

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

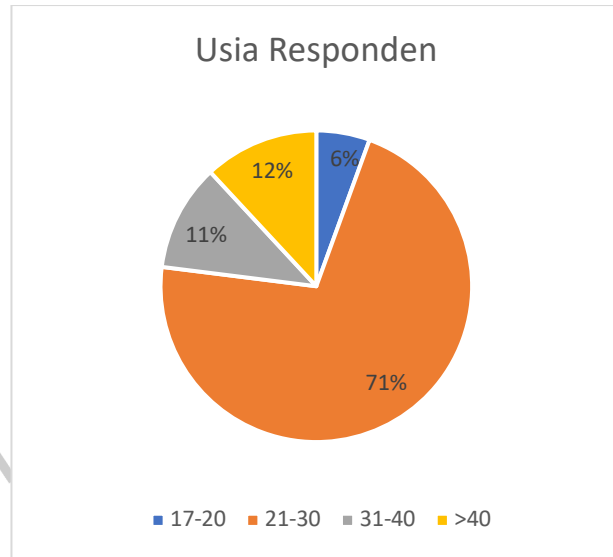
4.1 Hasil Analisis Data

Responden yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 126 responden yang merupakan pengguna jasa dari Rumah Sakit Insan Permat. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2023. Data diperoleh dengan cara menyebarkan pertanyaan dalam bentuk kuesioner untuk memperoleh informasi secara langsung dari responden sesuai dengan obek penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan memberikan nilai sesuai yang telah ditentukan dengan menggunakan skala likert. Peneliti memberikan pilihan jawaban dengan skala 1-5 untuk pertanyaannya masing-masing melalui penjelasan berikut ini : 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N), 4 = Setuju (S), 5 = Sangat Setuju (SS). Dengan adanya keterangan diatas mempermudah calon responden dalam memilih salah satu pertanyaan yang dianggap sesuai dengan apa yang pernah dirasakan dan dialami oleh responden tersebut. Setelah memperoleh data dari responden peneliti melanjutkan pengolahan data dan pengujian instrumen data dari setiap variabel yang hasilnya akan di interpretasikan.

4.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik dari responden pada penelitian ini adalah pengguna jasa Rumah Sakit Insan Permata. Jumlah pengisian kuesioner sebanyak 126 responden yang berpartisipasi pada observasi penelitian berusia 17 sampai dengan 63 tahun. Karakteristik lainnya digambarkan melalui usia dan pekerjaan masing-masing responden. Karakteristiken responden disajikan dalam bentuk tabel berikut ini :

a. Usia Responden

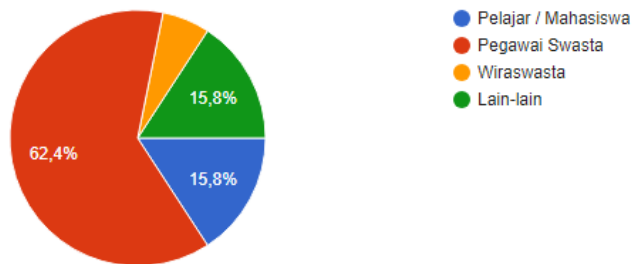


Gambar 4. 1 Diagram Histogram Usia Responden

Sumber : data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan diagram pada gambar 4.1 diatas menunjukan rentang usia responden usia 21-30 tahun dengan presentase sebesar 71% atau sekitar 90 orang, selanjutnya diikuti usia >40 dengan presentase sebesar 12% atau sekitar 15 orang, kemudian usia 31-40 tahun dengan presentase sebesar 11% atau sekitar 14 orang dan terakhir usia 17-20 dengan presentase sebesar 6% atau sekitar 7 orang. Hasil tersebut menunjukan bahwa rentang usia pengguna jasa Rumah Sakit Insan Permata lebih dominan berusia 21-30 tahun.

b. Status Pekerjaan Responden



Gambar 4. 2 Diagram Histogram Pekerjaan Responden

Sumber : data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan diagram 4.2 diatas menunjukkan bahwa status pekerjaan responden adalah para pegawai swasta dengan presentase sebesar 62,4% atau sekitar 80 orang, selanjutnya diikuti oleh pelajar/mahasiswa dan lain lain dengan presentase sebesar 15,8% atau sekitar 20 orang, terakhir wiraswasta dengan presentase sebesar 6% atau sekitar 6 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa status pekerjaan pengguna jasa Rumah Sakit Insan Permata paling dominan adalah pegawai swasta.

4.2 Pengujian Hipoesis

4.2.1 Analisis Deskriptif

1. Hasil Analisis Deskriptif Mutu Pelayanan

Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif Mutu Pelayanan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	126	1	5	3.61	1.233
X1.2	126	1	5	4.05	.928
X1.3	126	1	5	3.74	.922
X1.4	126	1	5	3.83	.939
X1.5	126	1	5	3.97	.995
X1.6	126	1	5	4.10	.937
Valid N (listwise)	126				

Berdasarkan hasil statistik pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebanyak 126 responden memiliki kecenderungan setuju terhadap Mutu Pelayanan (X1). Namun secara keseluruhan responden memiliki jawaban yang beragam terhadap pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner hal ini didukung dengan nilai *standar deviation* yang jauh dari angka 0.

2. Hasil Analisis Deskriptif Citra Merek

Tabel 4. 2 Analisis Deskriptif Citra Merek

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	126	1	5	3.68	1.129
X2.2	126	1	5	3.55	1.157
X2.3	126	1	5	3.72	1.143
X2.4	126	1	5	3.50	1.158
X2.5	126	1	5	3.74	1.021
X2.6	126	1	5	3.91	.921
Valid N (listwise)	126				

Berdasarkan hasil statistik pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebanyak 126 responden memiliki kecenderungan setuju terhadap Citra Merek (X2). Namun secara keseluruhan responden memiliki jawaban yang beragam terhadap pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner hal ini didukung dengan nilai *standar deviation* yang jauh dari angka 0.

3. Hasil Analisis Deskriptif Keseluruhan

Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif Keseluruhan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	126	10	30	23.29	4.207
X2	126	9	30	22.10	4.133
Y	126	9	30	22.23	4.218
Valid N (listwise)	126				

Berdasarkan tabel deskriptif diatas maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Responden (N) berjumlah 126
2. Nilai terkecil (*Minimum*) pada Mutu Pelayanan (X1) = 10, Citra Merek (X2) = 9 dan Kepuasan Konsumen (Y) = 9.
3. Nilai terbesar (*Maximum*) pada Mutu Pelayanan (X1) = 30, Citra Merek (X2) = 30 dan Kepuasan Konsumen (Y) = 30.
4. Rata-rata nilai dari 126 responden atau *mean* pada Mutu Pelayanan (X1) = 23.29, Citra merek (X2) = 22.10 dan Kepuasan Konsumen (Y) = 22.23.
5. *Standar Deviasi* pada Mutu Pelayanan (X1) = 4.207, Citra Merek (X2) = 4.133 dan Kepuasan Konsumen (Y) = 4.218.

4.2.2 Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Mutu Pelayanan

Tabel 4. 4 Uji Validitas Mutu Pelayanan

Kode Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	R Tabel	Keterangan
X1.1	1	0,1460	Valid
X1.2	0,429	0,1460	Valid
X1.3	0,402	0,1460	Valid
X1.4	0,383	0,1460	Valid
X1.5	0,296	0,1460	Valid
X1.6	0,257	0,1460	Valid

Nilai r_{tabel} diperoleh dari signifikansi statistic $df = N - 2$ ($126 - 2$) pada taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,005$) yaitu sebesar 0,1460. Berdasarkan tabel diatas setiap item Mutu Pelayanan memiliki $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Seluruh item memiliki nilai $> 0,1460$ oleh karenanya dapat diartikan bahwa variabel Mutu Pelayanan (X1) pada penelitian ini valid. Maka variabel Mutu Pelayanan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian atau setiap pernyataan yang diajukan pada kuesioner dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Citra Merek

Tabel 4. 5 Uji Validitas Citra Merek

Kode Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	R Tabel	Keterangan
X2.1	1	0,1460	Valid
X2.2	0,183	0,1460	Valid
X2.3	0,179	0,1460	Valid
X2.4	0,282	0,1460	Valid
X2.5	0,260	0,1460	Valid
X2.6	0,342	0,1460	Valid

Nilai r_{tabel} diperoleh dari signifikansi statistic $df = N - 2$ ($126 - 2$) pada taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,005$) yaitu sebesar 0,1460. Berdasarkan tabel diatas setiap item Citra Merek memiliki $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Seluruh item memiliki nilai $> 0,1460$ oleh karenanya dapat diartikan bahwa variabel Citra Merek (X2) pada penelitian ini valid. Maka variabel Citra Merek dapat digunakan sebagai instrumen penelitian atau setiap pernyataan yang diajukan pada kuesioner dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Kepuasan Konsumen

Tabel 4. 6 Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Kode Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	R Tabel	Keterangan
Y1.1	1	0,1460	Valid
Y1.2	0,417	0,1460	Valid
Y1.3	0,479	0,1460	Valid
Y1.4	0,487	0,1460	Valid
Y1.5	0,288	0,1460	Valid
Y1.6	0,201	0,1460	Valid

Nilai r_{tabel} diperoleh dari signifikansi statistic $df = N - 2$ ($126 - 2$) pada taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,005$) yaitu sebesar 0,1460. Berdasarkan tabel diatas setiap item Kepuasan Konsumen memiliki $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Seluruh item memiliki nilai $> 0,1460$ oleh karenanya dapat diartikan bahwa variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada penelitian ini valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Mutu Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.794	6

Berdasarkan data uji reliabilitas diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Mutu Pelayanan adalah 0.794 dimana nilai tersebut $> 0,60$. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa instrumen Mutu Pelayanan dinyatakan handal atau reliabel.

Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Citra Merek

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.698	6

Berdasarkan data uji reliabilitas diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Citra Merek adalah 0.698 dimana nilai tersebut $> 0,60$. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa instrumen Mutu Pelayanan dinyatakan handal atau reliabel.

Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.727	6

Berdasarkan data uji reliabilitas diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Kepuasan Konsumen adalah 0.727 dimana nilai tersebut $> 0,60$. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa instrumen Mutu Pelayanan dinyatakan handal atau reliabel.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari Uji Normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji normalitas ini, peneliti memilih tiga hasil uji yaitu One-Sample Kolmogrov-Smirnov, Histogram dan Normal P-Plot. Tujuan dari ketiga uji tersebut adalah untuk memperjelas apakah data berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 4. 10 Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		126
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0178082
	Std. Deviation	2.49158314
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.049
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Pada tabel diatas uji normalitas memiliki nilai signifikansi 0.200 yaitu nilai sig > 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Data dalam penelitian ini memiliki varian yang sama, maka data layak digunakan. Karena data sudah memenuhi persyaratan pengolahan data untuk melakukan uji hipotesis, maka data diatas dapat digunakan untuk uji hipotesis selanjutnya, yakni dengan menggunakan uji T (parsial).

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 11 Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.210	1.340		1.649	.102		
	X1	.495	.076	.494	6.479	.000	.488	2.049
	X2	.384	.078	.376	4.935	.000	.488	2.049

a. Dependent Variable: Y

Hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing variabel independent memiliki :

1. Mutu Pelayanan (X1)
 - a. Colinearity Tolerance = $0.488 > 0.10$
 - b. VIF = $2.049 < 10$
2. Citra Merek (X2)
 - a. Colinearity Tolerance = $0.488 > 0.10$
 - b. VIF = $2.049 < 10$

Dari tabel diatas bisa diketahui jika nilai *Colinearity Tolerance* dari kedua variabel independent lebih dari 0.10 serta VIF kurang dari 10. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independent dinyatakan tidak terjadi indikasi multikoleniaritas, sehingga data tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 12 Uji Heteroskedastisitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.682	.739		2.277	.025
	X1	-.029	.042	-.089	-.694	.489
	X2	.048	.043	.144	1.124	.263

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Sig. Mutu Pelayanan sebesar 0,489 dan nilai Sig. Citra Merek sebesar 0,263 dengan demikian karena seluruh nilai Sig. lebih besar dari 0,05 (tidak signifikan) maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.4 Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4. 13 Uji Koefisien Korelasi

		X1	X2	Y
X1	Pearson Correlation	1	.716**	.763**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	126	126	126
X2	Pearson Correlation	.716**	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	126	126	126
Y	Pearson Correlation	.763**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	126	126	126

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan nilai r_{hitung} (Pearson Correlations) pada tabel output diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai r_{hitung} pada hubungan Mutu Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0.763 yang mana hasil ini lebih besar dari nilai R_{tabel} yakni 0.1460, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan namun lemah atau korelasi lemah. Dalam penelitian ini variabel Mutu Pelayanan memiliki hubungan serta pengaruh yang lemah dibandingkan Citra Merek (Nanincova, 2019).
2. Nilai r_{hitung} pada hubungan Citra Merek (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0.730 yang mana hasil ini lebih besar dari nilai R_{tabel} yakni 0.1460, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat atau korelasi yang kuat. Dalam penelitian ini variabel Citra Merek memiliki hubungan serta pengaruh kuat dibandingkan Mutu Pelayanan (Nanincova, 2019).

4.3 Uji Hipotesis

a. Uji T

Tabel 4. 14 Uji T

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.210	1.340		1.649	.102
	X1	.495	.076	.494	6.479	.000
	X2	.384	.078	.376	4.935	.000

a. Dependent Variable: Y

Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y begitupun sebaliknya jika nilai $Sig. > 0.05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Pada penelitian ini nilai t_{tabel} diperoleh dengan cara sebagai berikut :

$$t_{tabel} = t \left(\frac{\alpha}{2}; n-k-1 \right)$$

Keterangan :

α = tingkat signifikansi

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

Maka diperoleh hasil :

$$t_{\text{tabel}} = t \left(\frac{\alpha}{2}; n-k-1 \right)$$

$$t_{\text{tabel}} = \left(\frac{0.05}{2}; 126-2-1 \right)$$

$$t_{\text{tabel}} = t (0.025 ; 123)$$

Pada distribusi nilai t_{tabel} angka 123 pada signifikansi 0.025 adalah 1.97944. Maka pada penelitian ini nilai t_{tabel} nya adalah 1.97944. Kemudian berdasarkan tabel diatas maka akan diperoleh hasil uji t hipotesis pada masing-masing variabel dengan penjabaran sebagai berikut :

- a) Uji hipotesis variabel Mutu Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
Variabel Mutu Pelayanan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 6.479 dan t_{tabel} sebesar 1.97944 dan memiliki tingkat signifikansi 0.000 dimana hasil tersebut < 0.05 . Maka dapat disimpulkan bahwa Mutu Pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
- b) Uji hipotesis variabel Citra Merek (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
Variabel Mutu Pelayanan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4.935 dan t_{tabel} sebesar 1.97944 dan memiliki tingkat signifikansi 0.000 dimana hasil tersebut < 0.05 . Maka dapat disimpulkan bahwa Citra Merek (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

b. Uji F

Tujuan dari uji F adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat. Pada uji F jika nilai $\text{Sig.} < 0.05$ atau $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y begitupun sebaliknya. Jika nilai $\text{Sig.} > 0.05$ atau $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Pada penelitian ini nilai f_{tabel} diperoleh dengan cara :

$$f_{\text{tabel}} = f (k : n-k)$$

Keterangan :

k : jumlah variabel X

n : jumlah sampel

Maka diperoleh hasil :

$$f_{\text{tabel}} = f(2 ; 126-2)$$

$$f_{\text{tabel}} = f(2 ; 124)$$

Pada tabel distribusi f_{tabel} bahwa angka 2 ; 124 pada signifikasi 0,05 adalah 3.07. Jadi pada penelitian ini nilai f_{tabel} nya adalah 3.07.

Tabel 4. 15 Uji F

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.651	.646	2.511

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Hasil analisis variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0.651 atau 61,5%. Hal ini menyatakan bahwa kedua variabel bebas yaitu Mutu Pelayanan (X1) dan Citra Merek (X2) memiliki kontribusi secara bersama-sama sebesar 61,5% terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y) dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4. 16 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1448.523	2	724.262	114.828	.000 ^b
	Residual	775.802	123	6.307		
	Total	2224.325	125			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan hasil f diatas nilai f_{hitung} sebesar 114.828 dan f_{tabel} 3.07 dimana nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel Mutu Pelayanan (X1) dan Citra Merek (X2) berpengaruh dengan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ dengan f_{hitung} sebesar $114.828 > f_{tabel}$ 3.07 karena nilai Sig. jauh lebih kecil dibandingkan 0.5 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh Mutu Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Mutu Pelayanan (X1) dan Citra Merek (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

4.4 Pembahasan

Berdasarkan analisis pengujian variabel yang telah dilakukan maka peneliti memperoleh hasil yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t variabel Mutu Pelayanan menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $(6.479 > 1.97944)$ dan nilai signifikan $(0.000 < 0.05)$ yang menunjukkan bahwa variabel Mutu Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dan hipotesis diterima. Sehingga hasil uji t menunjukkan bahwa Mutu Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Sakit Insan Permata.

Dalam penelitian ini responden yang diperoleh sebanyak 126 responden mereka adalah pengguna jasa Rumah Sakit Insan Permata. Responden yang berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini berusia 17- 63 tahun dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Rentang usia yang paling mendominasi dalam penelitian ini berusia 21-30 tahun atau generasi Y dengan presentase sebesar 71% atau sekitar 90 orang. Sedangkan status pekerjaan responden Rumah Sakit Insan Permata adalah pelajar/mahasiswa, pegawai swasta, wiraswasta dan lain-lain. Pekerjaan yang paling mendominasi dalam penelitian ini yaitu pegawai swasta dengan presentase sebesar 62,4% atau sekitar 80 orang.

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa hasil penelitian variabel Mutu Pelayanan memperoleh jawaban responden yang baik. Walaupun memperoleh jawaban responden yang baik, tetapi Rumah Sakit Insan Permata harus tetap memperhatikan dan memperbaiki mutu pelayanan dalam tiga dimensi tujuannya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Pertama dimensi keandalan seperti meningkatkan kenyamanan dan sarana prasana lain menjadi lebih baik, serta meningkatkan kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kedua dimensi daya tanggap seperti meningkatkan ketepatan waktu dalam pelayanan dan memberikan akurasi pelayanan yang lebih baik. Ketiga dimensi jaminan seperti memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mendapatkan pelayanan dan menjaga kerahasiaan informasi konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Rumah Sakit Insan Permata harus mempertahankan dan meningkatkan mutu pelayanannya menjadi lebih baik lagi hal ini bertujuan untuk menghasilkan kepuasan bagi konsumen di masa yang akan datang.

Hasil penelitian ini didukung oleh studi peneliti terdahulu oleh Angelita (2021) studi kasus di Puskesmas Papakelan. Jumlah responden dalam penelitiannya sebanyak 30 dengan rentang usia yang paling mendominasi adalah berusia 14-35 tahun dengan presentase sebesar 67% atau sekitar 20 orang. Sedangkan pekerjaan yang paling mendominasi dalam penelitiannya adalah pegawai swasta dengan presentase sebesar 25,9% atau sekitar 12 orang.

2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t_{tabel} Citra Merek menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu ($4.935 > 1.97944$) dan nilai signifikan ($0.000 < 0.05$) yang menunjukkan bahwa variabel Citra Merek (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dan hipotesis diterima. Sehingga hasil uji t menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Sakit Insan Permata.

Dalam penelitian ini responden yang diperoleh sebanyak 126 responden mereka adalah pengguna jasa Rumah Sakit Insan Permata. Responden yang berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini berusia 17- 63 tahun dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Rentang usia yang paling mendominasi dalam penelitian ini berusia 21-30 tahun atau generasi Y dengan presentase sebesar 71% atau sekitar 90 orang. Sedangkan status pekerjaan responden Rumah Sakit Insan Permata adalah pelajar/mahasiswa, pegawai swasta, wiraswasta dan lain-lain. Pekerjaan yang paling mendominasi dalam penelitian ini yaitu pegawai swasta dengan presentase sebesar 62.4% atau sekitar 80 orang.

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa hasil penelitian variabel Citra Merek memperoleh jawaban responden yang baik. Walaupun memperoleh jawaban responden yang baik, tetapi Rumah Sakit Insan Permata harus tetap memperhatikan dan memperbaiki citra merek dalam tiga dimensi tujuannya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Pertama dimensi sikap dan perilaku seperti mempertahankan *coorporate image* dan *strength image*. Kedua dimensi personalitas merek seperti mempertahankan *user image* dan *favorability image*. Ketiga dimensi asosiasi merek seperti mempertahankan *product image* dan *uniqueness image*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Rumah Sakit Insan Permata harus mempertahankan dan meningkatkan citra merek rumah sakit menjadi lebih baik lagi hal ini bertujuan untuk menghasilkan kepuasan bagi konsumen di masa yang akan datang.

Hasil penelitian ini didukung oleh studi peneliti terdahulu oleh Siti Rodiah (2022) studi kasus di RSUD Budhi Asih. Jumlah responden dalam penelitiannya sebanyak 86 responden dengan rentang usia yang paling mendominasi adalah

berusia 35-49 tahun dengan presentase sebesar 32,6% atau sekitar 28 orang. Sedangkan pekerjaan yang paling mendominasi dalam penelitiannya adalah pegawai swasta dengan presentase sebesar 44,2% atau sekitar 38 orang.

3. Pengaruh Mutu Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji F menunjukkan bahwa Mutu Pelayanan dan Citra Merek menunjukkan hasil secara simultan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Besar pengaruh Mutu Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dengan nilai f hitung sebesar 114.828 oleh karena itu hipotesis diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Mutu Pelayanan dan Citra merek secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Sakit Insan Permata.

Dalam penelitian ini responden yang diperoleh sebanyak 126 responden mereka adalah pengguna jasa Rumah Sakit Insan Permata. Responden yang berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini berusia 17- 63 tahun dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Rentang usia yang paling mendominasi dalam penelitian ini berusia 21-30 tahun atau generasi Y dengan presentase sebesar 71% atau sekitar 90 orang. Sedangkan status pekerjaan responden Rumah Sakit Insan Permata adalah pelajar/mahasiswa, pegawai swasta, wiraswasta dan lain-lain. Pekerjaan yang paling mendominasi dalam penelitian ini yaitu pegawai swasta dengan presentase sebesar 62,4% atau sekitar 80 orang.

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa hasil penelitian variabel Kepuasan Konsumen memperoleh jawaban responden yang baik. Walaupun memperoleh jawaban responden yang baik, tetapi Rumah Sakit Insan Permata harus tetap memperhatikan dan memperbaiki kepuasan dalam tiga dimensi tujuannya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Pertama dimensi pelayanan konsumen rumah sakit harus memberikan pelayanan sesuai harapan konsumen dan memberikan kemudahan dalam pelayanan. Kedua dimensi penilaian pelayanan rumah sakit harus memberikan kecepatan dalam pelayanan dan memberikan fasilitas yang lengkap. Ketiga dimensi perbandingan penilaian seperti mampu merekomendasikan jasa rumah sakit kepada orang lain dan mempertahankan minat

konsumen untuk berkunjung kembali menggunakan jasa rumah sakit. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Rumah Sakit Insan Permata harus mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen menjadi lebih baik lagi hal ini bertujuan untuk menghasilkan kepuasan bagi konsumen di masa yang akan datang.

Hasil penelitian ini didukung oleh peneliti terdahulu oleh Al anfal (2018) studi kasus di RSUD Sundari Medan. Jumlah responden dalam penelitiannya sebanyak 71 responden dengan rentang usia yang paling mendominasi adalah berusia 41-60 tahun dengan presentase sebesar 62% atau sekitar 44 orang. Sedangkan pekerjaan yang paling mendominasi dalam penelitiannya adalah sudah bekerja dengan presentase sebesar 63,4% atau sekitar 45 orang.

