



Analisis Kualitas Pelayanan Darah Terhadap Kepuasan Konsumen di UTD PMI Kab.Kediri

Ayu Muksin Ratna Wati^{1*}, Yesy Kusumawati²
Universitas Kahuripan Kediri

ABSTRACT: The purpose of this study was to identify the effect of blood service quality variables consisting of Responsiveness (Responsiveness) (X1), Assurance (Assurance) (X2), Tangible (Physical Evidence) (X3), Empathy (empathy) (X4), and Reality (Reliability) (X5) have an influence on Consumer Satisfaction (Variable Y) at UTD PMI Kab. Kediri. This study uses a quantitative approach with data collection methods in the form of a questionnaire with a sample of 70 respondents who came to UTD PMI Kab. Kediri. The results showed that of the 5 blood service quality variables, there was 1 variable that had no effect on customer satisfaction (Y), namely the Tangible (Physical Evidence) variable (X3) and the variable that had the most influence on customer satisfaction (Y) was the Empathy variable (empathy) (X4).

Keywords: service quality, customer satisfaction

ABSTRAK: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh antara variabel kualitas pelayanan darah yang terdiri dari *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X1), *Assurance* (Jaminan/Kepastian) (X2), *Tangible* (Bukti Fisik) (X3), *Empathy* (empati) (X4), dan *Realibility* (Kehandalan) (X5) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Variabel Y) di UTD PMI Kab. Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa kuisisioner dengan jumlah sample sebanyak 70 responden yang datang ke UTD PMI Kab. Kediri. Hasil penelitian menunjukkan dari 5 variabel kualitas pelayanan darah ada 1 variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) yaitu variabel *Tangible* (Bukti Fisik) (X3) dan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah variabel *Empathy* (empati) (X4).

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

Submitted: 11 janaury; Revised: 15 january; Accepted: 26 january

Corresponding Author: yesykusumawati75@kahuripan.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang kedokteran khususnya dalam teknologi pelayanan darah, pengelolaan komponen darah dan pemanfaatannya dalam pelayanan kesehatan harus mempunyai landasan tujuan sebagai konsekuensi asas negara berlandaskan hukum. Pelayanan darah sebagai salah satu upaya kesehatan dalam rangka penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan sangat membutuhkan ketersediaan darah atau komponen darah yang cukup aman, bermanfaat, mudah di akses dan terjangkau oleh Masyarakat (PP nomor 7 tahun 2011). Produk darah yang diperoleh berasal dari pendonor darah sukarela yang sehat dengan mengutamakan kesehatan pendonor (UU no. 36 tahun 2009)

Pelayanan penyediaan darah di Indonesia dilaksanakan oleh Unit Transfusi Darah (UTD) dan Bank Darah Rumah Sakit (BDRS). UTD merupakan fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan donor darah, penyediaan darah, pendistribusi darah dan pemusnahan darah. UTD hanya diselenggarakan oleh pemerintah, Pemerintah daerah. Palang Merah Indonesia (PMI) UTD yang diselenggarakan oleh pemerintah dapat berbentuk unit pelaksana teknis atau Unit pelayanan di Rumah Sakit Milik Pemerintah (Permenkes nomer 83 tahun 2014).

Unit transfusi darah adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan donor darah, penyediaan darah dan pendistribusian darah. Pendonor darah adalah orang yang menyumbangkan darah atau komponennya kepada pasien untuk tujuan penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan. Pelayanan transfusi darah adalah upaya pelayanan kesehatan yang meliputi perencanaan, pengerahan dan pelestarian pendonor darah, penyediaan darah, pendistribusian darah dan tindakan medis pemberian darah kepada pasien untuk tujuan menyembuhkan penyakit dan pemulihan kesehatan. (Menkes nomor 91 tahun 2015).

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kotler dan Keller (2008) konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih membelimenggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Sedangkan pakar ekonomi banyak yang berpendapat bahwa konsumen merupakan pembeli ekonomis yakni orang yang mengetahui semua fakta dan secara logis membandingkan pilihan yang ada berdasarkan biaya dan nilai manfaat yang diterima untuk memperoleh kepuasan terbesar dari uang dan waktu yang mereka korbakan (McCarthy & Perreault, 1995)

Kepuasan konsumen menurut Kotler (1997) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesanya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika sebaliknya maka layanan dikatakan tidak bermutu. Sedangkan Engel, et al

(Tjiptono, 2005), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif di pilih sekurang kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidak puasan timbul apabila hasil tidak memnuhi harapan. Dengan demikian kepuasan memang menjadi variabel yang sangat penting untuk mengukur pemasaran pelayanan yang berkaitan dengan hasil akhir dari pelayanan yang telah diberikan apakah sesuai apa yang diharapkan atau keinginan konsumen.

Pengertian kualitas pelayanan menurut Assegaf, 2009 (dalam Mahanani, 2010), devinisi kualitas pelayanan adalah, ukuran sejauh mana suatu pelayanan yan diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Menurut Tjipto (2004) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Lovelock and Waright (2007), kualitas pelayanan merupakan evaluasi koknitif jangka panjang langganan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Menurut Kotler (2003 : 84) definisi kualitas yaitu, kualitas merupakan totalitas cirri-ciri dan karakteristik suatu produk atau jasa yang berpusat pada kemampuan produk tersebut untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Berdasarkan definisi diatas kualitas pelayanan juga digambarkan sebagai bentuk sikap, tetapi tidak sama dengan kepuasan, yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kemampuan perusahaan.

Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry dalam Hardiansyah, (2011;46) mengemukakan tentang 5 dimensi kualitas pelayanan atau SERVQUAL, dimana instrument ini dapat digunakan secara umum oleh perusahaan-perusahaan jasa didalam mengukur tingkat kualitas pelayanan yang diberikan terdiri dari :

a. Kehandalan (Reliability)

Yaitu kemampuan unntuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama dalam memberikan pelayanan secara tepat waktu dengan cara yang sama sesuai jadwal yang telah dijanjikan tanpa melakukan kesalahan. Indikatornya adalah sebagai berikut:

- 1) Kecermatan petugas dalam melayani
- 2) Memiliki standart kemampuan pelayanan yang jelas dalam pemahaman keinginan konsumen
- 3) Kemampuan petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
- 4) Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

b. Daya Tanggap (Responsiveness)

Yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen. Berkaitan dengan tanggung jawab dan keinginan untuk meberikan jasa yang prima serta membantu penerima jasa apabila menghadapi masalah berkaitan dengan jasa yang diberikan oleh pemberi jasa tersebut. Indikatornya adalah sebagai berikut;

1. Merespon/peduli setiap pelanggan / pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan.
2. Petugas melakukan pelayanan dengan dengan cepat.
3. Petugas melakukan pelayanan dengan tepat.
4. Petugas melakukan pelayanan dengan cermat.
5. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas.

c. Jaminan (Assurance)

Yaitu berkaitan dengan pengetahuan, keramahan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel (pemberi jasa) untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko atas jasa yang diterimanya. Indikatornya adalah sebagai berikut;

1. Pegawai/petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan.
2. Pegawai/petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan.
3. Pegawai/petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan.
4. Pegawai/petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.

d. Empaty (Empathy)

Yaitu meliputi sikap kontak personel (karyawan) maupun perusahaan untuk perhatian dan memahami kebutuhan maupun kesulitan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi. Indikatornya adalah sebagai berikut;

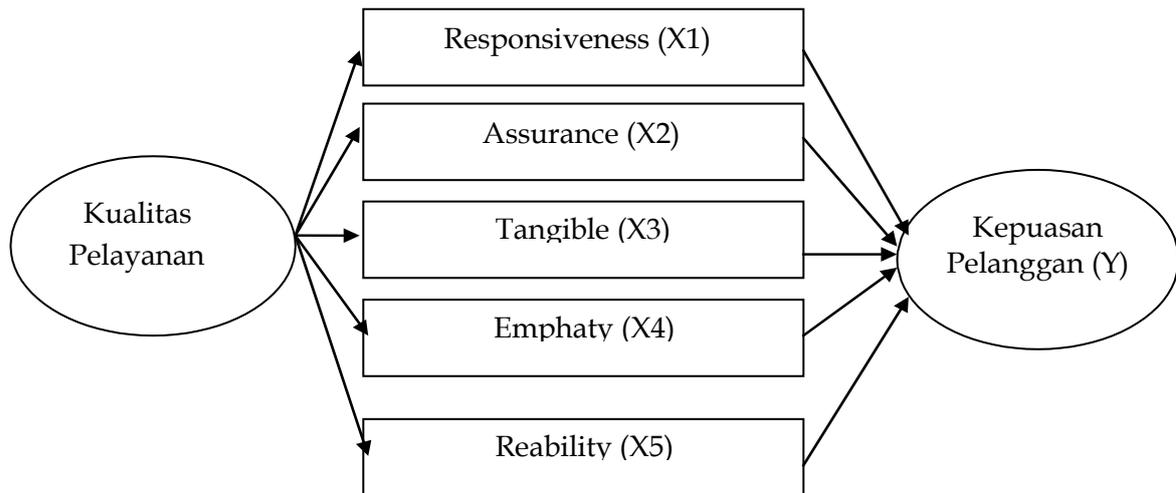
1. Mendahulukan kepentingan pelanggan/pemohon.
2. Petugas/pegawai melayani dengan sikap yang ramah.
3. Petugas/pegawai melayani dengan sikap yang baik..
4. Petugas/pegawai melayani dengan tidak membedakan (diskriminatif).
5. Petugas/pegawai melayani dan menghargai setiap pelanggan

e. Wujud Nyata (Tangible)

Yaitu tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Indikatornya adalah sebagai berikut;

- 1) Penampilan petugas/pegawai dalam melayani pelanggan
- 2) Kenyamanan tempat melakukan pelayanan.
- 3) Kedisiplinan petugas/pegawai dalam melakukan pelayanan.
- 4) Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan.
- 5) penggunaan alat bantu dalam pelayanan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh Bukti Langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan konsumen. Adapun kerangka pemikiran yang dikembangkan dalam model ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran deskriptif tentang suatu keadaan. Sedangkan metode Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Perencanaan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada responden. Jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 responden yang diambil dari pendonor dan keluarga pasien yang datang di UTD PMI Kab. Kediri dengan alamat jl. Dr. Wahidin 2 Pelem Pare Kediri.

Dalam penelitian ini uji validitas dan realibilitas digunakan untuk menguji kesesuaian dan konsistensi angket. Sedangkan untuk uji hipotesa menggunakan regresi linier berganda, uji t, dan uji f.

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini karakteristik responden tertera pada tabel 1 dimana diambil berdasarkan jenis kelamin dan usia.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Uraian	Jumlah	Prosentase
1	Jenis kelamin	Laki - laki	40	57%
		Perempuan	30	43%
		Jumlah	70	100%
2	Usia	17-24 tahun	25	36%
		25-34 tahun	15	22%
		35-44 tahun	30	52%
		Jumlah	70	100%

Sumber : Data primer diolah, 2021

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang diukur. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang kita susun tersebut mampu mengukur apa yang hendak kita ukur, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skors (nilai) tiap-tiap item (pertanyaan) dengan skor total kuesioner tersebut. Bila semua pertanyaan itu mempunyai korelasi yang bermakna, berarti semua item pertanyaan yang ada dalam kuesioner itu mengukur konsep yang kita ukur (Notoatmodjo,2014). Hasil uji validitas penelitian ini tertera pada table 2.

Tabel 2. Uji Validitas

No. Butir pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Variabel Bebas			
RESPONSIVENESS (DAYA TANGGAP)			
1. Petugas dengan cepat melayani pasien atau pendonor yang baru datang	0,757623	0,514	Valid
2. Petugas mau mendengarkan keluhan pasien atau pendonor dengan baik	0,825466	0,514	Valid
3. Petugas dengan segera menanggapi jika ada keluhan dari pasien atau pendonor	0,881823	0,514	Valid
4. Petugas memberi informasi dengan jelas	0,695522	0,514	Valid
ASURANCE (JAMINAN/KEPASTIAN)			
1. Petugas sopan dalam melakukan pelayanan	0,845505	0,514	Valid
2. Keterampilan petugas pada saat melakukan tindakan	0,898779	0,514	Valid
3. Petugas memberi rasa aman pada saat melakukan tindakan	0,866856	0,514	Valid
TANGIBLE (BUKTI FISIK)			
1. Petugas berpenampilan bersih	0,900561	0,514	Valid
2. Ruang pendonor di sediakan dalam keadaan rapi	0,933599	0,514	Valid
3. Semua peralatan medis yang digunakan tersedia	0,891883	0,514	Valid
EMPATHY (EMPATI)			
1. Petugas sabar dalam melayani pasien atau pendonor	0,796003	0,514	Valid
2. Petugas selalu menanyakan kondisi pendonor saat donor darah	0,614499	0,514	Valid
3. Petugas mengenal pendonor dengan baik	0,860729	0,514	Valid
4. Petugas berbicara sopan pada pasien atau pendonor	0,87382	0,514	Valid
REALIBILITY (KEHANDALAN)			
1. Petugas datang tepat waktu sesuai permintaan	0,868026	0,514	Valid
2. Memberi penjelasan persyaratan donor darah	0,881118	0,514	Valid
3. Petugas memberikan pelayanan dengan tidak membeda bedakan terhadap pasien	0,937627	0,514	Valid

atau pendonor			
Variabel terikat			
KEPUASAN KONSUMEN			
1. Apakah anda setuju bahwa pelayanan yang sesuai SOP	0,649427	0,514	Valid
2. Apakah anda setuju bahwa ruangan sudah Nyaman dan Bersih	0,659755	0,514	Valid
3. Apakah anda setuju dengan keramah tamahan Petugas dalam melakukan tugasnya	0,740167	0,514	Valid
4. Apakah anda setuju kalau penjelasan petugas bias dipahami	0,680948	0,514	Valid
5. Apakah anda setuju bahwa donor darah tidak membahayakan bagi diri sendiri	0,908711	0,514	Valid
6. Apakah anda setuju perlengkapan medis di tempat kami sudah lengkap	0,727014	0,514	Valid

Sumber : Data output SPSS diolah, 2021

Reliabilitas yaitu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten atau tetap asas (*ajeg*) bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama (Notoatmodjo, 2018). Perhitungan reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memiliki validitas. Adapun hasil uji reliabilitas penelitian ini tertera pada table 3.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Status
Responsiveness (Daya Tanggap)	0.778	Reliabel
Asurance (Jaminan/ Kepastian)	0.840	Reliabel
Tangible (Bukti Fisik)	0.871	Reliabel
Empathy (Empati)	0.795	Reliabel
Realibility (Kehandalan)	0.872	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.823	Reliabel

Sumber : Data output SPSS diolah, 2021

Teknik Analisis regresi linier berganda (multiple Regression) adalah analisis tentang hubungan antara satu dependen variabel dengan dua atau lebih independen variabel (Arikunto 2002)

Persamaannya yaitu $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

- a = Konstanta (harga y bila x =0)
 b = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada hubungan bila variabel independen
 x_1 = Variabel bebas (daya tanggap)
 x_2 = Variabel bebas (jaminan/kepastian)
 x_3 = Variabel bebas (bukti fisik)
 x_4 = Variabel bebas (empati)
 x_5 = Variabel bebas (kehandalan)

Tabel 4. Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.706	.395		-.1786	.079
RESPONSIVENESS (Daya Tanggap) : X1	.311	.089	.212	3.503	.001
ASURANCE (JAMINAN/KEPASTIAN) : X2	.432	.143	.228	3.022	.004
TANGIBLE (BUKTI FISIK) : X3	.028	.035	.017	.799	.427
EMPATHY (EMPATI) : X4	.435	.096	.279	4.512	.000
REALIBILITY (KEHANDALAN) : X5	.555	.156	.283	3.566	.001

a. Dependent Variabel: Kepuasan : Y

Sumber : Data output SPSS, 2021

Pada penelitian ini menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = -0,706 + 0,311X_1 + 0,432X_2 + 0,028X_3 + 0,435X_4 + 0,555X_5 + e$

Metode pengujian ini digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan hipotesis yang telah dikemukakan oleh Singgih Santoso (2009) sebagai berikut.

- 1) Jika t hitung > t tabel atau nilai P value pada kolom sig. < level of significant maka Ho ditolak dan Ha diterima, berarti secara parsial ada pengaruh antara variabel bebas dan terikat.
- 2) Jika t hitung < t tabel atau nilai P value pada kolom sig. > level of significant maka Ho diterima dan Ha di tolak berarti secara parsial telah ada pengaruh antara variabel bebas dan terikat.

Tabel 5. Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	td. Error	Beta		
1 (Constant)	-.706	.395		-1.786	.079
RESPONSIVENESS (Daya Tanggap) : X1	.311	.089	.212	3.503	.001
ASURANCE (JAMINAN/KEPASTIAN) :X2	.432	.143	.228	3.022	.004
TANGIBLE (BUKTI FISIK) : X3	.028	.035	.017	.799	.427
EMPATHY (EMPATI) : X4	.435	.096	.279	4.512	.000
REALIBILITY (KEHANDALAN) : X5	.555	.156	.283	3.566	.001

a. Dependent Variabel: Kepuasan : Y

Sumber : Data output SPSS, 2021

Uji F digunakan untuk mengetahui pengujian variabel bebas secara simultan (bersama-sama) hasil uji F ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA. Menurut Triton P.B (2006:267), langkah-langkah uji F statistic adalah sebagai berikut :

- a. Hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_a) yang digunakan yaitu:
 H_0 : $b_0 = 0$, artinya tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
 H_a : $b_a \neq 0$, artinya ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Tingkat significant yang digunakan yaitu $\alpha = 0,05$

Tabel 6. Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	402.122	5	80.424	672.898	.000 ^b
Residual	7.649	64	.120		
Total	409.771	69			

a. Dependent Variabel: Kepuasan :Y

b. Predictors: (Constant), REALIBILITY (KEHANDALAN) X5, TANGIBLE (BUKTI FISIK) X3, RESPONSIVENESS (Daya Tanggap) X1, EMPATHY (EMPATI) X4, ASURANCE (JAMINAN/KEPASTIAN):X2

Sumber : Data output SPSS, 2021

PEMBAHASAN

Persamaan regresi pada penelitian ini memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai Constanta adalah -0,706, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel kualitas pelayanan (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 adalah 0) maka kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri sebesar -0,706.
2. Nilai koefisien regresi *Responsiveness* (Daya Tanggap) adalah 0,311, artinya jika variabel pelayanan terkait *Responsiveness* (Daya Tanggap) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X_1) dan konstanta (α) adalah 0 (nol), maka kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri meningkat sebesar 0,311. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) berkontribusi positif bagi kepuasan konsumen, sehingga jika *Responsiveness* (Daya Tanggap) yang diberikan petugas PMI Kab. Kediri baik, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi terhadap pelayanan dari petugas UTD PMI Kab. Kediri
3. Nilai koefisien regresi *Assurance* (Jaminan/Kepastian) adalah 0,432, artinya jika variabel pelayanan terkait *Assurance* (Jaminan/Kepastian) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel *Assurance* (Jaminan/Kepastian) (X_2) dan konstanta (α) adalah 0 (nol), maka kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri meningkat sebesar 0,432. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Assurance* (Jaminan/Kepastian) berkontribusi positif bagi kepuasan konsumen, sehingga jika *Assurance* (Jaminan/Kepastian) yang diberikan petugas PMI Kab. Kediri baik, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi terhadap pelayanan dari petugas UTD PMI Kab. Kediri
4. Nilai koefisien regresi *Tangible* (Bukti Fisik) adalah 0,028, artinya jika variabel pelayanan terkait *Tangible* (Bukti Fisik) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel *Tangible* (Bukti Fisik) (X_3) dan konstanta (α) adalah 0 (nol), maka kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri meningkat sebesar 0,028. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Tangible* (Bukti Fisik) berkontribusi positif bagi kepuasan konsumen, sehingga jika *Tangible* (Bukti Fisik) yang diberikan petugas PMI Kab. Kediri baik, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi terhadap pelayanan dari petugas UTD PMI Kab. Kediri
5. Nilai koefisien regresi *Empathy* (Empati) adalah 0,435, artinya jika variabel pelayanan terkait *Empathy* (Empati) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel *Empathy* (Empati) (X_4) dan konstanta (α) adalah 0 (nol), maka kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri meningkat sebesar 0,435. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Empathy* (Empati) berkontribusi positif bagi kepuasan konsumen, sehingga jika *Empathy* (Empati) yang diberikan petugas PMI Kab. Kediri baik, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi terhadap pelayanan dari petugas UTD PMI Kab. Kediri
6. Nilai koefisien regresi *Realibility* (Kehandalan) adalah 0,555, artinya jika variabel pelayanan terkait *Realibility* (Kehandalan) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel *Realibility* (Kehandalan) (X_5) dan konstanta (α) adalah 0 (nol), maka kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri meningkat sebesar 0,555. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel

Realibility (Kehandalan) berkontribusi positif bagi kepuasan konsumen, sehingga jika *Realibility* (Kehandalan) yang diberikan petugas PMI Kab. Kediri baik, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi terhadap pelayanan dari petugas UTD PMI Kab.Kediri

Pada tabel uji t dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh pada kepuasan konsumen
 - a. Pengaruh kualitas pelayanan darah terkait *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab.Kediri
Variabel pelayanan darah terkait *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri. Hal ini dibuktikan dari hasil signifikan *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X_1) $0,001 < 0,05$.
Nilai $t_{tabel} = t(\alpha/2;70-5-1) = (0,025;64) = 1,997773$.
Berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}(3,503 > 1,997773)$, maka H_0 di tolak dan H_1 di terima, sehingga ada pengaruh kualitas pelayanan darah terkait *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri.
 - b. Pengaruh kualitas pelayanan darah terkait *Assurance* (Jaminan/Kepastian) terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab.Kediri
Variabel pelayanan darah terkait *Assurance* (Jaminan/Kepastian) (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri. Hal ini dibuktikan dari hasil signifikan *Assurance* (Jaminan/Kepastian) (X_2) $0,004 < 0,05$.
Nilai $t_{tabel} = t(\alpha/2;70-5-1) = (0,025;64) = 1,997773$.
Berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}(3,022 > 1,997773)$, maka H_0 di tolak dan H_1 di terima, sehingga ada pengaruh kualitas pelayanan darah terkait *Assurance* (Jaminan/Kepastian) terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri.
 - c. Pengaruh kualitas pelayanan darah terkait *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri
Variabel pelayanan darah terkait *Tangible* (Bukti Fisik) (X_3) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri. Hal ini dibuktikan dari hasil signifikan *Tangible* (Bukti Fisik) (X_3) $0,427 > 0,05$.
Nilai $t_{tabel} = t(\alpha/2;70-5-1) = (0,025;64) = 1,997773$.
Berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}(0,799 < 1,997773)$, maka H_0 di terima dan H_1 di tolak, sehingga ada tidak ada pengaruh kualitas pelayanan darah terkait *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri.
 - d. Pengaruh kualitas pelayanan darah terkait *Empathy* (Empati) terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri

Variabel pelayanan darah terkait *Empathy* (Empati) (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri. Hal ini dibuktikan dari hasil signifikan *Empathy* (Empati) (X_4) $0,000 < 0,05$.

Nilai $t_{tabel} = t(\alpha/2; 70-5-1) = (0,025; 64) = 1,997773$.

Berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}(4,512 > 1,997773)$, maka H_0 di tolak dan H_1 di terima, sehingga ada pengaruh kualitas pelayanan darah terkait *Empathy* (Empati) (X_4) terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri.

- e. Pengaruh kualitas pelayanan darah terkait *Realibility* (Kehandalan) terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri

Variabel pelayanan darah terkait *Realibility* (Kehandalan) (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri. Hal ini dibuktikan dari hasil signifikan *Realibility* (Kehandalan) (X_5) $0,001 < 0,05$.

Nilai $t_{tabel} = t(\alpha/2; 70-5-1) = (0,025; 64) = 1,997773$.

Berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}(3,566 > 1,997773)$, maka H_0 di tolak dan H_1 di terima, sehingga ada pengaruh kualitas pelayanan darah terkait *Realibility* (Kehandalan) (X_5) terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. Kediri.

Berdasarkan hasil uji f dapat di ketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 672,898 dengan nilai F_{tabel} 2.36, sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $672,898 > 2,36$, dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_1 di terima. Hasil pengujian tersebut dapat di ketahui bahwa variabel kualitas pelayanan darah yang terdiri dari *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X_1), *Assurance* Jaminan/Kepastian) (X_2), *Empathy* (Empati) (X_4), dan *Realibility* (Kehandalan) (X_5) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Variabel Y) di UTD PMI Kab. Kediri. Dari 5 variabel kualitas pelayanan darah ada 1 variabel tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y), yaitu variabel *Tangible* (Bukti Fisik) (X_3), dan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah variabel *Empathy* (Empati)(X_4).

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis dalam bab IV, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) secara parsial terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. KEDIRI, ada 4 variabel (X_1, X_2, X_4 dan X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan 1 variabel (X_3) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) secara simultan terhadap kepuasan konsumen di UTD PMI Kab. KEDIRI, dari 5 variabel (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) ada 1 variabel tidak mempengaruhi terhadap

kepuasan konsumen(Y) yaitu X3 dan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) yaitu X4.

3. Dari hasil dapat dilihat bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel empati sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ersya Risky Ahmad (2020) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada vespa box kota Malang dengan menggunakan metode kualitatif menunjukkan hasil yang sama yaitu yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Empati.

Dari kesimpulan diatas ,maka yang perlu ditingkatkan yaitu:

1. UTD PMI Kab. KEDIRI perlu memperhatikan daya tanggap untuk konsumen lebih ditingkatkan karena salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. UTD PMI Kab. KEDIRI perlu memperhatikan jaminan/kepastian untuk konsumen lebih ditingkatkan karena salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. UTD PMI Kab. KEDIRI perlu memperhatikan empati untuk lebih ditingkatkan karena salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
4. UTD PMI Kab.KEDIRI perlu memperhatikan kehandalan untuk lebih ditingkatkan karena salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

PENELITIAN LANJUTAN

Masih banyak kekurangan dari penelitian ini maka perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk lebih menyempurnakannya. Untuk itu perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan menambah variabel penelitian lainnya dan obyek penelitian yang berbeda agar hasil penelitian ini dapat lebih memperkaya pengetahuan dan dapat diperoleh temuan baru khususnya dalam ilmu manajemen sumber daya manusia sehingga dapat dijadikan referensi berharga bagi para peneliti, mahasiswa dan juga masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dipersembahkan kepada ;

1. Allah SWT atas rahmat, petunjuk dan kemudahanNYA sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Pimpinan dan teman-teman UTP PMI Kab. Kediri atas bantuan dan partisipasinya sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar
3. Rektor, Dekan, Kaprodi, Dosen pembimbing dan staff Universitas Kahuripan Kediri atas dukungan dan motivasinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Almarhum bapak, ibu, suami, anak-anakku, saudaraku-saudaraku dan teman-teman mahasiswa atas doa, dukungan dan perhatiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, Permenkes no. 83 tahun 2014 tentang unit transfusi darah, bank Darah Sakit, dua jenjang Pelayanan transfusi Darah.
- Anonim, Undang Undang Republik indonesia no. 36 tahun 2009 tentang kesehatan.
- Assegaf, F., 2009, Prospek Produksi Bioetanol Bonggol Pisang (Musa Paradisiacal) Menggunakan Metode Hidrolisis Asam dan Enzimatis, Skripsi, Universitas Jenderal Soedirman
- A. Parasuraman, V. A. (2011). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication forr Future Reaserch. Service Quality, 2015-220.
- Budi, Triton Prawira. 2006. SPSS13.0 Terapan; Riset Statistik Parametrik. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Fandi Tjiptono. (2005). Strategi Pemasaran. Andi Offset. Yogjakarta
- Fandy, Tjiptono. 2004. Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta, AndiOffset.
- Kotler, Philip. 1997, Manajemen Pemasara. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, Phillip. 2002. Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 1, Kotler,Philip.2003. Marketing Management, 11th Edition PrenticeHall. Inc. NewJersey.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. Masajemen Pemasaran, Terjemahan : Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Lovelock.C dan Lauren K. Wright. (2007). Manajemen Pemasaran Jasa, Alih bahasa Agus Widyantoro, Cetakan Kedua, Jakarta; PT. INDEKS.
- McCarthy, E.Jerome; Perreault, William D. Intisari Pemasaran: Sebuah Ancangan Manajerial Global. Edisi Keenam, Jilid 1, alih bahasa oleh Agus Maulana. Jakarta: Binarupa Aksara,1995.
- Notoatmodjo.(2014). Metodologi Penelitian Kesehatan Jakarta: PT. RinekaCipta.
- Notoatmodjo, S (2018). Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto,S.2002.MetodologiPenelitianSuatuPendekatanProposal.Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Palang Merah Indonesia, Peraturan Pemerintah RI No 7 tahun 2011. Peraturan pemerintah Indonesia no. 7 tahun 2011 tentang pelayanan Darah. Jakarta

Peraturan Materi Kesehatan Republik Indonesia, no 91 tahun 2015 tetang Standar Pelayanan Transfusi Darah.

Singgih Santoso, (2009). Panduan Lengkap Menguasai Statistik Dengan SPSS. Jakarta: PT. Elex media Komputindo

Sunarto, 2003. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE-UST. 2003. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: AMUS Yogyakarta CV Ngeksigondo Utama.