PENGARUH KOMUNIKASI EFEKTIF TERHADAP KEPUASAN PELAYANAN RUMAH SAKIT ISLAM SITI RAHMAH PADANG

Dance Marsyandi Putra, Nazaruddin Aziz

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”

nazaruddinaziz@akbpstie.ac.id

ABSTRACT

Effective communication is an important factor as a tool to serve the patients in order to realize satisfactory services for patients. When patients feel satisfaction when he served this will indirectly increase patient visits and hospital revenue. Effective communication has five basic components, namely respect, empathy, audible, clarity, and humble, these five factors will influence patient satisfaction with care RS. Tujuan this study to determine the effect of effective communication to satisfaction of RSI Siti Rahmah service in Padang. This research is an analytic research in the field of human resource management, effective communication with the independent variables consist of components respect, empathy, audible, clarity, and humble while the dependent variable is the RSI Siti Rahmah service satisfaction Padang. The population in this study are patients with RSI Siti Rahmah Padang many as 24 662 patients. The sample in this study are patients with RSI Siti Rahmah Padang 100 patients as respondents sampling using sampling techniques Proportional random sampling. Univariate analysis by calculating the frequency distribution of each variable. While the bivariate analysis using multiple linear regression tests to measure simultaneously the independent variable on the dependent variable. The results of this study, to respect the independent variables did not significantly affect the service satisfaction in RSI Siti Rahmah (regression coefficient = 0.332 and $p = 3.32$). While the independent variable empathy also did not significantly affect the service satisfaction in RSI Siti Rahmah (regression coefficient = 0.150 and $p = 15.0$). While the independent variable audible significant positive effect on service satisfaction in RSI Siti Rahmah (regression coefficient = 0.077 and $p = 7.7$). While the clarity of independent variables are also significant positive effect on service satisfaction in RSI Siti Rahmah (regression coefficient = 0.142 and $p = 14.2$). While the independent variable humble significant positive effect on service satisfaction in RSI Siti Rahmah (regression coefficient = 0.0511 and $p = 51.1$). Variable respect, empathy, audible, clarity, and humble which is a component of effective communication simultaneously significant positive effect on service satisfaction in RSI Siti Rahmah value supported by $F = 7.146$ $p = 0.000$ Advice from researchers to the leadership of RSI Siti Rahmah Padang to maintain and improve effective communication in the service process in RSI Siti Rahmah and is

expected to be able to innovate in implementing effective for communication to increase hospital revenue in the future.

Keywords: *Effective Communication, and Satisfaction Services*

LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan salah satu faktor yang menentukan kebahagiaan manusia, komunikasi juga faktor paling penting untuk menjalin hubungan, yang rapat dengan manusia lain. Manusia berkomunikasi karena ada beberapa tujuan yang hendak dicapai. Tujuan pertama individu berkomunikasi dengan manusia lain adalah karena individu tersebut hendak memahami orang lain. Individu hendaknya mengenali siapa mereka, siapa diri mereka, apa yang mereka pikirkan, apa yang mereka rasakan dan macam macam lagi konteks kalimat berkenaan dengan dirinya.

Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang lambang yang bermakna bagi kedua pihak, dalam situasi yang tertentu komunikasi menggunakan media tertentu komunikasi menggunakan untuk merubah sikap atau tingkah laku seseorang atau sejumlah orang sehingga ada efek tertentu yang diharapkan (effendi, 2000:13).

Komunikasi harus dilakukan secara efektif agar komunikasi itu dapat mudah dimengerti oleh komunikan, komunikasi yang efektif dapat dilakukan apabila seseorang yang berkomunikasi memahami proses komunikasi efektif dan unsure-unsur komunikais efektif. Komunikasi efektif merupakan komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap(attitude change)pada orang yang terlibat dalam komunikasi. Kita harus sadar akan pentingnya komunikasi khususnya komunikasi efektif, agar segala sesuatu yang kita tampilkan dan lakukan adalah komunikasi, maka penampilan dan segala sesuatu yang kita lakukan merupakan pesan. Adapun makna komunikasi yang efektif menurut effendi (2005) adalah komunikasi yang berhasil menyampaikan pikiran dengan menggunakan perasaan yang disadari. sedangkan menurut walter lippman dalam effendi (2005) bahwa komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berusaha memilih cara yang tepat agar gambaran dalam benak dan isi kesadaran dari komunikator dapat dimengerti, diterima bahkan dilakkan oleh komunikan.

Agar komunikasi menghasilkan komunikasi yang efektif, seseorang harus memahami prinsip prinsip dalam berkomunikasi, ada lima prinsip komunikasi yang efektif (The Five Inevitable Laws of Effective Communication). Dalam buku Make Yourself A Leader yang ditulis oleh Aribowo Prijosaksono dan Ping Hartono, yang harus dipahami. Lima prinsip dikembangkan dan dirangkum dalam satu kata yang mencerminkan esensi dari komunikasi tersebut yaitu REACH(respect, empathy, audible, clarity dan humble). yang berarti merengkuh dan meraih. Pada dasarnya komunikasi adalah upaya kita untuk meraih perhatian, cinta kasih, minat, kepedulian, simpati, tanggapan, maupun respon positif dari orang lain.

Berdasarkan pada latar belakang pemilihan judul yang telah dikemukakan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *respect* komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan rumah sakit islam siti rahmah padang
2. Apakah *empathy* komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan rumah sakit islam siti rahmah padang
3. Apakah *audible* komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan rumah sakit islam siti rahmah padang
4. Apakah *clarity* komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan rumah sakit islam siti rahmah padang
5. Apakah *humble* komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan rumah sakit islam siti rahmah padang

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis *respect* komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan rumah sakit islam siti rahmah padang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis *empathy* komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan rumah sakit islam siti rahmah padang
3. Untuk mengetahui dan menganalisis *audible* komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan rumah sakit islam siti rahmah padang
4. Untuk mengetahui dan menganalisis *clarity* komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan rumah sakit islam siti rahmah padang
5. Untuk mengetahui dan menganalisis *humble* komunikasi efektif berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan rumah sakit islam siti rahmah padang.

Manfaat Penelitian

Untuk menerapkan teori teori dan pengetahuan yang didapat dibangku kuliah ke dalam masalah yang sebenarnya terjadi pada suatu perusahaan khususnya mengenai komunikasi efektif , kepuasan pelayanan yang dilaksanakan suatu perusahaan

LANDASAN TEORI

Pengertian Komunikasi Efektif

Komunikasi merupakan hal mendasar yang menjadi salah satu factor keselamatan pasien dan kepuasan pelanggan. Berbeda dengan komunikasi lainnya seperti komunikasi di bidang pendidikan, bisnis, dan lain sebagainya. Komunikasi efektif dalam bidang pelayanan rumah sakit memiliki tingkat kompleksitas yang cukup tinggi. Hal ini disebabkan komunikasi yang terlibat sangat banyak, informasi yang dibutuhkan sangat banyak, serta menyangkut dengan emosi pasien/keluarga pasien dan petugas kesehatan yang cukup tinggi.

Proses Komunikasi Efektif

“Proses komunikasi menurut Komala (2009:83) adalah proses aktivitas komunikasi terjadi manakala manusia berinteraksi dalam aktivitas komunikasi , menyampaikan pesan mewujudkan motif komunikasi.”

Suprpto (2011:5) mengutip Joseph A.Devito (1996) mengemukakan bahwa “komunikasi adalah transaksi , dengan transaksi dimaksudkan bahwa

komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen komponennya saling terkait ,dan bahwa komunikatornya beraksi dan bereaksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan.”

Suksesnya proses komunikasi sehingga dapat menghasilkan komunikasi yang efektif tentu saja dipengaruhi oleh banyak faktor baik itu faktor komunikator maupun dari komunikan .faktor yang dipengaruhi antara lain :

- a. Pesan yang dirancang dan disampaikan sedemikian rupa ,sehingga dapat menarik perhatian komunikan. Untuk merancang suatu pesan yang dapat menarik perhatian ini sebaiknya sebagai komunikator harus mencari tahu dulu karakteristik orang yang akan kita beri pesan. selain itu komunikator harus mempunyai kemampuan sebagai penyampai pesan yang menarik dan mudah dipahami.
- b. Pesan harus menggunakan lambang lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama sama mengerti, sebaiknya pesan disampaikan dengan beberapa metode dan tidak hanya secara lisan.pesan yang disampaikan dengan melibatkan beberapa panca indera misalnya dapat dilihat ,didengar,diraba akan lebih mudah dimengerti daripada pesan itu hanya disampaikan secara lisan.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara memperoleh kebutuhan tersebut. Jadi pesan harus sesuai harapan atau sesai kebutuhan penerima pesan. Pesan yang disampaikan akan terasa membosankan dan tidak ada arti penerima pesan apabila pesan itu tidak dibutuhkan.
- d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan dimana komunikan digerakkan untuk memberikan tanggapan sesuai yang dikehendaki.solusi pemecahan masalah harus dikemukakan untuk dapat membantu klien keluar dari masalahnya.
- e. Pesan yang dirancang dan disampaikan sedemikian rupa ,sehingga dapat menarik perhatian komunikan. Untuk merancang suatu pesan yang dapat menarik perhatian ini sebaiknya sebagai komunikator harus mencari tahu dulu karakteristik orang yang akan kita beri pesan. Selain itu komunikator harus mempunyai kemampuan sebagai penyampai pesan yang menarik dan mudah dipahami,

Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila memenuhi tiga hal berikut :

- a. Pesan dapat diterima dan dimengerti serta dipahami sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim.
- b. Pesan yang disampaikan oleh pengirim dapat disetujui oleh penerima dan tindak lanjut dengan perbuatan yang diminati oleh pengirim.
- c. Tidak ada hambatan yang berarti untuk melakukan apa yang seharusnya dilakukan untuk menindaklanjuti pesan yang dikirim.

Aspek kemampuan komunikasi efektif.

Menurut Dedy Mulyana (2005:68), untuk dapat berkomunikasi secara efektif antara lain:

- a. Komunikator
pengirim (sender) yang mengirim pesan kepada komunikan dengan menggunakan media tertentu. Unsure yang sangat berpengaruh dalam

komunikasi , karena merupakan awal (sumber) terjadinya suatu komunikasi.

- b. Komunikan
penerima (receiver) yang menerima pesan dari komunikator. Kemudian memahami ,menerjemahkan dan akhirnya memberi respon.
- c. Media
saluran (channel) yang digunakan untuk menyampaikan pesan sebagai sarana komunikasi. Berupa bahasa verbal maupun non verbal , wujudnya berupa ucapan,tulisan,gambar, bahasa tubuh,bahasa mesin,sandi dan lain sebagainya.
- d. Pesan
isi komunikasi berupa pesan (message) yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Kejelasan pengiriman dan penerimaan pesan sangat berpengaruh terhadap kesinambungan komunikasi.
- e. Tanggapan

merupakan dampak (effect) komunikasi sebagai respon atas penerimaan pesan. Diimplementasikan dalam bentuk umpan balik (feed back) atau tindakan sesuai dengan

Prinsip Dasar Komunikasi Efektif.

- a. Hukum *Respect*

Menurut Mahaguru Komunikasi Dale Carnegie dalam bukunya how to win friend and influence people, rahasia terbesar yang merupakan salah satu prinsip dasar dalam berurusan dengan manusia adalah dengan memberikan penghargaan yang jujur dan tulus. Seorang ahli psikologi yang sangat terkenal William James juga mengatakan bahwa ”prinsip paling dalam pada sifat dasar manusia adalah kebutuhan untuk dihargai.” Dia mengatakan ini sebagai suatu kebutuhan (bukan harapan ataupun keinginan yang bisa ditunda atau tidak harus dipenuhi), yang harus dipenuhi ini adalah suatu rasa lapar manusia yang tak terperikan dan tergoyahkan

- b. Hukum *Empaty* (empati)

Menurut Stephen r. Covey menaruh kemampuan untuk mendengarkan sebagai salah satu dari 7 kebiasaan manusia yang sangat efektif ,yaitu kebiasaan untuk mengerti terlebih dahulu ,baru dimengrti(see first to understand –understands then be understood to build the skills of empathetic listening that inspires openness and trust). Inilah yang disebut dengan komunikasi empatik.

Empaty adalah kemampuan untuk menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang tengah dihadapi orang lain. Anda mampu merasakan apa yang dirasakan orang lain,sehingga komunikasi akan terjalin dengan baik sesuai dengan kondisi psikologis lawan bicara. Salah satu prasyarat utama dalam memiliki sikap empati adalah kemampuan kita untuk mendengarkan atau mengerti terlebih dulu sebelum didengarkan atau dimengerti oleh orang lain.

- c. Hukum *Audible*

Menurut hukum REACH Makna dari audible antara lain dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik jika empati berarti kita harus mendengar terlebih

dahulu ataupun mampu menerima umpan balik dengan baik, maka audible berarti pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh penerima pesan

d. . Hukum *Clarity*

Menurut hukum REACH Selain pesan harus dapat dimengerti dengan baik, maka hukum ini terkait dengan Audible adalah kejelasan dari pesan itu sendiri sehingga tidak menimbulkan multi interpretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan. Karena kesalahan penafsiran atau pesan yang dapat menimbulkan berbagai penafsiran akan menimbulkan dampak yang tidak sederhana.

e. Hukum *Humble*

Menurut hukum REACH yaitu Hukum kelima dalam membangun komunikasi yang efektif adalah sikap rendah hati. sikap ini merupakan unsure terkait dengan hukum pertama untuk membangun rasa menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang kita miliki, pada intinya antara lain, sikap yang penuh melayani (*customer first attitude*), sikap menghargai, mau mendengar dan menerima kritik, tidak sombong dan memandang rendah orang lain, berani mengakui kesalahan, rela memaafkan lemah lembut dan penuh pengendalian diri, serta mengutamakan kepentingan yang lebih besar.

f. Kepuasan Pelayanan (Y)

Pengertian Kepuasan

Menurut Kotler kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dkk, 2007;177). Sedangkan Tse dan Wilton (1988) dalam Lupiyoadi (2006) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi disesuaikan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya,

Hubungan Antara Komunikasi Efektif dengan Kepuasan Pelayanan.

Komunikasi dan kemahiran dalam berkomunikasi memerlukan proses pembelajaran dan kesadaran komunikasi. komunikasi efektif pelayanan public adalah tindakan nyata yang bukan sekedar lip service saja. Dalam penyelenggaraan pelayanan, harus mengedepankan komunikasi yang persuasif dan menghindari komunikasi yang bersifat represif dan komunikasi dengan tatap muka akan lebih efektif ketimbang tanpa tatap muka.

Komunikasi yang efektif bisa tercapai bila dilakukan dengan ikhlas dan totalitas yang mengedepankan kepentingan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah kepuasan penyelenggara juga, jika anggapan ini dijadikan roh pelayanan, maka akan tercapai bentuk pelayanan yang efektif dan efisien.

Dalam hal hubungan komunikasi efektif dengan kepuasan pelayanan, unsure unsure seperti komunikator (penyelenggara pelayanan), komunikan (penerima pelayanan), isi pesan atau konten pelayanan, prosedur pelayanan dan cara mengkomunikasikan produk pelayanan adalah unsure unsure yang berkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Dalam hal ini bentuk komunikasi efektif adalah cara komunikasi terbaik yang dilakukan oleh penyelenggara pelayanan sehingga pesan yang disampaikan mudah terserap oleh penerima pelayanan dan sebaliknya penerima pelayanan dengan mudah dapat memenuhi persyaratan pelayanan tersebut tanpa adanya kesalahpahaman serta akurasi pelayanan yang diinginkan tepat waktu bahkan kurang dari waktu yang telah diterapkan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian survei, menurut Abdurahman (2011 : 16) penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan terhadap sejumlah individu atau unit analisis, sehingga ditemukan fakta atau keterangan secara faktual mengenai gejala suatu kelompok atau perilaku individu dan hasilnya dapat digunakan sebagai bahan pembuatan rencana atau pengambilan keputusan. Penelitian survei ini merupakan studi yang bersifat kuantitatif dan umumnya survei menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya.

Populasi dan Sample

Populasi

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pasien yang terdaftar sebagai pasien Rumah Sakit Islam Siti Rahmah. Berdasarkan data terakhir yang diperoleh dari rekapan data rekam medis, jumlah pasien yang terdaftar adalah sebanyak 24.662 pasien pada tahun 2015 di Poliklinik Rawat Jalan.

Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya Abdurahman (2011 : 129). Jadi sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari:

a. Data primer

Data primer yaitu data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari jawaban responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Sedangkan responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah pasien yang terdaftar pada Rumah Sakit Islam Siti Rahmah.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti, tetapi diperoleh dari data yang diterbitkan oleh rekam medis perusahaan, laporan suatu lembaga, studi kepustakaan, literatur, jurnal penelitian terdahulu dan majalah yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, dalam hal ini data yang diambil adalah data pasien yang berobat di Rumah Sakit Islam Siti Rahmah.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Observasi adalah teknik yang menurut adanya pengamatan peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian (Umar, 2011:51). Pada penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung di Rumah Sakit Islam Siti Rahmah untuk mendapatkan data-data yang diperlukan sekaligus mencermati fenomena-fenomena yang berkaitan dengan penelitian ini.

Angket (Kuesioner)

Teknik angket merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Umar, 2011: 49). Dalam penelitian ini penulis mengajukan pertanyaan kepada responden dengan model pertanyaan yang bersifat tertutup dengan alternatif jawaban berupa skala.

Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana jawaban dari karyawan dapat memberikan hasil yang relative tidak berbeda (konsisten) bila dilakukan pengukuran ulang terhadap subjek yang sama. Pengujian reabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Cronbach's alpha*. Instrumen yang handal (*reliable*) apabila memiliki *Cronbach's alpha*. Lebih dari 0.985

Teknik Analisa Data

Supaya data yang telah dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan SPSS 17.0.

Analisis Deskriptif

Menurut Bungin (2005 : 181) analisis deskriptif merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan keadaan gejala sosial yang tampak dan melihat hubungan kausalitas antara gejala-gejala tersebut. Setelah data terkumpul kemudian disajikan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk dilakukan analisis deskriptif

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Untuk menguji apakah persamaan garis regresi yang diperoleh linier dan dapat dipergunakan untuk melakukan peramalan, maka harus dilakukan uji asumsi klasik yaitu:

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residu memiliki distribusi normal (ghozali, 2006). Ada dua cara untuk mengetahui apakah residu terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic. Karena analisis grafik dapat menyesatkan, maka dipilih uji statistik kolmogorov-smirnov dengan melihat tingkat signifikasinya. Uji ini dilakukan sebelum data diolah. Pendeteksian normalitas data terdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov. Residual dinyatakan terdistribusi normal jika nilai signifikansi kolmogorov-smirnov > 0.05 dan sebaliknya.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Djojo, 2011 : 66). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Multikolinieritas dideteksi dengan menggunakan nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang

terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/\text{tolerance}$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10.

Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

1 Uji t

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variable independen terhadap variable dependen secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t table dengan nilai t hitung. Nilai t dapat diperoleh dengan menggunakan rumus (Irianto, 2010:204).

$$t_k = \frac{b_i}{S_{bi}}$$

Uji F

Uji F adalah untuk menguji adanya pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Aturan penolakan dan penerimaan uji F, di mana kita akan menerima H_0 jika F hitung lebih kecil dari F tabel dan menolak H_0 jika F hitung lebih besar dari F tabel. Menurut Abdurahman (2011 : 230) rumus mencari F hitung:

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksud untuk mengetahui tingkat ketepatan paling tepat dalam analisis regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dengan 1 (satu). Apabila koefisien determinasi nol, variable independent sama sekali mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variable independent berpengaruh terhadap variable dependent. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variable independent berpengaruh terhadap variable dependent, selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui persentase perubahan variable tidak bebas, yaitu Kepuasan Pasien (Y) yang disebabkan oleh variable bebas yaitu *respect* (X_1), *empathy* (X_2), *audible* (X_3), *clarity* (X_4) dan *humble* (X

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis data

Pada penelitian ini dilakukan pengujian statistik yaitu pengujian reabilitas dan validitas untuk membuktikan tingkat keakuratan dan kevalidan data yang digunakan dalam penelitian, sebagaimana diuraikan sebagai berikut :

Pengujian Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur kuesioner yang digunakan sebagai instrumen penelitian, sehingga dapat dikatakan instrumen tersebut *valid*. Untuk mengetahui apakah sebuah pertanyaan *valid* atau tidak *valid* maka digunakan nilai *pearson correlation* yang dibandingkan dengan nilai r tabel. Pada

penelitian ini menggunakan 100 orang sampel, maka nilai r tabel = 0.195 untuk 2-tailed (2 arah).

Bila nilai *pearson correlation* suatu butir pertanyaan lebih besar dari nilai $r = 0.195$ maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid, dan bila nilai *pearson correlation* suatu butir pertanyaan lebih kecil dari nilai $r = 0.195$ maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid, butir pertanyaan yang tidak valid tersebut akan dikeluarkan dan tidak digunakan/dipakai untuk mengukur sebuah variabel. Berikut ringkasan hasil pengujian validitas untuk masing-masing variabel penelitian.

Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana jawaban dari karyawan dapat memberikan hasil yang relative tidak berbeda (konsisten) bila dilakukan pengukuran ulang terhadap subjek yang sama. Pengujian reabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Cronbach's alpha*. Instrumen yang handal (*reliable*) apabila memiliki *Cronbach's alpha*.

Analisis Deskriptif

Analisa ini bermaksud untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variabel penelitian. Analisa ini bertujuan untuk memperoleh gambaran obyektif variabel meliputi nilai mean, standar deviasi, nilai minimum dan nilai maksimum.

Dalam deskripsi variabel penelitian ini penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan TCR (Tingkat Capaian Responden). Sebagaimana yang dikemukakan oleh (Riduwan, 2006 : 89)

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas kolmogorov smirnov adalah dengan membandingkan distribusi data yang akan di uji normalitasnya dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. Jadi sebenarnya uji kolmogorov smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Seperti uji beda biasa, jika signifikansi dibawah 0.05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan, dan jika signifikansi diatas 0.05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan.

Uji Multikolinearitas

Pengujian terhadap ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi ini adalah ditunjukkan pada kolom *tolerance* dan VIF. Dengan asumsi, jika nilai $VIF > 10$, maka variabel independen mempunyai masalah multikolinearitas dan $VIF < 10$ maka variabel independen tidak mempunyai masalah multikolinearitas.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variable independent secara bersama-sama terhadap variable dependen. Menurut Santoso, 2001 (dalam dwipriyatno, 2011) bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variable bebas digunakan adjust R^2 sebagai koefisien determinasi

Pengaruh Komunikasi Efektif Terhadap Kepuasan Pelayanan RSI Siti Rahmah Padang

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan t-test, untuk variabel respect diperoleh nilai signifikan 0.045, artinya nilai ini lebih kecil dari nilai *alpha*

0.05. Berdasarkan analisis tersebut, komunikasi efektif berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelayanan di RSI Siti Rahmah Padang.

Komunikasi efektif yang dibahas dalam penelitian ini mengacu pada pengaruh komunikasi efektif terhadap kepuasan yang didefinisikan oleh Aribowo Prijaksono dan Ping Hartono dengan judul *the five inevitable of laws of effective communication* atau lima hukum komunikasi bahwa komunikasi efektif jika memenuhi syarat antara lain munculnya sikap *respect, empathy, audible, clarity dan humble*. Meningkatnya hubungan komunikasi efektif terhadap kepuasan pelayanan. hal ini relevan dengan prinsip komunikasi efektif yakni sebagai upaya meraih perhatian, pengakuan, cinta kasih maupun penghargaan terhadap diri dan lingkungan social.

Berdasarkan definisi pengaruh komunikasi efektif terhadap kepuasan pelayanan yang dikemukakan Aribowo Prijaksono dan Ping Hartono, lima hukum komunikasi yang efektif dapat diperoleh kesimpulan bahwa komunikasi yang efektif didalam nya muncul sikap *respeck, empathy, audible, clarity dan humble*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maftuha (2010) tentang hubungan antara efektivitas komunikasi kepala sekolah dengan peningkatan motivasi kerja guru di MA DARUL Maaruf cipete Jakarta selatan.. Dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan sebagian besar peningkatan motivasi kerja guru dipengaruhi oleh efektifitas komunikasi kepala sekolah. Penelitian yang juga sejalan dengan penelitian ini adalah hasil penelitian Muhammad ahdiyat (2013) dengan judul meningkatkan efektivitas komunikasi antar pribadi melalui layanan konseling kelompok pada siswa kelas V11 SMP Negeri 3 kendal tahun 2012-2013, dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan uji wilcoxon matchn pairs test.. Hasil penelitin menunjukkan terhadap pengaruh efektivitas komunikasi antar pribadi dapat ditingkatkan dengan konseling kelompok

Berdasarkan penelitian ini didapatkan hasil bahwa komunikasi efektif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelayanan Artinya, apabila komunikasi efektif dapat dipertahankan dan ditingkatkan ke arah yang lebih baik, maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelayanan, begitu pula sebaliknya jika komunikasi efektif yang dijalankan tidak dapat ditingkatkan dan mengalami penurunan maka akan ada kecenderungan kepuasan pelayanan menjadi menurun. Menurut analisa peneliti, apabila komunikasi efektif dapat dijalankan dengan baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelayanan di rumah sakit islam siti rahmah padang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Komunikasi Efektif Terhadap Kepuasan Pelayanan RSI Siti Rahmah maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Respect* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelayanan di RSI Siti Rahmah sebesar 0.332 atau 33.2% dan nilai rata-rata skala TCR sebesar 71.47 %.
2. *Empathy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelayanan di RSI Siti Rahmah sebesar 0.150 atau 15.0% dan nilai rata-rata skala TCR sebesar 72.41 %.

3. *Audible* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelayanan di RSI Siti Rahmah sebesar 0.077 atau 7.7% dan nilai rata-rata skala TCR sebesar 34.2%
4. *Clarity* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelayanan di RSI Siti Rahmah sebesar 0.142 atau 14.2% dan nilai rata-rata skala TCR sebesar 36.0 %
5. *Humble* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelayanan di RSI Siti Rahmah sebesar 0.511 atau 51.1% dan nilai rata-rata skala TCR sebesar 51.0 %
6. *Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble* secara bersamaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelayanan di RSI Siti Rahmah dengan nilai $F = 5.898$.

DAFTAR PUSTAKA

- Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2018). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/wrh3p>
- Marlius, D. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada STIE “KBP”. Jurnal Ipteks Terapan. Volume 12. No. 2. Hal. 116-128. <https://doi.org/10.22216/jit.2018.v12i2.633>
- Marlius, D. (2018). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan. Jurnal Pundi. Volume 1. No. 3. Hal.12-22. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>
- Marlius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. <https://doi.org/10.31227/osf.io/vdqgx>
- Mayliza, R. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Dan Perception Of Quality Terhadap Keputusan Pembelian Hospital Bed Merek Paramout Di PT. Aga Medika Utama Padang (Studi Kasus Rumah Sakit Umum Kota Padang). <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/VYQ4E>
- Mayliza, R. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan (Corporate Image) Dan Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Loyalty) Natasha Skin Care Di Kota Padang. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/DF9XJ>

- Safitri, R. N., & Marlius, D. (2017). Penerapan E-Banking Dalam Meningkatkan Jasa Dan Layanan Perbankan Di PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/gkv8t>
- Susanti, F. W Ekazaputri. (2018). Service Performance Dan Kepuasan Sebagai Moderating Variabel Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BPR Labuh Gunung Payakumbuh Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan Manajemen Bisnis Dan Akuntansi. Volume 3. No. 3. Hal. 433-444.<http://doi.org/10.22216/jbe.v3i3.3472>
- Tiza, M. F., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/hx87m>