

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti. Terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Komitmen akan kualitas pelayanan yang berorientasi pada pelanggan merupakan prasyarat utama dalam menunjang keberhasilan bisnis, terutama bisnis jasa. Produk industri jasa mempunyai sifat tidak tahan lama dan akan langsung habis begitu jasa itu diterima pelanggan. Kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Pelanggan jasa dalam hal ini terlibat langsung dalam proses produksi jasa itu sendiri.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, memuaskan pelanggan adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan pelanggan merupakan aspek pokok dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas. Untuk memenangkan persaingan dalam suatu perusahaan sangat sulit dengan kemajuan teknologi dan era globalisasi yang berkembang saat ini, menyebabkan cara pandang pelanggan

terhadap pelayanan suatu perusahaan semakin terdidik, sehingga pelanggan semakin tahu akan hak-haknya yang harus diperoleh dari perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya. Kualitas merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan jika suatu lembaga ingin hidup dan berkembang, Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa untuk selalu memanjakan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Assauri, 2003: 25).

Puskesmas Ledeng yang terletak di Jalan Sersan Bajuri No. 2, merupakan salah satu lembaga pelayanan masyarakat yang bergerak di bidang kesehatan, dimana tugas pokoknya adalah memberikan pelayanan terhadap pasien ataupun masyarakat luas. Kepuasan pasien harus lebih diperhatikan karena kebanyakan masyarakat ingin berobat dan tidak membutuhkan waktu yang cukup lama. Dalam upaya untuk meminimalisir ketidakpuasan pasien, Puskesmas harus mencari strategi bagaimana caranya agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan atau konsumennya dengan menitikberatkan pada keinginan dan kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan mutu pelayanan oleh suatu perusahaan merupakan suatu cara yang nyata dalam mempertahankan kepuasan pelanggan.

Latar belakang penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan dengan memberikan penilaian tentang kualitas pelayanan tenaga medis, paramedis, dan penunjang medis, yang dirasakan. Hal ini penting sebagai acuan dalam membenahan pelayanan agar dapat memberikan kepuasan optimal. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Tjiptono & Chandra, 2005:192). Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003: 28).

Masalah utama sebagai sebuah lembaga pelayanan kesehatan adalah kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Puskesmas Ledeng Kota Bandung dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumennya meningkat. Pihak Puskesmas perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Hal inilah yang disebut orientasi pada konsumen.

Data pasien bulan April 2005 sampai dengan April 2009 menunjukkan bahwa jumlah pelanggan setiap bulannya mengalami pasang surut, kadang-kadang naik atau sebaliknya. Hal ini mengindikasikan adanya kemungkinan ketidakpuasan pasien dengan pelayanan yang diberikan. Fakta dan uraian di atas selanjutnya memotivasi penelitian ini untuk menganalisis kepuasan pelanggan yang ditinjau dari kualitas pelayanan medis, kualitas pelayanan paramedis, dan

kualitas pelayanan penunjang medis yang diberikan oleh Puskesmas Ledeng Kota Bandung. Hal ini penting untuk memperkirakan keinginan dan harapan konsumen agar pelayanan yang disediakan bisa memberikan kepuasan optimal dan akhirnya konsumen menjadi loyal.

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono & Chandra, 2005: 195). Menurut Oliver (dalam Barnes, 2003: 64) kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan, sedangkan Kotler (2003: 61) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Beberapa perusahaan yang paling berhasil saat ini sedang meningkatkan harapan dan memberikan kinerja yang sesuai.

Tolak ukur dari kepuasan pelanggan adalah dua faktor kepuasan pelanggan oleh Day (dalam Tse dan Wilton, 1988: 204) yakni Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut Gummesson (dalam Tjiptono & Chandra, 2005: 10) menekankan bahwa jasa merupakan sesuatu yang bisa dipertukarkan namun kerap kali sulit dialami atau dirasakan secara fisik. Sejalan dengan itu, Kotler (2003: 444) menyatakan jasa adalah setiap tindakan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada esensinya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan

dengan suatu produk fisik. Ada empat karakteristik jasa yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasarannya, yaitu tidak berwujud, tidak terpisahkan, bervariasi, dan mudah lenyap.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Kualitas pelayanan dari suatu organisasi akan menentukan kepuasan dari pelanggan perusahaan itu sendiri yang juga akan menghasilkan kepuasan kerja karyawan.

Kurang optimalnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan ini menyebabkan ada beberapa pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanannya. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor baik dari karyawan perusahaan maupun dari faktor lingkungan perusahaan. Dalam hal ini banyak ditemukan berbagai perilaku karyawan yang menunjukkan kepuasan ataupun ketidakpuasannya terhadap pekerjaan maupun pelayanan yang diberikan. Seperti adanya karyawan yang mengobrol dalam jam kerja, adanya karyawan yang melakukan pekerjaan ganda/jabatan ganda, dan lain-lain.

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya

adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen.

Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Berbagai faktor seperti : *subyektivitas* si pemberi jasa, keadaan psikologis (konsumen maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya tidak jarang turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan oleh konsumen.

Pelanggan akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggannya yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu, yaitu mendapatkan pelanggan yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1988) (Tjiptono, 2000: 59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman, *et al.*, 1985 dalam Tjiptono, 2000:

60). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Hal yang diuraikan di atas berlaku juga bagi sebuah Dinas Kesehatan. Puskesmas merupakan salah satu bentuk Dinas Kesehatan yang memberikan jasa yang tidak hanya dikenal sebagai tempat berobat, tetapi juga dikenal karena pelayanan yang diberikan, seperti Posyandu, *Check Up*, Puskesmas keliling, dan lain-lain.

Puskesmas yang merupakan suatu organisasi yang selalu berinteraksi dengan masyarakat dan banyak menuntut pelayanan yang maksimal. Mulai dari bagian administrasi hingga pemeriksaan. Dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa perawat dituntut sebagai pemberi jasa untuk mampu memberikan pelayanan bermutu sesuai standar pelayanan yang ditentukan. Dengan kata lain, kualitas pelayanan yang diberikan bergantung pada kinerja karyawan Puskesmas dalam bentuk pelayanan yang dilakukan sehingga akan menghasilkan kepuasan dari konsumen.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Anaz (2007) menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan sebesar 68,2%. Artinya kualitas pelayanan secara signifikan sangat mempengaruhi dan berkontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan

dari hasil penelitian Pramono (2004) menjelaskan bahwa iklim kerja memiliki hubungan yang signifikan dengan kualitas pelayanan sebesar 37,1%. Artinya, sebesar 37,15 iklim kerja secara signifikan memiliki kontribusi terhadap kualitas pelayanan perawat maupun seluruh karyawan Puskesmas. Begitu juga dengan hasil penelitian Eka (2007) yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan termasuk kurang baik yaitu sebesar 62,25% yang berarti bahwa pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan karena harapan pelanggan tidak sesuai dengan kinerja aktual. Dapat disimpulkan bahwa pentingnya kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan Puskesmas.

Dari hasil observasi dan penelitian sementara ditemukan bahwa Puskesmas Ledeng telah berupaya dalam meningkatkan kualitas pelayanannya baik dari segi fasilitas maupun SDM yang tergabung di dalamnya. Adanya beberapa slogan yang mengajak masyarakat untuk hidup sehat, dan beberapa tata tertib yang harus dilaksanakan oleh seluruh karyawan Puskesmas agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen.

Beberapa masalah mulai muncul ketika karyawan baik dari administrasi hingga dokter pemeriksa kurang maksimal dalam melayani pasien, hingga pasien merasa terabaikan. Pada waktu tertentu terlihat karyawan yang memiliki tugas ganda dalam bekerja, ataupun memiliki beban kerja yang lebih banyak dari yang seharusnya. Keadaan seperti ini tentu saja akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan kepada pasien.

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang terfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

Goetsch Davis menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan pelayanan tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan pelayanan yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Selain itu, dari pengamatan tersebut dapat diketahui bahwa adanya iklim kerja yang kurang nyaman baik dari segi tata letak maupun birokrasi atau alur dari pemeriksaan. Begitu juga dengan perilaku asertif dari para karyawan pun kurang maksimal. Sehingga ada beberapa pasien yang tidak senang bahkan takut. Walaupun bangunan Puskesmas dan fasilitasnya cukup menunjang akan tetapi jika tidak didukung dengan pelayanan yang memuaskan, maka pelanggan akan tetap merasa tidak puas. Dari uraian di atas dapat dilihat betapa pentingnya arti layanan bagi dinas kesehatan seperti Puskesmas.

Salah satu cara untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan, yaitu dengan mengidentifikasi seberapa besar tanggapan konsumen mengenai pelayanan yang

diterima (persepsi) dan harapan pelanggan (ekspektasi), sehingga dapat melihat kesenjangan (gap) dari keduanya.

Bertitik tolak dari fenomena di atas, maka penelitian ini difokuskan untuk mengungkap lebih dalam tentang “Studi Deskriptif Analitik Kepuasan Pelanggan Puskesmas Ledeng Kota Bandung”, yang ditinjau dari beberapa dimensi kualitas pelayanan, yaitu dimensi bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), serta untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana profil kualitas pelayanan Puskesmas Ledeng Kota Bandung ?
2. Dimensi kualitas pelayanan apa yang paling dominan yang menentukan kepuasan pelanggan Puskesmas Ledeng Kota Bandung?
3. Dimensi kualitas pelayanan apa yang perlu ditingkatkan Puskesmas Ledeng Kota Bandung ?
4. Bagaimana profil kepuasan pelanggan Puskesmas Ledeng Kota Bandung ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengungkap dan memahami profil kualitas pelayanan Puskesmas Ledeng Kota Bandung.

- b. Untuk mengungkap dan memahami dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan yang menentukan kepuasan pelanggan Puskesmas Ledeng Kota Bandung.
- c. Untuk mengungkap dan memahami dimensi kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan Puskesmas Ledeng Kota Bandung.
- d. Untuk mengungkap dan memahami profil kepuasan pelanggan Puskesmas Ledeng Kota Bandung.

## **2. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi berbagai pihak, yaitu:

### **a. Secara Ilmiah**

- 1) Memberikan informasi tentang profil kualitas pelayanan Puskesmas Ledeng Kota Bandung.
- 2) Memberikan informasi tentang dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan yang menentukan kepuasan pelanggan Puskesmas Ledeng Kota Bandung.
- 3) Memberikan informasi tentang dimensi kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan oleh Puskesmas Ledeng Kota Bandung.
- 4) Memberikan informasi tentang profil kepuasan pelanggan Puskesmas Ledeng Kota Bandung.
- 5) Sebagai bahan masukan empiris guna menambah referensi dalam bidang ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian psikologi Industri dan Organisasi yang menyangkut kualitas pelayan dan kepuasan pelanggan.

b. Secara Praktis

- 1) Bagi organisasi, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan atau informasi dalam hal kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Puskesmas. Dengan adanya informasi mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat diketahui bagaimana kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan puskesmas, sehingga dapat diambil tindakan-tindakan lebih lanjut, seperti program peningkatan kualitas pelayanan ataupun pengembangan.
- 2) Bagi para peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menyediakan informasi dan rujukan mengenai analisis kepuasan pelanggan, sehingga dapat memudahkan bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian serupa.

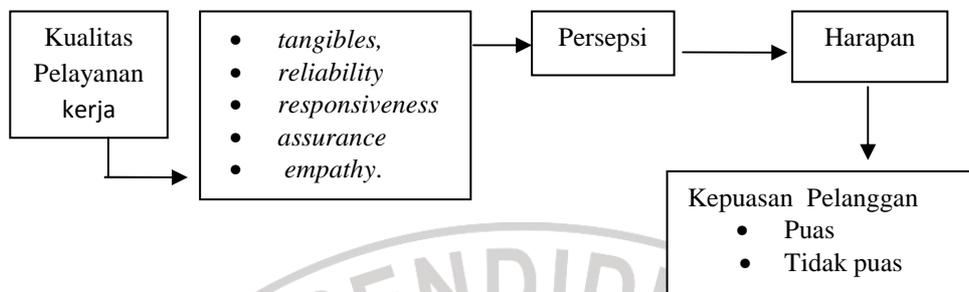
**D. Asumsi**

Berikut beberapa asumsi yang relevan dengan penelitian, yaitu :

1. Menurut Tjiptono (1996: 70).

Penentu kualitas pelayanan adalah sebagai berikut *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.*

**Bagan 1.1**  
**Penentu Kualitas Pelayanan**

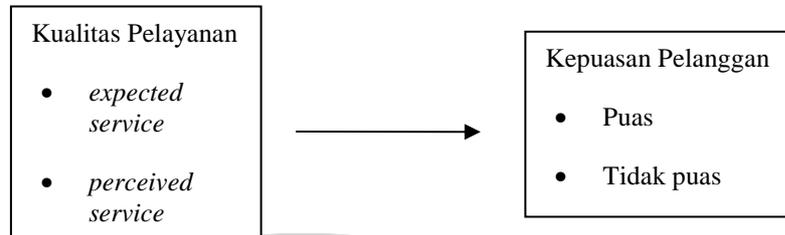


**Sumber: Tjiptono (1996: 70)**

2. Menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1988) (Tjiptono, 2000: 59)

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman, *et al.*, 1985 dalam Tjiptono, 2000: 60). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

**Bagan 1.2**  
**Faktor Utama yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**



**Sumber: Parasuraman, et al., 1985 dalam Tjiptono (2000: 60)**

3. Menurut Kothler (1997: 4).

Setiap pelanggan memiliki harapan yang berbeda-beda mengenai kualitas pelayanan yang dirasakan. Setiap pelanggan memiliki persepsi yang berbeda-beda mengenai kualitas pelayanan yang dirasakan.

Asumsi-asumsi yang dapat ditarik dari kerangka berpikir di atas adalah :

- a. Penentu kualitas pelayanan adalah sebagai berikut *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.*
- b. Terdapat kesenjangan atau perbedaan antara kualitas pelayanan yang diharapkan dengan kualitas pelayanan yang dirasakan.
- c. Setiap pelanggan memiliki harapan yang berbeda-beda mengenai kualitas pelayanan yang dirasakan.
- d. Setiap pelanggan memiliki persepsi yang berbeda-beda mengenai kualitas pelayanan yang dirasakan.
- e. Setiap pelanggan merasakan kepuasan yang berbeda.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Metode**

Penelitian yang dilakukan adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif deskriptif, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat utama pengumpulan data. Tujuan penelitian kuantitatif deskriptif ini untuk memberikan gambaran tentang tingkat kepuasan pelanggan sektor jasa berdasarkan persepsi dan ekspektasi terhadap kualitas pelayanan.

### **2. Instrumen**

Berdasarkan jumlah variabel penelitian, maka didapat variabel tunggal yaitu kepuasan pelanggan. Untuk mengukur kepuasan pelanggan digunakan skala kualitas pelayanan yang diadaptasi dari berbagai teori yang telah dirangkum oleh Tjiptono (2005), variabel ini meliputi lima dimensi, yang dikemukakan oleh Zeithaml, Bery dan Parasuraman yaitu *Reliability*, *Resposiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles*, dimana kategori-kategori tersebut kemudian dikembangkan menjadi beberapa indikator dalam kuesioner untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Adapaun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik kuesioner yaitu cara pengumpulan data yang berbentuk pengajuan pernyataan tertulis melalui sebuah daftar pernyataan yang sudah dipersiapkan sebelumnya (Soemantri, 2006: 32).

### **3. Populasi dan Sampel Penelitian**

Jumlah sampel berdasarkan pendapat Roscoe yang dikutip oleh Sekaran (2007) bahwa ukuran sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 telah mencukupi untuk digunakan dalam semua penelitian. Maka dari itu penelitian ini menggunakan 60 orang sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam memperoleh sampel adalah *Simple Random Sampling*, dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama terpilih sebagai sampel. Jadi, subjek penelitian yaitu setiap pelanggan yang datang ke Puskesmas Ledeng, namun dalam hal ini ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi sampel seperti:

- a. Pelanggan yang pernah datang ke Puskesmas Ledeng minimal 2 kali untuk tujuan tertentu (berobat, *check up* kesehatan).
- b. Pelanggan yang memiliki latar belakang pendidikan SMP atau sederajat (agar dalam pengisian kuisisioner mudah dimengerti pelanggan dan tidak terjadi bias).

#### **G. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di lingkungan kerja Puskesmas Ledeng Bagian Umum dan Poli Gigi, Kota Bandung Provinsi Jawa Barat di Jalan Jl. Sersan Bajuri No. 2 selama bulan Desember 2009 sampai dengan Januari 2010. Pemilihan lokasi di Puskesmas karena Puskesmas merupakan suatu lembaga *non profit*, yakni lembaga sosial yang tidak mengambil keuntungan. Puskesmas lebih dituntut untuk memberikan pelayanan yang maksimal pada masyarakat.

**Tabel 1.1**  
**Sistematika Pra dan Pasca Jadwal Penelitian**

No.	Keterangan	Bulan	Minggu Ke-
1.	Pemberian surat permohonan ijin penelitian	Oktober 2009	II
2.	Wawancara dengan pihak Sub Bagian Keuangan Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat	November 2009	II
3.	Observasi lapangan	November 2009	III – IV
4.	Persetujuan ijin penelitian	Desember 2009	III-IV
5.	Pengambilan data berupa kuesioner	Januari 2010	I-III
6.	Pengolahan data	Februari 2010	I-III