

HUBUNGAN ANTARA *SERVICESCAPE* DENGAN KEPUASAN PELANGGAN FARMASI RSUD KOTA BOGOR

Mujito

Dosen Program Studi Manajemen, STIE Dewantara
Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III, Karadenan, Cibinong, Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia
Email: ditojeeto911@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out and analyze the influence of ambient condition, design factor, and social factors, together on the customer satisfaction of Bogor City Hospital. This research will be conducted at the Regional General Hospital (RSUD) of Bogor City. The population of this study was the Pharmacy patients of RSUD Kota Bogor, with the condition of patients who had more than twice or more treated and took drugs in the Pharmacy Installation of RSUD Kota Bogor, namely as many as 340. In this study the number of samples taken amounted to 184 with Slovin formula. Data analysis using linear regression with the help of the SPSS program. The results showed (1) there was a positive and significant ambient condition effect on customer satisfaction with the value of t calculated ambient condition = 2.176 greater than the value of t table 1.972, with a significance value of $0.031 < 0.05$. (2) There is a positive and significant influence of the design factor on customer satisfaction with the value of t calculated design variable factor = 11.255 greater than the value of t table 1.972, with a significance value of $0.000 < 0.05$. (3) There is a positive and significant social factor variable on customer satisfaction with the value of t counted social factor variable = 7.466 greater than the value of t table 1.972, with a significance value of $0.000 < 0.05$. (4) There is a positive and significant influence of variable conditions, design factors, and social factors together on customer satisfaction with a calculated F value of $48,493 > F$ table 2,653.

Keywords: *Servicescape, Customer Satisfaction, RSUD Kota Bogor.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *ambient condition*, *desain factor*, dan *social factor*, secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan RSUD Kota Bogor. Penelitian ini akan dilaksanakan di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Kota Bogor. Populasi penelitian ini adalah pasien Farmasi RSUD Kota Bogor, dengan kondisi pasien yang sudah lebih dari dua kali atau lebih berobat dan mengambil obat di Instalasi Farmasi RSUD Kota Bogor, yaitu sebanyak 340. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang di ambil berjumlah 184 dengan rumus slovin. Analisis data menggunakan regresi linear dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *ambient condition* terhadapkepuasan pelanggan dengan nilai t hitung variable *ambient condition*= 2.176 lebih besar dari nilai t tabel 1,972, dengan nilai signifikansi $0,031 < 0,05$. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *desain factor* terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung variabel *desain factor* = 11.255 lebih besar dari nilai t tabel 1,972, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan variable *social factor* terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung variabel*social factor* = 7.466 lebih besar dari nilai t tabel 1,972, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *ambient condition*, *desain factor*, dan *social factor* secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung $48.493 > F$ table 2,653.

Kata kunci: *Servicescape, Kepuasan Pelanggan, RSUD Kota Bogor.*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rumah sakit merupakan organisasi dengan kompleksitas yang sangat tinggi.

Sering kali rumah sakit diistilahkan sebagai organisasi yang padat modal, padat sumber daya manusia, padat teknologi, padat ilmu pengetahuan dan padat regulasi (Salimah,

2009). Kondisi yang demikian membuat rumah sakit membutuhkan sistem manajemen dan pelayanan yang baik untuk bisa berkembang menjadi institusi yang memiliki daya saing dan kepekaan terhadap kebutuhan pasien sebagai konsumen terbesar di rumah sakit. Buruknya manajemen dan pelayanan jasa kesehatan yang diberikan rumah sakit kepada pasien sudah sejak lama disadari mengakibatkan banyak kerugian baik bagi rumah sakit maupun bagi pasien.

Meningkatnya kunjungan pasien yang ada di RSUD Kota Bogor, maka Rumah Sakit pun harus meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pasien. Tetapi ketidakpuasan banyak sekali ditemukan pada Instalasi Farmasi karena keterlambatan pemberian obat. Instalasi Farmasi dengan keterbatasan apoteker yang dimiliki dan ruangan yang kurang memadai maka akan mempengaruhi kecepatan pemberian obat. Dengan kurang dilakukannya seleksi pada penerimaan pegawai, maka Sumber Daya Manusia yang dimilikinya banyak sekali kekurangan yang mengakibatkan keterlambatan dalam menyiapkan obat. Adapun hasil survey kepuasan pelanggan yang dilakukan pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2018 :

Tabel 1. Jumlah Hasil Kepuasan Pelanggan Farmasi tahun 2017 – 2018

TAHAP I (Feb-Mar 2017)					
PUAS		TIDAK PUAS		TOTAL	
Jml	(%)	Jml	(%)	Jml	(%)
148	59	103	41	251	100
TAHAP II (Juli 2017)					
PUAS		TIDAK PUAS		TOTAL	
Jml	(%)	Jml	(%)	Jml	(%)
93	37.1	158	62.9	251	100
Aug-17					
PUAS		TIDAK PUAS		TOTAL	
Jml	(%)	Jml	(%)	Jml	(%)
143	71.5	57	28.5	200	100
Feb-18					
PUAS		TIDAK PUAS		TOTAL	
Jml	(%)	Jml	(%)	Jml	(%)
243	70.2	103	29.8	346	100

Sumber: LKPJ RSUD Kota Bogor tentang Survey Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel 1. jumlah hasil kepuasan pelanggan Farmasi pada tahun 2018 mengalami penurunan dari tahun 2017. Menurut LPPD RSUD Kota Bogor dengan Tipe Rumah Sakit B dan sudah terakreditasi Paripurna, maka Kepuasan Pelanggan harus mencapai target yang ditentukan. Target yang ditentukan dari Akreditasi Rumah Sakit tipe B tahun 2017 adalah sebesar 82%. Instalasi Farmasi tidak mencapai target yang ditentukan oleh ketentuan yang berlaku. Sedangkan untuk Instalasi lainnya sudah mencapai target yang ditentukan. Banyak yang harus diperhatikan dari kurangnya kepuasan pelanggan yang ada di Instalasi Farmasi. Terutama untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanannya. Sehingga masyarakat merasa sebagai seorang raja, maka harus dilayani dengan baik”. Faktor manusia sebagai pemberi pelayanan terhadap publik dalam organisasi dianggap sangat menentukan dalam menghasilkan pelayanan yang berkualitas.

Banyaknya komplain yang mengakibatkan penurunan kepuasan pelanggan. Maka banyak hal yang harus diperhatikan dalam analisis yang ada di Instalasi Farmasi. Dengan menyediakan obat yang terstandarisasi dan penambahan Sumber Daya Manusia maka keterlambatan yang ada di Instalasi Farmasi dapat dimaksimalkan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini:

1. Masih terdapat banyak keluhan terhadap pelayanan Farmasi RSUD Kota Bogor.
2. Terjadi penurunan kepuasan pelanggan pada Farmasi RSUD Kota Bogor.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini memiliki arah yang jelas dan hasilnya bermanfaat, maka

penulis membatasi masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Variabel yang dibahas dalam penelitian ini adalah pengaruh *servicescape* yang meliputi : *ambient condition*, *desain factor* dan *social factor* terhadap kepuasan pelanggan di Instalasi Farmasi Rawat Jalan RSUD Kota Bogor
2. Unit analisis adalah Pasien Instalasi Farmasi Rawat Jalan RSUD Kota Bogor

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *ambient condition* terhadap kepuasan pelanggan RSUD Kota Bogor?
2. Bagaimana pengaruh *desain faktor* terhadap kepuasan pelanggan RSUD Kota Bogor?
3. Bagaimana pengaruh *social factor* terhadap kepuasan pelanggan RSUD Kota Bogor?
4. Bagaimana pengaruh *ambient condition*, *desain factor*, dan *social factor* terhadap kepuasan pelanggan RSUD Kota Bogor?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukan penulis untuk penelitian ini berdasarkan rumusan masalah, diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *ambient condition* terhadap kepuasan pelanggan RSUD Kota Bogor.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *desain factor* terhadap kepuasan pelanggan RSUD Kota Bogor.
3. Untuk mengetahui pengaruh *social factor* terhadap kepuasan pelanggan RSUD Kota Bogor.
4. Untuk mengetahui pengaruh *ambient condition*, *desain factor*, dan *social*

factor, secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan RSUD Kota Bogor?

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hakikat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan (Lupiyoadi. 2001:192).

Faktor Yang mempengaruhi kepuasan :

1. Kualitas produk;
2. Kualitas pelayanan atau jasa,
3. Emosi,
4. Biaya.

Berdasarkan teori di atas maka dapat disintesis bahwa kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan dari kesesuaian kinerja dari apa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Indikator dari kepuasan pelanggan adalah:

1. Persepsi pelanggan terhadap layanan,
2. dukungan layanan dan sistem,
3. pengalaman menggunakan layanan,
4. faktor situasi dan faktor pribadi dari pelanggan.

2.2 Hakikat Servicescape

Menurut Fitzsimmons (2011) *servicescape* dibagi menjadi tiga dimensi yaitu :

1. *Ambient condition* didefinisikan sebagai dimensi yang berhubungan dengan daya tarik estetika. Hal ini meliputi suhu, kualitas udara, suasana dan bau.
2. *Spatial layout and functionality* meliputi penempatan peralatan, furniture, ukuran, bentuk dan jarak antar yang satu dan yang lain. Hal ini dapat mempengaruhi kenyamanan pelanggan. Dengan penempatan segala peralatan dan perabotan yang rapi dan sesuai diharapkan pelanggan merasa nyaman.

3. *Signs, symbols, artifacts* merupakan dekorasi dan lambang yang digunakan untuk berkomunikasi dan meningkatkan citra tertentu, suasana hati pelanggan atau untuk tujuan yang diinginkan.

Dengan dekorasi yang indah dapat membuat pelanggan nyaman. Lambang juga digunakan untuk memberikan pesan singkat kepada pelanggan dan memudahkan pelanggan mendapatkan apa yang mereka cari.

Berdasarkan teori diatas maka dapat disintesis bahwa *servicescape* adalah fasilitas fisik dalam pelayanan yang di desain untuk kebutuhan pasien untuk mempengaruhi perilaku pelanggan dan memuaskan pelanggan dimana desain fasilitas fisik akan memberikan dampak yang positif terhadap pelanggan. Indikator dari kepuasan pelanggan adalah :

1. *Ambient Condition*,
2. *Spatial Layout & Functionality*,
3. *Sign, Symbols & Atifacts*.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Kota Bogor terhadap pasien Farmasi yang berada di lingkungan RSUD Kota Bogor Jl. Dr. Sumeru no. 120 Bogor Barat. Pelaksanaan penelitian dilakukan bulan Agustus sampai dengan bulan Desember 2018.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini diarahkan untuk menganalisis dan mendeskripsikan data secara mendalam tentang pengaruh antara *Servicescape* terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Farmasi RSUD Kota Bogor. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah dua variable bebas dan satu variable terikat. Sebagai variabel bebas adalah *servicescape* yang terdiri dari *ambient condition* (X1), *desain factor* (X2) dan *social factor* (X3) sedangkan kepuasan pelanggan sebagai variable terikat (Y).

Kegiatan yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dikatakan sebagai upaya untuk menggambarkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat di Farmasi RSUD Kota Bogor.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pasien Farmasi RSUD Kota Bogor, dengan kondisi pasien yang sudah lebih dari dua kali atau lebih berobat dan mengambil obat di Instalasi Farmasi RSUD Kota Bogor, yaitu sebanyak 340. Jumlah populasi tersebut adalah jumlah rata-rata pasien yang mengambil obat di Farmasi RSUD Kota Bogor selama tahun 2017. Sampel dalam penelitian ini ditetapkan dari hasil penarikan sampel secara acak (*Proportional Random Sampling*). Untuk mendapatkan jumlah sampel yang minimal digunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N (5\%)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e² : Tingkat Kesalahan (5%)

Berdasarkan formula tersebut, diperoleh jumlah responden sebagai berikut:

$$n = \frac{340}{1 + 340 \cdot (0,05)^2} = \frac{340}{1 + 0,85} = \frac{340}{1,85} = 183,78 \text{ dibulatkan } 184$$

3.4 Instrumen Penelitian

3.4.1 Kisi-kisi Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 2. Kisi – kisi Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan		Jumlah
		Positif	Negatif	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pengalaman sebelumnya	1, 4, 5	2, 3	5
	Kebutuhan pribadi	8, 9, 10	6, 7	5
	Informasi pasien	11, 12, 13, 14,	15	6

		16		
	Manfaat	17, 18, 20, 21	19	5
	Emosi	22, 24, 25, 27	23, 26	6
	Potensi Pendapatan	28, 29, 30, 31, 32	33	6
JUMLAH		24	9	33

3.4.2 Kisi-kisi Instrumen Variabel Servicescape

Sebaran butir instrumen yang disusun berdasarkan indikator *Servicescape* dapat dilihat pada tabel.

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Variabel Servicescape

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan		Jumlah
			Positif	Negatif	
Service escape (Lingkungan Jasa)	Ambient Condition	Temperatur	2, 4, 6, 8, 10, 11, 12	1, 3, 5, 7, 9	12
		Kualitas udara			
		Kebisingan Aroma Pencahayaannya			
Desain Factor (X2)	Desain	Tata Letak	13, 14, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 2, 26	15, 17,	13
		Zoning			
		komoditi Mesin & peralatan			
Social Factor (X3)	Social	1. Tanda	27, 28, 29, 30, 32, 33	31	7
		2. Papan informasi			
		3. Dekorasi			
JUMLAH			25	8	33

3.5 Kalibrasi Instrumen

Untuk menguji validitas dan reabilitas, instrument Kepuasan Pelanggan diuji cobakan kepada 30 orang pasien yang mengambil obat di Farmasi RSUD Kota Bogor di luar sampel penelitian, melalui pengambilan sampel secara acak.

3.5.1 Pengujian Validitas

Hasil uji validasi menunjukkan bahwa dari 40 pertanyaan instrumen variable servicescape diperoleh 33 butir pertanyaan valid dan 7 butir pertanyaan tidak valid,

yaitu pertanyaan nomor 4, 8, 11, 16, 24, 28, dan 35.

3.5.2 Pengujian Reabilitas

Uji Reabilitas dapat dihitung dengan bantuan software SPSS for windows. Jika dari hasil perhitungan computer tersebut mendapatkan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70 maka instrument dinyatakan cukup reliabel.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Persyaratan Analisis

Persyaratan analisis adalah data berada pada sebaran normal dan variabel independen/bebas (X_1) dan (X_2) homogen terhadap variabel dependen/terikat (Y). Uji persyaratan analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari

1. Uji Normalitas Galat Baku Taksiran
2. Uji Homogenitas

3.6.2 Uji Hipotesis Data Statistik

- a. Uji Regresi Sederhana
- b. Uji Regresi Berganda
- c. Uji Korelasi Sederhana
- d. Uji Korelasi Berganda
- e. Uji Koefisien Determinasi
- f. Analisis Korelasi Parsial

3.6.3 Hipotesis Statistik

a. Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial)

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005: 85) :

1. Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel.
 - Apabila t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
 - Apabila t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$) dengan nilai df (*degree of freedom*),

2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.
 - Apabila angka probabilitas signifikansi $>$ 0,05, maka H_0

diterima dan H_1 ditolak.

- Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b. Uji F (Uji Hipotesis Secara Simultan)

Pada uji ini berlaku ketentuan sebagai berikut :

- Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak.
- Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

3.6.3.1 Hipotesis Pertama

$H_0 : \rho_{y1} < 0$ Tidak terdapat pengaruh *ambient condition* terhadap pelanggan farmasi RSUD Kota Bogor.

$H_1 : \rho_{y1} > 0$ Terdapat pengaruh positif *ambient condition* terhadap kepuasan pelanggan farmasi RSUD Kota Bogor.

3.6.3.2 Hipotesis Kedua

$H_0 : \rho_{y2} < 0$ Tidak terdapat pengaruh positif *desain factor* terhadap kepuasan pelanggan farmasi RSUD Kota Bogor

$H_1 : \rho_{y2} > 0$ Terdapat pengaruh positif *desain factor* terhadap kepuasan pelanggan farmasi RSUD Kota Bogor

3.6.3.3 Hipotesis Ketiga

$H_0 : \rho_{y3} < 0$ Tidak terdapat pengaruh positif *social factor* terhadap kepuasan pelanggan farmasi RSUD Kota Bogor

$H_1 : \rho_{y3} > 0$ Terdapat pengaruh positif *social factor* terhadap kepuasan pelanggan farmasi RSUD Kota Bogor

3.6.3.4 Hipotesis Keempat

$H_0 : \rho_{y4} < 0$ Tidak terdapat pengaruh positif *ambient condition*, *desain factor* dan *social factor* terhadap kepuasan pelanggan farmasi RSUD Kota Bogor.

$H_1 : \rho_{y4} > 0$ Terdapat pengaruh positif *ambient condition*, *desain factor* dan *social factor* secara bersama-sama

terhadap kepuasan pelanggan farmasi RSUD Kota Bogor.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Normalitas Data

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Variabel *Servicescape* (X)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Servicescape
N		184
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	128,2663
	Std. Deviation	12,81050
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,061
	Negative	-,041
Test Statistic		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,189 ^c

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Kepuasan Pelanggan
N		184
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	134,3152
	Std. Deviation	14,44714
Most Extreme Differences	Absolute	,057
	Positive	,036
	Negative	-,057
Test Statistic		,057
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi (*asymp. Sig 2-tailed*) untuk variabel lai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa distribusi data variabel dinyatakan normal.

4.2 Uji Linieritas

Tabel 6. Hasil Uji Linieritas *Servicescape* (X) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	21153,546	50	423,071	3,302	0
Kepuasan Pelanggan * Servicescape	Between Groups	12802,878	1	12802,878	99,916	0
	Linearity	8350,668	49	170,422	1,33	0,103
	Deviation from Linearity					
	Within Groups	17042,172	133	128,137		
	Total	38195,717	183			

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi pada *Linearity* sebesar 0,769 pada *Deviation from Linearity* untuk hubungan antara variabel *servicescape* (X_1) dengan kepuasan pelanggan (Y). Nilai signifikansi $0,103 > 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa antara variabel *servicescape* (X_1) dengan kepuasan pelanggan (Y) terdapat hubungan yang linier.

4.3 Pengujian Hipotesis

Tabel 7. Pengaruh *Ambient Condition* (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,159 ^a	,025	,020	14,30193

a. Predictors: (Constant), *AmbientCondition*

b. Dependent Variable: *KepuasanPelanggan*

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,159, hal ini menunjukkan bahwa hubungan *ambient condition* dengan kepuasan pelanggan berada pada kriteria hubungan yang rendah sebesar 0,159.
- Kontribusi *ambient condition* (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

dihitung berdasarkan nilai koefisien determinasi atau nilai *R Square* (R^2) x 100%. Berdasarkan hasil tersebut di atas diketahui nilai *R Square* = 0,025, Hal ini berarti bahwa *ambient condition* (X_1) membentuk kontribusi sebesar 2.5% terhadap kepuasan pelanggan (Y).

- Pengaruh *ambient condition* dengan kepuasan pelanggan membentuk persamaan regresi seperti tampak pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 8. Hubungan Fungsional *Ambient Condition* (X_1) Dengan Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	104,637	13,680		7,649	,000
<i>AmbientCondition</i>	,606	,278	,159	2,176	,031

a. Dependent Variable: *KepuasanPelanggan*

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan uji regresi seperti yang terlihat pada tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 104.637 + 0,06X$.

Tabel 9. Keberartian Model Hubungan Fungsional Variabel *Servicescape* (X_1) dengan Variabel Kepuasan pelanggan (X_2)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	968,485	1	968,485	4,735	,031 ^b
	Residual	37227,232	182	204,545		
	Total	38195,717	183			

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel ANOVA di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 4.735 dengan nilai *Sig.* 0,31. Sedangkan nilai F table

untuk sampel yang berjumlah 184 dengan taraf signifikansi 5% (0,05) adalah 2,653. Berdasarkan ketentuan hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai F hitung $> F$ table dengan signifiansi $< 0,05$. Dengan demikian hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung $4.735 > F$ table 2.653. Hal ini berarti membuktikan persamaan regresi di atas signifikan dengan variabel *ambient condition* dapat dipergunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

Tabel 10. Pengaruh *Desain Factor* (X_2) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641 ^a	,410	,407	11,12403

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan table di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,641, hal ini menunjukkan bahwa hubungan *desain factor* dengan kepuasan pelanggan berada pada kriteria hubungan yang kuat sebesar 0,641.
- Kontribusi *desain factor* (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dihitung berdasarkan nilai koefisien determinasi atau nilai *R Square* (R^2) x 100%. Berdasarkan hasil tersebut di atas diketahui nilai *R Square* = 0,410, Hal ini berarti bahwa *desain factor* (X_2) membentuk kontribusi sebesar 41.0% terhadap kepuasan pelanggan (Y).
- Pengaruh *desain factor* dengan kepuasan pelanggan membentuk persamaan regresi.

Tabel 11. Pengaruh *Desain Factor* (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	64,264	6,278		10,236	,000
DesainFactor	1,309	,116	,641	11,255	,000

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan uji regresi seperti yang terlihat pada tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 64.264 + 1.309X$.

Tabel 12. Keberartian Model Hubungan Fungsional Variabel *Desain Factor* (X_2) dengan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	15674,283	1	15674,283	126,667	,000 ^b
Residual	22521,434	182	123,744		
Total	38195,717	183			

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel ANOVA di atas di peroleh nilai F hitung sebesar 126.667 dengan nilai *Sig.* 0,000. Sedangkan nilai F table untuk sampel yang berjumlah 184 dengan taraf signifikansi 5% (0,05) adalah 2,653. Berdasarkan ketentuan hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai F hitung $> F$ table dengan signifiansi $< 0,05$. Dengan demikian hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung $126.667 > F$ table 2,672. Hal ini berarti membuktikan persamaan regresi di atas signifikan dengan variabel *desain factor* dapat dipergunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

Tabel 13. Pengaruh Social Factor (X₃) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,484 ^a	,234	,230	12,67504

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,484, hal ini menunjukkan bahwa hubungan *social factor* dengan kepuasan pelanggan berada pada kriteria hubungan yang sedang sebesar 0,484.
- Kontribusi *social factor*(X₃) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dihitung berdasarkan nilai koefisien determinasi atau nilai *R Square* (R²) x 100%. Berdasarkan hasil tersebut di atas diketahui nilai *R Square* = 0,234, Hal ini berarti bahwa *social factor*(X₃) membentuk kontribusi sebesar 23.4% terhadap kepuasan pelanggan (Y).
- Pengaruh *social factor* terhadap kepuasan pelanggan membentuk persamaan regresi

Tabel 14. Pengaruh Social Factor (X₂) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	96,102	5,203		18,472	,000
SocialFactor	1,484	,199	,484	7,466	,000

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan uji regresi seperti yang terlihat pada tabel di atas diperoleh

persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 96.102 + 1.484 X$.

Tabel 15. Keberartian Model Hubungan Fungsional Variabel Social Factor (X₃) dengan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8956,2	1	8956,205	55,747	,000 ^b
	Residual	29240	182	160,657		
	Total	38196	183			

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel ANOVA di atas di peroleh nilai F hitung sebesar 55.747 dengan nilai Sig.0,000. Sedangkan nilai F table untuk sampel yang berjumlah 184 dengan taraf signifikansi 5% (0,05) adalah 2,653. Berdasarkan ketentuan hipotesis bahwa Ho ditolak dan Ha diterima jika nilai F hitung > F table dengan signifikansi < 0,05. Dengan demikian hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung 55.747 > F table 2,672. Hal ini berarti membuktikan persamaan regresi di atas signifikan dengan variabel *social factor* dipergunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

Tabel 16. Pengaruh Ambient Condition (X₁), Desain Factor (X₂) dan Social Factor (X₃) Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,669 ^a	,447	,438	10,83292

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,669, hal ini menunjukkan bahwa hubungan *Ambient Condition* (X₁),

Desain Factor (X_2) dan Social Factor (X_3) secara bersama-sama dengan kepuasan pelanggan berada pada kriteria hubungan yang kuat sebesar 0,669.

- b. Kontribusi Ambient Condition (X_1), Desain Factor (X_2) dan Social Factor (X_3) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) dihitung berdasarkan nilai koefisien determinasi atau nilai Adjusted R Square (R^2) x 100%. Berdasarkan hasil tersebut di atas diketahui nilai Adjusted R Square (R^2)=0,438, Hal ini menunjukkan bahwa 43.8% kepuasan pelanggan farmasi RSUD Kota Bogor dipengaruhi oleh Ambient Condition (X_1), Desain Factor (X_2) dan Social Factor (X_3) sedangkan sisanya 56.2%, kepuasan pelanggan farmasi RSUD Kota Bogor dipengaruhi oleh faktor lain yang dalam penelitian ini tidak dibahas.
- c. Kontribusi Ambient Condition (X_1), Desain Factor (X_2) dan Social Factor (X_3) secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan membentuk persamaan regresi seperti tampak pada tabel 15 berikut ini;

Tabel 17. Pengaruh Ambient Condition (X_1), Desain Factor (X_2) dan Social Factor (X_3) Secara Bersama-Sama Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	85,530	10,553		8,104	,000
Ambient Condition	-,641	,237	-,168	-2,702	,008
Desainfactor	1,223	,148	,599	8,293	,000
SocialFactor	,571	,218	,186	2,620	,010

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda seperti tampak pada tabel di atas

diperoleh persamaan regresi yaitu: $Y = 85.530 - 0,641X_1 + 1.223X_2 + 0.571X_3$. Nilai koefisien regresi dari variabel di atas menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai pada koefisien variabel bebas (X), maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y) itu sebaliknya.

Tabel 18. Hasil Uji Hipotesis Keberartian Model Hubungan Fungsional Antara Ambient Condition (X_1), Desain Factor (X_2) dan Social Factor (X_3) Secara bersama-sama dengan Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17072,347	3	5690,782	48,493	,000 ^b
	Residual	21123,370	180	117,352		
	Total	38195,717	183			

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel ANOVA di atas di peroleh nilai F hitung sebesar 48.493 dengan nilai Sig.0,000. Sedangkan nilai F table untuk sampel yang berjumlah 184 dengan taraf signifikansi 5% (0,05) adalah 2,653. Berdasarkan ketentuan hipotesis bahwa Ho ditolak dan Ha diterima jika nilai F hitung > F table dengan signifiansi < 0,05. Dengan demikian hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung $48.493 > F$ table 2,653. Hal ini berarti membuktikan persamaan regresi di atas signifikan dengan variabel Ambient Condition (X_1), Desain Factor (X_2) dan Social Factor (X_3) dapat dipergunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dalam penelitian ini diperoleh beberapa kesimpulan antara lain:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *ambient condition* terhadap kepuasan pelanggan
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *desain factor* terhadap kepuasan pelanggan
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *variable social factor* terhadap kepuasan pelanggan
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *ambient condition*, *desain factor*, dan *social factor* secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil penelitian tentunya memberikan informasi sangat penting bagi pihak perusahaan agar perusahaan dapat semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. Upaya peningkatan kepuasan pelanggan melalui *servicescape*. Implikasi manajerial yang dapat diberikan kepada Rumah Sakit adalah untuk meningkatkan *servicescape*, Rumah Sakit dapat memberikan pelatihan, motivasi, dan arahan kepada pegawai farmasi agar memberikan pelayanan yang ramah, sopan tanggap dalam melayani pasien, dapat memahami keinginan dan kebutuhan pasien. Rumah Sakit juga hendaknya menciptakan suasana yang kondusif dan nyaman bagi pasien agar pasien merasa senang dan nyaman pada saat mengambil obat, sehingga hubungan sesama pasien dan hubungan pasien dengan karyawan berjalan harmonis. *Ambient condition* dapat dimaksimalkan agar pasien nyaman berada di farmasi untuk mengambil obat.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian penulis dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Rumah Sakit sebaiknya mempertahankan dimensi-dimensi dari *servicescape* dan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi kebutuhan dan

kenyamanan pasien. Agar pasien merasa nyaman dan aman pada saat menunggu obat.

2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mencari asumsi-asumsi lain yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan selain *servicescape*, misalnya kualitas pelayanan dan sebagainya.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Baines, Paul., Chris Fiil & Kelly Page. 2011. *Marketing*. New York: Oxford University Press
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media. Pp.127
- Fitzsimmons, 2011. *Service Marketing: Service Management "Operations, Strategy, Information Technology*.
- Fitzsimmons, James A. 2014. *Service management: operations, strategy, information technology* / James. New York: McGraw Hill. Pp. 144-145
- Flora Han, 2000. *Kualitas Layanan*
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Metode Penelitian Riset*. Jakarta: Gramedia.
- Hendy Irawan. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Erlangga. Jakarta. Pp.37
- Hightower, R, Shariat, M. 2009. *Servicescape's Hierarchical Factor Structure Model*. Global Riview of Business and Economic Research, Vol. 5 No. 2, pp. 375-398
- Kotler, P. 2000, *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, pp. 438-440

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane.2009. Manajemen Pemasaran.Edisi 12.Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Keller.2009. Manajemen Pemasaran.Edisi 12.Jilid 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Terjemahan oleh Bob Sabran. 2008. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Lovelock, C., Wirtz, J., and Mussry, J. 2010. *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Jilid 2. Terjemahan oleh Wulandari Dian. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Lumentut L Faris. 2014. Fasilitas, Servicescape, Dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen MCDONALDS MANADO. www.google.com
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Manopo Ferninda. 2013. Kualitas Pelayanan, Dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Grand Puri Manado. www.google.com
- Pratama Putra Meika. 2015. Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Roti Gempol dan Kopi Anjis Cabang Jalan Bengawan Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithml, Valarie, and Berry, Leonard. 2009. *Service Marketing*. New York : McGraw Hill