



DOI: <https://doi.org/10.38035/jgsp.v2i2>

Received: 22 April 2024, Revised: 01 Mei 2024, Publish: 07 Mei 2024

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

## Pengaruh Pemasaran Dan Komitmen Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Tht Rsud TK II Tahun 03.05.01 Dustira Kota Cimahi

Jajang Nurul Hidayah F<sup>1</sup>, Feby Febrian<sup>2</sup>, S. Agus Mulyana<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, [obelix9008@gmail.com](mailto:obelix9008@gmail.com)

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

Corresponding Author: [obelix9008@gmail.com](mailto:obelix9008@gmail.com)<sup>2</sup>

**Abstract:** *The purpose of this study is based on the problems that occur at the ENT Clinic of RSUD Class II 03.05.01 Dustira, Cimahi City. The purpose of this study is based on the problems that occur related to Marketing and Commitment to Consumer Satisfaction, because there are still employees who do not understand a professional service. The research method used is a quantitative correlational approach to find the relationship between marketing and commitment to consumer satisfaction at the ENT Clinic of RSUD Class II 03.05.01 Dustira, Cimahi City, the data collection method uses a saturated sampling technique for 11 respondents. The research instrument is a questionnaire containing statements to respondents with a Likert scale method using Sugiono's theory (2014). Based on the calculation results of respondent response data on Work Discipline, the responses are in good criteria (70%), the responses to professionalism are in good criteria (68%), while employee performance is also in good criteria (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. The determination analysis shows that the determination coefficient value is known at the Adjusted R Square value of 0.742, this means that the ability of the independent variable to explain the dependent variable is 74, the remaining 2% explanation is 26.8% is a variable that influences but is not tested, the results of the correlation coefficient test state that H0 is rejected and H1 is accepted.*

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

**Abstrak :** Tujuan penelitian ini berangkat dari permasalahan yang terjadi di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi. Tujuan penelitian ini berangkat dari permasalahan yang terjadi terkait Pemasaran dan Komitmen terhadap Kepuasan Konsumen, karena masih ada karyawan yang kurang memahami suatu pelayanan yang profesional. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif korelasional untuk mencari hubungan antara pemasaran dan komitmen dengan kepuasan konsumen di Klinik THT RSUD TK II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi, metode pengumpulan data dengan menggunakan teknik sampling jenuh terhadap 11 responden. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang berisi pernyataan-

pernyataan kepada responden dengan metode skala likert dengan menggunakan teori Sugiono (2014). Berdasarkan hasil perhitungan data tanggapan responden terhadap Disiplin Kerja, tanggapan pada kriteria baik (70%), tanggapan terhadap profesionalisme berada pada kriteria baik (68%), sedangkan kinerja 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. Analisis determinasi menunjukkan diketahui nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai Adjusted R Square sebesar 0,742, hal ini berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sebesar 74, Sisanya 2% penjelasannya 26,8% merupakan variabel yang mempengaruhi tetapi tidak diuji, hasil pengujian koefisien korelasi menyatakan H0 ditolak dan H1 diterima.

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

## PENDAHULUAN

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. Pelayanan rumah sakit berfungsi untuk memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu dan terjangkau dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan pasien. Rumah sakit sebagai salah satu bentuk pelayanan

Mutu pelayanan kesehatan adalah derajat kesempurnaan pelayanan kesehatan sesuai dengan standar profesi dan standar pelayanan dengan memanfaatkan potensi sumber daya yang tersedia di Rumah Sakit atau Puskesmas secara wajar, berdaya guna dan berhasil guna serta diberikan secara aman dan memuaskan sesuai norma, etika hukum dan etika budaya.

Dengan mempertimbangkan keterbatasan dan kemampuan pemerintah serta masyarakat konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesempurnaan pelayanan kesehatan dalam memberikan rasa kepuasan kepada pasien sangatlah penting. Semakin sempurna pelayanan kesehatan maka semakin baik pula kepuasan pasien.

Mutu pelayanan kesehatan sudah mulai mengalami perubahan yang sangat mendasar dari tahun ke tahun, namun secara umum mutu pelayanan kesehatan masih tergolong belum profesional. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan

Hal ini dapat dilihat dari masih terbatasnya kemampuan profesional, pengaturan tugas yang belum efektif, serta sarana dan prasarana yang belum memadai. Kondisi ini terjadi akibat relatif kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan krisis moral dalam perilaku pelayanan kesehatan akibat krisis yang berkepanjangan di berbagai bidang.

Terdapat 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 adalah kesesuaian antara harapan dengan kenyataan, pelayanan selama proses menikmati pelayanan, perilaku petugas, suasana dan kondisi fisik lingkungan, biaya atau ongkos, promosi atau iklan sesuai dengan kenyataan.

Keberhasilan institusi kesehatan dalam memberikan pelayanan yang bermutu dapat ditentukan oleh pendekatan mutu pelayanan yang telah dikembangkan oleh (Parasuraman, Berry dan Zeithaml, 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 sesungguhnya diterimanya dengan pelayanan sesungguhnya yang diharapkannya. Berbagai upaya dapat dilakukan untuk mengatasi kepuasan pasien yang sedang dirawat di rumah sakit kelas III seperti Customer Expectation Management, Relationship Marketing and Management,

Aftermarketing, Customer Retention Strategy, Superior Customer Service, Technology Infusion Strategy, Effective Complaint Handling Strategy, Service Recovery Strategy.

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

Industri layanan kesehatan saat ini tengah menghadapi tantangan yang sangat besar. Begitu banyaknya layanan kesehatan yang bermunculan terutama rumah sakit, baik rumah sakit pemerintah maupun swasta, membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menentukan rumah sakit mana yang akan dipilihnya. Hal ini menyebabkan persaingan antar rumah sakit menjadi sangat ketat dalam menarik minat konsumen untuk mengakses layanan kesehatan di rumah sakit tersebut. Salah satu cara yang dapat dilakukan rumah sakit untuk menarik minat konsumen terhadap produknya adalah dengan melakukan kegiatan pemasaran. Untuk dapat melakukan kegiatan pemasaran dengan baik dan sesuai dengan target yang diharapkan, perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat sesuai dengan lingkungan pemasaran perusahaan atau yang lebih dikenal dengan istilah strategi pemasaran.

Rumah sakit harus mampu merumuskan pemasaran dengan tepat agar masyarakat yang menggunakan jasa rumah sakit dapat memperoleh apa yang diinginkannya, oleh karena itu rumah sakit tidak dapat mengabaikan pendapat atau masukan dari pasien. Dari sudut pandang pasien, pemasaran merupakan jalan keluar bagi permasalahan pasien, biaya yang harus dikeluarkan oleh pasien, memperoleh pelayanan yang menyenangkan, nyaman serta komunikasi yang baik dari pihak rumah sakit kepada pasien, semua itu merupakan indikator pasien dalam pengambilan keputusan. Keberadaan pasien sendiri memiliki pengaruh terhadap tercapainya tujuan akhir perusahaan yaitu perolehan laba melalui pemanfaatan jasa, hal ini menuntut perusahaan perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pasien dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa dengan cara menggunakan jasa.

## **METODE**

### **Populasi**

Populasi dalam penelitian yang penulis lakukan adalah karyawan yang terdapat Pengaruh Pemasaran dan Komitmen terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik THT RSUD TK II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi yang berjumlah 11 orang.

### **Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data dan informasi, penulis menggunakan sampel jenuh, apabila semua anggota populasi dijadikan sampel.

**Tabel 1**  
Karyawan Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira  
Kota Cimahi

TIDAK	PEKERJAAN	TOTAL
1	Militer	1
2	PNS	6
2	Bukan PNS	4
	Total	11

Sumber : pengolahan data

**Data primer**

Data primer merupakan data utama yang akan diolah dan dianalisis dalam penelitian ini. sehingga diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner yang disebarakan kepada partisipan 66 yaitu mengenai komunikasi pemasaran, kualitas pelayanan dan jumlah peserta Jaminan Kesehatan Nasional yang terdaftar di RSUD Waled Cirebon.

**Teknik pengumpulan data**

Pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur, dokumen dan laporan yang mempunyai tujuan untuk mengetahui Pengaruh Pemasaran dan Komitmen terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik THT RSUD TK II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi.

**Studi lapangan**

**a. Pengamatan**

Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung di lapangan dan mencatat semua kejadian, kegiatan dan peristiwa yang berhubungan dengan masalah yang diteliti di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi Jl. dr. Dustira No. 1, Cimahi, Jawa Barat 40521.

**b. Wawancara**

Melakukan tanya jawab dengan informasi untuk memperoleh data yang diperoleh melalui kuesioner

**c. Apakah kutipan**

Pengumpulan data dengan cara mencari data dari dokumen-dokumen yang sudah dimiliki oleh lembaga, pengumpulan data ini digunakan untuk memperoleh data tentang deskripsi lembaga.

**d. Daftar pertanyaan**

Pengumpulan data dengan cara menyebarkan atau menyediakan formulir kuesioner, yang diajukan secara tertulis kepada sejumlah subjek atau responden untuk memperoleh jawaban (tanggapan atau respon) mengenai pelaksanaan kegiatan yang berkaitan dengan variabel bebas Pemasaran dan Komitmen di Klinik THT RSUD TK II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi.

**Uji Validitas**

Pengujian dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor setiap butir soal (X) dengan skor total (Y), menggunakan rumus korelasi dari Pearson, yaitu Korelasi Product Moment.

Pengolahan data kuesioner menggunakan perhitungan validitas konstruksi pada variabel Pemasaran (X<sup>1</sup>) dan Komitmen (X<sup>2</sup>) Kepuasan Pasien (Y)

**Uji Keandalan**

Pengujian reliabilitas instrumen pada awalnya dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi product moment, kemudian hasilnya dianalisis menggunakan rumus Spearman Brown.

$$r_i = \frac{2 \cdot I_b}{1 \cdot I_b}$$

Keterangan:

ri = reliabilitas internal seluruh instrumen

rb = korelasi momen produk

Langkah penelitian dengan menyebarkan kuesioner, data yang diperoleh kemudian diolah dengan rumus di atas. Dimana diketahui tingkat kesalahan atau = 5% dan

derajat kebebasan (dk = n-2) maka aturan pengambilan keputusan: Jika t hitung maka ttabel berarti reliabel; Jika t hitung < ttabel berarti tidak reliabel.

**Analisis Regresi Linier Sederhana**

Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat (untuk melihat seberapa erat hubungan antara variabel (X1 ) dan (X2 ) dengan variabel (Y). Rumus yang digunakan adalah:

**Persamaan Y = a + bX**

Keterangan:

Y = adalah variabel bebas

a = adalah nilai konstan (intersep)

b = adalah koefisien regresi (koefisien arah) X = adalah variabel bebas

**Analisis Korelasi**

Korelasi dalam penelitian ini merupakan hubungan sebab akibat/kausal antara variabel X1 · X2 dan variabel Y, dalam hal ini dilambangkan dengan kalimat seberapa besar Pengaruh Pemasaran dan Komitmen terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik THT RSUD TkII 03.05.01 Dustira Kota Cimahi baik secara parsial maupun simultan.

**Uji Hipotesis**

**a. Uji Korelasi**

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan koefisien korelasi product moment yang berfungsi untuk mengukur besarnya hubungan antara variabel x dengan variabel y, adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{\text{Persamaan kuadrat dari } N(\sum X*Y) - (\sum X)(\sum Y)}{\dots}$$

Nilai x adalah  $\sqrt{(n(\sum X^2)-(\sum X)^2)[n(\sum Y^2)-(\sum Y)^2]}$

r = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

n = Jumlah responden

$\sum X$  = Jumlah variabel x

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat variabel x

$\sum Y$  = Jumlah variabel y

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat variabel Y

$\sum X*Y$  = Jumlah perkalian antara variabel x dan variabel y

Interpretasi koefisien korelasi yang menentukan keeratan hubungan antar variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

**Meja 2**

Interpretasi Koefisien Korelasi

Koefisien Interval	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012:204)

**Uji Signifikansi**

Langkah selanjutnya bagi peneliti adalah melakukan uji signifikansi untuk melihat hubungan yang signifikan antara variabel x dan variabel y. Untuk itu perlu dilakukan uji signifikansi terhadap korelasi (rs) dengan melakukan uji t. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak. Yang dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$T = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Di mana:

t : Koefisien uji-t

r : Koefisien Korelasi

n: Jumlah sampel

**Teknik Pengolahan Data**

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.

**Tabel 3**

Jawaban Kuesioner Alternatif Menggunakan Skala Likert

TIDAK	Jawaban Alternatif	Skala atau e
1	Sangat bagus	5
2	Bagus	4
3	Cukup Bagus	3
4	Tidak cukup baik	2
5	Tidak bagus sama sekali	1

Sumber : Sugiono (2012 )

**Uji Normalitas Data**

Uji normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Temukan skor terbesar dan terkecil.
- b. Mencari nilai rentang (R = skor terbesar dikurangi skor terkecil)
- c. Mencari jumlah kelas (BK)
- d. Mencari nilai panjang kelas (i)
- e. Membuat tabulasi dengan tabel pembantu
- f. Mencari nilai rata-rata (mean)
- g. Mencari simpangan baku
- h. Buatlah daftar frekuensi yang diharapkan dengan cara:
- i. Menentukan batas kelas yaitu skor sebelah kiri kelas interval pertama dikurangi 0,5 dan skor sebelah kanan kelas interval ditambah 0,5.

- j. Mencari nilai Z-score untuk batas kelas interval
- k. Carilah luas OZ dari Tabel Kurva Normal dari 0-Z dengan menggunakan angka batas kelas.
- l. Mencari luas setiap kelas interval dengan cara mengurangkan bilangan 0 – Z, yaitu bilangan baris pertama dikurangi bilangan baris kedua, bilangan baris kedua dikurangi bilangan baris ketiga dan seterusnya, kecuali bilangan yang berbeda pada baris tengah ditambahkan dengan bilangan pada baris berikutnya.
- m. Carilah frekuensi harapan (fe) dengan mengalikan luas setiap interval dengan jumlah responden (n).
- n. Mencari chi kuadrat (hitungan  $X^2$ )
- o. Membandingkan  $X^2$  hitung dengan  $X^2$  tabel dengan kriteria pengujian sebagai berikut:  
Jika  $X^2$  hitung  $\geq X^2$  tabel berarti distribusi data tidak normal; Jika  $X^2$  hitung  $\leq X^2$  tabel berarti data terdistribusi normal.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Pemasaran Hubungan dan Komitmen**

Sebagaimana telah ditetapkan bahwa hipotesis yang telah peneliti ajukan sebelumnya mengenai hubungan antara Pemasaran dengan Komitmen terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi, adalah sebagai berikut:

Ho :  $X1X2 = 0 \rightarrow$  Tidak Terdapat Pengaruh Pemasaran dan Komitmen Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi Baik Secara Simultan maupun Parsial.

Ha :  $X1X2 \neq 0 \rightarrow$  Tidak Terdapat Pengaruh Pemasaran dan Komitmen Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi Baik Secara Simultan maupun Parsial.

**Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda**

**Tabel 4**  
**Koefisien<sup>a</sup>**

Model	Koefisien Tak Terstandarisasi		Kesalahan Standar	distandarisasi		Tanda tangan
		B		Koefisien	T	
1	(Konstan)	9,856	2.342 orang	Bahasa Inggris	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

a. Variabel Dependen: Kepuasan Konsumen  
Sumber : SPSS Versi 26

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS 26, hasil persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 9,856 + 0,509 + -0,037 + e$$



Persamaan di atas menunjukkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara parsial dan simultan dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

Hasil penelitian menunjukkan dari 250 responden pasien yang merasa puas dengan kategori bukti fisik cukup sebanyak 79 orang (23,3%) sedangkan pasien yang merasa puas dengan kategori jaminan kurang sebanyak 10 orang (23,3%).

Variabel Reliability mempunyai nilai Exp (B) tertinggi yaitu 9,9 kali lebih berpengaruh terhadap kepuasan pasien di RSUD Waled Kabupaten Cirebon dengan nilai p sebesar 0,000.

1. Nilai Coefficients sebesar 9,856 artinya apabila 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 03.05.01 Dustira Kota Cimahi sebesar 9,856 satuan.
2. Nilai koefisien regresi Komitmen Organisasi 0,509 memiliki arti bahwa apabila variabel Pemasaran ( $X^1$ ) mengalami kenaikan sebesar 1% dengan asumsi variabel Komitmen Organisasi ( $X^2$ ) dan kostanta (a) adalah 0 (nol) maka Kepuasan Pelanggan pada Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi adalah sebesar 0,509. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pemasaran yang diberikan memberikan kontribusi positif terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga semakin lengkap Kepuasan Konsumen pada Klinik THT RSUD Tk II 03.02.01 Dustira Kota Cimahi, sehingga Kepuasan Pelanggan dirasakan.
3. Nilai koefisien regresi Komitmen sebesar 0,509 yang berarti apabila variabel ( $X^2$ ) mengalami kenaikan sebesar 1% dengan asumsi variabel Pemasaran ( $X^1$ ) dan kostanta (a) sebesar 0 (nol) maka Komitmen pada Klinik THT RSUD 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 Pelanggan dapat dirasakan.

**Hasil Uji t (Parsial)**

**Tabel 5**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

<i>Model</i>		<i>Tidak terstandarisasi</i>		<i>distanarisasi</i>		<i>Tanda tangan.</i>
		<i>Koefisien</i>	Kesalahan Standar	<i>Koefisien</i>	<i>T</i>	
		B	Bahasa Inggris			
1	(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

a. Variabel Dependen: Kepuasan Konsumen  
Sumber : SPSS Versi 26

Variabel pemasaran ( $X1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik THT RSUD Tk II Dustira 03.05.01 Kota Cimahi. Hal ini dapat dilihat dari signifikansi Pekerjaan ( $X1$ ) sebesar  $0,223 < 0,05$  dan nilai  $t(2:nk.1 = t(0,05/2:52-2-1) = (0,025:8) = 1811246$  artinya nilai  $t$  lebih besar dari  $(226,216 \geq 0,05)$  lebih besar dari  $(226,216 \geq 1811246)$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh



pekerjaan terhadap kinerja di Klinik THT RSUD Tk II Dustira 03.05.01 Kota Cimahi diterima secara simultan dan parsial.

Variabel ( $X^2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi. Hal ini terbukti dari nilai signifikan  $.000 < 0,05$  dan nilai  $t(2; nk.1) = t(0,05/2; 24-2-1) = (0,025; 8) = 226,216$  artinya nilai  $h$  lebih besar dari nilai  $h$  ( $0,047 \geq 226,216$ ) maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh terhadap kinerja pegawai di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi diterima secara simultan dan parsial.

**Hasil Uji F (Serentak)**

**Tabel 6**  
**Hasil Uji F**  
*Analisis Varians (ANOVA)*

<i>Model</i>		<i>Jumlah Kuadrat</i>	<i>df</i>	<i>Berarti Persegi</i>	<i>F</i>	<i>Tanda tangan.</i>
<i>1</i>	<i>Regresi</i>	2315,233	2	1207.623 tahun	621.863	.000 juta
	<i>Sisa</i>	89.179	8	1.881 tahun		
	<i>Total</i>	2507.422 tahun	10			

a. *Variabel Dependen: Kepuasan Konsumen*  
b. *Prediktor: (Konstan), Komitmen, Pemasaran*  
Sumber : SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai  $h$  sebesar 72,463 dengan nilai 3,09 maka nilai  $h >$  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 ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Klinik THT Rumah Sakit Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi.

**Koefisien Determinasi**

**Tabel 7**  
**Koefisien Determinasi**  
*Ringkasan Model*

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

a. *Prediktor: (Konstan), Komitmen, Pemasaran*  
Sumber : SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi terdapat pada nilai Adjusted R Square sebesar 0,963. Artinya 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 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:

1. 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, tingkat persetujuan responden terhadap Motivasi Kerja berada pada kriteria “baik”.
2. Hasil pengolahan data kuesioner dari 11 responden tentang Komitmen Organisasi di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi, diperoleh nilai rata-rata sebesar 68%. Berdasarkan data tersebut, tingkat persetujuan responden terhadap Profesionalisme berada pada kriteria “baik”.
3. Hasil pengolahan data kuesioner dari 11 responden tentang Kinerja Karyawan di Klinik THT RSUD Tk II 03.02.01 Dustira Kota Cimahi diperoleh nilai rata-rata sebesar 69%. Berdasarkan data tersebut, tingkat persetujuan responden terhadap Profesionalisme berada pada kriteria “baik”.
4. Perhitungan korelasi menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Pemasaran dan Komitmen terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik THT RSUD Tk II 03.05.01 Dustira Kota Cimahi, hasil analisis determinasi memperoleh nilai sebesar 74,2% artinya nilai rata-rata Pemasaran dan Komitmen Organisasi 74,2% ditentukan oleh faktor Kinerja Karyawan dan sisanya sebesar 26,8% ditentukan oleh faktor Kepuasan Pelanggan.

## REFERENSI

- Anoraga, Panji 2017. Psikologi Kerja. Jakarta : Rineka Cipta
- Arie, Wayan, Putu Dedy, 2013, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Jumlah Kunjungan Pasien di Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Daerah Sanjiwani Gianyar* , Community Health, Volume I, No.2, Juli 2013 hlm. 99-111.
- Colquitt, Jason A, 2014 ; *Meningkatkan Kinerja dan Komitmen di Tempat Kerja*
- Consuegra dkk . 2015. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Edisi 2. Bogor: Ghalia Indonesia.
- 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.
- Hutasoit CS 2011. Pelayanan Publik: Teori dan Aplikasi. Jakarta: Penerbitan Aksara Magna
- Indra, Kharis. 2010. Pengaruh Komitmen Organisasional dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Guru SMA Negeri 3 Bandung. Jurnal Administrasi Bisnis. Jil. 3. No.1.
- 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.
- Kotter, John P. 2014. Mempercepat: Membangun Kelincahan Strategis untuk Dunia yang Bergerak Lebih Cepat. New York: Free Press.
- Luthan, Fred. 2012. Perilaku Organisasi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Moorhead, Gregory dan Ricky W. Griffin. 2013. Perilaku Organisasi : Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi. Edisi Kesembilan. Penerbit : Salemba Empat. Jakarta
- 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.