

## ABSTRACT

*Implication of marketing concept transition from transactional marketing to relational marketing has heightened interest in the role of trust in fostering strong relationship between the service provider and customer. Customer trust has been considered as the single most powerful relationship marketing tool available to company or service provider.*

*This study aims at analyzing factors that establish trust towards internist according to the patient's perception themselves by taking three independent variables as antecedent, namely, competency, benevolence, problem solving orientation. The object of this study is Sari Asih Ciledug Hospital. The population is the patients of the internist of Sari Asih Ciledug Hospital by taking 200 respondents as sample of the study. The data analysis includes descriptive, regression, correlation, determination and hypothesis testing using t-test and F-test.*

*From the result of analysis shows that competency doesn't have significant influence towards the patient trust. Whereas the benevolence and problem solving orientation have significant influence toward the patient trust, contribution of the three variables in giving explanation of the patient trust can be shown from its determinant coefficient of 0,145 which means that 14,5% diversity of patient trust of internist of Sari Asih Ciledug Hospital can be explained by competency, benevolence and the problem solving orientation, whereas 85,5% is explained by other factors which are not examined in this study.*

*Regression Equation formed from relations of competency, benevolence and problem solving orientation with the patient trust is :  $Y = 2.601 + 0.028X_1 + 0.213X_2 + 0.234X_3$ . Regression Coefficient at such equation showing relative importance value or weight of interest of each variable in explaining the patient trust. Problem solving orientation ( $X_3$ ) has higher weight than competency and benevolence. The lowest weight indicated by competency variable ( $X_1$ ) because its coefficient value is the lowest compared to other variables.*

*The result of the study contributes view and inputs for internist in his/her attempt to enhance the patient trust, they should take these two matters into account, namely : conducting benevolent attitude in handling the patient and to increase their ability to solve every patient problem. In order to make improvement of the two factors, internist should prioritize on improvement of problem solving orientation. This effort may be conducted by having perceptive and responsive attitude to the patient problems, attempting to decrease the risk, giving solution to patient problem, and handling every patient complains quickly.*

## ABSTRAK

Implikasi dari pergeseran konsep pemasaran dari pemasaran transional ke relasional telah meningkatkan minat untuk mengetahui peranan kepercayaan dalam membantu mengembangkan hubungan yang erat antara penyedia jasa dan pelanggan. Kepercayaan pelanggan dianggap sebagai sebuah alat pemasaran relasional yang paling ampuh bagi perusahaan atau penyedia jasa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor pembentuk kepercayaan pada dokter spesialis penyakit dalam menurut persepsi pasien dengan mengambil tiga variabel terikat sebagai *antecedent*, yaitu Kompetensi, Benevolensi, dan Orientasi Pemecahan Masalah. Objek penelitian adalah RS Sari Asih Ciledug. Populasinya adalah pasien-pasien yang masih aktif berkonsultasi dengan dokter spesialis penyakit dalam di RS Sari Asih Ciledug. Penulis mengambil 200 responden sebagai sampel penelitian. Analisa data meliputi analisa deskriptif, regresi, korelasi, determinasi, serta pengujian hipotesa yang menggunakan uji-t dan uji-F.

Hasil analisa menunjukkan bahwa kompetensi dokter tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap kepercayaan pada dokter spesialis penyakit dalam. Sedangkan benevolensi dan orientasi pemecahan masalah dokter secara signifikan mempengaruhi kepercayaan pasien pada dokter. Kontribusi dari ketiga variabel tersebut dalam menjelaskan kepercayaan pasien dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasinya sebesar 0,145 yang artinya 14,5% keragaman kepercayaan pasien dapat dijelaskan dari kompetensi, benevolensi, dan orientasi pemecahan masalah. Sedangkan 85,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Persamaan regresi yang terbentuk dari hubungan antara kompetensi, benevolensi, orientasi pemecahan masalah dengan kepercayaan pasien adalah :  $Y = 2.601 + 0.028X_1 + 0.213X_2 + 0.234X_3$ . Koefisien regresi yang dihasilkan pada persamaan tersebut menunjukkan nilai *relative importance* terhadap masing-masing variabel dalam menjelaskan kepercayaan pasien. Orientasi Pemecahan Masalah ( $X_3$ ) mempunyai bobot paling tinggi dibandingkan dengan dua variabel lain. Bobot paling rendah ditunjukkan oleh variabel kompetensi ( $X_1$ ) karena nilai koefisiennya lebih kecil dibandingkan dengan variabel yang lainnya.

Penelitian ini memberikan pandangan bagi dokter spesialis penyakit dalam dalam upayanya meningkatkan kepercayaan pasien perlu untuk memperhatikan dua hal, yaitu : melakukan kesungguhan dalam menangani pasien dan meningkatkan kemampuan dalam memecahkan masalah pasien. Dalam mengupayakan kedua hal tersebut, dokter spesialis penyakit dalam perlu memberikan bobot paling besar pada upaya peningkatan kemampuan memecahkan masalah pasien.

## **PENGESAHAN KARYA AKHIR**

Judul : **Pengaruh Kompetensi, Benevolensi, dan Orientasi Pemecahan Masalah Pada Dokter Spesialis Penyakit Dalam Terhadap Kepercayaan Pasien**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Astraguna

NIM : 5510 6120 056

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : September 2008

**Mengesahkan**

**Ketua Program Studi Magister Manajemen**

**(Dr. Ir. Har Adi Basri, M.Ec)**

**Dosen Pembimbing**

**(Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, MSc)**

## **PERNYATAAN**

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

Judul : **Pengaruh Kompetensi, Benevolensi, dan Orientasi  
Pemecahan Masalah Pada Dokter Spesialis Penyakit  
Dalam Terhadap Kepercayaan Pasien**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Astraguna

NIM : 55106120056

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : September 2008

Merupakan hasil studi pustaka; desain penulisan dan merupakan karya sendiri dengan bimbingan komisi dosen pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, September 2008

Astraguna

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmatNya sehingga Karya Akhir ini dapat diselesaikan guna menyelesaikan pendidikan Program Pascasarjana di Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana. Tulisan ini dipilih dilatar belakangi oleh minat yang besar untuk mempelajari ilmu Marketing khususnya dalam bidang jasa.

Dengan segala kemampuan dan keterbatasan dalam proses pembuatan tulisan ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dorongan dan waktu yang diluangkan oleh banyak pihak yang telah berpartisipasi dan mendukung penelitian ini, diantaranya :

1. Kedua orang tua saya, Erfan Effendi dan Wardissoleha yang tercinta, atas dorongan dan doa restunya.
2. Istri saya yang sangat saya sayangi Arum Ernanti, terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dan dorongan yang telah kamu berikan. Anak-anakku tercinta, Wahyu, Tyarra, Cheerly, terima kasih atas keceriaan dan dorongan kalian.
3. DR. Ir. Mustika S. Purwanegara, MSc. Selaku Dosen Pembimbing.
4. Dosen-dosen pengajar Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
5. Rekan-rekan kerja saya di PT Roche Indonesia. *Thank you for your motivation as well as the nice cooperation.*

Penulis berharap penelitian ini dapat menambah wawasan bagi penulis dan para pembaca. Terima Kasih

Jakarta, September 2008

# Daftar Isi

	Halaman
ABSTRACT.....	i
ABSTRAK.....	iii
PENGESAHAN KARYA AKHIR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	2
1.3. Batasan Masalah Penelitian.....	2
1.4. Rumusan Masalah.....	3
1.5. Tujuan Penelitian.....	3
1.5.1. Tujuan Penelitian Umum.....	3
1.5.2. Tujuan Penelitian Khusus.....	4
1.6. Kegunaan Penelitian.....	4
1.7. Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II. DESKRIPSI RS SARI ASI H CILEDUG.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOKARYA AKHIR.....</b>	<b>10</b>



3.1.	Jasa.....	10
3.2.	Karakteristik dan Klasifikasi Jasa.....	11
3.3.	Pemasaran Relasional.....	13
	3.3.1. Pengertian Pemasaran Relasional.....	13
	3.3.2. Pendekatan yang mempengaruhi Keberhasilan Pemasaran Relasional.....	16
3.4.	Konsep Penyedia Jasa Kesehatan.....	17
	3.4.1. Pelanggan Penyedia Jasa Kesehatan.....	20
	3.4.2. Aturan Staff Medis.....	21
	3.4.3. Wewenang Dokter.....	22
3.5.	Kepercayaan.....	23
	3.5.1. Pengertian Kepercayaan.....	23
	3.5.2. Kepercayaan Terhadap Dokter spesialis penyakit dalam dan Penyedia Jasa Pelayanan Kesehatan.....	25
	3.5.3. Dimensi Kepercayaan pada Dokter spesialis penyakit dalam.....	27
3.6.	Kerangka Pemikiran.....	31
3.7.	Hasil Penelitian Terdahulu.....	32
3.8.	Hipokarya Akhir.....	33
<b>BAB IV</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
4.1.	Objek Penelitian.....	34
4.2.	Metodologi Penelitian.....	34
	4.2.1. Tipe Penelitian.....	35
	4.2.2. Variabel-variabel Penelitian.....	35
4.3.	Statistik Deskriptif.....	37
4.4.	Statistik Induktif.....	37
4.5.	Populasi dan Sampel.....	37
	4.5.1. Populasi.....	37
	4.5.2. Sampel.....	38

4.6.	Instrumen Penelitian.....	38
	4.6.1. Wawancara Tidak Terstruktur.....	38
	4.6.2. Kuesioner.....	39
4.7.	Batasan Operasional.....	41
4.8.	Pengolahan Data.....	43
4.9.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
	4.9.1. Uji Validitas.....	45
	4.9.2. Uji Reliabilitas.....	46
4.10.	Analisa Regresi Berganda.....	47
4.11.	Pengujian Hipokarya akhir.....	49
	4.11.1. Uji Statistik t.....	49
	4.11.2. Uji Statistik F.....	50
	4.11.3. Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	50
	4.11.4. Uji Multikolinieritas.....	51
<b>BAB V</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS</b> .....	<b>52</b>
5.1	Karakteristik Responden.....	52
	5.1.1. Usia Responden.....	52
	5.1.2. Tingkat Pendidikan.....	54
	5.1.3. Lamanya responden menjadi pasien dokter spesialis penyakit Dalam.....	55
5.2	Analisis Faktor Konfirmatori.....	57
	5.2.1. Analisis Faktor Konfirmatori Kompetensi Dokter.....	57
	5.2.2. Analisis Faktor Konfirmatori Benevolensi Dokter.....	64
	5.2.3. Analisis Faktor Konfirmatori Orientasi Pemecahan Masalah...70	
	5.2.4. Analisis Faktor Konfirmatori Kepercayaan Pasien.....	76
5.3.	Hasil Analisis Regresi.....	82
5.4.	Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Kepercayaan Pasien di RS Sari Asih Ciledug.....	85

5.4.1. Orientasi Pemecahan Masalah Dokter Spesialis Penyakit Dalam.....	85
5.4.2. Benevolensi Dokter Spesialis Penyakit Dalam.....	88
<b>BAB VI      KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>92</b>
6.1. Kesimpulan.....	92
6.2. Rekomendasi.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	97
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	132

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tujuh klasifikasi jasa menurut Lovelock.....	12
2. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	40
3. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	47
4. Usia Pasien.....	53
5. Pendidikan Terakhir Responden.....	54
6. Lamanya Responden menjadi pasien dokter spesialis penyakit dalam.....	56
7. Data kuantitatif kompetensi dokter spesialis penyakit dalam RS Sari Asih.....	58
8. Correlation Matrix (a) - Kompetensi.....	59
9. KMO and Bartlett's Test - Kompetensi.....	60
10. Anti-Image Matrices -Kompetensi.....	61
11. Communalities - Kompetensi.....	62
12. Total Variance Explained - Kompetensi.....	63
13. Component Matrix (a) – Kompetensi.....	63
14. Correlation Matrix (a) – Benevolensi.....	65
15. KMO and Bartlett's Test – Benevolensi.....	66
16. Anti-Image Matrices – Benevolensi.....	67
17. Communalities – Benevolensi.....	68
18. Total Variance Explained – Benevolensi.....	69
19. Component Matrix (a) – Benevolensi.....	70
20. Correlation Matrix (a) – Orientasi Pemecahan Masalah.....	71
21. KMO and Bartlett's Test – Orientasi Pemecahan Masalah.....	72
22. Anti-Image Matrices – Orientasi Pemecahan Masalah.....	73
23. Communalities – Orientasi Pemecahan Masalah.....	74
24. Total Variance Explained – Orientasi Pemecahan Masalah.....	75
25. Component Matrix (a) – Orientasi Pemecahan Masalah.....	76

Tabel	Halaman
26. Correlation Matrix (a) – Kepercayaan Pasien.....	77
27. KMO and Bartlett’s Test – Kepercayaan Pasien.....	78
28. Anti-Image Matrices – Kepercayaan Pasien.....	79
29. Communalities – Kepercayaan Pasien.....	80
30. Total Variance Explained – Kepercayaan Pasien.....	81
31. Component Matrix (a) – Kepercayaan Pasien.....	82
32. Hasil Analisis Regresi Kompetensi, Benevolensi, dan Orientasi Pemecahan Masalah yang Mempengaruhi Kepercayaan Pasien.....	83
33. Output Uji Multikolinearitas Pengaruh Kompetensi, Benevolensi, dan Orientasi Pemecahan Masalah Dokter spesialis penyakit dalam Terhadap Kepercayaan Pasien.....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	31
2. Paradigma hubungan antar variabel.....	36
3. Diagram Usia Responden.....	53
4. Diagram Pendidikan Terakhir Responden.....	55
5. Diagram lamanya responden menjadi pasien dokter spesialis penyakit dalam.....	56

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik	Halaman
1. Orientasi Pemecahan Masalah Dokter spesialis penyakit dalam di RS Sari Asih...86	
2. Benevolensi Dokter spesialis penyakit dalam di RS Sari Asih Ciledug.....89	

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran

1. Daftar Pertanyaan untuk memperoleh data dalam penyusunan kuesioner
2. Kuesioner Penelitian
3. Karakteristik Responden
4. Analisis Validitas dan Reabilitas
5. Bobot Nilai Jawaban Kuesioner
6. Nilai Rata-rata Jawaban Responden
7. Analisis Regresi Berganda
8. Jadwal Kegiatan Penelitian



