub> .....	75

