

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan secara sederhana merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai dengan ekspektasi pengunjung. Tjiptono(2014) dalam anwar & Wardani(2021) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan dan keinginan pengunjung serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pengunjung. Kualitas pelayanan merupakan aspek penting bagi sebuah perkembangan perusahaan. Saat ini, sebagian besar konsumen mulai menjadikan kualitas sebagai parameter utama dalam menjatuhkan pilihan terhadap suatu produk/layanan. Pemulihan pelayanan yang baik dapat mengubah pengunjung yang kecewa menjadi pengunjung yang setia, sesungguhnya pemulihan yang baik menambah loyalitas dan pembalihan pelanggan dari pada jika segala sesuatunya berawal dengan lancar. Perusahaan yang baik juga mengkomunikasikan perhatian mereka atas kualitas kepada karyawan dan memberikan umpan balik kinerja Anwar & Wardani (2021).

Sudah menjadi keharusan rumah sakit melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pengunjung. Terciptanya kepuasan pengunjung dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara rumah sakit dan pengunjung menjadi harmonis, pengunjung akan melakukan kunjungan ulang hingga tercapainya loyalitas pengunjung, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan rumah sakit. Menurut Arianto (2018:83) Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketetapan waktu untuk memenuhi harapan pengunjung. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”.

Menurut Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pengunjung ataupun karyawan. Sedangkan menurut Arya dan Atik (2018:16) kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan pengunjung dan kepuasan akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik.

Berdasarkan defenisi-defenisi di atas dapat di disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang di lakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat di rasakan oleh konsumen .Pengukuran kualitas pelayanan dapat dilihat terhadap suatu layanan yang telah di terima oleh pengunjung untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya.

2.1.2 Prinsip-prinsip kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen . Pengukuran kualitas pelayanan dapat dilihat dari terhadap suatu layanan yang telah di terima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya.

Dalam memberikan kualitas pelayanan perusahaan juga harus memiliki prinsip untuk mewujudkannya ,ada enam pokok prinsip dalam kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra(2016:141), yaitu :

1. Kepemimpinan. Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaannya.
2. Pendidikan. Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis alat dan teknis implementasi strategi kualitas dan peran efektif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan. Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengerahkan perusahaan untuk mencapai visinya.
4. Review proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi nasional. Proses ini merupakan satu mekanisme yang menjamin adanya konstan untuk mencapai tujuan kualitas.
5. Komunikasi implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan komunikasi harus dilakukan oleh karyawan pelanggan dan stakeholder perusahaan lainnya titik seperti pemasok pemegang saham pemerintah masyarakat umum dan lain-lain.
6. Penghargaan dan pengakuan penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui dengan demikian dapat meningkatkan motivasi moral kerja rasa bangga rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

Menurut Vincent Gaspersz dalam Ardane (2017:19) membentuk dimensi atau atribut yang harus di perhatikan dalam kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Ketetapan waktu kualitas pelayanan adalah hal-hal yang perlu di perhatikan di sini berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi kualitas pelayan an adalah dengan realibilitas kualitas pelayanan dalam bebas kesalahan-kesalahan pada konsumen
3. Kesopana dan keramahtamahan dalama memberikan kualitas pelayanan terutama bagi mereka yang berinteraksi dengan konsumen eksternal, seperti: operator telepon, petugas keamanan pengemudi, kasir dan petugas penrimakonsumen. Citra kualitas pelayanan dari industri jasa sangat di tentukan oleh orang-orang dari perusahaan yang berada pada garis depan dalam melayani langsung dengan konsumen eksternal.

4. Tanggung jawab adalah berkaitan dengan penerimaan pesan dan penanganan keluhan dari konsumen.
5. Kelengkapan yaitu menyangkut lingkup kualitas pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta kualitas pelayanan komplementer lainnya.
6. Kemudahan mendapatkan kualitas pelayanan adalah berkaitan dengan banyaknya outlet, banyak petugas yang melayani seperti kasir, staff administrasi dll. Banyaknya fasilitas pendukung seperti computer untuk memproses data.
7. Variasi model kualitas pelayanan adalah berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam kualitas pelayanan serta features dari kualitas pelayanan.
8. Kualitas pelayanan pribadi adalah berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus dan sebagainya.
9. Kenyamanan dalam memperoleh kualitas pelayanan adalah berkaitan dengan jangkauan baik lokasi, parkir kendaraan, petunjuk-petunjuk ruang tempat kualitas pelayanan dan kemudahan dalam memperoleh parkir dan sebagainya.
10. Atribut pendukung kualitas pelayanan lainnya berkaitan dengan lingkungan, kebersihan, ruangan tunggu, fasilitas musik, AC dan sebagainya.

Berdasarkan pengertian di atas menurut peneliti dapat disimpulkan prinsip-prinsip yang harus diterapkan dalam melakukan kualitas pelayanan adalah :

- 1) Kepemimpinan strategi
- 2) Pendidikan
- 3) Perencanaan Proses
- 4) Review Proses
- 5) Komunikasi Implementasi
- 6) Penghargaan dan
- 7) Variasi model kualitas pelayanan
- 8) Kualitas pelayanan pribadi
- 9) Kenyamanan

2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Aplikasi kualitas pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi untuk terus tumbuh. Faktor penyebab buruknya kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2015 : 178), faktor penyebab buruknya kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan salah satu karakteristik unik jasa atau layanan adalah *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian jasa. Konsekuensinya, berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan bisa saja terjadi.
2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi keterlibatan karyawan secara insentif dalam penyampaiannya layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas yaitu berupa tingginya variabilitas yang dihasilkan. Faktor-faktor yang biasa mempengaruhinya antara lain :
 - a. Upah rendah (umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam suatu perusahaan) ;
 - b. Pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi;
 - c. Tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi;
 - d. Motivasi kerja karyawan rendah.
3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai karyawan *front line* merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan. Dalam kasus, keramahan dan kesopanan operator telepon dan satpam bisa jadi memberikan kesan pertama bagi calon pelanggan yang ingin berhubungan dengan sebuah perusahaan penyedia jasa. Agar para karyawan *front line* mampu melayani pelanggan secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi –fungsi utama manajemen (operasi, pemasaran, keuangan, dan SDM. Dukungan tersebut bisa juga berupa peralatan (perkakas, material, pakaian, seragam), pelatihan keterampilan maupun

informasi maupun informasi (misalnya ,pakaian ,seragam),pelatihan keterampilan maupun informasi (misalnya prosedur oprasi).

4. Gap komunikasi ,bila terjadi gap komunikasi ,maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan.Gap-gap komunikasi bisa berupa :
 - a. Penyedia layanan memberikan janji berlebihan, sehingga terbaru kepada para pelanggan
 - b. Penyedia layanan tidak dipahami pelanggan
 - c. Pesan komunikasi penyedia layanan tidak dipahami pelanggan
 - d. Penyedia layayan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan atau saran pelanggan.
5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama dalam hal inteaksi dengan penyedia layanan,tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam ,sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain.
Hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia layanan dan layanan spesifik yang mereka terima.
6. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan bila berlampau banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada,hasil yang didapatkan belum tentu optimal,bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan. Selain itu,pelanggan juga bisa bingung membedakan variasi penawaran layanan baik dari segi fitur ,keunggulan maupun tingkat kualitasnya.
7. Visi bisnis jangka pendek (misalnya orientasi pencapaian target penjualan dan laba tahunan ,penghematan biaya sebesar-besarnya ,peningkatan produktivitas tahunan dll)bisa merusak kualitas layayan yang sedang di bentuk untuk jangka panjang. Sedangkan Christian Gronroos dalam Rolando (2018:56) mengemukakan bahwa terdapat 4 faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

1. Menjaga dan memperhatikan ,bahwa pelanggan akan merasakan kepuasan kualitas pelayanan karyawan dan sistem oprasional yang ada dapat menyelesaikan problem mereka
2. Spontanitas,dimana karyawan menunjukkan keinginan untuk menyelesaikan masalah pelanggan.
3. Penyelesaian masalah ,karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan harus memiliki kemampuan untuk menjalankan tugas berdasarkan standar yang ada,termasuk pelatihan yang di berikan untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik.
4. Perbaikan,apabial terjadi hal-hal yang tidak diinginkan harus mempunyai personil yang dapat menyiapkan usaha-usaha khusus untuk dapat mengatasi kondisi tersebut.

2.1.4 Indikator kualitas pelayanan

Menurut (sutarti dan prabowo 2017) menyimpulkan bahwa ada lima indikator yang di pakai untuk mengukur kualitas pelayanan,yaitu :

1.Tangible (Bukti Fisik)

Adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Ospek ini meliputi fasilitas fisik,perlengkapan,pegawai dan sarana komunikasi. Bukti fisik ini akan terlihat secara langsung oleh nasabah. Bukti fisik meliputi penampilan fasilitas fisik,peralatan ,personil ,dan bahan-bahan komunikasi perusahaan .Oleh karena itu,bukti fisik itu harus menarik dan modern.

2.Realibility (kehandalan)

Adalah kemampuan perusahaan yang dapat di andalkan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya . Aspek ini yakni kemampuan memberikan pelayanan yang di janjikan dengan segera dan memuaskan . Guna mendukung hal ini maka setiap karyawan rumah sakit sebaiknya di berikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuannya . kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang di janjikan dengan segera, akurat ,memuaskan .

3. *Responsiveness* (Daya tangkap)

Adalah keinginan para *staff* untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tangkap. Untuk itu pihak manajemen rumah sakit memeberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan rumah sakit mendukung kegiatan pelayanan kepada pengunjung tanpa pandang bulu. Akan lebih baik jika motivasi yang di berikan kepada karyawan akan memperoleh imbalan yang sesuai dengan kemampuannya.

4. *Insurance* (Jaminan)

Adalah bahwa konsumen akan di layani dengan baik oleh karyawan yang memiliki tingkat kompetensi yang memadai dan mampu memberi rasa aman dan nyaman . Adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan kompetensi ,kemmapuan dan sifat atau perilaku yang dapat di percaya maka hal ini penting agar pengunjung yakin akan transaksi yang mereka lakukan tepat sasaran. Jaminan dalam perusahaan antara lain pengetahuan,kesopanana,petugas serta sifatnya yang dapat di percaya sehingga pelanggan atau nasabah terbebas dari resiko.

5. *Empaty* (empati)

Adalah kepedulian dan perhatian individu atau pribadi yang di berikan perusahaan kepada konsumennya meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan,komunikasi yang baik,dan memahami kebutuhan para pengunjung secara tepat dan tepat.

2.1.5. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap minat berkunjung

Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan . Persepsi pelanggan mengetahui kualitas pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan kualitas pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa , kualitas pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan pelanggan. Bila kualitas

pelayanan jasa yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan. Fandy Tjiptono (2015:125) menyatakan dengan indeks kepuasan kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apapun dengan dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *emphaty*, *reability*, *responsiveness* dan *assurance* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen . Pengaruh antara kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Turgay Bucak(2014) menyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan minat berkunjung.

2.1.6 Minat berkunjung

Menurut Aulia (2020) minat merupakan dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan ,Sedangkan menurut Hernita dalam Nugraha (2021:25) Minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata.

Kotler and keller (2013:118),menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu tempat berdasarkan pengalaman dalam berkunjung.

Pendapat lain mengenai minat berkunjung kembali di utarakan kembali oleh Agusli dan kunto (2013) yaitu minta merupakan sesuatu kekuatan yang mampu mendorong dan mempengaruhi konsumen yang dapat menarik perhatian secara sadar dan dapat di artikan sesuatu yang pribadi serta berhubungan erat dengan sikap.

Dari beberapa defenisi di atas dapat di simpulkan bahwa minat berkunjung kembali merupakan suatu keputusan konsumen untuk mengunjungi suatu tempat lebih dari satu kali. Minat berkunjung juga di iringi oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya,terutama tentang informasi mengenai manfaat yang akan mereka dapatkan ketika berkunjung kembali.

2.1.7 Aspek Minat berkunjung

Menurut Aulia (2020) mengemukakan minat terbagi menjadi tiga aspek ,yaitu :

1. Aspek kognitif

Berdasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang pernah di pelajari ,baik di rumah ,di sekolah ,maupun di masyarakat ,dan berbagai jenis media massa.

2. Aspek efektif

Konsep yang membangun aspek afeksi,minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang di timbulkan minat. Berkembang dari pengalaman pribadi dar sikap orang yang penting yaitu orang tua,guru dan teman sebaya terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbagai bentuk media massa terhadap kegiatan itu.

3. Aspek Psikomotor

Berjalan dengan lancar tanpa perlu pemikiran lagi,urutanya tepal,namun kemajuan tetap memungkinkan sehingga keluwesan dan keunggulan meningkat meskipun ini semua berjalan lambat.

2.1.8 Indikator Minat berkunjung

Menurut Sari,F.,& Pangestui (2018) minat berkunjung memiliki tahapan-tahapan psikologi .Dimana tahapan tersebut ,kemudian dijadikan sebagai tolak ukur atau indikator terjadinya proses minat berkunjung pada individu.

Adapun indikator-indikator yang di maksud sebagai berikut :

1. Minat transaksional

- Frekuensi berkunjung ke rumah sakit dalam kurun waktu tertentu.
- Durasi waktu berkunjung di rumah sakit
- Kesiediaan merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain.

2. Minat referensial

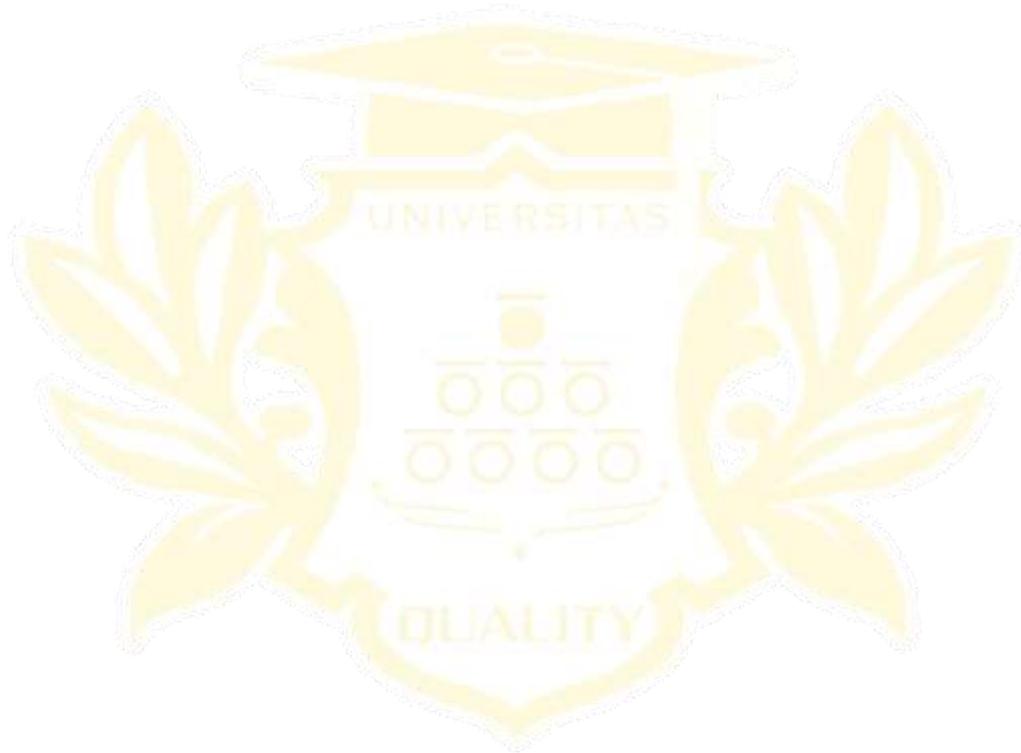
- Membicarakan hal-hal positif tentang rumah sakit kepada orang lain
- Merekomendasikan rumah sakit kepada keluarga/teman jika mereka membutuhkan.

3. Minat Preferensial

- Menjadikan rumah sakit sebagai pilihan utama jika sakit atau butuh layanan kesehatan
- Lebih memilih berobat di rumah di rumah sakit tersebut dari pada rumah sakit lain

4. Minat eksploratif

- Tertarik untuk mencoba layanan kesehatan di rumah sakit tersebut
- Ingin mengetahui lebih banyak informasi tentang rumah sakit (lokasi, Fasilitas, dokter, ect).



2.2 Penelitian terdahulu

Berbagai penelitian mengenai pengaruh terhadap minat berkunjung telah dilakukan. Beberapa penelitian tersebut telah menjadi acuan dalam penelitian ini di antaranya:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Erna Supriyanti(2015)	Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan masyarakat	masyarakat di kelurahan sembirejo semarang,hal ini di buktikan dalam analisis statistik dimana nilai-niali koefisien regresi kualitas pelayanan (b1) sebesar 0,322 dan t hitung (6,766) > t tabel (1,984) atau sig t $0,000 < 0,05$,dengan demikian H1 di terima dari tabel t pengaruh motivasi terhadap kepuasan masyarakat di kelurahan sembirejo semarang sebesar 6,766.
2	Rosiana Rizal (2017) Rosiana	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Peserta BPJS Kesehatan sebagai Mediasi terhadap Loyalitas Pasien	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada dimensi daya tanggap, jaminan dan bukti langsung terhadap nilai $p < 0,05$ sedangkan terhadap loyalitas pasien pada dimensi bukti langsung bernilai $p < 0,05$ dan terhadap loyalitas pasien dengan dimediasi kepuasan pasien pada dimensi bukti langsung bernilai $p < 0,05$.
3	Nona Yulianti dan Putu Nina Madiawati (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien pada Unit Rawat Inap Rumah	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari <i>reliability</i> , <i>tangibles</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , <i>emphaty</i> secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien sebesar 74,5%. Variabell

		Sakit Dr. Hasan Sadikin Bandung	<i>reliability, tangibles, dan assurance</i> secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
4.	Cristian,R.P (2016)	Pengaruh Strategi promosi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna BPJS di RSUD SAM Ratulangi Tondano	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan strategi promosi dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, secara parsial strategi promosi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Strategi promosi pada BPJS di RSUD Sam Ratulangi Tondano sebaiknya ditingkatkan melalui program-program promosi yang menarik, seperti iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat, sehingga dapat menambah Total pengguna BPJS dan mempertahankan pelanggan yang ada
5.	Sharon,L.G dan Santoso S.B., (2017)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Citra Rumah Sakit, Kepuasan Pasien dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas Pasien	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara fasilitas dengan kualitas layanan dan merupakan yang paling kuat pengaruhnya, maka memberikan keterangan cara pemakaian fasilitas di ruangan rawat inap dengan lengkap, juga perawat menerangkan cara penggunaan fasilitas perlu dilakukan agar lebih memudahkan pasien serta yang menunggu.

2.3 Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2017:60) mengemukakan bahwa, kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X) sebagai variabel bebas dan minat berkunjung (Y) sebagai variabel terikat. Berikut ini adalah gambaran kerangka berfikir dalam penelitian ini.



Gambar 2.1
Skema Kerangka Berpikir

2.4 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi praktis operasional tentang variabel atau istilah lain dalam penelitian yang di pandang penting. Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

Tabel 2.2

Definisi operasional Variabel dan indikatornya

Variabel	Defenisi konsep	Defenisi oprasional	Indikator	Skala ukur
Kualitas pelayanan (X)	Kualitas pelayanan secara sederhana merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang di berikan mampu terwujud sesuai ekspetasi pengunjung	1.kualitas pelayanan rumah sakit advent medan harus memiliki kenyamanan di ruang peralatan	1.Tangible(bukti fisik) 2.Realibility (kehandalan) 3.responsiv enes9daya	Likert

	Tjiptono(2014)	2.Memiliki kelengkapan peralatan medis di rumah sakit adalah salah satu bagian dari kualitas pelayanan	tangkap) 4.Insurance (jaminan) 5.Emphaty (Empati)	
Minat berkunjung (y)	Kotler and keller(2013:118),menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu tempat.	1.Berminat untuk berkunjung karena adanya pelayanan yang di berikan oleh petugas yang memuaskan 2.Petugas kesehatan menunjukkan keahlian di bidangnya dalam melaksanakan tanggung jawab terhadap pasien yang berobat.	1.Minat transformasional 2.Minat preferensial 3.Minat eksploratif	Likert

2.5 Hipotesis penelitian

Menurut Sugiyono (2019:99) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan deskripsi teori dan kerangka berpikir di atas, dapat diambil suatu hipotesis bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan Terhadap minat berkunjung di rawat inap rumah sakit advent medan.

