

FAKTOR PENENTU LOYALITAS PASIEN DI RUMAH SAKIT

Dyah Tri Utami¹, Hasyim²

Magister Administrasi Rumah Sakit, Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat
Jalan Arjuna Utara No.9 Jakarta 11510
hasyim.ahmad@esaunggul.ac.id

Abstract

Patient loyalty has an important role in the operation of a hospital. Patient loyalty is formulated to achieve a number of return visits that have an impact on hospital profitability and stability. The purpose of this study was to examine the effect of Hospital image on patient satisfaction, service quality on patient satisfaction, hospital image on patient loyalty, patient quality on patient loyalty, patient satisfaction with patient loyalty, hospital image of patient loyalty mediated by patient satisfaction. the quality of service to patient loyalty is mediated by the outpatient satisfaction of RS.AN-NISA Tangerang. Hospital image questionnaire, service quality, patient satisfaction, patient loyalty were distributed to 253 respondents who were general patients. Respondents' answers were processed using the Structural Equation Model (SEM) analysis method. The results obtained that Hospital image, service quality has a significant influence on patient satisfaction, service quality has a positive effect on patient satisfaction, and Hospital image, service quality has no effect on patient loyalty mediated by patient satisfaction.

Keywords: *hospital image, service quality, patient satisfaction, patient loyalty.*

Abstrak

Loyalitas pasien memiliki peranan penting dalam berlangsungnya operasional suatu Rumah Sakit. Loyalitas pasien dirumuskan guna mencapai angka kunjungan kembali yang berdampak terhadap *profitabilitas* dan kestabilan Rumah Sakit. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh citra Rumah Sakit terhadap kepuasan pasien, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien, citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien rawat jalan RS.AN-NISA Tangerang. Kuesioner citra Rumah Sakit, kualitas pelayanan, kepuasan pasien, loyalitas pasien dibagikan kepada 253 responden yang merupakan pasien umum. Jawaban responden diolah dengan metode analisis *Structural Equation Model* (SEM). Hasilnya didapat bahwa citra Rumah Sakit, kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, dan citra Rumah Sakit, kualitas pelayanan tidak ada pengaruh terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien.

Kata kunci: citra rumah sakit, kualitas pelayanan, kepuasan pasien, loyalitas pasien.

Pendahuluan

Kotler, dkk (2002) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu perusahaan perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama: pelanggan yang sudah ada lebih prospektif, artinya pelanggan setia akan memberi keuntungan besar pada perusahaan. Kedua: biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibanding biaya

untuk menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Ketiga: pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan cenderung akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat: biaya operasi perusahaan akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan setia. Kelima: perusahaan dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial disebabkan

pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan perusahaan ataupun produk perusahaan. Keenam: pelanggan setia akan selalu membela perusahaan bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Sebagian besar rumah sakit mengalami berbagai permasalahan, salah satunya adalah pencapaian kunjungan pasien yang belum mencapai target (Mosadeghrad, 2014). Loyalitas pelanggan suatu variabel endogen yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan pelanggan sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan pelanggan, jika hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan adalah positif, maka kepuasan pelanggan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dengan harapannya/proses perbandingan dalam benak konsumen yang dihasilkan dari kesenjangan (gap) antara persepsi konsumen pada kinerja produk dengan harapan konsumen ketika mengkonsumsi produk tersebut (Kotler, 2004). Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh citra Rumah Sakit terhadap kepuasan pasien, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien, kualitas pasien terhadap loyalitas pasien, kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien, citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien rawat jalan RS. AN-NISA Tangerang.

Loyalitas Pasien

Memiliki pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Tetapi kebanyakan dari perusahaan tidak mengetahui bahwa loyalitas pelanggan dibentuk melalui beberapa tahapan, dimulai dari mencari calon pelanggan potensial sampai dengan pembentukan *advocate customer* yang

akan membawa keuntungan bagi perusahaan. Griffin (2005) menyebutkan bahwa loyalitas lebih mengarah pada perilaku (behavior) dibandingkan dengan sikap (attitude) dan seseorang pelanggan loyal memperlihatkan perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama yang dilakukan oleh unit – unit pembuat atau pengambil keputusan.

Citra Rumah Sakit

Kotler (1997) citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi merek yang ada pada pikiran konsumen. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan. Citra merupakan suatu perusahaan yang meliputi nama baik perusahaan, reputasi ataupun keahliannya merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembeli dan sektor jasa dibandingkan sektor produk. Bagi sebuah perusahaan, image atau citra yang baik mutlak diperlukan. Sedemikian penting arti dari citra (image) itu sendiri sehingga perusahaan bersedia mengeluarkan biaya dan tenaga ekstra untuk meraihnya. Citra (image) merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan pesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek Sutisna (2001). Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai public relations. Meskipun demikian pengertian citra itu sendiri abstrak (intangible) dan tidak dapat diukur.

Kualitas Pelayanan

Parasuraman (1985) *Service quality* (kualitas layanan) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten. Kualitas pelayanan/ jasa menurut (Doming dalam Zamit, 2001) adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Bila pelayanan yang mereka terima atau nikmati ternyata jauh dibawah dari apa yang

mereka harapkan, konsumen akan kehilangan minat terhadap pemberian pelayanan/ jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan, mereka cenderung akan memakai produk pelayanan/ jasa tersebut. Dengan demikian maka kualitas merupakan faktor kunci sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan, seperti yang dikemukakan oleh Welch (Kotler 2000), "Quality is our best assurance of customer allegiance, our strongest defense against foreign competition, and the only path to sustained growth and earning", kualitas merupakan jaminan terbaik kita atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat kita dalam menghadapi persaingan asing, dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng.

Kepuasan Pasien

Zeithaml dan Berry (1996) merupakan evaluasi spesifik Terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan dimana pengukuran respon konsumen dilakukan secara Langsung atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga kepuasan hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami pada saat pemberian layanan. Konsumen yang tidak merasa puas atas kualitas dan pelayanan yang diperoleh cenderung menimbulkan masalah, sebaliknya apabila mereka puas maka akan tercipta hubungan yang baik dan harmonis. Hal ini akan menjadi dasar yang baik bagi terciptanya pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen yang akan menguntungkan perusahaan. Beralihnya konsumen disebabkan oleh kurang pekanya perusahaan dalam memberi pelayanan dan rasa tidak puas konsumen.

Pengaruh yang signifikan antara citra Rumah Sakit dan kepuasan pasien rawat jalan di RS.AN-NISA Tangerang.

Kotler (2017) citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek

sebagai refleksi dari asosiasi merek yang ada pada pikiran konsumen. Citra suatu perusahaan merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembelian. Andreassen dan Lindestad (1998) menyatakan bahwa citra mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui efek penyeleksi. Da Silva et al. (2003) 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. Berdasarkan perbandingan kualitas harapan dengan kualitas kinerja layanan, maka pelanggan akan memberikan emosi positif atau emosi negative, bahkan emosi yang netral, bergantung pada apakah harapan-harapan pelanggan tersebut terpenuhi.

Menurut hasil penelitian Yu-Te-Tu (2012) menunjukkan bahwa citra merek perusahaan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan memiliki dampak yang kuat pada loyalitas pelanggan. Hasil penelitian Nurullah (2014) menunjukkan bahwa citra berpengaruh terhadap kepuasan yang akhirnya berdampak terhadap loyalitas pasien. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya citra merek maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut hasil penelitian Fatriansah (2014) menunjukkan bahwa citra berdampak signifikan terhadap kepuasan pasien. Disimpulkan bahwa semakin baik citra merek dibenak konsumen maka konsumen akan merasa puas menggunakan produk atau jasa tersebut. Perusahaan senantiasa membentuk citra positif merek, menciptakan ciri khas dari merek, dan lebih mengenalkan merek produk ke masyarakat luas. Dampaknya adalah konsumen akan merasa puas karena menggunakan merek yang dikenal luas oleh masyarakat.

Pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pasien rawat jalan di RS.AN-NISA Tangerang.

Parasuraman (1985) mengatakan Service quality (kualitas layanan) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten. Kepuasan pelanggan adalah sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Lupiyoadi, 2013). Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, semakin baik pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa atau melebihi yang diharapkan oleh konsumen maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin meningkat.

Penelitian yang membahas mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan adalah Achmad (2011) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan di RS.NU Tuban. Penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Chao - Chan Wu (2011) menyatakan bahwa kualitas layanan yang tinggi berkorelasi dengan kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pasien berfungsi sebagai medium antara kualitas layanan dan niat perilaku. kualitas layanan kesehatan tidak hanya berkaitan dengan bagaimana layanan dari tenaga medis memberikan layanan kepada pasien namun juga bagaimana pasien merasa nyaman dengan kondisi dan situasi yang rumah sakit ciptakan. Kualitas layanan kesehatan yang dirasakan pasien diprediksi akan meningkatkan kepuasan pasien. Ahmed (2014) hasil penelitiannya menunjukkan adanya hubungan kualitas pelayanan Rumah Sakit dengan kepuasan pasien Rumah Sakit di Karaci, Pakistan. Disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan sebuah perusahaan maka

semakin tinggi pula kepuasan pelanggan atau semakin buruk kualitas pelayanan sebuah perusahaan maka semakin rendah kepuasan pelanggan.

Pengaruh yang signifikan antara citra Rumah Sakit dan loyalitas pasien Rawat Jalan di RS.AN-NISA Tangerang.

Zeithaml dan Berry (1996) kepuasan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan dimana pengukuran respon konsumen dilakukan secara Langsung atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga kepuasan hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah di alami pada saat pemberian layanan. Lupiyoadi (2013) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan adalah sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Suatu produk atau jasa yang memiliki manfaat yang positif dan harapan pelanggan akan suatu produk atau jasa tersampaikan maka akan menimbulkan kepuasan pelanggan. Jika pelanggan telah merasa puas akan suatu produk atau jasa maka pelanggan tersebut akan melakukan pembelian berulang. Menurut hasil penelitian Dani (2015) menunjukkan citra Rumah Sakit berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pasien. Menurut hasil penelitian Chao, Wu & Yen (2015) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada KTV. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik citra sebuah perusahaan maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan atau semakin buruk citra pelayanan sebuah perusahaan maka semakin rendah loyalitas pelanggan.

Pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pasien rawat jalan di RS.AN-NISA Tangerang.

Menurut Lovelock (1995) mendefinisikan kualitas layanan berbasis pengguna dimulai dengan kualitas terletak dimata orang yang melihatnya.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek berdasarkan sikap sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Tjiptono, 2012). Sikap terhadap merek tertentu sering mempengaruhi apakah konsumen akan loyal atau tidak.

Menurut hasil penelitian Putri (2008) menunjukkan bahwa hasil kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RS.Panti Wilasa Citarum Semarang tahun 2008. Hasil penelitian Nadya Jeanasis (2012) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di RS.BMC Padang. Fatriansah (2014) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas pasien. Untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik di benak pelanggan, sebuah produk jasa harus memiliki sebuah ciri khas atau karakter yang berbeda dari produk pesaing lainnya. Apabila produk sudah memiliki kualitas yang kuat maka akan menimbulkan kualitas yang baik di benak pelanggan dan hal tersebut dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pengaruh yang signifikan antara kepuasan pasien dan loyalitas pasien rawat jalan di RS.AN-NISA Tangerang.

Nursalam (2011) kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktivitas dan suatu produk yang diharapannya. Menurut hasil penelitian Anak Agung Gde (2015) menunjukkan bahwa kepuasan pasien signifikan terhadap loyalitas pasien di RSUD Sanjiwani Kab.Gianyar. Hasil penelitian Ani (2016) menunjukkan bahwa kepuasan pasien memiliki pengaruh positif dan signifikan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien.

Dan menurut hasil Endang (2016) menunjukkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Kepuasan pasien merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi loyalitas dari pelanggan, biasanya semakin baik kepuasan pasien yang

diberikan pelanggan akan membuat pelanggan melakukan pembelian secara berulang dan menjadi semakin loyal terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Pengaruh citra Rumah Sakit terhadap loyalitas pasien yang di mediasi oleh kepuasan pasien rawat jalan di RS.AN-NISA Tangerang.

Sutisna (2011) mendefinisikan citra (image) adalah kepercayaan, ide dan impresi seseorang terhadap sesuatu. Penelitian Chao Chan Wu (2011) mengenai citra merek Rumah Sakit terhadap loyalitas pasien menunjukkan bahwa citra merek Rumah Sakit memiliki efek langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas tetapi juga meningkatkan kepuasan pasien.

Penelitian Yu-Te-Tu (2012) menunjukkan bahwa citra merek secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan memiliki dampak yang kuat pada loyalitas pelanggan. Semakin baik dan positif reputasi citra merek dari suatu produk atau jasa maka konsumen akan merasa puas dan konsumen yang merasa terpuaskan akan melakukan pembelian kembali dikemudian hari, bahkan konsumen akan menjadi loyal dengan merek tersebut dan enggan untuk berpindah ke merek pesaing lainnya.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien yang di mediasi oleh kepuasan pasien rawat jalan di RS.AN-NISA Tangerang.

Menurut Kottler (2017) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Penelitian Lyrissa (2017) menunjukkan bahwa pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan terhadap loyalitas pasien. Penelitian lain Cham Tat Huei (2010) menunjukkan bahwa hasil dari penelitian citra merek memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kualitas pelayanan dan sangat terkait dengan niat

perilaku (loyalitas). Achmad (2011) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan di RS.NU Tuban.

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan yaitu ketika pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik dari penyedia jasa, maka mereka akan datang kembali dan mengharapkan pelayanan yang lebih baik lagi pada transaksi berikutnya, kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik maka kesetiaan pelanggan akan tercipta melalui kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Pelanggan akan mempunyai keinginan untuk menggunakan jasa kembali dan mempunyai keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan RS.AN-NISA Tangerang, pada periode Agustus 2018. Populasi 12.944 pasien. Jumlah minimal sampel yang diambil adalah lima kali jumlah pertanyaan yang dianalisis, yaitu: $(5 \times 46) + 10\% = 253$. Responden yang menjadi sampel adalah pasien yang datang ke RS.AN-NISA Tangerang sebagai pasien independen atau pasien yang membayar biaya pemeriksaan dan perawatan serta bersedia dengan sukarela menjadi responden,

Teknik sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan sepanjang unsur – unsur yang akan diteliti merupakan anggota populasi.

Jenis penelitian

Eksplanatori kausalitas dengan pendekatan kuantitatif, bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel – variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain.

Identifikasi Variabel

Ada empat variabel dalam penelitian ini yaitu: variabel endogen (Y), yaitu loyalitas pasien dan variabel eksogen yang terdiri dari citra rumah sakit (X1) dan kualitas pelayanan (X2), variabel intervening yaitu kepuasan pasien.

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

Teknik analisis data

Data yang masuk akan dianalisis dan diuji menggunakan teknik Multivariat Model Persamaan Struktural (SEM) program AMOS 21. Model ini juga dikenal sebagai analisis faktor konfirmatori (CFA). Fase ini bertujuan untuk menguji kelayakan, reliabilitas dan validitas masing-masing indikator untuk setiap konstruk. Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini:

- Uji normalitas berada pada rentang nilai kritis $(-2,58 \leq c.r \leq 2,58)$.
 - Faktor pembebanan standar (standarized loading factor) lebih besar dari $(\geq) 0,70$.
 - Nilai Construct Reliability (CR) adalah ≥ 0.70 dan nilai Variance Extracted (VE) adalah ≥ 0.50 .
- Peneliti ingin membangun hipotesis penelitian, antara lain:
- H1: Ada pengaruh citra Rumah Sakit terhadap kepuasan pasien
 - H2: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien
 - H3: Ada pengaruh citra Rumah Sakit terhadap loyalitas pasien
 - H4: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien
 - H5: Ada pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien
 - H6: Ada pengaruh citra Rumah Sakit terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien
 - H7: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien.

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan di RS.AN-NISA Tangerang. Hasilnya dapat dilihat pada uraian sebagai berikut: Dari hasil tes yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Hal ini ditunjukkan oleh hasil korelasi *anti-image* dan jumlah KMO dari keempat variabel lebih besar dari 0,5.. Dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan layak dan tidak perlu dihilangkan.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan di RS.AN-NISA Tangerang. Hasilnya dapat dilihat pada uraian berikut: Koefisien Cronbach Alpha pada semua variabel adalah $\geq 0,7$, dapat dikatakan seluruh variabel reliabel (dapat diandalkan). Setelah menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian (kuesioner), uji reliabilitas konstruk dilakukan dengan menghitung *Construct Reliability and Variance Extracted*. Persyaratan reliabilitas yang baik adalah memiliki $CR > 0,70$ dan $VE >$

0,50 Hasil dari CR dan VE semua variabel diilustrasikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1
Construct Reliability dan Variance Extracted

Variabel	CR	VE
Citra Rumah Sakit	0,888	0,571
Kualitas Pelayanan	0,965	0,554
Kepuasan Pasien	0,952	0,603
Loyalitas Pasien	0,886	0,610

Sumber: Output AMOS

Menggunakan metode SEM, telah dilakukan uji *Goodness of Fit* (GOF). Uji GOF adalah untuk menentukan apakah model yang ditetapkan sesuai atau tidak, yaitu apakah variabel manifes (indikator variabel) dapat menjelaskan variabel laten yang ada. Tabel hasil uji GOF dari model adalah sebagai berikut

Tabel 2
Goodness Of Fit

Kriteria	Hasil <i>Goodness of Fit</i>	<i>Cut-off Value</i>	Evaluasi Model
$\chi^2 - Chi Square$	1654.293	Diharapkan kecil	<i>PoorFit</i>
<i>Probability</i>	0.000	$\geq 0,05$	<i>Poor Fit</i>
CMIN/DF	1.792	$\leq 2,00$	<i>Good Fit</i>
RMSEA	0.056	≤ 0.08	<i>Good Fit</i>
GFI	0.790	$\geq 0,90$	<i>Marginal Fit</i>
AGFI	0.754	$\geq 0,90$	<i>Marginal Fit</i>
TLI	0.917	$\geq 0,90$	<i>Good Fit</i>
CFI	0.926	$\geq 0,90$	<i>Good Fit</i>
IFI	0.927	$\geq 0,90$	<i>Good Fit</i>

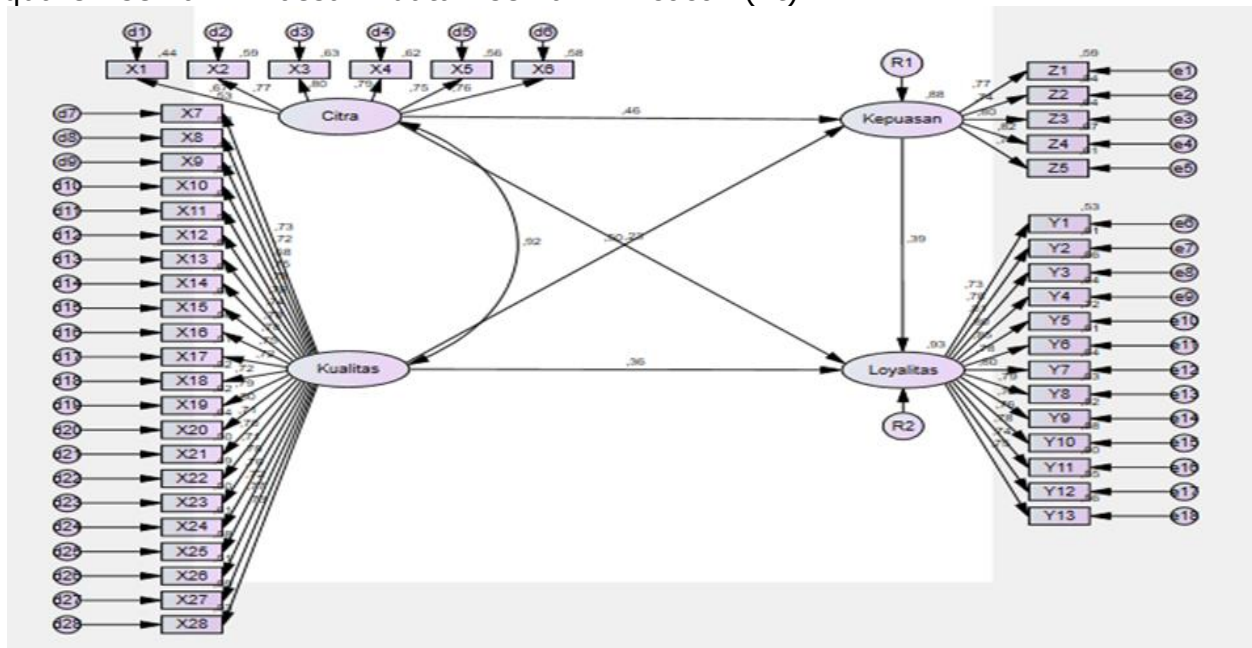
Sumber: Output AMOS

Nilai *Chi Square*: 1654,293. Semakin kecil maka model semakin sesuai antara model teori dan data sampel (Nilai *Chi Square* dibagi Nilai *Degree of Freedom*). Nilai idealnya sebesar < 3 adalah *good fit*. Dari hasil pembagi diperoleh nilai 923,15. Hal ini menunjukkan kecocokan kurang baik, karena angkanya < 3 maka hasil menunjukkan *poor fit*. $CMIN/DF = 1,792(\leq 2)$ menunjukkan *good fit*, $RMSEA$

$= 0,056 (\leq 0,08)$ menunjukkan *good fit*, *Goodness of Fit Index* (GFI) = 0,79 ($< 0,90$) menunjukkan *marginal fit*. *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI) = 0,75 ($< 0,90$) menunjukkan *marginal fit*. $TLI = 0,926 (\geq 0,90)$ menunjukkan *good fit*, *Comparative Fit Index* (CFI) = 0,92 (diatas 0,90) menunjukkan *good fit*. *Normed fit index* (NFI) = 0,95 (di atas 0,90) menunjukkan *good fit*. *Incremental Fit Index* (IFI) = 0,92 ($> 0,90$)

menunjukkan *good fit*. Berdasarkan penjelasan Hair et al (2010) CMIN atau derajat kebebasan (DF) menunjukkan angka < 2 dan dapat diterima sehingga signifikannya parameter dapat dinyatakan masuk kriteria. Hasil dari penelitian ini didapatkan 1,792. Signifikansi parameter chi square dapat dimaklumi karena sifat parameter chi square semakin besar data semakin

meningkat nilainya. Berdasarkan penjelasan Ghazali (2008), secara keseluruhan Goodness of Fit dapat dinilai berdasarkan minimal 5 kriteria. Dalam penelitian empiris, seorang peneliti tidak dituntut untuk memenuhi semua kriteria Goodness of Fit, akan tetapi tergantung dari keputusan masing-masing peneliti. Sehingga secara keseluruhan model telah cocok (fit).



Gambar 2. SEM Path Modelling

Setelah struktural model dapat dianggap fit secara keseluruhan, proses selanjutnya adalah melihat apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel eksogen dengan variabel endogen. Hipotesis diuji dan dirumuskan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3
Pengujian Hipotesis Pengaruh Secara Langsung

Pengaruh	Estimate	C.R.	P-value	Ket.
Citra Rumah Sakit →Kepuasan Pasien	0,462	3,506	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan →Kepuasan Pasien	0,598	4,577	0,000	Signifikan
Citra Rumah Sakit →Loyalitas Pasien	0,245	2,295	0,022	Signifikan
Kualitas Pelayanan →Loyalitas Pasien	0,487	4,378	0,000	Signifikan
Kepuasan Pasien →Loyalitas Pasien	0,244	2,676	0,007	Signifikan

Sumber : output AMOS, lampiran

Tabel 4
Pengujian Hipotesis Pengaruh Secara Tidak Langsung

Eksogen	Endogen	Intervening	Estimate (Indirect)	S.E. (Indirect)	C.R. (Indirect)	Prob.
Citra Rumah Sakit	Loyalitas Pasien	Kepuasan Pasien	0,113	0,098	1,149	0,251
Kualitas Pelayanan	Loyalitas Pasien	Kepuasan Pasien	0,146	0,104	1,407	0,160

Sumber : output SPSS,lampiran

Dasar pengambilan keputusan: Jika nilai nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha=5\%$ atau 0,05 maka H_0 ditolak (ada pengaruh) atau sebaliknya. Maka simpulannya adalah :

1. Citra Rumah Sakit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini dikarenakan nilai probabilitas sebesar 0,000. Dimana nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha=5\%$ atau 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 terpenuhi. Koefisien pengaruh Citra Rumah Sakit terhadap kepuasan pasien sebesar 0,462, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini dikarenakan nilai probabilitas sebesar 0,000. Dimana nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha=5\%$ atau 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 terpenuhi. Koefisien pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pasien sebesar 0,598, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.
3. Citra Rumah Sakit berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien. Hal ini dikarenakan nilai probabilitas sebesar 0,022. Dimana nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha=5\%$ atau 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 terpenuhi. Koefisien pengaruh citra Rumah Sakit terhadap loyalitas pasien sebesar 0,245, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini dikarenakan nilai probabilitas sebesar 0,000. Dimana nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha=5\%$ atau 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 terpenuhi. Koefisien pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien sebesar 0,487, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.
5. Kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini dikarenakan nilai probabilitas sebesar 0,007. Dimana nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha=5\%$ atau 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 terpenuhi. Koefisien pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pasien sebesar 0,244, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima.
6. Citra Rumah Sakit tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien yang di mediasi oleh kepuasan pasien. Hal ini dikarenakan nilai probabilitas sebesar 0.251. Dimana nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha=5\%$ atau 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 tidak terpenuhi.
7. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien. Hal ini dikarenakan nilai probabilitas sebesar 0,160. Dimana nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha=5\%$ atau 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 tidak terpenuhi.

Pembahasan Citra Rumah Sakit Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pasien

Berdasarkan hasil statistik di atas, diperoleh citra Rumah Sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Maka semakin tinggi citra Rumah Sakit di RS.AN-NISA Tangerang terhadap pasien akan semakin tinggi kepuasan pasien yang didapatkan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Yu-Te-Tu (2012) menunjukkan bahwa citra merek perusahaan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan memiliki dampak yang kuat pada loyalitas pelanggan.

Selain penelitian Yu-Te-Tu (2012), temuan ini juga sejalan dengan pendapat Da Silva *et al.* (2003) 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. Visi RS.AN-NISA Tangerang yaitu menjadi Rumah Sakit berciri islami yang dipercaya dan dipilih oleh masyarakat RS.AN-NISA Tangerang sebagai wujud nyata dalam *brand image* yang sejak berdirinya tahun 1991. Citra Rumah Sakit tersebutlah yang mampu menyakinkan pasien dan tetap terjaga hingga berdampak terhadap kepuasan pasien rawat jalan RS.AN-NISA Tangerang sampai saat ini, sesuai dengan penelitian ini mengenai pengaruh citra Rumah Sakit terhadap kepuasan pasien. Pernyataan bahwa RS.AN-NISA Tangerang memiliki citra sebagai Rumah Sakit yang bernuansa islami dan citra RS.AN-NISA dapat memberikan kesan tersendiri dalam benak pasien. Tersedianya petugas bimbingan rohani berjumlah 2 petugas *full timer*, tersedianya Al-Quran disetiap area pelayanan. Keunggulan-keunggulan ini dapat menjadi bukti bahwa terdapat pengaruh positif citra Rumah Sakit terhadap kepuasan pasien.

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pasien

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dalam menggunakan jasa poliklinik rawat jalan RS.AN-NISA Tangerang, temuan tersebut menandakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan di RS.AN-NISA Tangerang terhadap pasien akan semakin tinggi kepuasan pasien yang didapatkan. Menurut penelitian Wu (2011) menyatakan bahwa kualitas layanan yang tinggi berkorelasi dengan kepuasan pelanggan yang tinggi. Menurut Kotler (2003), bahwa kualitas jasa/pelayanan adalah bentuk dan karakteristik total dari sebuah produk barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan pasien.

Dalam hal ini pasien merasa puas dengan pernyataan sebagai berikut RS.AN-NISA Tangerang memberikan informasi yang akurat, perawat poliklinik rawat jalan RS.AN-NISA Tangerang selalu bersedia membantu, bangunan gedung RS.AN-NISA Tangerang terlihat bagus, penampilan fasilitas pelayanan RS.AN-NISA Tangerang sesuai dengan yang ditawarkan. Pada umumnya pasien merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh RS.AN-NISA Tangerang. Salah satu unggulan pelayanan RS.AN-NISA Tangerang sejak awal berdirinya sebagai RS.AN-NISA Tangerang tetap terjaga hingga saat ini adalah jenis pelayanan Kebidanan dan Penyakit Kandungan. Sebanyak 57 responden (22,52%) pelanggan yang melakukan kunjungan. Menurut data RMIK RS.AN-NISA Tangerang tahun 2015 sebanyak 19.128 pasien, tahun 2016 sebanyak 18.039 pasien, tahun 2017 18.530 pasien poliklinik kebidanan dan penyakit kandungan berada dalam peringkat 3 besar pelayanan pilihan poliklinik rawat jalan RS.AN-NISA Tangerang. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan poliklinik rawat jalan RS.AN-NISA Tangerang masih menjadi pilihan pasien.

Citra Rumah Sakit Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pasien

Citra Rumah Sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Maka, semakin tinggi citra Rumah Sakit di RS.AN-NISA Tangerang terhadap pasien akan semakin tinggi loyalitas pasien yang didapatkan. Menurut hasil penelitian Chao, Wu & Yen (2015) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada KTV. Didukung dengan pendapat Morais (2005) loyalitas adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Visi RS.AN-NISA Tangerang dapat tersampaikan kepada masyarakat dengan didukung jumlah kunjungan pasien yang tetap meningkat sejak Rumah Sakit berdiri pada tahun 1991. Berawal dari Rumah Bersalin pada tahun 1991 dan berkembang menjadi Rumah Sakit Ibu dan Anak tahun 2000, dan meningkat menjadi Rumah Sakit Umum pada tahun 2008. RS.AN-NISA Tangerang terus bertransformasi menjadi Rumah Sakit type C tanpa meninggalkan identitasnya sebagai Rumah Sakit berciri Islami. Dan tingkat kepercayaan masyarakat yang masih tinggi dengan jumlah kunjungan peningkatan jumlah pengunjung baru, secara signifikan tahun 2015 didapatkan data 27.578 pasien baru, tahun 2016: 30.151 pasien baru dengan peningkatan $\pm 30\%$ dalam periode satu tahun. Jumlah pasien baru sebesar 27.999 tahun 2017, artinya terjadi penurunan $\pm 30\%$. Kunjungan pasien lama yaitu di tahun 2015: 93.817 pasien, tahun 2016 sebesar 128.351 pasien, dan tahun 2017 meningkat kembali menjadi 162.853 pasien. Terjadi peningkatan rata-rata 30 % pada kunjungan pasien lama per tahun. Dapat disimpulkan bahwa RS.AN-NISA masih menjadi pilihan.

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pasien.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Maka, semakin tinggi kualitas pelayanan di RS.AN-NISA Tangerang terhadap pasien akan semakin tinggi loyalitas pasien yang didapatkan. Menurut Kottler (2005) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan jaminan terbaik untuk menciptakan dan mempertahankan kesetiaan konsumen dan benteng pertahanan dalam menghadapi persaingan global. Artinya pelayanan yang berkualitas dari perusahaan akan mempengaruhi loyalitas konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa Putri (2008) menunjukkan bahwa hasil kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RS.Panti Wilasa Citarum Semarang tahun 2008.

Faktor kualitas layanan yang meliputi faktor tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien di RS.AN-NISA Tangerang. Responsiveness memiliki bobot terbesar dari pernyataan penelitian ini. Dengan jumlah kunjungan rawat jalan tahun 2015 sebesar 121.395, tahun 2016 sebesar 158.502, dan tahun 2017 sebesar 190.852, dapat disimpulkan bahwa jenis pelayanan yang saat ini terdiri 18 spesialisik menjadi pilihan pasien dengan tingkat kunjungan ulang tahun 2015: 93.817 pasien, tahun 2016 sebesar 128.351 pasien, dan tahun 2017 meningkat kembali menjadi 162.853 pasien. Dapat disimpulkan bahwa adanya kegiatan atau transaksi berulang (loyalitas) pada pelayanan poliklinik RS.AN-NISA Tangerang sebagai dampak dari kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada pasien.

Kepuasan Pasien Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pasien.

Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Maka, semakin tinggi kepuasan pasien di RS.AN-NISA Tangerang

terhadap pasien akan semakin tinggi loyalitas pasien yang didapatkan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang Selnes (1993) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi perilaku pembeli yang mana pelanggan yang puas cenderung akan menjadi loyal. Dan menurut hasil Endang (2016) menunjukkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Kepuasan pasien merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi loyalitas dari pelanggan, biasanya semakin baik kepuasan pasien yang diberikan pelanggan akan membuat pelanggan melakukan pembelian secara berulang dan menjadi semakin loyal terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Tingkat kepuasan yang diukur melalui pernyataan didapatkan nilai sebesar 644 kali atau 50.9% pasien memberikan jawaban puas terhadap pelayanan poliklinik rawat jalan RS.AN-NISA Tangerang. Tanggapan pasien tersebut sesuai dengan perbandingan jumlah kembalinya pasien untuk berobat sampai bulan Agustus 2018 dengan total 163.559 pasien dengan rasio perbandingan pasien baru berjumlah 16.221 dan pasien lama 147.338 pasien. Diharapkan dengan adanya ikatan antara kepuasan yang dirasakan pasien berdampak terhadap komitmen yang kuat dan berkelanjutan dalam menggunakan jasa RS.AN-NISA Tangerang yang sering disebut dengan loyalitas pasien.

Tidak Ada Pengaruh Signifikan Citra Rumah Sakit Terhadap Loyalitas Pasien Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Pasien

Tidak ada pengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien. Didapatkan nilai probabilitas sebesar 0.251. Dimana nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha=5\%$ atau 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 tidak terpenuhi. Andreassen dan Lindestad (1998) menyatakan bahwa citra mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui efek penyeleksi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian

sebelumnya yang dilakukan penelitian Margita Enno (2016) pengaruh citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang menyatakan adanya pengaruh dari variabel diatas. Kepuasan pasien sebagai pemediasi di RS.AN-NISA Tangerang di dukung oleh bermacam faktor salah satunya adalah formulir kepuasan pasien yang belum mewakili SERVQUAL dimana variabel assurance belum ada dalam survey kepuasan pasien sehingga standar penilaian dengan kuesioner terdapat perbedaan, alur pelayanan untuk semua pasien sama tidak ada perbedaan. Sehingga dapat besar kemungkinan adanya pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sehingga menyebabkan perbedaan dengan penelitian atau teori yang telah ada.

Tidak ada Pengaruh Signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Pasien.

Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien yang dimediasi oleh Kepuasan Pasien. Hal ini dikarenakan nilai probabilitas sebesar 0.160. Dimana nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha=5\%$ atau 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 tidak terpenuhi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nadya Jeanasis (2012) dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan melalui kepuasan pasien terhadap loyalitas. Faktor yang berkontribusi dalam hal ini adalah kondisi perumahan tidak menentu dalam pemberlakuan sistem jaminan kesehatan nasional, pencapaian tingkat kunjungan di rawat jalan RS.AN-NISA Tangerang pada pasien umum yang menurun dan kontribusi dokter spesialis terhadap penilaian kualitas pelayanan yang dinilai kurang. Menurut Cronin dan Taylor (1992) terkait dengan hubungan antara kualitas jasa dan kepuasan konsumen, khususnya dalam hal apakah keduanya merupakan dua konstruk yang berbeda, secara ringkas menyatakan

bahwa para manajer penyedia jasa perlu mengetahui bagaimana mengukur kualitas jasa, aspek-aspek khusus apa yang paling baik menentukan kualitas jasa itu, dan apakah konsumen membeli jasa dari sebuah perusahaan karena dipersepsi memiliki kualitas yang paling tinggi atau dari perusahaan yang mampu memberikan kepuasan paling tinggi. Sehingga dapat besar kemungkinan adanya pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sehingga menyebabkan perbedaan dengan penelitian atau teori yang telah ada.

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil analisis data adalah pengaruh yang positif dan signifikan citra Rumah Sakit terhadap kepuasan pasien. Koefisien pengaruh citra Rumah Sakit terhadap kepuasan pasien bernilai positif yang menunjukkan semakin baik citra Rumah Sakit maka cenderung dapat meningkatkan kepuasan pasien. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien. Koefisien pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien bernilai positif yang menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan maka cenderung dapat meningkatkan kepuasan pasien.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan citra Rumah Sakit terhadap loyalitas pasien. Koefisien pengaruh citra Rumah Sakit terhadap loyalitas pasien bernilai positif yang menunjukkan semakin baik citra Rumah Sakit maka cenderung dapat meningkatkan loyalitas pasien. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien. Koefisien pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien bernilai positif yang menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan maka cenderung dapat meningkatkan loyalitas pasien. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien. Koefisien pengaruh Kepuasan Pasien terhadap loyalitas pasien bernilai positif yang menunjukkan semakin tinggi

kepuasan pasien maka cenderung dapat meningkatkan loyalitas pasien. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan citra Rumah Sakit terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien. Dalam penelitian ini masih terdapat sejumlah variabel yang juga mempengaruhi loyalitas yang tidak digunakan di dalam penelitian ini, seperti variabel kepercayaan, variabel harga yang terkait dengan kepuasan pasien yang kemungkinan dapat menjadi mediasi pada variabel tersebut. Responden dalam penelitian ini tidak mendapatkan perlakuan secara khusus dengan pasien berbayar lainnya yang bias saja menimbulkan kepuasan yang berbeda, sehingga status pasien dapat saja mempengaruhi persepsi mereka dalam menjawab pertanyaan kuesioner ini. Kondisi kesehatan dan psikologis saat pasien dalam menjawab pertanyaan kuesioner tentu akan mempengaruhi terhadap penilaian jasa Rumah Sakit ini, sehingga data yang diberikan belum mampu menggali kondisi yang sebenarnya.

Manajemen RS.AN-NISA Tangerang disarankan untuk berupaya terus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang akan di berikan kepada pasien, seperti lebih selektif dalam menyeleksi calon tenaga medis, atau memberikan pelatihan yang berhubungan dengan pelayanan atau pun pelatihan yang berhubungan dengan perilaku pasien, strategi dan cara penanganan complain, mengevaluasi kinerja staf klinis dan non klinis, melakukan ronde manajemen secara rutin untuk mengevaluasi kegiatan pelayanan berdasarkan standar SNARS. Diharapkan hal tersebut sangat penting untuk mendorong meningkatnya citra dan komitmen pasien untuk terus menggunakan RS.AN-NISA Tangerang dimasa depan.

Manajemen RS.AN-NISA Tangerang diharapkan juga meningkatkan kualitas birokrasi didalam Rumah Sakit seperti

prosedur pelayanan pasien umum untuk menggunakan jasa Rumah Sakit yang masihi berkesan belum dilakukan secara optimal hingga upaya Rumah Sakit untuk melengkapi peralatan dan fasilitas medis lainnya dengan mengutamakan mutu dan keselamatan pasien, merevisi formulir kepuasan pasien, memperkuat tim customer care yang telah ada, saran tersebut tentu sangat penting untuk semakin memperkuat loyalitas pasien unuk menggunakan jasa RS.AN-NISA Tangerang. Peneliti dimasa datang disarankan untuk menambahkan minimal satu variabel lainnya yang diduga juga mempengaruhi terbentuknya loyalitas pasien seperti customer value, commitment, customer retention dan melakukan penyempurnaan terhadap kuesioner, serta melakukan pemilihan waktu yang tepat dalam penyebaran kuesioner.

Daftar Pustaka

- Achmad, Noermijati. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di RS.NU Tuban. *Jurnal aiasi manajemen (volume 11) Nomor 3 September 2013*.
- Ahmed, 2014. Patients satisfaction and quality health services investigation from private Hospitals Of Karachi, Pakistan. *Research Journal of Recent Sciences, Vol 3(7),34-38,July. ISSN 2277-2502*.
- Adrian, Payne. 2010. Pemasaran Jasa : *The Essence of Service Marketing*. Terjemahan Fandy Tjiptono. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Amaldo, 2016. Pengaruh Servicecape dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Instalasi Rawat Jalan Pada RS.Prof.DR.R.D.Kandou Manado. *Jurnal EMBA, Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal 475-486, ISSN 2303-1174*.
- Anak, Agung. 2015.Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
- Dalam Rangka Menciptakan Loyalitas Pasien pada RSUD Sanjiwani Kab.Gianyar. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan Vo.11 No.1 Maret*.
- Ani. 2016. Pengaruh Antesenden Kepuasan dan oyalitas Pasien Rawat Inap di RS.Dharma Kerti Tabanan. E- Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.10.
- Anbori, Ali. 2010. *Patient satisfaction and loyalty to the private hospitals in Sana'a, Yemen. International Journal For Quality Health Care*.
- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing. Vol 64 (1) pp 12-37*.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmita, Putri. 2008. *Analisis Pengaruh Persepsi Pasien tentang Mutu Pelayanan Dokter Terhadap Loyalitas di Poliklinik Umum Instalasi Rawat Jalan RS. Panti Wilasa Citarum Semarang*. Program Pascasarjana Ilmu Kesehatan Masyarakat Konsentrasi Administrasi Universitas Diponegoro.
- Barnes, James, G. 2003. *Secret of Cutomer Relationship Management*, Edisi Bahasa Indonesia.Yogyakarta.
- Bilson, Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung : CV. Alfabeta.

- Chao, Ren-Fang. Wu, Tai-Chi. & Yen, Wei-Ti. 2015. Influence Service Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty for Private Karaoke Rooms in Taiwan (KTV/ Karaoke Television). *The Journal of Global Business Management. Volume 11 Number 1*.
- Chao Chan Wu. 2011. The impact of hospital brand image on service quality patient satisfaction and loyalty. *African Journal of Business Management Vol.5 (12), ISSN 1993-8233*.
- Ching-Sheng-Chang. 2013. Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pasien di Peretmuan Layanan Medis. *BCM Health Services Research*.
- Cham Tat Huei. 2010. A Study of Brand Image, Perceived Service Quality, Patient Satisfaction and Behavioral Intention among the Medical Tourists. *Global Journal of Business and Social Science Review, 2(2)32-43*.
- Danang, Sunyoto. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Dyah. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada RS.Keluarga Sehat di Kab.Pati. *Management Analysis Journal 6 (1) Universitas Negeri Semarang*.
- Dani, Suryaningrat. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepercayaan, Citra RS dan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ibnu Sina, 3 (1) 115-124*.
- Endang. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. *Eprintuns.ac.id*.
- Engel, J.F, Blackwell, Rd, and Miniard, DW. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jilid 1.(Boediono, Terjemahan). Jakarta: Bina Rupa Akasara.
- Enno. 2016. *Pengaruh Citra RS dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. Universitas Negeri Yogyakarta Fakultas Ekonomi.
- Elisa Divianto, Manuel Hutagaol. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien MCU pada RS.DR.AK.GANI Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke XI, Mei 2014. ISSN:2085-1375*.
- Fitriansah, 2014. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien dan Dampaknya pada loyalitas Pasien*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umum.
- Rifadaraja. 2017. Faktor-faktor yang Berpengaruh Pada Loyalitas Penggunaan Rawat Inap di RSUD Kab.Buton. *e-ISSN 2502-5171*.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih bahasa: Dwi Kartini Yahya dan teman-teman. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Jill. 2009. *Customer Loyalty: How to Learn It, How to Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Hasyim. Anindita, Rina. 2009. *Prinsip – prinsip dasar metode riset bidang pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: UIEU-University Press.
- Halowell, Roger. 1996. The relationships of customer satisfaction, customer loyalty and profitability: an empirical study. *International Journal of Service Industry Management, Vol.7 No.4 1996 Harvard Business School*.
- Hidayat. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Persepsi Tentang Biaya dan Citra Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna di RSUD Dr.Saiful Anwar Malang. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Vol.2, No.2, pp 130-137 Universitas Brawijaya*.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan ke 4. Bandung: Alfabeta.
- I Gede. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud, VOL.5.No.1, ISSN: 2302-892*.
- Jayaraman. 2010. Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia. *International Journal of Innovation, Management & Tecnology, Vol.1 No.4 October 2010, ISSN-2010-0248*.
- Jeanasis, Nadya. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas*. eprintsunad.ac..id.
- Kotler, Phillip. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip and Kevin Lane, Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane, Keller. 2016. *Marketing Management, Global Marketing*. England: Pearson Education, Inc.
- Lovelock, Christoper H. dan Wright, Lauren K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lovelock, Christoper H. dan Wright, Lauren K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Lyrissa. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas Citra Rumah Sakit Kepuasan Pasien Dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas Pasien. *Diponegoro Journal of Management, Volume 6, No.3 Tahun 2017. Halaman 1-12, ISSN 2337-3792*.
- Maya. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keuasan Pasien di RS. Soegiri Lamongan. *Journal of Applied Management Vol.15*.
- Muchlis, 2012. Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan Dan Komitmen Hubungan Terhadap Citra Rumah Sakit di Kota Blitar. *E-*

- journal RSFK. Universitas Brawijaya, Malang.*
- Nurullah, 2013. Pengaruh Citra, Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Ekskutif RSUD dr. Soebandi Kab. Jember. *JEAM. Vol XII No.1/2013, ISSN-1412-5366.*
- Pipit. Peningkatan brand trust, kepuasan dan citra RS berbasis CRM terhadap loyalitas pasien pada RS. Sultan Agung Semarang. *E-printuns.*
- Putri. 2017. Analisis kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variable intervening di Bank BJB Cabang Serang. *Jurnal Riset Bisnis Management Vol.1 No.2.*
- Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS.* Yogyakarta: Gava Media.
- Royhan, 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Qudratullah, Mohammad Farhan. 2013. *Analisis Regresi Terapan.* Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Satar. 2016. Kualitas Layanan, Kepuasan, Loyalitas kepada Pasien RS. Gigi dan Mulut RS. Jember. *Nurseline Journal Vol.1 No.1 Mei 2016. ISSN 2540-7937.*
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen.* Edisi Kedua. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.
- Schiffman dan Kanuk, 2010, *Costumer behaviour,* Internasional Edition, Prentice Hall.
- Sekaran, Uma. 2011. *Metode Penelitian untuk Bisnis.* Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif,* Kuantitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D.* Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D.* Bandung: CV. Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: CAPS.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar.* Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Tangkas. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Kesehatan dan Citra Merek pada Loyalitas Pasien dengan Kepuasan Pasien Sebagai Pemediasi di RS Ortopedi Prof. Dr. Soeharto di Surakarta.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius, Chandra. 2016. *Service, Quality, And Satisfaction.* Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2009. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andy Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran.* Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa.* Yogyakarta: Andi Offset.

Wu, C (2011). "The Impact of Hospital Brand Image on service Quality, Patient Satisfaction and Loyalty" *Journal of Business Management* Vol. 5(12), pp. 4873-4882.

Wicaksono, Yoga. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi Universitas Diponegoro Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Yu-Te-Tu. 2012. Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan. *Journal of Social and Development Sciences* Vol.3, No.1, pp 24-32, Januari 2012, ISSN 2221-1152.

Zeithmal, VA, Barry and Parasuraman. (1990). *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Collier Macmillan Publishers.

Zeithaml, Valarie. Bitner. Mary Jo. 1996. *Service Marketing. International Edition*. The McGraw-Hill.