

ARTIKEL

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA TERHADAP KEPUASAN SERTA IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS

(Studi Pada Pasien di Klinik Utama Telkomedika Bandung)

NANDIKA LARASATI

NPM : 208.020.086



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS PASCASARJANA
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2024**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan serta implikasinya pada loyalitas (studi pada pasien di Klinik Utama Telkomedika Bandung). Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, citra, kepuasan pasien, dan loyalitas di Klinik Utama Telkomedika Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan menggunakan kuesioner disertai dengan teknik observasi dan kepustakaan, teknik pengambilan sampel menggunakan *consecutive sampling*. Pengumpulan data di lapangan dilaksanakan pada tahun 2024. Teknik analisis data menggunakan Analisis Jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum persepsi pasien pasien di Klinik Utama Telkomedika Bandung tentang kualitas pelayanan, citra, kepuasan pasien dan loyalitas relatif kurang. Kualitas pelayanan dan citra berpengaruh terhadap kepuasan pasien baik secara parsial maupun simultan. Kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra, Kepuasan Pasien, Loyalitas

ABSTRACT

This study aims to obtain empirical evidence regarding the effect of service quality and image on satisfaction and its implications for loyalty (study of patients at the Telkomedi Main Clinic Bandung). The results of this study are expected to improve service quality, image, patient satisfaction, and loyalty at the Telkomedi Main Clinic. The research method used is descriptive and verification analysis. Collection of data collection used is an interview using a questionnaire accompanied by observation and literature techniques, sampling techniques using consecutive sampling. Sampling technique using consecutive sampling. Data collection in the field was carried out in 2024. Data analysis techniques using Path Analysis. The results showed that in general perception of patients at the Telkomedi Main Clinic Bandung about service quality, image, patient satisfaction and loyalty is relatively less. Service quality and image affect patient satisfaction both partially and simultaneously. Patient satisfaction affects patient loyalty.

Keywords: Service Quality, Image, Patient Satisfaction, Loyalty

ABSTRAK SUNDA

Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun meunangkeun bukti empiris ngeunaan pangaruh kualitas layanan jeung citra kana kapuasan jeung implikasina pikeun kasatiaan (ulikan pasien di Klinik Utama Telkomédika Bandung). Dipiharep hasil tina ieu panalungtikan bisa ngaronjatkeun kualitas palayanan, citra, kasugemaan jeung kasatiaan pasien di Klinik Utama Telkomédika Bandung. Métode panalungtikan anu digunakeun nyaéta analisis déskriptif jeung verifikasi. Ngumpulkeun data anu digunakeun nya éta wawancara ngagunakeun angkét anu dibarengan ku téhnik observasi jeung pustaka, téhnik sampling ngagunakeun consecutive sampling. Ngumpulkeun data di lapangan baris dilaksanakeun dina taun 2024. Téhnik analisis data ngagunakeun Analisis Jalur. Hasil panalungtikan nunjukkeun yén sacara umum persepsi pasien di Klinik Utama Telkomédika Bandung ngeunaan kualitas palayanan, citra, kapuasan pasien sareng kasatiaan kawilang goréng. Kualitas jasa sareng gambar mangaruhan kapuasan pasien sawaréh sareng sakaligus. Kapuasan pasien mangaruhan kasatiaan pasien.

Kata Kunci: Kualitas Palayanan, Citra, Kapuasan Pasien, Kasatiaan

PENDAHULUAN

Kesehatan adalah kebutuhan yang utama bagi setiap penduduk yang hidup di dunia ini, dan pembangunan kesehatan pada dasarnya menyangkut baik kesehatan fisik maupun mental. Keadaan kesehatan seseorang akan dapat berpengaruh pada segi kehidupan sosial ekonominya, maupun kelangsungan kehidupan suatu bangsa dan negara dimanapun di dunia ini, baik di negara yang sudah maju maupun di negara yang sedang berkembang seperti Indonesia serta kesehatan merupakan hak dan investasi bagi semua warga negara Indonesia. Hak atas kesehatan ini dilindungi oleh konstitusi, seperti tercantum dalam UUD 1945, Pasal 27 ayat kedua dimana tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. Oleh karena itu, maka semua warga negara tanpa kecuali mempunyai hak yang sama dalam penghidupan, kesehatan dan pekerjaan.

Berpijak pada hal di atas, maka semua warga negara tanpa kecuali mempunyai hak yang sama dalam penghidupan, kesehatan dan pekerjaan. Penghidupan ini mengandung arti hak untuk memperoleh kebutuhan materiil, seperti : pangan, sandang dan papan yang layak dan juga kebutuhan lainnya, seperti : kesehatan, kerohanian, dan lain-lain.

Kesehatan merupakan investasi bagi masyarakat, sebab kesehatan merupakan modal dasar yang sangat diperlukan oleh segenap masyarakat untuk dapat beraktifitas sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing, sehingga mampu menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi diri sendiri dan keluarga. Namun bila kondisi kesehatan bermasalah bukan tidak mungkin seluruh harta dan kekayaan akan habis digunakan untuk memperoleh kesehatan tersebut.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1992 tentang Pokok-Pokok Kesehatan menyebutkan bahwa kesehatan rakyat adalah salah satu modal pokok dalam rangka pertumbuhan dan kehidupan bangsa dan mempunyai peranan penting dalam penyelesaian keharian nasional dan penyusunan masyarakat sosialis Indonesia. Sehingga pemerintah harus mengusahakan bidang kesehatan dengan sebaik-baiknya, yaitu : menyediakan pelayanan kesehatan yang memadai dan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat umum.

Harus diakui bahwa kualitas kesehatan masyarakat Indonesia selama ini sebagaimana besar tergolong rendah, terutama pada masyarakat miskin. Mereka cenderung kurang memperhatikan kesehatan mereka, hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat pemahaman mereka akan pentingnya kesehatan dalam kehidupan. Pemeliharaan dan perlindungan kesehatan sangatlah penting untuk mencapai derajat kesehatan dan kesejahteraan yang tinggi. Namun kenyataan rendahnya derajat kesehatan masyarakat disebabkan oleh ketidak mampuan mereka untuk mendapatkan pelayanan kesehatan, karena mahalnya biaya kesehatan yang harus dibayar oleh masyarakat.

Tingginya tingkat kemiskinan pada kebanyakan masyarakat Indonesia, menyebabkan masyarakat tidak mampu memenuhi kebutuhan akan pelayanan kesehatan yang tergolong masih mahal. Banyak penelitian yang menyatakan bahwa kesehatan berbanding terbalik dengan kemiskinan, dimana makin tinggi tingkat kemiskinan masyarakat, maka masalah kesehatan masyarakat akan semakin rendah.

PT Sarana Usaha Sejahtera Insanpalapa (Telkomedika) merupakan perusahaan yang bergerak di industri kesehatan dengan menyediakan fasilitas jesehatan dan administrasi jaminan kesehatan di Indonesia. Saat ini Telkomedika diakui sebagai salah satu pelaku industri kesehatan yang cukup diperhitungkan dengan terus melakukan langkah strategis untuk menjadi perusahaan penyedia layanan kesehatan yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif. TelkoMedika didukung oleh enam kantor regional dan sebelas kantor perwakilan yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia sehingga akses terhadap fasilitas kesehatan menjadi lebih dekat, mudah, dan terjangkau. Selain itu, Telkomedika Health Center memberikan layanan kesehatan dengan konsep *one stop service* yang mengintegrasikan layanan klinik pratama/utama, laboratorium, fisioterapi, Apotek, dan Optik. Sehingga, sebagai penyedia layanan kesehatan terintegrasi, TelkoMedika memiliki apotek yang merupakan fasilitas yang tak terpisahkan dari layanan yang dimiliki oleh Telkomedika Bandung.

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 tentang Klinik menyatakan bahwa klinik adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan yang menyediakan pelayanan medis dasar dan atau spesialistik, diselenggarakan oleh lebih dari satu jenis tenaga kesehatan dan dipimpin oleh seorang tenaga medis. Dalam rangka memberikan pelayanan terbaik kepada pasien, Klinik diharapkan mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan salah satunya melalui penyelenggaraan rekam medis. Fasilitas kesehatan tingkat pertama (FKTP) dapat berupa puskesmas atau yang setara, praktik dokter, praktik dokter gigi, klinik pratama atau yang setara, dan Rumah Sakit Kelas D Pratama atau yang setara, sedangkan fasilitas kesehatan rujukan tingkat lanjutan (FKRTL) berupa klinik utama atau yang setara, rumah sakit umum, dan rumah sakit khusus.

Penelitian dilakukan di Klinik Utama Telkomedika Bandung dikarenakan sejak tanggal 1 Januari 2014, berlaku Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang dikelola oleh BPJS. Dengan berlakunya BPJS bahwa peraturan tentang pelayanan kesehatan menjadi berubah demikian pula dengan alur pelayanan dan administrasi yang harus ditempuh. Tak dapat dipungkiri hal ini memerlukan berbagai perubahan dan proses adaptasi dalam pelayanan kesehatan dan pelayanan administrasi. Dengan berlakunya BPJS, yang mana Klinik Utama Telkomedika Bandung merupakan salah satu dari sedikit Klinik yang melaksanakan program JKN ini sejak pertama kali digulirkan merupakan fasilitas kesehatan tingkat pertama yang memberikan rujukan kepada fasilitas kesehatan rujukan tingkat lanjutan untuk memberikan pelayanan kesehatan. Pada pelaksanaannya pasien yang mengikuti program tersebut selanjutnya dikenal dengan istilah pasien BPJS/pasien JKN.

Brand image tidak saja mempengaruhi kepuasan pasien dan persepsi pasien terhadap kualitas layanan rumah sakit, namun juga mempengaruhi loyalitas pasien. Setiyowati, et al. (2017) menyatakan bahwa *brand image* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien dalam pemanfaatan kembali fasilitas kesehatan rumah sakit. Loyalitas bisa diartikan dengan pemakaian kembali jasa secara berulang oleh pasien. Tjiptono (2018) menyatakan bahwa pelanggan yang loyal sangat berharga bagi sebuah usaha dan pesaing akan sulit

untuk merebut mereka. Selanjutnya Suryana dan Darmawanti (2019) menyatakan kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan terdapat pengaruh tidak langsung dari kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan.

Berdasarkan uraian diatas tentang hal-hal yang dapat mempengaruhi loyalitas pasien dan kepuasaan pasien maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut apa penyebab dari ketidakpuasan tersebut. Judul penelitian yang diajukan adalah : “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Terhadap Kepuasan Serta Implikasinya Pada Loyalitas (Studi Pada Pasien di Klinik Utama Telkomediqa Bandung)”.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Identifikasi masalah merupakan proses merumuskan permasalahan-permasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup didalam penelitian terhadap kualitas pelayanan, citra, kepuasan pasien dan loyalitas pasien.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi masalah yang ada di Klinik Utama Telkomediqa Bandung sebagai berikut :

1. Jumlah pasien mengalami penurunan
2. Karyawan yang tidak ramah
3. Sistem informasi yang lambat
4. Petugas yang kurang cekatan
5. Jadwal pelayanan kadang kurang sesuai jadwal
6. Tempat parkir kurang memadai
7. Perawat / terapis kurang kompeten
8. Antrian yang panjang dan lama
9. Ruang tunggu yang kurang nyaman
10. Proses administarasi yang lambat
11. Tidak akuratnya pencatatan data pasien
12. Pasien harus menunggu lama untuk mendapat pelayanan
13. Loyalitas pasien terhadap Klinik masih rendah

1.2.2 Rumusan Masalah

Penelitian dilakukan untuk melihat dan mempelajari pengaruh kualitas pelayanan kesehatan dan citra terhadap kepuasan pasien serta implikasinya terhadap loyalitas pasien, maka penelitian diarahkan untuk menjawab pertanyaan berikut :

1. Bagaimana persepsi pasien tentang kualitas pelayanan dan citra Klinik Utama Telkomediqa Bandung.
2. Bagaimana kepuasan pasien di Klinik Utama Telkomediqa Bandung.
3. Bagaimana loyalitas pasien di Klinik Utama Telkomediqa Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan pasien di Klinik Utama Telkomediqa Bandung baik secara parsial dan simultan.

5. Seberapa besar pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di Klinik Utama Telkomediqa Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan serta implikasinya pada loyalitas pasien di Klinik Utama Telkomediqa Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk menganalisis dan mengetahui :

1. Persepsi pasien tentang kualitas pelayanan dan citra Klinik Utama Telkomediqa Bandung.
2. Kepuasan pasien di Klinik Utama Telkomediqa Bandung.
3. Loyalitas pasien di Klinik Utama Telkomediqa Bandung.
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan pasien di Klinik Utama Telkomediqa Bandung baik secara parsial dan simultan.
5. Besarnya pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di Klinik Utama Telkomediqa Bandung.
6. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan serta implikasinya pada loyalitas pasien di Klinik Utama Telkomediqa Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil analisis diharapkan dapat diperoleh manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan berguna untuk pengembangan ilmu manajemen utamanya manajemen rumah sakit tentang kualitas pelayanan kesehatan, citra, kepuasan pasien dan loyalitas pasien.
2. Diharapkan dapat menambah wawasan tentang ilmu manajemen khususnya manajemen Klinik serta lebih memahami masalah secara objektif, ilmiah dan rasional tentang pelayanan kesehatan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Klinik Utama Telkomediqa Bandung dalam menyelenggarakan pelayanan kesehatan khususnya.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, citra, kepuasan dan loyalitas pasien khususnya Klinik Utama Telkomediqa Bandung pada umumnya.

II. KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

Kerangka Pemikiran

Fasilitas pelayanan kesehatan baik Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) dan Fasilitas Kesehatan Rujukan Tingkat Lanjutan (FKRTL) memiliki peranan penting dalam sistem kesehatan nasional, khususnya subsistem upaya kesehatan sebagai fasilitas pelayanan publik yang mempunyai tugas menyelenggarakan pelayanan kesehatan dengan pelayanan yang komprehensif melalui upaya pencegahan penyakit, pembinaan kesehatan, pengobatan penyakit

dan pemulihan kondisi kesehatan. Rumah sakit dibandingkan dengan industri lainnya mempunyai perbedaan, yaitu dalam hal menyelenggarakan pelayanan kesehatan, rumah sakit memberikan pelayanan kesehatan yang merupakan suatu proses pelayanan kepada pasien.

Klinik tampaknya belum optimal mengimplementasikan penyampaian kualitas jasa kepada para stakeholder (pelanggan), keputusan pasien untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi barang atau jasa dipengaruhi oleh kualitas jasa dalam perspektif konsumen. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Jadi kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dari definisi tadi bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan. Bila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik. Sebaliknya bila jasa yang diharapkan tidak sesuai dengan jasa yang diterima maka persepsi kualitas jasa dipersepsikan buruk. Oleh karena itu baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono (2018 : 180) kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Jadi kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dari definisi tadi bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan. Bila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik. Sebaliknya bila jasa yang diharapkan tidak sesuai dengan jasa yang diterima maka persepsi kualitas jasa dipersepsikan buruk. Oleh karena itu baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

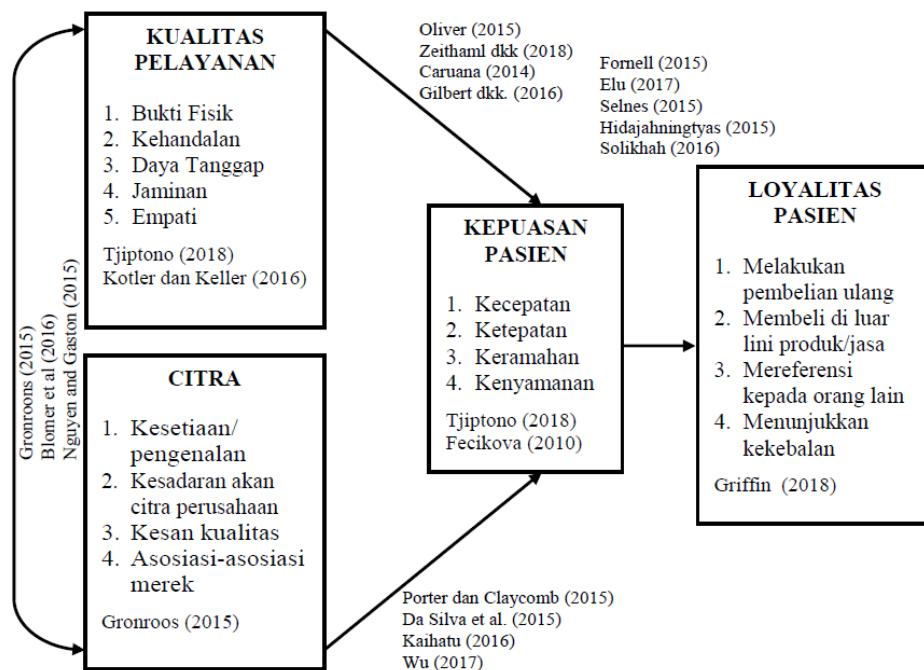
Sebagai institusi pelayanan kesehatan salah satunya rumah sakit, kualitas pelayanan menjadi sorotan masyarakat, sehingga meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan menjadi sebuah tuntutan yang harus dilaksanakan. Peningkatan kualitas pelayanan ini baik dari sisi fasilitas fisik, alat yang tersedia dan sumber daya manusia baik secara kuantitas maupun kualitas, hal ini akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian rumah sakit harus mengutamakan kepuasan pasiennya sebagai pengguna jasa.

Citra (*image*) adalah kepercayaan, ide dan impresi seseorang terhadap sesuatu Kotler dan Keller (2016) Citra suatu perusahaan merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembelian. Andreassen dan Lindestad (2018) menyatakan bahwa citra mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui efek penyeleksian. Sementara itu, Da Silva *et al.* (2013) menyatakan bahwa citra berkorelasi dengan kepuasan pelanggan. Atas dasar pengalaman yang telah dimiliki konsumen (pasien), mereka akan memberikan penilaian dan evaluasi seluruh kinerja layanan rumah sakit.

Maulana (2015) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung antara *brand Image* RS terhadap loyalitas pasien. Penelitian yang dilakukan oleh Setiyowati, *et al.* (2013) memberikan gambaran tentang pengaruh *corporate image*, *product image* serta *user image* terhadap loyalitas pasien. Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan secara positif antara *brand image* RS terhadap loyalitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2013) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kepuasan dengan loyalitas pasien di unit rawat jalan tersebut. Hasil penelitian Solikhah (2018) juga menunjukkan hasil yang serupa dengan penelitian ini yaitu terdapat pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara kepuasan pasien dengan pemanfaatan ulang pelayanan pengobatan.

Berdasarkan kerangka pemikiran pengaruh kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan pasien serta implikasinya terhadap loyalitas pasien, maka dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar
Paradigma Penelitian

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran tersebut diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
2. Citra berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
3. Kualitas pelayanan dan citra berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
4. Kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

III. METODOLOGI PENELITIAN

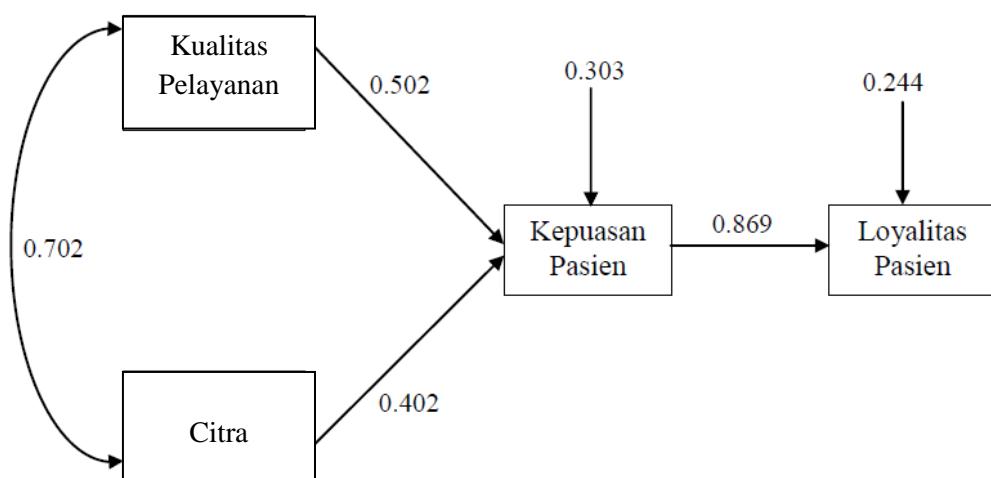
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis statistik deskriptif dan verifikatif. Teknik analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mengdeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono 2018:147).

Metode penelitian menurut Malhorta (2017:78) bahwa penelitian deskriptif dapat dilakukan untuk menggambarkan karakteristik kelompok yang relevan dengan penelitian, mengestimasi presentasi unit yang dispesifikasi dalam populasi, menunjukkan suatu perilaku tertentu, menentukan persepsi atas karakteristik suatu produk, menentukan tingkat keterkaitan variabel serta membuat suatu prediksi khusus. Statistik deskriptif untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan, citra, kepuasan pasien dan loyalitas pasien di Klinik Utama Telkommedika Bandung sedangkan metode verifikatif menurut Mashurti (2017:45) menyatakan bahwa “metode verifikatif” yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan benar atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan”.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Terhadap Kepuasan Serta Implikasinya Pada Loyalitas Pasien

Berdasarkan perhitungan analisis jalur, maka hasil keseluruhan dari analisis tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar;
Model Analisis jalur Secara Keseluruhan

Berdasarkan gambar tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel yaitu karyawan dan fasilitas fisik berpengaruh terhadap kepuasan secara parsial maupun simultan dan kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Pertamina Balongan Indramayu. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *people* dan *physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pasien baik secara parsial maupun simultan dan kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Pertamina Balongan Indramayu. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Evi Sa'adah, Tatong Hariyanto, Fatchur Rohman (2015) menunjukkan bahwa petugas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, pelayanan farmasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien, dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa mutu pelayanan mempengaruhi loyalitas pasien secara tidak langsung melalui kepuasan. Selanjutnya Pudyartono dan Hasanah (2017) yang menunjukkan bahwa secara parsial fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan.

Bukti fisik yang terdiri dari indikator kelengkapan alat, kebersihan gedung, penampilan karyawan dan ketersediaan tempat parkir (Tjiptono, 2018) apabila diterapkan dengan sebaik-baiknya akan mempengaruhi variabel kepuasan pasien. Kepuasan pasien adalah tingkat perasaan senang seseorang terhadap kesesuaian kualitas pelayanan, pelayanan yang diharapkan, dan tidak ada pengaduan atau komplain, jasa yang tersedia, kualitas pelayanan dan fasilitas, kinerja, (Harfika dan Abdullah, 2017: 46). Hasil ini mendukung pendapat penelitian terdahulu dari Herdita Sectio Caesaria, (2015) tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien pada puskesmas menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif bukti fisik terhadap kepuasan pasien.

Hasil penelitian yang dilakukan Henry C et.al (2016), menyatakan bahwa faktor-faktor yang diidentifikasi mempengaruhi kepuasan pasien meliputi antrian, tipe dan karakteristik antrian, kepatuhan kunjungan ke rumah sakit dan pengobatan program –program penyakit khusus waktu dispensing obat, sifat penyakit atau presentasi penyakit, status penerimaan pasien, pelaksanaan aturan waktu tunggu, fasilitas, inovasi otomatisasi teknologi dan komputerisasi, efisiensi layanan dan faktor operasional internal. Kiayi, Rattu, Maramis, Pangemanan (2017) menyatakan ada pengaruh pelayanan dalam bukti langsung terhadap kepuasan pasien rawat jalan, sedangkan dimensi ketanggapan dan dimensi kehandalan tidak ada hubungan dengan kepuasan pasien.

Memiliki pasien yang loyal adalah suatu tujuan akhir dari rumah sakit, karena loyalitas pasien dapat menjamin kontinuitas rumah sakit dalam jangka panjang. Pada dasarnya loyalitas pasien dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu hal. Istilah loyalitas pasien sebenarnya berasal dari loyalitas merek yang mencerminkan loyalitas pasien pada merek tertentu. *customer loyalty* merupakan suatu ukuran keterikatan pelanggan terhadap sebuah merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya pasien beralih ke merek layanan yang lain, apabila merek produk tersebut didapatkan adanya perubahan, baik menyangkut harga maupun atribut lain. Loyalitas pasien merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, citra rumah sakit,

berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam kembalinya pasien secara konsisten. Salah satu contoh sikap positif yang diberikan oleh pasien yang telah loyal antara lain pembelian ulang, berusaha mencari produk dari satu pelayanan rumah sakit meskipun berada di tempat yang jauh dan juga tidak lagi mempertimbangkan merek lain untuk dibeli selain merk produk yang sering dibeli. Loyalitas pasien tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pasien baru. Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas pasien akan membawa profit pada pelayanan rumah sakit. Dalam jangka panjang, memperbaiki loyalitas umumnya akan lebih profitabel yaitu pasien bersedia membayar harga lebih tinggi, penyediaan layanan yang lebih murah dan bersedia merekomendasikan ke pasien yang baru (Beerli et.al, 2018).

Pasien melakukan pembelian kembali setelah menggunakan produk atau jasa suatu rumah sakit merupakan informasi bagi rumah sakit untuk menetapkan strategi pemasaran. Pada umumnya rumah sakit memakai ukuran kepuasan pasien sebagai standar untuk memantau loyalitas pasien. Kepuasan saja tidak akan menciptakan loyalitas pasien tanpa ada kepercayaan. Rumah sakit sering terjebak pada asumsi bahwa kepuasan pasien yang paling penting untuk diperhatikan karena kepuasan pasien akan diikuti oleh pembelian ulang yang pada akhirnya akan menghasilkan keuntungan bagi rumah sakit. Hal ini cenderung bisa menyesatkan rumah sakit. Kepuasan pasien hanya mampu menjelaskan seperempat dari penyimpangan perilaku pembelian ulang. Pengelola rumah sakit sebaiknya perlu mempelajari dan memahami berbagai faktor yang mampu mendorong terbangunnya loyalitas pasien tidak hanya semata-mata kepuasan pasien. (Ishak dan Luthfi, 2017). Untuk meningkatkan loyalitas, rumah sakit harus meningkatkan kepuasan setiap pasien dan mempertahankan tingkat kepuasan tersebut dalam jangka panjang. Kepuasan terkait dengan apa yang didapat pasien dari rumah sakit dibandingkan dengan apa yang harus dia lakukan terhadap urusan atau interaksi tersebut. Membentuk loyalitas pasien secara umum dianggap sebagai tugas dasar bagi para pengelola rumah sakit.

Kepuasan diidentifikasi sebagai hal yang menentukan besarnya komitmen seseorang pada suatu hubungan yang berpengaruh pada loyalitas. Memberikan layanan terhadap konsumen dapat terjadi dengan adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan, hal tersebut merupakan suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (Ratminto dan Winarsih, 2019). Kegiatan ini bertujuan sebagai salah satu upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya sehingga sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen.

V. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

1. Karyawan dan fasilitas fisik menurut pasien di Rumah Sakit Pertamina Balongan Indramayu, yaitu sebagai berikut:
 - a. Persepsi pasien di Rumah Sakit Pertamina Balongan Indramayu mengenai karyawan yang diukur dengan dimensi ramah, informatif, tanggung jawab, dan membantu diinterpretasikan dalam kriteria kurang

- baik. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan yaitu perawat kurang dapat menjelaskan alur layanan dengan jelas, petugas administrasi kurang memberikan informasi yang dibutuhkan pasien dengan jelas, seluruh petugas rumah sakit (selain dokter dan perawat) kurang memberikan suasana profesional dalam menjalankan tugasnya
- b. Persepsi pasien di Rumah Sakit Pertamina Balongan Indramayu mengenai fasilitas fisik diinterpretasikan dalam kriteria kurang baik. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan yaitu ketersediaan fasilitas tempat parkir untuk pasien dinilai kurang memadai, kebersihan ruang perawatan pasien kurang bersih, dan peralatan yang digunakan pelayanan berfungsi baik.
2. Kepuasan pasien di Rumah Sakit Pertamina Balongan Indramayu kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan rumah sakit. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan, yaitu ketepatan waktu dalam pemberian layanan dan efisiensi layanan administrasi rumah sakit.
 3. Loyalitas pasien di Rumah Sakit Pertamina Balongan Indramayu diinterpretasikan berada pada kategori kurang loyal berada pada tingkatan *customers*, yaitu tahapan dimana pasien hanya melakukan pembelian ulang tetapi tidak seluruhnya berkontribusi terhadap *word of mouth* atau bersedia menyampaikan berita positif tentang rumah sakit yang digunakan.
 4. Terdapat pengaruh karyawan dan karyawan terhadap kepuasan pasien baik secara parsial dan simultan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik karyawan dan fasilitas fisik yang dirasakan pasien maka akan meningkatkan kepuasan pasien di Rumah Sakit Pertamina Balongan Indramayu.
 5. Terdapat pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien dapat mendorong terhadap peningkatan loyalitas pasien di Rumah Sakit Pertamina Balongan Indramayu

Rekomendasi

1. Perlu diadakan pelatihan berkala dengan tujuan menyamakan pengetahuan perawat dan staff administrasi mengenai alur pelayanan kepada pasien secara menyeluruh.
2. Dilakukan pembinaan kepada seluruh staff rumah sakit terutama selain dokter dan perawat mengenai penerapan standar operasional prosedur terkait komunikasi efektif pada layanan maupun *grooming* yang ditetapkan perusahaan serta dilakukan pembinaan dan evaluasi berkala terhadap kinerja staff administrasi rawat inap.
3. Penerapan reward bagi dokter yang dapat memberikan layanan sesuai dengan jam yang ditentukan setiap hari serta evaluasi beban kerja perawat dan dokter sehingga tenaga kesehatan dapat lebih memberikan perhatian dan tanggap dalam menghadapi pasien.
4. Melakukan kerja sama dengan wilayah sekitar yang dapat digunakan sebagai lahan parkir serta penerapan standar operasional prosedur mengenai

- pemeliharaan alat secara rutin, sehingga alat – alat selalu dalam keadaan siap digunakan.
5. Penelitian berikutnya diharapkan dapat meneliti responden Rumah Sakit Pertamina Balongan Indramayu pada instalasi lain. Agar hasil penelitian menjadi lebih luas serta diharapkan mampu mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas dan jenis penyakit sebagai bahan pembanding tambahan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, T.Y. 2010. Manajemen Administrasi Rumah Sakit. Edisi kedua. Jakarta: UI Press.
- Andhansari, P., Nawazirul Lubis, dan Andi Wijayanto. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Nilai Pelanggan. Jurnal Manajemen. Vol 10. No. 9 hal 3-8.
- Arikunto, Suharsimi. 2011. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi VII. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Barnes, James G. 2010. *Secrets of Customer Relationship Management: it's All About How You Make Them Feel*. McGraw-Hill: New York.
- Cole, M. A. 2010. *Sustainable Development and Environmental Kuznets Curves: An Examination of The Environmental Impact of Economic Development*. Sust. Dev. 7, 87-97.
- Cooper,P.D. 2011. *Health Care Marketing : a Foundation for Managed Quality*. Gaithersburg, Maryland : Aspen Publisher. Inc : 1-331.
- Dube et. al. 2010, *Adapting the QFD Approach to Extended Service Transactions*, Production and Operations Management, 8, 301-317.
- Fecikova, I. 2010,“An Index Method for Measurement of Customer Satisfaction”, *The TQM Magazine*,Vol.16, No.1, pp. 57-66.
- Gould and Williams. 2009, “The Impact of Employee Performance Cues on Guest Loyalty, Perceived Value and Service Quality”, *The Service Industries jurnal*, 19,3:ABI/INFORM Global P.97
- Gronroos, Christian, 2010, The Perceived Service Quality Concept a Mistake ? *Journal of Managing Service Quality*, Vol. 11. No. 3, pp 150-152, MCB University Press, London.
- Hardiman, A. 2013. Rumah Sakit Indonesia Belum Siap Bersaing. Melalui <http://www.kompas.com/kompas-cetakr/0412/22/humaniora1455html-4k.4/21/04>.
- Hermawan, Kertajaya 2012. *MarkPlus on Strategy*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kandampully, J., dan Dwi Suhartanto, 2010. Customer Loyalty in the Hotel Industri : the role of customer satisfaction and image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 346-351.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th edition. England : Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong., 2010, *Principles Of Marketing*, 14th Edition, PrenticeHall Pearson, USA.