

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAAN PASIEN RAWAT
JALAN (STUDY KASUS DI RSU PERMATA IBU)**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen – Strata 1



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2019

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAAN PASIEN RAWAT
JALAN (STUDY KASUS DI RSU PERMATA IBU)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2019

**THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICES, FACILITIES
AND BRAND IMAGES ON THE SATISFACTION OF STREET
PATIENTS (CASE STUDY IN RSU PERMATA IBU)**

Thesis

Presented As One Of The Conditions For Obtaining A Degree BACHELOR OF
ECONOMICS

Economic Studies Program Management – Strata 1



ECONOMIC FACULTY

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasaan Pasien Rawat Jalan Pada *Rumah Sakit Umum Permata Ibu Tangerang*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen yang mengunjungi *Rumah Sakit Umum Permata Ibu* dan sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kausal. Teknik sampling menggunakan teknik sampling insidental. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan Uji Validitas, Uji Normalitas, Uji Deskriptif, Uji Reabilitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Auto Korelasi, Uji Korelasi, Uji Linier Berganda, Uji F (Simultan), Uji T (Parsial) dan Uji Koefisien Determinasi dengan bantuan Software SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara Simultan (uji F) variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2) dan Citra Merek (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasaan Pasien (Y). Secara Parsial (uji T) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasaan Pasien (Y). Dan Variabel Fasilitas (X_2) dan Citra Merek (X_3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasaan Pasien (Y). Dan kontribusi semua variabel bebas Adjusted R^2 sebesar 64,0% terhadap Kepuasaan Pasien (Y). Sedangkan sisanya sebesar 36 % dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Citra Merek.*

ABSTRACT

This research aims to know the influence of the quality of service, facilities, And brand image Against our satisfaction Outpatients At Genera Permata Ibl Hospital Tangerang. The type of research used is associative research. The population in this research the entire consumers who visited the Permata Ibu General Hospital samples this study amounts to 100 respondents. This research methodology using causal methods. Sampling sampling techniques using incidental. Data collection method using primary data and secondary data. Methods of data analysis used in this study is the analysis of multiple linear regression with Test validity, the test of Normality, Descriptive Test, test Reabilitas, Multicollinearity Test, test, test Heteroskedastisitas Auto correlation, Correlation, Linear Test Test The F-test, multiple (Simultaneous), test T (Partial) and the determination of the Coefficient of the test with the help of SPSS Software 22. The results showed that simultaneously (FR F) variable service quality (X 1), facilities (X 2) and brand image (X 3) effect significantly to our satisfaction the patient (Y). Partially (T-test) shows that there is significant influence between the variable quality of service (X 1) towards the satisfaction of the patient (Y). And variables (x 2) Facilities and brand image (X 3) have no effect partially against our satisfaction patients (Y). And the contribution of all free variables Adjusted R² of 64.0% against our satisfaction patients (Y). While the rest of 36% is explained by factors or other variables is unknown and is not included in this research.

Keywords: *quality of service, facilities, and brand image.*