

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 kandungan menurut persepsi pasien dengan mengambil tiga variabel terikat sebagai *antecedent*, yaitu Kompetensi, Benevolensi, dan Orientasi Pemecahan Masalah. Objek penelitian adalah penyedia jasa layanan kesehatan yang ada di Kecamatan Kembangan dan Kebon Jeruk. Populasinya adalah para wanita hamil yang aktif dalam berkonsultasi dengan dokter kandungan. 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.

Dari hasil analisa menunjukkan bahwa kompetensi dokter tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap kepercayaan pada dokter kandungan. 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 : $\hat{Y} = 2,601 + 0,028 X_1 + 0,213 X_2 + 0,234 X_3$. 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 kandungan 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 kandungan perlu memberikan bobot paling besar pada upaya peningkatan kemampuan memecahkan masalah pasien.

