



DOI: <https://doi.org/10.38035/jhesm.v2i3>

Received: 26 Mei 2024, Revised: 28 Juni 2024, Publish: 29 Juli 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Pengaruh Pemasaran dan Komitmen Tentang Kepuasan Pelanggan di Klinik THT Rumah Sakit Tk Ii 03.05.01 Dustira Kota Cimahi

Jajang Nurul Hidayah F<sup>1</sup>, Agus Mulyana<sup>2</sup>, Feby Febrian<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universitas Winaya Mukti, Jawa Barat, Indonesia, [febunwim@gmail.com](mailto:febunwim@gmail.com)

<sup>2</sup> Universitas Winaya Mukti, Jawa Barat, Indonesia, [amalagusmulyana@gmail.com](mailto:amalagusmulyana@gmail.com)

<sup>3</sup> Universitas Winaya Mukti, Jawa Barat, Indonesia, [obelix9008@gmail.com](mailto:obelix9008@gmail.com)

Corresponding Author: [amalagusmulyana@gmail.com](mailto:amalagusmulyana@gmail.com)<sup>2</sup>

**Abstract:** The purpose of this study departs from the problems that occur in the Clinic ENT Clinic Tk II Hospital 03.05.01 Dustira Cimahi City. The purpose of this research related to Marketing and Commitment to Customer Satisfaction, because there are still employees who do not understand a professional service. Professional. The research method used is a quantitative approach correlational approach to find the Relationship between Marketing and Commitment with Consumer Satisfaction at the ENT Clinic of TK II Hospital 03.05.01 Dustira City Cimahi, how to collect data using saturated sampling technique of 11 respondents. The research instrument is in the form of a questionnaire containing statements to respondents with the Likert scale method using the theory from Sugiono (2014). Based on data calculations of respondents' responses to Work Discipline, responses are in the good criterion (70%), responses to Professionalism is in the good criterion (68%), while on Employee Performance is also in the good criterion (70%). Employees are also in the good criterion (67%). The results of the correlation analysis calculation, there is a large influence with a value of 0.5 between variable X and variable Y. value of 0.5 between variable X and variable Y. Determination analysis shows that the that it is known that the coefficient of determination is found in the Adjusted R value Square value of 0.742, this means that the ability of the independent variables to explain the dependent variable is 74.2%. explain the dependent variable is 74.2% the remaining 26.8% of the explanation is a variable that affects but is not tested, then the results of the correlation coefficient test state that H0 is rejected and the correlation coefficient is not tested. Correlation coefficient test results state that H0 is rejected and H1 is accepted. Based on the results of the analysis of the discussion in this thesis, it is necessary to various actions should be taken to further enhance the role of Satisfaction and to improve or increase the Marketing and Commitment of the ENT Clinic Hospital Tk II 03.05.01 Dustira Cimahi City. Thus it can be concluded that there is an Effect of Marketing and Commitment to Customer Satisfaction at the ENT Clinic of the Tk Hospital II 03.05.01 Dustira Cimahi.

**Keywords:** Work Motivation, Professionalism and Employee Performance and Service Quality

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini berangkat dari itu Masalah itu terjadi di Klinik Klinik THT Rumah Sakit Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi. Tujuan dari penulisan ini adalah riset terkait ke Pemasaran Dan Komitmen ke Pelanggan Kepuasan, Karena masih ada karyawan WHO tidak mengerti seorang profesional melayani. Profesional . Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif pendekatan korelasional untuk mengetahui Hubungan antara Pemasaran dan Komitmen dengan Kepuasan Konsumen di Klinik THT RSUD TK II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi, cara pengumpulan data menggunakan teknik sampling jenuh sebanyak 11 responden. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan kepada responden dengan metode skala likert dengan menggunakan teori dari Sugiono (2014). Berdasarkan perhitungan data tanggapan responden terhadap Disiplin Kerja, tanggapan berada pada kriteria baik (70%), tanggapan terhadap Profesionalisme berada pada kriteria baik (68%), sedangkan pada Kinerja Karyawan juga berada pada kriteria baik (70%). Karyawan juga berada pada kriteria baik (67%). Hasil perhitungan analisis korelasi, terdapat pengaruh yang besar dengan nilai 0,5 antara variabel X dengan variabel Y. Nilai thitung sebesar 0,5 antara variabel X dengan variabel Y. Analisis determinasi menunjukkan bahwa diketahui koefisien determinasi terdapat pada nilai Adjusted R Square sebesar 0,742, hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat sebesar 74,2%. Kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat sebesar 74,2% sisanya sebesar 26,8% merupakan variabel yang mempengaruhi tetapi tidak diuji, maka hasil uji koefisien korelasi menyatakan H0 ditolak dan koefisien korelasi tidak diuji. Hasil uji koefisien korelasi menyatakan H0 ditolak dan H1 diterima. Berdasarkan hasil analisis pembahasan pada tesis ini, maka perlu adanya berbagai tindakan yang harus dilakukan untuk lebih meningkatkan peranan Kepuasan dan memperbaiki atau meningkatkan Pemasaran dan Komitmen Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira. Kota Cimahi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh Pemasaran dan Komitmen terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik THT RSUD Tk. II 03.05.01 Dustira Cimahi.

**Kata Kunci:** Motivasi Kerja, Profesionalisme dan Kinerja Karyawan serta Kualitas Layanan

## PENDAHULUAN

Rumah sakit merupakan lembaga pelayanan yang sangat kompleks, padat profesi dan padat modal. Padat profesi dan padat modal. Agar rumah sakit dapat melaksanakan pelayanan jasa dengan baik, harus dikelola dengan sumber daya manusia yang kompeten dan sarana prasarana pendukungnya, serta dikelola secara profesional dan sarana prasarana pendukungnya, serta dikelola secara profesional. Rumah sakit sebagai salah satu sistem pelayanan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan dan pelayanan administrasi serta pelayanan administrasi. Pelayanan kesehatan meliputi pelayanan medis, pelayanan penunjang medis, rehabilitasi medis, dan pelayanan pengobatan. Selain itu, pelayanan kesehatan di rumah sakit tidak hanya diperuntukkan bagi perorangan (pasien), tetapi juga bagi keluarga dan masyarakat, sehingga pelayanan kesehatan yang diselenggarakan merupakan pelayanan kesehatan yang diselenggarakan merupakan pelayanan kesehatan yang paripurna (komprehensif dan holistik) sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 44 Tahun 2009 tentang rumah sakit.

Pelayanan rumah sakit merupakan salah satu bentuk upaya yang diselenggarakan untuk memenuhi kebutuhan pasien yang diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit. Dan Perizinan Rumah Sakit. Pelayanan rumah sakit berfungsi memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu dan terjangkau dalam rangka peningkatan derajat kesehatan pasien. Rumah sakit sebagai salah satu bentuk penyelenggaraan pelayanan kesehatan harus memberikan pelayanan yang baik dan bermutu sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47

Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Rumah Sakit. Sementara itu, untuk dapat disebut sebagai bentuk pelayanan kesehatan yang baik harus memiliki berbagai syarat utama. Syarat utama yang dimaksud adalah ketersediaan dan kontinuitas, dapat diterima dan wajar, mudah dicapai, mudah dijangkau, dan bermutu. Dan wajar, mudah dicapai, mudah dijangkau, dan bermutu. Dalam upaya pelayanan di rumah sakit, pasien yang memperoleh pelayanan memiliki harapan tertentu. Apabila pelayanan rumah sakit yang diterimanya dapat memenuhi bahkan melebihi apa yang diharapkan dari waktu ke waktu. Tumbuh pemikiran dalam diri pasien bahwa ini merupakan pelayanan rumah sakit yang efektif dan bermutu.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi mutu pelayanan kesehatan seperti Elemen Input, Elemen Lingkungan, Elemen Proses (Endarwati, 2012). Sedangkan menurut Yazid (dalam Nursalam; 2011) faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien yaitu kepuasan pasien yaitu kesesuaian antara harapan dengan kenyataan, pelayanan selama proses menikmati pelayanan, perilaku personel, suasana dan menikmati pelayanan, perilaku personel, suasana dan kondisi fisik lingkungan, biaya atau ongkos, promosi atau iklan yang sesuai atau biaya, promosi atau iklan yang sesuai dengan kenyataan.

Keberhasilan institusi kesehatan dalam memberikan mutu pelayanan dapat ditentukan oleh pendekatan mutu pelayanan yang telah dikembangkan oleh (Parasuraman, Berry dan Zentham, 2008). Mutu Pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan pelanggan atas pelayanan yang diterimanya. Mutu Pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang sebenarnya diterimanya dengan pelayanan sesungguhnya yang diharapkannya.

Dalam pelayanan kesehatan di rumah sakit, kepuasan pasien merupakan salah satu indikator dalam mutu pelayanan kesehatan. Salah satu indikator dalam mutu pelayanan kesehatan. Dengan diterapkannya pendekatan penjaminan mutu pelayanan kesehatan, pasien menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kegiatan penjaminan mutu pelayanan kesehatan. Artinya dalam mengukur tingkat tingkat kepuasan pasien harus menjadi suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan (Azwar.A, 2007 dalam Eka.M, 2016). Siboro (2014), mengatakan bahwa kepuasan pasien ditentukan oleh keseluruhan pelayanan yaitu pelayanan administrasi/pendaftaran pasien, dokter, perawat, makanan, obat-obatan, sarana dan peralatan serta lingkungan fisik rumah sakit serta pelayanan administrasi. sarana dan lingkungan fisik rumah sakit serta pelayanan administrasi.

Kepuasan pasien merupakan salah satu tolok ukur keberhasilan pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit. Kepuasan pasien akan terpenuhi apabila proses pemberian pelayanan kesehatan kepada pasien atau klien sesuai dengan apa yang diharapkan atau dipersepsikannya. Kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor dari pemberi pelayanan saja, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi sumber daya, pendidikan, pengetahuan dan sikap. Sedangkan faktor eksternal meliputi budaya, sosial ekonomi, keluarga dan faktor eksternal meliputi budaya, sosial ekonomi, keluarga dan situasi yang dihadapi oleh pasien.

Pasien akan merasa puas apabila kinerja pelayanan yang diperolehnya sama atau melebihi harapannya dan sebaliknya ketidakpuasan atau perasaan kecewa atau melebihi harapannya dan sebaliknya ketidakpuasan atau perasaan kecewa. Pasien akan merasa puas apabila kinerja pelayanan kesehatan yang diterimanya tidak sesuai dengan yang diharapkan. Sesuai dengan apa yang diharapkan. Pasien memandang pelayanan sebagai suatu pelayanan kesehatan yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhannya serta dilakukan dengan cara yang santun, sopan, tepat waktu, tanggap dan mampu menyembuhkan keluhan. Sopan, santun, tepat waktu, tanggap dan mampu menyembuhkan keluhannya. Penilaian pasien ini sangat penting karena pasien akan kembali apabila penyakitnya kambuh.

Industri kesehatan saat ini tengah menghadapi tantangan yang sangat besar. Begitu banyaknya layanan kesehatan yang bermunculan terutama rumah sakit, baik rumah sakit

pemerintah maupun swasta, sehingga membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menentukan rumah sakit mana yang akan dipilihnya. Mereka akan memilih. Hal ini menyebabkan persaingan antar rumah sakit menjadi sangat ketat dalam menarik minat konsumen untuk mengakses layanan kesehatan di rumah sakit. Salah satu cara yang dapat dilakukan rumah sakit untuk menarik minat konsumen terhadap produknya adalah dengan melakukan kegiatan pemasaran. Melakukan kegiatan pemasaran. Untuk dapat melaksanakan kegiatan kegiatan pemasaran dengan baik dan sesuai dengan target yang diharapkan, maka perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat sesuai dengan lingkungan pemasaran perusahaan atau yang lebih dikenal dengan istilah strategi pemasaran.

Banyaknya rumah sakit yang ada di Bandung saat ini membuat masyarakat Kota Bandung dan Kota Cimahi memiliki banyak pilihan untuk menentukan rumah sakit. Kota Bandung dan Kota Cimahi memiliki banyak pilihan untuk menentukan rumah sakit mana yang akan dipilihnya. Masyarakat dengan berbagai karakteristik sangat selektif dalam memilih pelayanan kesehatan rumah sakit. Masyarakat akan memilih rumah sakit yang menurut mereka dapat memberikan kepuasan bagi mereka. Hal ini menyebabkan sebuah rumah sakit mengubah perspektifnya bahwa rumah sakit saat ini berkembang menjadi sebuah industri. Perspektif bahwa rumah sakit saat ini berkembang menjadi sebuah industri jasa tidak dapat meninggalkan aspek komersial disamping peran sosialnya.

Beberapa hasil penelitian menunjukkan data tingkat kepuasan pasien di berbagai negara. Afrika, menyebutkan bahwa rumah sakit harus menjaga tingkat kepuasan pasien dan membuat ketentuan atau kebijakan yang berkaitan dengan pelayanan Hemodialisis serta menentukan jumlah perawat. Amerika menyebutkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan pasien akan semakin tinggi. Begitu pula dengan Inggris yang menyebutkan bahwa persepsi pasien berhubungan dengan pelayanan keperawatan, oleh karena itu rumah sakit harus menambah jumlah perawat untuk mengoptimalkan kepuasan pasien.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang "Pengaruh Pemasaran dan Komitmen Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik THT RS Tk II 03.05.01 Dustira "Kota Cimahi"

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional untuk mencari Hubungan Pemasaran dan Komitmen dengan Kepuasan Pelanggan di Klinik THT RS TK II 03.05.01 Dustira. Kota Cimahi. Penelitian ini menggunakan metode Cross Sectional karena variabel bebas dan variabel terikat dapat diteliti dalam satu waktu. Operasionalisasi Variabel terdiri dari Variabel X (Bebas) dan Variabel Y (Terikat), Variabel X1 adalah Pemasaran, Variabel X2 adalah Komitmen Organisasi, dan Variabel Y adalah Kepuasan Pasien. Sumber data dalam penelitian ini adalah data internal dan eksternal. Data internal adalah data yang menggambarkan keadaan atau kegiatan organisasi, misalnya data internal meliputi data tentang Klinik THT RSUD TK II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi dan data eksternal yaitu data dan informasi tentang kepuasan pelanggan. Konsumen yang berobat ke Klinik THT RSUD TK II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi.

Berdasarkan pemahaman diatas maka populasi dalam penelitian yang penulis lakukan adalah karyawan yang ada di Poli THT RSUD TK II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi yang berjumlah 11 orang. Oleh karena itu dalam pengumpulan data dan informasi penulis menggunakan sampel jenuh. sampel jenuh, hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2012:62) bahwa "Sampel jenuh merupakan teknik pengambilan sampel apabila semua anggota populasi digunakan. Sampel jenuh merupakan teknik pengambilan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur, dokumen dan laporan yang ada Pengaruh Pemasaran dan Komitmen terhadap Kepuasan Konsumen di Klinik THT RSUD TK II Tahun 03.05.01 Kota Dustira

Untuk mendukung metode penelitian di atas, maka penulis menggunakan teknik dan pengumpulan data sebagai berikut: observasi, wawancara, dokumentasi, angket. Pengolahan data angket menggunakan perhitungan konstruksi validitas pada variabel Pemasaran (X1) dan Komitmen (X2) terhadap Kepuasan Pasien (Y), diperoleh hasil sebagai berikut variabel Kepuasan Pasien (Y), diperoleh hasil sebagai berikut: seluruh pernyataan pada instrumen Instrumen penelitian ini dinyatakan valid dan tidak ada perubahan pada kuesioner, karena semua item pernyataan memiliki nilai di atas nilai kritis 0,3. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan teknik internal konsistensi teknik (split half) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown yang dikutip oleh Sugiyono (2012:104). Untuk itu item instrumen dibagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan kelompok instrumen genap. dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan kelompok instrumen genap. Selanjutnya data skor masing-masing kelompok disusun sendiri-sendiri, skor masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga menghasilkan skor. item-item dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total antara kelompok ganjil dan kelompok genap tujuh kelompok dan selanjutnya dicari korelasinya.

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan metode penelitian kuantitatif, Teknik analisis data yang digunakan jelas yaitu diarahkan untuk menjawab semua rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal, menggunakan analisis regresi linier sederhana dan analisis korelasi. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan koefisien korelasi product moment yang berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel dependen dan variabel dependen.

Koefisien korelasi product moment, yang berfungsi untuk mengukur besarnya hubungan antara variabel x dan variabel y, Interpretasi koefisien korelasi yang menentukan keeratan hubungan antara variabel yang diteliti. Langkah selanjutnya bagi peneliti adalah melakukan uji signifikansi untuk melihat keberartian hubungan antara variabel x dan variabel y. Untuk itu diperlukan uji signifikansi terhadap korelasi ( rs ) dengan melakukan uji t. Uji ini untuk mengetahui apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengolahan data kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan memberikan bobot pada setiap jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Pengujian persyaratan analisis dilakukan karena penelitian ini menggunakan analisis parametrik yaitu dengan menggunakan uji normalitas data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam pelayanan kesehatan di rumah sakit, kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator dalam mutu pelayanan kesehatan. Dengan penerapan pendekatan penjaminan mutu pelayanan kesehatan pasien menjadi bagian yang menyeluruh dalam kegiatan penjaminan mutu pelayanan kesehatan. Artinya dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan harus menjadi suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari pengukuran mutu pelayanan kesehatan. Kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor dari pemberi pelayanan saja, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi sumber daya, pendidikan, pengetahuan dan sikap. Sedangkan faktor eksternal meliputi budaya, sosial ekonomi, keluarga dan faktor eksternal meliputi budaya, sosial ekonomi, keluarga dan situasi yang dihadapi pasien. Pasien akan merasa puas apabila kinerja pelayanan yang diperolehnya sama atau melebihi harapannya dan sebaliknya, ketidakpuasan atau perasaan kecewa pasien akan muncul apabila kinerja pelayanan kesehatan yang diterimanya tidak sesuai dengan harapannya. Penilaian pasien ini sangat penting karena pasien akan kembali apabila penyakitnya kambuh.

Bagian ini berisi data (dalam bentuk ringkasan), analisis data, dan interpretasi hasil. Hasil dapat disajikan dalam bentuk tabel atau grafik untuk memperjelas hasil secara lisan karena terkadang tampilan ilustrasi lebih lengkap dan informatif daripada tampilan dalam bentuk narasi.

Model	Koefisien Terstandarisasi	Tak B	Kesalahan Standar	distandarisasi Koefisien	T	Tanda tangan
	(Konstan)	9.856	2.342 orang		3.690 orang	0,130
	Pemasaran	0,509	0,385	0,671	2.320 orang	0,223
	Komitmen	0,037	0,404	-0,047	9.092 orang	0,929

$Y_{nya} = 9.856 + 0.509 + -0.037 +$  Nilai Coefficients sebesar 9,856 artinya jika tidak ada perubahan pada variabel Pemasaran dan Komitmen Organisasi (nilai  $X_1$  dan  $X_2$  sebesar 0) maka Kepuasan Pasien di Klinik THT RSUD Tk II Tahun 03.05.01 Dustira Kota Cimahi sebanyak 9.856 unit.

Nilai koefisien regresi Komitmen Organisasi sebesar 0,509 artinya apabila variabel Pemasaran ( $X_1$ ) mengalami kenaikan sebesar 1% dengan asumsi variabel Komitmen Organisasi ( $X_2$ ) dan kostanta ( $a$ ) bernilai 0 (nol) maka Kepuasan Konsumen di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi sebesar 0,509. Hal ini menunjukkan variabel Pemasaran yang diberikan memberikan kontribusi positif terhadap Kepuasan Konsumen, sehingga semakin lengkap Kepuasan Konsumen di Klinik THT RSUD Tk II Dustira 03.02.01 Kota Cimahi, sehingga Kepuasan konsumen yang dirasakan.

Nilai koefisien regresi Komitmen sebesar 0,509 artinya apabila variabel ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar 1% dengan asumsi variabel Pemasaran ( $X_1$ ) dan Komitmen ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar 1% maka variabel Komitmen ( $X_3$ ) akan semakin meningkat. costanta ( $a$ ) adalah 0 (nol) maka Komitmen Klinik THT Rumah Sakit Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi sebesar 0,509. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pemasaran memberikan kontribusi positif terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga semakin kompeten Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi, sehingga kepuasan Konsumen dapat dirasakan.

### Hasil Uji Parsial

Model		Tidak terstandarisasi Koefisien	Kesalahan Standar	distandarisasi Koefisien	T	Tanda tangan.
	(Konstan)	9.856	2.342 orang		3.690 orang	0,130
	Pemasaran	0,509	0,385	0,671	2.320 orang	0,223
	Komitmen	0,037	0,404	-0,047	9.092 orang	0,929

Pengaruh Variabel Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien ( $H_1$ ) : Variabel Pemasaran ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Kota Dustira Cimahi . Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi Pekerjaan ( $X_1$ )  $0,223 < 0,05$ , dan nilai  $t_{tabel} = t(\alpha/2 : nk.1) = t(0,05/2 : 52-2-1) = (0,025 : 8) = 1811246$  artinya nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  . Lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $226,216 \geq 1811246$ ) maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima sehingga Hipotesis terdapat pengaruh pekerjaan

terhadap kinerja pada Poliklinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi diterima secara serentak dan sebagian.

Pengaruh Komitmen terhadap Kepuasan Pelanggan (H2) : Variabel (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Klinik THT RSUD Tk II Tahun 03.05.01 Dustira Kota Cimahi . Hal ini dibuktikan dari signifikansi  $.000 < 0,05$  dan nilai  $t_{tabel} = t(\alpha/2; nk.1 = 0,05)$ .  $t(0,05/2; 24-2-1) = (0,025 : 8) = 226,216$  artinya nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $0,047 \geq 226,216$ ) maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima sehingga Hipotesis terdapat pengaruh terhadap Kinerja Karyawan di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi diterima secara serentak dan sebagian.

Model		Jumlah Kuadrat	df	Berarti Persegi	F	Tanda tangan.
	Regresi	2315,233	2	1207.623 tahun	621.863	.000 miliar
	Sisa	89.179	8	1.881 tahun		
	Total	2507.422 tahun	10			

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas pada nilai  $F_{hitung}$  sebesar 72,463 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $521,833 > 3,19$  dan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pekerjaan (X1 dan X1) dan variabel Pekerjaan (X1) signifikan. Dapat disimpulkan bahwa variabel Pekerjaan (X1 dan X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengaruh variabel Pekerjaan (X1 dan X2) terhadap Kinerja Karyawan Klinik THT RSUD Tk II. 03.05.01 Dustira Kota Cimahi. ( $R^2$ ) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada hakikatnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam mengukur variabel dependen. Koefisien determinasi bernilai nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang rendah berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen berdasarkan uji ( $R^2$ ) yang dilakukan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Model	R	R Persegi	Disesuaikan R Persegi	Kesalahan Standar Perkiraan
1	.979 <sup>2</sup>	0,963	0,742	1.223 orang

Berdasarkan tabel Model Summary Determination Coefficient dapat diketahui bahwa koefisien determinasi terdapat pada nilai Adjusted R Square sebesar 0,963. Hal ini berarti kemampuan variabel dalam menjelaskan variabel terkait sebesar 74,2%, sisanya sebesar 26,8%. Jadi 26,8% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis pengolahan data kuesioner mengenai Pengaruh Pemasaran dan Komitmen Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut: Hasil pengolahan data kuesioner dari 11 responden tentang Pemasaran di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi, diperoleh nilai rata-rata sebesar 70%. Berdasarkan data tersebut maka tingkat persetujuan responden terhadap Motivasi Kerja berada pada kriteria “baik”. Hasil

pengolahan data kuesioner dari 11 responden tentang Komitmen Organisasi pada Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Kota Dustira Organisasi pada Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Kota Dustira Cimahi, diperoleh nilai rata-rata sebesar 68%. Berdasarkan data tersebut maka tingkat persetujuan responden terhadap Profesionalisme berada pada kriteria “baik”. Hasil pengolahan data kuesioner dari 11 responden tentang Kinerja Karyawan pada Klinik THT RSUD Tk II 03.02.01 Kota Dustira Kota Cimahi memperoleh nilai rata-rata sebesar 69%. Berdasarkan data tersebut, tingkat persetujuan responden terhadap Profesionalisme berada pada kriteria “baik”.

Perhitungan korelasi menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Pemasaran dan Komitmen Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik THT RSUD Tk II Tahun 03.05.01 Dustira Kota Cimahi hasil analisis determinasi memperoleh nilai sebesar 74,2%, dalam artian nilai rata-rata Pemasaran dan Komitmen Organisasi 74,2% ditentukan oleh faktor Kinerja Karyawan dan sisanya 26,8% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Uji Koefisien Korelasi Uji koefisien korelasi diperoleh nilai thitung lebih besar dari ttabel , artinya H0 ditolak dan H1 diterima, artinya ada pengaruh pemasaran dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan diterima, artinya ada Pengaruh Pemasaran dan Komitmen Organisasi terhadap Kepuasan Konsumen di Klinik THT RSUD Tk II Tahun 03.05.01 Dustira Kota Cimahi , Hasil pengolahan data kuesioner dari 11 responden tentang Pemasaran dan Komitmen Organisasi di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi memperoleh nilai rata-rata sebesar 74,2%. Berdasarkan data tersebut, tingkat persetujuan responden terhadap Profesionalisme berada pada kriteria “baik”.

Dengan demikian simpulan diatas telah menjawab seluruh permasalahan dalam penelitian ini. Koefisien determinasi terdapat pada nilai Adjusted R Square sebesar 0,742 hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat sebesar 74,2%. Kemampuan menjelaskan variabel terikat sebesar 74,2% sedangkan sisanya sebesar 26,8% merupakan variabel yang mempengaruhi tetapi tidak diuji.

## REFERENSI

- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati. 2008. *Manajemen Korporasi dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Anoraga, Panji 2017. *Psikologi Kerja*. Jakarta : Rineka Cipta
- Arief , Muhtosim . 2016. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan ( Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan agar Memuaskan Pelanggan )*. Malang : Bayumedia .
- Arie, Wayan, Putu Dedy, 2013, *Pengaruh Bahasa Inggris Pemasaran terhadap Jumlah Kunjungan Pasien di Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Daerah Sanjiwani Gianyar , Kesehatan Masyarakat, Volume I, No.2, Juli 2013 hlm . 99-111*.
- Arikunto , Suharsimi . 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta . Jakarta
- Bangun , Wilson. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia . Alfabeta , Bandung*
- Colquitt, Jason A, 2014 ; *Meningkatkan Kinerja Dan Komitmen Di Tempat Kerja* Consuegra et al. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran . Edisi 2*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Dezolla , Delsa , 2012, *Hubungan Bahasa Inggris Pemasaran dengan Keputusan Memilih Berobat di Poliklinik Ambun Pagi RSUP DR.M. Djamil, Artikel Penelitian Alumni Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Andalas .*
- Deny Irawan dan Edwin Japarinto 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kesetiaan Melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervensi pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya*. FE Universitas Kristen Petra Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vo. 1, No.2, (2013) 1-8, diperoleh dari Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul .
- Donni Junni Priansa 2014. *Perencanaan & Pengembangan SDM*, Bandung: Alfabeta
- Engel, J.F.Roger , D.Black , W. Dan Paul.W.Miniard , 2011., *Perilaku Konsumen . Jakarta*. Bina Rupa Aksara.

- Firmansyah , Anang . 2019, Pemasaran Produk dan Merek (Perencanaan & Strategi), Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Griffin, W, Ricky dan Ronald J Ebert. 2002. Manajemen, Erlangga , Jakarta.
- Hartono, Bambang, 2010, Manajemen Pemasaran untuk Rumah Sakit , Jakarta : Rineka Cipta
- Hutasoit CS 2011. Pelayanan Publik: Teori dan Aplikasi . Jakarta: Penerbitan Aksara Magn
- Irmansyah , M.Anang . 2018. Perilaku Konsumen ( Sikap dan Pemasaran ). Yogyakarta: CV.Budi Utama.
- Indra, Kharis. 2010. Pengaruh Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Guru SMA Negeri 3 Bandung. Jurnal Administrasi Bisnis . Vol. 3. No.1.
- Irawan dkk , 2015 Pemasaran dan Kasus , Edisi 2, BPPPE Yoyakarta
- Kaswan (2017) Psikologi Industri dan Organisasi : Menerangkan Perilaku Produktif dan Mewujudkan Kesejahteraan Pegawai di Tempat Kerja . Kesatu . Bandung: ALFABETA
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2013. Manajemen Pemasaran . Jilid Kedua . Jakarta: Erlangga .
- Kotler dan Amstrong. 2014, Prinsip- Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 8, Jakarta : Erlangga .
- dan Keller, 2012, Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 12, Jakarta : Indeks
- Kotter, John P. 2014. Mempercepat: Membangun Kelincahan Strategis untuk Dunia yang Bergerak Lebih Cepat. New York: Fr
- dan Ricky W. Griffin,.2014. Dampak Budaya Perusahaan Terhadap Kinerja, Alih bahasa oleh Benyamin Molan , dari Corporate Culture and Performance, Jakarta : Pearson Education Asia Pte. Ltd dan PT Prenhallindo
- Luthans, Fred. 2012. Perilaku Organisasi . Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lupiyoadi , R. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3. Jakarta : Salemba Empat .
- Moorhead, Gregory dan Ricky W. Griffin. 2013. Perilaku Organisasi : Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi . Edisi Kesembilan . Penerbit : Salemba Empat . Jakarta
- Nofrion . 2016.Komunikasi Pendidikan : Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran . Jakarta: Prenada Media.
- Notoatmodjo Soekidjo . ; 2010, Ilmu Perilaku Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta .
- Porter, 2011, Strategi Kompetitif: Teknik Analisis Industri dan Pesaing, New Jersey: Prenc-Hall, Inc, New York.
- Priansa Juni Doni , 2014. Perencanaan dan Pengembangan SDM, Alfabeta Bandung
- Rangkuti , Freddy. 2014. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus bisnis . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Retno Indah Hernawati . “ Pengaruh Profesionalisme Terhadap Prestasi Kerja , Kepuasan Pekerjaan , Komitmen Organisasi dan keinginan Berpindah ke Akuntan Publik di Semarang”. Majalah Ilmiah Dian. 2008.Jilid 7. No. 2. Juli 2008
- Rivai Veithzal Dan Ella, Sagala. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia . Untuk Perusahaan. Rajawali Pers. Jakarta.
- . 2014. Kiat Memimpin Dalam Abad ke-21. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Riduwan . 2011. Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru- Karyawan dan Peneliti Pemula . Bandung: Alfabeta .
- Robbins, Stephen, 2007, Perilaku Organisasi Edisi Kesepuluh , Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Sanjaya,Suslina , 2016, Analisis Strategi Efektifitas , Fakultas dakwah ,
- Sangadji , EM, & Sopiha . (2013). Perilaku Konsumen . Yogyakarta: C.VAndi Offset.
- Sastroasmoro , S dan Ismael, S. 2011. Dasar- dasar Metodologi Penelitian Klinik . Binarupa Aksara : Jakarta

- Sugiyono , 2012, Metode Penelitian Pendidikan ( Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif , dan R&D), Bandung : Alfabeta .
- Sunyoto , Danang, 2012, Konsep Dasar Riset Pemasaran dan PerilakuKonsumen , Yogyakarta : CAPS.
- Supriyanto , Ernawaty , 2014, Pemasaran Industri Jasa Kesehatan, Yogyakarta : Andi.
- Sutrisno Edi, 2016, Manajemen Keuangan Teori , Konsep dan Aplikasi (Edisi ke-8), Ekonisia , Yogyakarta.
- Setiyaningrum , A., dkk . Prinsip-Prinsip 2015 Pemasaran . Yogyakarta: ANDI.
- Steers, Richard, 2011, Efektivitas Organisasi , diterjemahkan Magdalena Jamin , Erlangga , Jakarta.
- Swasta,Basu ,2017, Manajemen Penjualan , BPFE, Yogyakarta :
- Tjiptono , F. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi Mengimbangi.
- Ulfah, M., Rachmi , A., & Yuniarinto , A. (2013). Pengaruh BauranPemasaran (Marketing Mix) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember. Jurnal Aplikasi Manajemen , 2.
- Wibowo. 2017. Manajemen Kinerja. Edisi 5, Cetakan 10. Jakarta : Rajawali Pers
- Zeithaml, Valerie. (2010). Strategi Pemasaran Jasa. Ensiklopedia Pemasaran Internasional Wiley.
- Zeithaml, VA, Bitner, MJ, & Gremler, DD (2018). Apa itu Layanan? (edisi ke-7). Mc Graw Hi Education.
- Undang-Undang RI Nomor 36 tahun 2009, Kesehatan, 2009, Jakarta : Presiden RI 2009.
- Undang-Undang RI Nomor 44 tahun 2009, Rumah Sakit , 2009, Jakarta : Presiden RI : 2009.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 tahun 2021 tentang penyelenggaraan bidang rumahsakit
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 269/MENKES/PER/111/2008 tentang Rekam Medis
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2020 tentang klasifikasi dan perizinan rumah sakit
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor : 370/Menkes/SK/III/2007