

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Jalan RS X Dalam Masa Pandemi Covid-19

Fenny Gozal¹, Agusdini Banun Saptaningsih², M. Natsir Nugroho³
^{1,2,3}Program Magister Administrasi Rumah Sakit Universitas Esa Unggul, Jakarta, Indonesia
Jalan Arjuna Utara No.9 Kebon Jeruk Jakarta Barat
Korespondensi E-mail: fennygozal@gmail.com

Submitted: 10 Desember 2021, Revised: 28 Februari 2022, Accepted: 26 Maret 2022

ABSTRAK

Per tanggal 24 Mei 2021 diketahui terdapat 1.781.127 kasus positif COVID-19 di Indonesia. Kondisi pandemik ini menyebabkan aktivitas masyarakat, termasuk melakukan kunjungan ke rumah sakit (RS), menjadi terbatas. Studi ini ingin melihat pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang, dengan citra rumah sakit sebagai variabel intervening di masa pandemik. Penelitian ini dilakukan di RS umum swasta (RS X) yang terletak di Medan, Sumatera Utara pada bulan September – Oktober 2021. Populasi penelitian sebanyak 200 sampel, merupakan pasien rawat jalan RS X. Desain penelitian adalah kausal menggunakan VB-SEM berbasis varian yakni PLS (Partial Least Square), data diperoleh melalui kuesioner fisik dan daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasien rawat jalan di RS X mayoritas adalah perempuan yaitu sebanyak 112 orang (56%). Rentang populasi usia terbesar adalah 35 – 49 tahun (38,5%). Ditemukan keandalan dan jaminan memiliki pengaruh positif terhadap minat kunjungan ulang dimasa pandemik (*t*-statistik 2.561 dan 570.805). Ketanggapan, wujud dan empati tidak memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan ulang dimasa pandemik (*t*-statistik 0.867, 0.712 dan 0.637). Dari penelitian ini ditemukan citra RS X dimasa pandemik ikut memengaruhi dimensi keandalan dan jaminan dari kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang.

Kata Kunci: COVID-19, kualitas, citra RS, minat kunjungan ulang

ABSTRACT

As of May 24, 2021, there were 1,781,127 positive cases of COVID-19 in Indonesia. This pandemic condition causes community activities, including visiting hospitals (RS), to be limited. This study wanted to look at the influence of the quality of service dimension on re-visitation interests, with the image of hospitals as intervening variables during the pandemic. This research was conducted at a private public hospital (RS X) located in Medan, North Sumatra in September – October 2021. The study population of 200 samples, is an outpatient of RS X. The design of the study is causal using a variant-based VB-SEM namely PLS (Partial Least Square), data obtained through physical and online questionnaires. The results showed that outpatients in HOSPITAL X were mostly women, namely as many as 112 people (56%). The largest age range of the population is 35 – 49 years (38.5%). It was found that reliability and assurance had a positive influence on the interest in re-visits during the pandemic (*t*-statistics 2,561 and 570,805). Responsiveness, form and empathy have no influence on the interest in re-visits during the pandemic (*t*-statistics 0.867, 0.712 and 0.637). From this research, it was found that the image of RS X during the pandemic also affected the dimensions of reliability and assurance of the quality of service to the interest of re-visits.

Key words: COVID-19, Quality, hospital image, return visit interest

PENDAHULUAN

WHO pada akhir 2019 menerima laporan tentang kasus Pneumonia yang tidak diketahui penyebabnya di kota Wuhan, Cina (Munshi & Rastogi, 2020; WHO, 2020), yang dikemudian hari diketahui disebabkan oleh COVID-19. Dr Tedros Adhanom Ghebreyesus, Dirjen WHO pada akhir Januari 2020, mendeklarasikan novel coronavirus outbreak a public health emergency of international concern (PHEIC) sebagai bentuk peringatan tertinggi dari WHO dan merubah status kondisi menjadi pandemik pada tanggal 11 Maret 2020.

Kasus COVID-19 pertama di Indonesia dilaporkan pada tanggal 2 Maret 2020. Hingga tanggal 24 Mei 2021 diketahui terdapat 1.781.127 kasus positif dengan jumlah kematian sebanyak 49.455.(COVID-19, 2021) Pandemi COVID-19 menyebabkan terjadinya pembatasan aktivitas yang berdampak pada seluruh sektor industri, kehidupan sosial dan perilaku manusia, termasuk aspek kesehatan. Berbagai kebijakan menghimbau agar RS menunda pelayanan elektif dan mengembangkan pelayanan jarak jauh (*telemedicine*) atau aplikasi online dalam

memberikan pelayanan kepada pasien dan keluarga pasien yang membutuhkan.

Kondisi ini menyebabkan masyarakat menjadi terbatas dan juga membatasi diri dalam melakukan kunjungan ke RS (B. Huang et al., 2020). Akibatnya jumlah kunjungan poli rawat jalan RS mengalami dampak yang sangat penurunan besar. Wong Laura E, Jessica EH, Simone L, Karen KM, Patricia I (2020) dalam studinya di Adventist Health Lodi Memorial Hospital di Amerika mendapati penurunan jumlah pasien termasuk pasien yang sudah terjadwal untuk terapi di RS. Studi lain yang dilakukan oleh Hasanah et al. (2021) mendapatkan bahwa terdapat penurunan kunjungan pasien rawat jalan selama masa pandemik COVID-19, dengan 23.4% diantaranya mengatakan alasan mereka untuk menunda kunjungan ke RS adalah karena khawatir akan kontaminasi COVID-19.

Dalam membeli layanan kesehatan terdapat beberapa faktor yang memengaruhi minat pasien, diantaranya strategi pemasaran. Philip Kotler (2002) mengatakan bahwa dalam proses pengembangan strategi pemasaran suatu produk maka akan selalu dihadapkan dengan masalah “*brand*” atau citra. Citra dikatakan merupakan asset tidak berwujud yang berharga bagi suatu perusahaan yang memungkinkan suatu perusahaan untuk mendapatkan reputasi dan keunggulan kompetitif (Porter & Claycomb, 1997).

Selain citra, kualitas pelayanan merupakan hal yang terpenting bagi perusahaan agar pelanggan bersikap loyal dalam menggunakan produk dan layanan perusahaan (Aryska, 2017). Kualitas pelayanan merupakan selisih antara pengharapan pelanggan atau keinginan mereka dengan persepsi mereka (Bayhaqi, 2006). Kualitas pelayanan yang baik juga harus dilaksanakan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan yang dipengaruhi oleh kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Harapan yang terpenuhi akan menimbulkan kepuasan konsumen dan secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, serta mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen (Yunida, 2016).

Oswald S.L dkk (1998) dalam Hidjati (2009) dan Chandon dkk (2004) dalam Meng-Hsuan Li (2004) mengemukakan bahwa pengalaman terhadap kualitas pelayanan kesehatan pertama yang dirasakan akan berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang, sehingga dengan memberikan pelayanan dengan kualitas baik serta terus

meningkatkan kualitas akan menarik pelanggan untuk terus berkunjung ke pelayanan kesehatan tersebut. Reputasi perusahaan secara langsung membentuk kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa dari perusahaan yang bersangkutan sehingga akan memengaruhi pelanggan dalam menentukan pilihan (Dick et al., 1990). Reputasi perusahaan memiliki pengertian sebagai gambaran secara keseluruhan akan tindakan perusahaan di masa lalu dan prospek yang dimiliki perusahaan dimasa yang akan datang melalui segala kebijakan yang diambil apabila dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya (Aryska, 2017).

RS X merupakan rumah sakit umum swasta yang terletak di Medan, Sumatera Utara. Selama masa pandemik COVID-19 RS X menyediakan layanan untuk pasien COVID-19 dan non-COVID-19. Jumlah pasien rawat jalan selama bulan Maret dan April 2020 mengalami penurunan sebanyak 16% dan 48% jika dibandingkan dengan jumlah pasien pada bulan Februari 2020. Penurunan jumlah pasien ini terjadi akibat adanya perubahan kondisi lingkungan covid-19 yang menyebabkan terjadinya penurunan kunjungan pasien. menjadi issue yang mendasari peneliti dalam melakukan penelitian, untuk menganalisis lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan ulang pasien di Unit Rawat Jalan RS X dalam masa pandemik COVID-19.

Hasil survey pendahuluan terkait kualitas pelayanan dan citra merek di RS. X menyatakan bahwa 60% waktu tunggu layanan yang di alami pasien dari awal mendaftar hingga selesai pemeriksaan dan mendapatkan obat dirasa lama, 60% mengatakan bahwa ruang tunggu pasien dinilai kurang nyaman, 60% menjawab kurang ramahnya staff atau dinilai ketus dalam melayani pasien, 40% peralatan yang dinilai tidak terlalu lengkap, 60% menyatakan tidak mengetahui layanan unggulan di RS X, dan 50% empati staff perawat poli yang dinilai cuek dengan pasien. Berdasarkan hasil tersebut hanya sekitar 50% yang menyatakan akan kembali ke RS. X untuk berobat ulang dengan catatan pasien tersebut merupakan pasien asuransi, sedangkan 50% sisanya merupakan pasien pribadi menyatakan tidak akan menjadikan RS. X sebagai pilihan pertama untuk dikunjungi kembali.

Berdasarkan kondisi ini, penulis mengidentifikasi adanya penurunan minat kunjungan ulang berdasarkan laporan kunjungan pasien rawat jalan di RS X akibat adanya pandemik COVID-19, dan faktor faktor lain yang

menyebabkan turunnya kepuasan pasien terhadap layanan kesehatan RS X.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menjelaskan hubungan kausalitas (pengaruh) menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian potong lintang dimana variabel dependen dan independen diukur pada waktu bersamaan. Data diperoleh melalui kuesioner fisik dan daring menggunakan google form dengan skala likert yang disebarakan kepada responden pada unit rawat jalan RS X. Hasil pengolahan data selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk analisis dan menjawab hipotesis yang diajukan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan structural equation modeling (SEM) dengan partial least squares (PLS) (Sarwono & Narimawati, 2015).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan RS X bulan September - Oktober 2021. Sampel pada penelitian ini adalah pasien rawat jalan RS X bulan September - Oktober 2021 yang telah merasakan pelayanan di unit rawat jalan RS X. Penelitian ini menggunakan purposive sampling, dengan kriteria inklusi dan eksklusi sebagai berikut:

1. Kriteria Inklusi meliputi:
 - a. Pasien yang telah merasakan pelayanan di unit rawat jalan RS X
 - b. Bersedia menjadi responden penelitian.
 - c. Pasien dalam kondisi sadar dan dapat melakukan komunikasi dengan baik.
2. Kriteria Eksklusi meliputi:
 - a. Pasien adalah pegawai rumah sakit
 - b. Pasien adalah keluarga pegawai rumah sakit

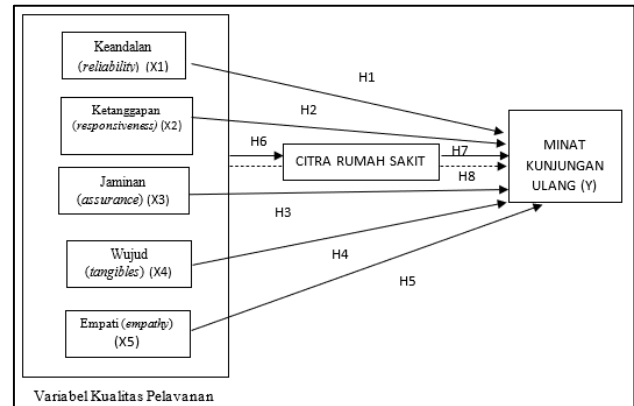
Pengambilan jumlah sampel di hitung dengan menggunakan rumus Hair et al (2010), dimana n adalah jumlah indikator. Berdasarkan perhitungan diketahui jumlah indikator sebanyak 25, maka jumlah sampel minimal adalah 125 dan jumlah maksimal sebanyak 250 sampel. Dari hasil tersebut maka yang diambil pada penelitian ini adalah 200 sampel.

$$(5 - 10) \times n$$

(1)

Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Konstelasi Hipotesis Penelitian

Hipotesis 1:

Ho1: Keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19.

Ha1: Keandalan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19.

Hipotesis 2:

Ho2: Ketanggapan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19.

Ha2: Ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19.

Hipotesis 3:

Ho3: Jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19.

Ha3: Jaminan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19.

Hipotesis 4:

Ho4: Wujud tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19.

Ha4: Wujud berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19.

Hipotesis 5:

Ho5: Empati tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19.

Ha5: Empati berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19.

Hipotesis 6:

Ho6: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap citra RS dalam masa pandemik COVID-19.

Ha6: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap citra RS dalam masa pandemik COVID-19.

Hipotesis 7:

Ho7: Citra RS tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19.

Ha7: Citra RS berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19.

Hipotesis 8:

Ho8: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS sebagai variabel intervening

Ha8: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS sebagai variabel intervening.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber pertama seperti hasil wawancara atau pengisian kuisioner. Data sekunder berupa data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer maupun oleh pihak lain. Data sekunder akan digunakan peneliti untuk dianalisis lebih lanjut.

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran berupa skala ordinal dalam hal ini berupa skala Likert. Skala Likert yang digunakan memiliki empat pilihan jawaban yaitu Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju dan Sangat Setuju. Kuisioner/ angket penelitian disusun dengan cara mengajukan pernyataan tertutup serta pilihan jawaban untuk disampaikan kepada sampel penelitian dengan skala Likert, dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Interval

No	Jawaban	Bobot (Skor)
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2013)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi data

Pada penelitian ini akan disajikan data penelitian dari hasil jawaban responden, proses pengolahan data, dan analisis hasil pengolahan data. Hasil pengolahan data selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk analisis dan

menjawab hipotesis yang diajukan. Analisis yang digunakan adalah structural equation modeling (SEM) dengan partial least squares (PLS).

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 200 orang pasien yang berobat di rawat jalan RS X. Dari hasil penyebaran kuisioner instrumen penelitian, diperoleh beberapa karakteristik berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pembiayaan responden yang disajikan pada Tabel 2.

Berdasarkan tabel karakteristik demografi data responden yang digunakan sebagai subjek penelitian diperoleh hasil bahwa berdasarkan jenis kelamin, perempuan mendominasi dalam penelitian ini, sebanyak 112 orang (56%), sementara jumlah terkecil jenis kelamin responden merupakan laki-laki sebanyak 88 orang (44%). Selanjutnya berdasarkan usia responden, sebagian besar responden memiliki usia 35-49 tahun sebanyak 77 orang (38.5%) sementara jumlah terkecil usia >65 tahun sebanyak 5 orang (2.5%), berdasarkan pekerjaan responden, sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 78 orang (39%), sementara jumlah terkecil tidak memiliki pekerjaan sebanyak 2 orang (1%) dan berdasarkan pembiayaan responden, sebagian besar responden membiayai pengobatannya secara pribadi sebanyak 122 orang (61%), sementara jumlah terkecil pembiayaan pengobatan responden secara lainnya (asuransi bpjs, swasta, jaminan perusahaan, dll) sebanyak 78 orang (39%).

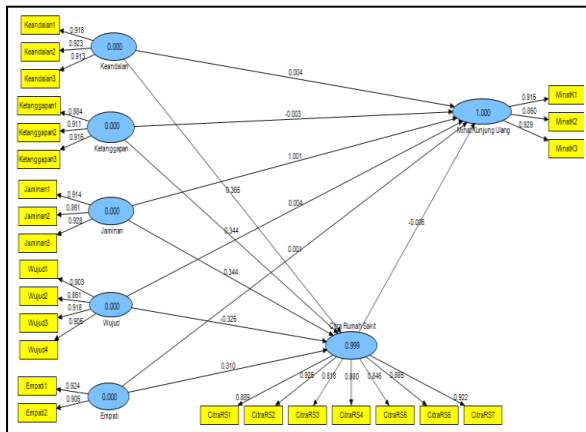
Tabel 2. Karakteristik Demografi Data Responden(N=200)

No	Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin			
1.	Laki-Laki	88	44.0
	Perempuan	112	56.0
Usia			
2.	17-24	33	16.5
	25-34	58	29.0
	35-49	77	38.5
	50-64	27	13.5
	>65	5	2.5
Pekerjaan			
3.	Pelajar	11	5.5
	PNS	39	19.5
	Tdk Bekerja	2	1.0
	Pedagang	68	34.0
	Buruh	2	1.0
4.	P. Swasta	78	39.0
	Pembiayaan Responden		
	Pribadi	122	61.0
	Lainnya	78	39.0

Analisa data

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari faktor-faktor seluruh variabel yang

terlibat dalam penelitian ini, yaitu dimensi kualitas pelayanan (keandalan, ketanggapan, jaminan, wujud, dan empati) sebagai variabel independen, citra rumah sakit sebagai variabel intervening dan minat kunjungan ulang pasien sebagai variabel dependen. PLS sebagai model prediksi dalam penelitian ini tidak mengasumsikan distribusi tertentu untuk mengestimasi parameter dan memprediksi estimasi hubungan kausalitas. Evaluasi model PLS akan dilaksanakan menggunakan evaluasi outer linear model dan inner model.



Gambar 2. Outer Model Penelitian

1. Outer Model (Model Pengukuran)

Model pengukuran merupakan pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Melalui proses iterasi algoritma, parameter model pengukuran (*validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability* dan *cronbach's alpha*) diperoleh, termasuk nilai R^2 sebagai parameter ketepatan model prediksi. Hasil *outer* model terlihat pada Gambar 2.

a. Validitas konvergen

Validitas konvergen merupakan korelasi antara skor indikator dengan skor konstraknya. Model PLS-SEM memenuhi *convergent validity* dapat dikatakan valid apabila nilai *outer loading* > 0,7 dan nilai AVE > 0,5 (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

Selain itu uji validitas kovergen dilihat dari nilai AVE. Nilai AVE dalam model dapat dilihat pada Tabel 3.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan nilai *outer loading* dan AVE, data penelitian ini sudah memenuhi persyaratan validitas konvergen.

Tabel 3. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel/ Dimensi	AVE
Citra Rumah Sakit	0.777432
Empati	0.836776
Jaminan	0.812844
Keandalan	0.842736
Ketanggapan	0.816838
Minat Kunjungan Ulang	0.812848
Wujud	0.800015

b. Validitas Diskriminan

Pada validitas diskriminan digunakan nilai *cross loading*. Suatu indikator dikatakan memenuhi validitas diskriminan jika nilai *cross loading* indikator terhadap variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan terhadap variabel lainnya. Semua indikator yang menyusun masing-masing variabel dalam penelitian ini telah memenuhi validitas diskriminan yaitu nilai *cross loading* melebihi nilai 0,7.

c. Uji Reliabilitas

Composite reliability menguji nilai realibilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Nilai *composite reliability* masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 4. Tabel ini menunjukkan nilai *composite reliability* telah memenuhi syarat yaitu lebih dari 0.7. Pengujian realibilitas juga dilihat dari nilai *cronbach's alpha* yang disajikan pada Tabel 5. Nilai *cronbach's alpha* di atas menunjukkan nilai di atas 0.6 yang membuktikan bahwa pengukuran dalam penelitian ini adalah reliabel/handal.

Tabel 4. Nilai Composite Reliability

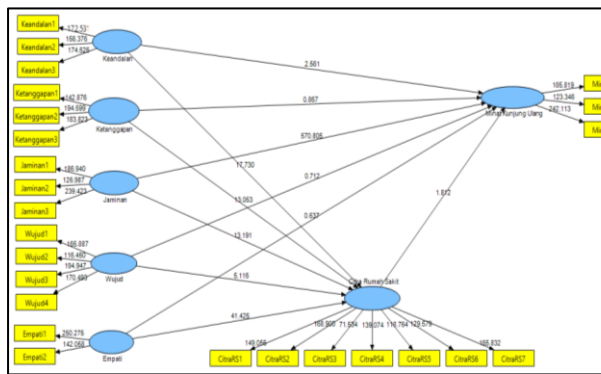
Variabel/Dimensi	Composite Reliability
Citra Rumah Sakit	0.960647
Empati	0.911126
Jaminan	0.928652
Keandalan	0.941438
Ketanggapan	0.930437
Minat Kunjungan Ulang	0.92865
Wujud	0.941136

Tabel 5. Nilai Cronbach's Alpha

Variabel/dimensi	Cronbachs Alpha
Citra Rumah Sakit	0.951959
Empati	0.805501
Jaminan	0.884301
Keandalan	0.906707
Ketanggapan	0.887781
Minat Kunjungan Ulang	0.884301
Wujud	0.916364

2. Inner Model (Model Struktural)

Inner model bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun berdasarkan teori. Inner model testing mempunyai beberapa jenis evaluasi yang dilakukan yaitu R-square, Q-square, dan pengujian hipotesis, menggunakan bantuan software SmartPLS. Hasil inner model dapat diketahui pada Gambar 3.



Gambar 3. Inner Model Penelitian

a. R Square (R²)

R² digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel endogen terhadap variabel lainnya. Hasil R² > 0.67 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam kategori baik. Evaluasi inner model atau uji model struktural untuk melihat pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Evaluasi inner model dengan PLS-SEM dimulai dengan melihat nilai R-Square. Berdasarkan pengolahan data dengan SmartPLS 2.0 Profesional, dihasilkan nilai R-Square dalam Tabel 6.

Tabel 6. Nilai R-Square

Variabel	R Square
Citra Rumah Sakit	0.998975
Minat Kunjungan Ulang	0.999996

Tabel ini menunjukkan bahwa nilai R-square untuk variabel ‘Citra Rumah Sakit’ sebesar 0.998975, yang menunjukkan persentase besarnya pengaruh keandalan, ketanggapan, jaminan, wujud dan empati terhadap citra rumah sakit adalah sebesar 99.8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya nilai R-square untuk variabel ‘Minat Kunjungan Ulang’ sebesar 0,999, yang berarti persentase

besarnya keandalan, ketanggapan, jaminan, wujud dan empati terhadap minat kunjungan ulang adalah sebesar 99% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

b. Q Square (Q²)

Pada penilaian goodness of fit bisa diketahui melalui nilai Q². Nilai Q² memiliki arti yang sama dengan koefisien determinasi (R-Square) pada analisis regresi, di mana semakin tinggi R-Square, maka model dapat dikatakan semakin fit dengan data. Perhitungan nilai Q² menggunakan Eq. 2 (Hair et al., 2011).

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_{1p}^2) \tag{2}$$

Hasil perhitungan diketahui nilai Q² sebesar 0,99, dari sini dikatakan model struktural pada penelitian telah memiliki goodness of fit yang baik.

c. Pengujian Hipotesis

Setelah data memenuhi syarat pengukuran, maka dapat dilanjutkan dengan melakukan metode bootstrapping pada SmartPLS2.0 M3. Untuk uji simultan digunakan Uji T-statistic yang dimaksudkan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel-variabel eksogen Xi secara keseluruhan terhadap variabel endogen Y. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan anantara nilai T yang dihasilkan dari perhitungan T-statistik dengan nilai T-tabel. Hipotesis nol akan ditolak apabila nilai T-statistik lebih besar atau sama dengan nilai T-tabel (T-statistik ≥ T-table), ini berarti hipotesis alternatif yang diterima. Nilai T-tabel dapat diketahui berdasarkan taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah observasi 200, yaitu 1.65251. Tabel 7 merupakan hasil uji t-statistik.

Tabel 7. Hasil Uji T-Statistika

Hipotesis Statistik	ξ	η	t-statistic
H0 ₁	Keandalan	Minat Kunjungan Ulang	2.561
H0 ₂	Keandalan	Citra Rumah Sakit	17.730
H0 ₃	Ketanggapan	Minat Kunjungan Ulang	0.867
H0 ₄	Ketanggapan	Citra Rumah Sakit	13.053
H0 ₅	Jaminan	Minat Kunjungan Ulang	570.805
H0 ₆	Jaminan	Citra Rumah Sakit	13.191

Hipotesis Statistik	ξ_r	η	t-statistic
H0 ₇	Wujud	Minat Kunjungan Ulang	0.712
H0 ₈	Wujud	Citra Rumah Sakit	5.116
H0 ₉	Empati	Minat Kunjungan Ulang	0.637
H0 ₁₀	Empati	Citra Rumah Sakit	41.425
H0 ₁₁	Citra Rumah Sakit	Minat Kunjungan Ulang	1.812

Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh keandalan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19 di Unit Rawat Jalan RS X

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis $t_{statistik} > t_{tabel}$ ($7.998 > 1.992$), sehingga hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan keandalan terhadap minat kunjungan ulang. Artinya bahwa semakin tinggi/baik keandalan, maka akan semakin meningkatkan minat kunjungan ulang pasien di RS. X.

Keandalan dalam kualitas pelayanan RS adalah kemampuan untuk menunjukkan layanan yang dijanjikan secara segera, akurat dan terpercaya (Parasuraman et al., 1985, 1988). *Reliability* (keandalan) dapat digambarkan dengan melihat sejauh mana penyedia layanan mampu memberikan apa yang telah dijanjikan kepada pelanggannya dengan memuaskan. Keadaan ini berhubungan dengan apakah pemberi layanan mampu memberikan angka pelayanan yang sama dari waktu ke waktu (sesuai dengan prosedur), apakah pemberi layanan mampu memenuhi janjinya dalam memberikan layanan, memberi layanan tepat waktu. Dimensi keandalan menjadi parameter bahwa pelayanan yang diberikan mampu diandalkan dan tepat guna.

Keandalan (*reliability*) merupakan suatu yang sangat penting dalam dinamika kerja, pasien akan merasa puas dan berniat untuk datang kembali jika pelanggan dalam hal ini pasien merasa mendapatkan pelayanan yang baik, sikap dan perilaku serta handal dalam memberikan dan menangani setiap keluhan yang di derita pasien dengan tanggap, ramah serta sopan sehingga pasien merasa puas dan terpenuhi harapannya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

Minat kunjungan ulang merupakan perilaku pelanggan, dimana pelanggan memberikan respons positif terhadap kualitas pelayanan suatu

perusahaan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut (Cronin, J. & Taylor, S., 1992). Kunjungan ulang merupakan bagian dari perilaku setelah menerima pelayanan, sehingga pasien mengalami level kepuasan dan ketidakpuasan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak memiliki kualitas yang baik maka pasien tidak akan puas dan enggan untuk berkunjung kembali.

Penelitian serupa yang telah dilakukan Mahdani (2009) dalam studinya mendapatkan pengaruh antara variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti langsung, dan empati terhadap keputusan kunjungan ulang pasien rawat jalan Rumah Sakit Umum Daerah Sigli. Syaifuddin & AP (2021) dalam studinya menyatakan keandalan pelayanan, sebesar 93,8% menyatakan rs memiliki keandalan baik dan berminat untuk datang kembali, sedangkan 6,3% sisanya menyatakan keandalan rs dinilai kurang baik dan tidak berminat untuk datang kembali. Hasil uji statistik diperoleh ρ value = 0,011, karena nilai $\rho < 0,05$ dimana derajat kemaknaan $\alpha = 0,05$. Secara statistik dapat diinterpretasikan bahwa ada hubungan signifikan keandalan (*reliability*) dengan minat kembali pasien rawat inap di RSUD Batara Siang Kabupaten Pangkep. Meskipun terdapat studi lain yang dilakukan (Chaniotakis & Lymperopoulos, 2009) yang mengatakan bahwa keandalan tidak signifikan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.

Studi yang dilakukan (Laghaie et al., 2021) mendapatkan juga bahwa keandalan menjadi salah satu dimensi kualitas pelayanan yang paling diutamakan pasien dalam masa pandemik COVID-19. Hal ini terjadi salah satunya karena kesehatan menjadi prioritas utama dalam masa pandemik sehingga harapan pasien terhadap keandalan dari RS menjadi meningkat. Kondisi pandemik juga membuat layanan RS pada sektor non-COVID-19 secara tidak langsung menjadi menurun, hal ini tentunya membuat pasien mengutamakan keandalan yang optimal dari pemberi pelayanan.

Pengaruh ketanggapan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19 di Unit Rawat Jalan RS X

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis $t_{statistik} < t_{tabel}$ ($0.867 < 1.65251$), sehingga hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif signifikan ketanggapan terhadap minat kunjungan ulang. Artinya bahwa semakin tinggi/baik ketanggapan, maka tidak akan

meningkatkan minat kunjungan ulang pasien di RS. X.

Ketanggapan (*responsiveness*) menurut Parasuraman et al. (1988) adalah keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan yang cepat. Daya tanggap merupakan keinginan pada penyedia layanan kesehatan untuk membantu pasien serta melaksanakan pemberian layanan secara tanggap. Ketanggapan yaitu kesiapan pemberi layanan kesehatan yang cepat dan tanggap yang meliputi kesiapan tenaga kesehatan dalam melayani pasien, kecepatan dalam membantu pasien dalam menjalani prosedur pengobatan dan penanganan keluhan pasien. Dalam penelitian ini mencakup ketanggapan petugas dalam memberikan pelayanan dan informasi kepada pasien, ketanggapan dalam menjawab pertanyaan pasien, cepat dalam menangani keluhan pasien, waktu tunggu pasien dll.

Minat kunjungan merupakan bagian dari loyalitas sikap yang dapat ditindaklanjuti dengan perilaku kunjungan ulang. Loyalitas sikap dibangun berdasarkan karakteristik komitmen dan minat beli. Dalam konsep lain, loyalitas berkembang menjadi tiga tahapan yaitu kognisi, afektif, dan konasi. Minat kunjungan ulang berada pada tahapan loyalitas afektif, dimana pada tahap ini sikap yang muncul dari kognisi awal pembelian (masa sebelum konsumsi) sangat dipengaruhi oleh faktor kepuasan (masa setelah konsumsi) yang menimbulkan kesukaan dan menjadikan objek sebagai preferensi, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi niat pembelian ulang di masa depan yang ditandai dengan kunjungan ulang.

Dimensi *responsiveness* yang meliputi seperti layanan cepat, pemberian informasi dengan jelas, sikap simpatik karyawan, karyawan melayani dengan cepat, karyawan cepat merespon, karyawan bersedia membantu dan keramahan petugas administrasi berpengaruh terhadap kepuasan pasien yang selanjutnya dapat menimbulkan minat kunjungan ulang, artinya semakin baik *responsiveness* dimiliki oleh staff rs maka semakin berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien yang ditandai dengan minat kunjungan ulang, akan tetapi hasil dari penelitian ini menunjukkan semakin tinggi/baik ketanggapan, maka tidak akan meningkatkan minat kunjungan ulang pasien di RS. X. Ketanggapan (*responsiveness*) merupakan suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan salah satunya pelayanan kesehatan yang cepat dan tepat melalui penyampaian

informasi yang jelas. Meningkatnya jumlah pasien yang terpapar COVID-19 menyebabkan menurunnya aktifitas kedatangan pasien ke RS akibat adanya rasa takut tertular virus di RS, meski staff memiliki ketanggapan yang baik tidak akan berdampak apabila aktifitas kunjungan pasien menurun akibat kondisi pandemik.

Penelitian serupa yang telah dilakukan Nguyen et al (2021), menyatakan ketanggapan yang dinilai dalam studi ini meliputi ketepatan waktu dan profesionalisme RS dalam memberikan layanan. Analisis ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan bahwa ketanggapan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang pelanggan. Namun terdapat penelitian lain yang dilakukan (Mahdani, 2009) yang dalam studinya mendapatkan pengaruh signifikan antara variabel daya tanggap terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Ketidaksesuaian hasil studi bisa disebabkan karena sifat dimensi ketanggapan yang sangat dinamis dan dipengaruhi faktor teknologi, sehingga hubungan yang terjadi juga senantiasa ikut mudah mengalami perubahan sesuai dengan situasional. Dimensi ini menekankan pada sikap dari penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah dari pelanggan.

Pengaruh jaminan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19 di Unit Rawat Jalan RS X

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis $t_{statistik} > t_{tabel}$ ($570.805 > 1.65251$), sehingga hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan jaminan terhadap minat kunjungan ulang. Artinya bahwa semakin tinggi/baik jaminan, maka akan semakin meningkatkan minat kunjungan ulang pasien di RS. X.

Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan dan kesopanan dari karyawan dan kemampuan untuk membangun kepercayaan dan kenyamanan pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Jaminan merupakan tenaga kesehatan yang memiliki kompetensi, kesopanan dan dapat dipercaya serta bebas dari keragu-raguan. Pasien membutuhkan kepastian dari hasil pemeriksaan yang didapatkan yang berkaitan dengan penyakitkan dan membuatnya merasa aman. Jaminan berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa layanan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pasien terhadap pemberi layanan. Dalam hal ini dapat berupa komunikasi, kesopanan, kompetensi dan pengetahuan sehingga menimbulkan rasa percaya pasien terhadap pemberi layanan.

Jaminan pelayanan merupakan dimensi kualitas pelayanan yang dianggap penting dalam masa pandemik COVID-19 dalam memengaruhi minat kunjungan ulang pasien ke unit rawat jalan. Dalam masa pandemik COVID-19, pasien mengutamakan jaminan keamanan agar terhindar dari penularan COVID-19 selama mereka berada di RS untuk mendapatkan layanan kesehatan. Salah satu jaminan keamanan yang dapat dilakukan RS antara lain dengan penerapan protokol kesehatan yang dijalankan secara tepat dan ketat, sehingga pasien merasa aman untuk berobat di RS tersebut.

Hasil studi ini sesuai dengan studi sebelumnya yang dilakukan (Anbori et al., 2010) yang mendapatkan bahwa jaminan memiliki hubungan terhadap minat kunjungan ulang pasien ke RS. Kitapci et al. (2014) dalam studinya juga mendapati bahwa jaminan merupakan salah satu dimensi SERVQUAL yang berperan penting dalam kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan memengaruhi word-of-mouth (WOM) dan minat kunjungan ulang.

Pengaruh wujud terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19 di Unit Rawat Jalan RS X

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis $t_{statistik} < t_{tabel}$ ($0.712 < 1.65251$), sehingga hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif signifikan wujud terhadap minat kunjungan ulang. Artinya bahwa semakin tinggi/baik wujud, maka tidak akan semakin meningkatkan minat kunjungan ulang pasien di RS. X.

Wujud (*tangibles*) menurut Parasuraman et al. (1988) adalah dimensi yang berkaitan dengan daya tarik kualitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan. Bukti fisik atau wujud merupakan ketersediaan sarana dan prasarana yang dapat secara kasat mata atau fisiknya dapat dilihat dan dirasakan oleh pasien sehingga menjadi daya tarik pada pelayanan kesehatan meliputi fasilitas fisik, kelengkapan sarana dan prasarana, terdapat fasilitas yang rapi dengan jumlah yang cukup serta hal-hal penunjang lainnya yang dimiliki fasilitas pelayanan kesehatan. Persepsi mutu pelayanan bukti fisik pada penelitian ini menggunakan beberapa indikator pertanyaan seperti ruang tunggu bersih dan rapi, petugas berpenampilan rapi dan lengkap dan kelengkapan alat periksa. Meningkatnya jumlah pasien yang terpapar COVID-19 menyebabkan menurunnya aktifitas kedatangan pasien ke RS akibat adanya rasa takut

tertular virus di RS, meski RS memiliki wujud berupa fasilitas dan sarana yang baik tidak akan berdampak apabila aktifitas kunjungan pasien menurun akibat kondisi pandemik.

Penelitian serupa yang telah dilakukan oleh Rahmiati & Temesvari (2020) menyatakan pada dimensi bukti fisik atau wujud sebesar 59% responden menyatakan tidak berminat kunjungan ulang dan menilai bukti fisik baik. Pada penelitian ini tidak terdapat hubungan antara wujud atau bukti fisik dengan minat kunjungan ulang dengan nilai ($p\text{-value } 0,875 > 0,05$). Hal ini bertentangan dengan hasil studi (Chaniotakis & Lymperopoulos, 2009) yang mengatakan bahwa ketanggapan, jaminan dan wujud memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga secara tidak langsung ikut memengaruhi minat kunjungan ulang. Studi lain yang dilakukan (Fajri, 2015) juga mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara mutu pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*) dengan minat kunjungan ulang pasien rawat inap Puskesmas II Tambak 2015.

Perbedaan hasil studi bisa disebabkan karena pengaruh kondisi pandemik yang mengharuskan dimensi wujud mengalami penyesuaian. Panduan teknis pelayanan RS pada masa adaptasi kebiasaan baru (Kemenkes RI, 2020) antara lain:

- Penggunaan alat pelindung diri (APD) pada area pelayanan,
- Pembatasan wilayah antara zona pelayanan pasien COVID-19 dan non COVID-19
- Penggunaan masker bagi petugas, pasien dan pengunjung
- Pengaturan jarak antar orang lebih dari 1 meter
- Rajin mencuci tangan dengan air mengalir dan sabun atau hand sanitizer
- Memperhatikan tata sirkulasi udara
- Pengupayaan pemisahan pintu masuk dan keluar pasien

Penyesuaian yang terjadi tentunya memengaruhi dan mengubah implikasi wujud terhadap minat kunjungan ulang pasien ke RS dalam masa pandemik COVID-19.

Pengaruh empati terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19 di Unit Rawat Jalan RS X

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis $t_{statistik} < t_{tabel}$ ($0.637 < 1.65251$), sehingga hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif signifikan empati terhadap minat kunjungan ulang. Artinya bahwa semakin

tinggi/baik empati, maka tidak akan semakin meningkatkan minat kunjungan ulang pasien di RS. X.

Empati (empathy) adalah kepedulian dan perhatian individual yang ditunjukkan kepada pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Persepsi mutu pelayanan empati memiliki kaitan memberikan perhatian dan kepedulian kepada pasien meliputi perhatian petugas secara pribadi, pemahaman terhadap kebutuhan pasien, kesesuaian waktu pelayanan dengan kebutuhan pasien. Empati adalah salah satu dimensi kualitas pelayanan yang berkaitan dengan sisi emosional pasien, dimana kondisi ini sedikit banyak ikut terpengaruh dalam masa pandemik. Salah satu bentuk empati yang dirasakan pasien antara lain adalah melalui perhatian dan atensi yang diberikan pemberi layanan. Dalam masa pandemik, hubungan antara pasien dengan staff di RS terpaksa harus dibatasi sebagai upaya preventif penyebaran virus, hal ini tentunya akan berdampak pada pengaruh dimensi empati dengan minat kunjungan ulang pasien di masa pandemik. Hal ini dapat menjadi alasan mengapa empati menjadi dimensi kualitas pelayanan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik.

Penelitian serupa yang telah dilakukan oleh Rahmiati & Temesvari (2020) menyatakan pada dimensi empati 59,1% responden menyatakan tidak berminat kunjungan ulang dan menilai empati baik. Pada penelitian ini tidak terdapat hubungan antara empati dengan minat kunjungan ulang dengan nilai (p -value $0,833 > 0,05$). Hal ini berbeda dengan hasil studi yang dilakukan (Chaniotakis & Lympelopoulos, 2009; Kitapci et al., 2014) yang menyimpulkan bahwa empati memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan merupakan salah satu prediktor langsung dari minat kunjung ulang dan WOM (Cronin, J. & Taylor, S., 1992).

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra RS X dalam masa pandemik COVID-19

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, kualitas pelayanan terhadap citra rumah sakit yang tergambarkan dari nilai t -statistik keandalan, ketanggapan, jaminan, wujud dan empati yang semuanya lebih besar dari t -tabel ($(17.730, 13.053, 13.191, 5.116, \text{ dan } 41.425) > 1.65251$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan seluruh dimensi kualitas pelayanan terhadap citra RS. X. Artinya bahwa semakin tinggi/baik keandalan, ketanggapan, jaminan, wujud, dan empati yang

merupakan dimensi kualitas pelayanan maka akan meningkatkan citra RS. X.

Kualitas pelayanan merupakan dasar bisnis dalam suatu pasar dan sebuah kompetensi dasar perusahaan dalam menciptakan nilai untuk konsumen (Hume et al., 2006). Menurut Zeleke (2012), konsep kualitas pelayanan merupakan suatu kecocokan dalam penggunaan yang bertujuan untuk menemukan suatu pemikiran yang jelas dari pemahaman, sebab tujuan dan proses yang jelas yang merupakan sebuah proses berkelanjutan. Kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan persepsi masyarakat akan pelayanan yang diberikan. Pelayanan memiliki pengaruh langsung pada citra perusahaan, selanjutnya memiliki pengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Bentuk peningkatan persepsi citra merek pada pelanggan dengan meningkatkan kualitas interaksi dan kualitas lingkungan (P. C. S. Wu et al., 2011).

Hasil ini sesuai dengan studi yang dilakukan (I. L. Wu, 2013) yang melakukan studi untuk menguji hubungan antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan dengan hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. (Geraldine, 2013; Hapsari et al., 2018; Kandampully et al., 2011; Liat et al., 2013; Nguyen & Leblanc, 2001; H. Wu et al., 2016) dalam penelitiannya juga mendukung bahwa terdapat korelasi positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Hidayati et al (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa nilai CR pada hubungan kualitas pelayanan inti dengan citra merek sebesar 2,229 dengan probabilitas 0,037 kurang dari 0,05, yang dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan inti secara keseluruhan berpengaruh positif terhadap citra merek.

Pengaruh citra RS terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis t -statistik $>$ t -tabel ($1.812 > 1.65251$), sehingga hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan jaminan terhadap minat kunjungan ulang. Artinya bahwa semakin tinggi/baik citra RS, maka akan semakin meningkatkan minat kunjungan ulang pasien di RS. X.

Pelanggan yang telah menggunakan jasa RS akan menilai pelayanan yang diterimanya, bila persepsi pasien berdasarkan pengalamannya menggunakan jasa tersebut dikatakan baik, maka secara langsung dapat meningkatkan citra yang positif bagi RS. Kondisi ini dapat meningkatkan

kepuasan pasien yang berlanjut pada pemanfaatan ulang ketika pasien membutuhkan layanannya kembali bahkan sampai pada tingkat pasien menjadi loyal dan pada akhirnya dapat meningkatkan angka kunjungan pasien di RS.

Penelitian serupa yang dilakukan oleh Sektiyaningsih et al (2019) menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas terbukti kebenarannya atau H₆ diterima. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai probability (p) sebesar 0,04 yang berarti $0,04 < 0,05$ dengan nilai estimate -1,295 yang menunjukkan hasil positif dan signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra rumah sakit mempengaruhi loyalitas pasien. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Rasyid & Indah K (2019) menyatakan bahwa brand image mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat kunjungan ulang dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai Sig $t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$). Hal ini memperlihatkan bahwa brand image berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang, adapun besarnya pengaruh adalah sebesar 0,492. Penelitian lain yang dilakukan oleh Lesmana & Uru (2020) menyatakan Citra merek yang terdiri dari citra perusahaan, citra pemakai dan citra produk secara signifikan mempengaruhi pemanfaatan kembali pelayanan kesehatan. Semakin tinggi nilai citra merek akan semakin mendorong pemanfaatan kembali pelayanan kesehatan rawat inap di RSRC.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 yang tergambarkan dari nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel menunjukkan hanya dimensi keandalan dan jaminan ((2.561 dan 570.805) > 1.65251) yang lebih besar dari t-tabel. Hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan dimensi keandalan dan jaminan terhadap citra rumah sakit yang tergambarkan dari nilai t-statistik keandalan dan jaminan ((17.730 dan 13.191) > 1.65251) yang lebih besar dari t-tabel. Hasil pengujian hipotesis citra RS X terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 diperoleh tstatistik $>$ t tabel (1.812 $>$ 1.65251). Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan dimensi keandalan dan

jaminan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS X.

Dimensi kualitas pelayanan ketanggapan, wujud, dan empati dinilai tidak terdapat pengaruh positif terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID 19 dikarenakan nilai t-statistik lebih kecil jika dibandingkan dengan t-tabel ((0.867, 0.712 dan $0.637 < 1.65251$). Hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan dimensi ketanggapan, wujud dan empati terhadap citra rumah sakit yang tergambarkan dari nilai t-statistik ((13.053, 5.116, dan 41.425) $>$ 1.65251) yang lebih besar dari t-tabel. Hasil pengujian hipotesis citra RS X terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 diperoleh tstatistik $>$ t tabel (1.812 $>$ 1.65251). Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan tidak terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan dimensi ketanggapan, wujud, dan empati terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS X, dikarenakan nilai t-statistik ketanggapan, wujud, dan empati dinilai tidak memenuhi semua syarat pengukuran dimana nilai t-statistik lebih kecil jika dibandingkan dengan t-tabel dalam pengukuran terhadap minat kunjungan ulang.

Dimensi keandalan dan jaminan dinilai terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS, sedangkan dimensi ketanggapan, wujud, dan empati tidak memiliki pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS. Sehingga menjadikan kualitas pelayanan secara keseluruhan tidak memberikan pengaruh positif signifikan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS. Artinya bahwa semakin tinggi/baik kualitas pelayanan, tidak akan meningkatkan minat kunjungan ulang pasien di RS. X dalam masa pandemik COVID-19.

Keandalan dalam kualitas pelayanan RS adalah kemampuan untuk menunjukkan layanan yang dijanjikan secara segera, akurat dan terpercaya (Parasuraman et al., 1985, 1988). Reliability (keandalan) dapat digambarkan dengan melihat sejauh mana penyedia layanan mampu memberikan apa yang telah dijanjikan kepada pelanggannya dengan memuaskan. Keadaan ini berhubungan dengan apakah pemberi layanan mampu memberikan angka

pelayanan yang sama dari waktu ke waktu (sesuai dengan prosedur), apakah pemberi layanan mampu memenuhi janjinya dalam memberikan layanan, memberi layanan tepat waktu. Dimensi keandalan menjadi parameter bahwa pelayanan yang diberikan mampu diandalkan dan tepat guna.

Keandalan (reliability) merupakan suatu yang sangat penting dalam dinamika kerja, pasien akan merasa puas dan berniat untuk datang kembali jika pelanggan dalam hal ini pasien merasa mendapatkan pelayanan yang baik, sikap dan perilaku serta handal dalam memberikan dan menangani setiap keluhan yang di derita pasien dengan tanggap, ramah serta sopan sehingga pasien merasa puas dan terpenuhi harapannya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayananyang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

Jaminan pelayanan merupakan dimensi kualitas pelayanan yang dianggap penting dalam masa pandemik COVID-19 dalam memengaruhi minat kunjungan ulang pasien ke unit rawat jalan. Dalam masa pandemik COVID-19, pasien mengutamakan jaminan keamanan agar terhindar dari penularan COVID-19 selama mereka berada di RS untuk mendapatkan layanan kesehatan. Salah satu jaminan keamanan yang dapat dilakukan RS antara lain dengan penerapan protokol kesehatan yang dijalankan secara tepat dan ketat, sehingga pasien merasa aman untuk berobat di RS tersebut.

Citra RS adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, yang tertanam dalam ingatan konsumen, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar merek dan tertanam di benak mereka (P. Kotler & Keller, 2016). Persepsi pasien berdasarkan pengalamannya menggunakan jasa tersebut dikatakan baik, secara langsung dapat meningkatkan citra yang positif bagi RS. Kondisi ini dapat meningkatkan kepuasan pasien yang berlanjut pada pemanfaatan ulang ketika pasien membutuhkan layanannya kembali bahkan sampai pada tingkat pasien menjadi loyal dan pada akhirnya dapat meningkatkan angka kunjungan pasien di RS.

Studi yang dilakukan (Laghaie et al., 2021) mendapatkan juga bahwa kenadalan menjadi salah satu dimensi kualitas pelayanan yang paling diutamakan pasien dalam masa pandemik COVID-19. Hal ini terjadi salah satunya karena kesehatan menjadi prioritas utama dalam masa pandemik sehingga harapan pasien terhadap

keandalan dari RS menjadi meningkat. Kondisi pandemik juga membuat layanan RS pada sektor non-COVID-19 secara tidak langsung menjadi menurun, hal ini tentunya membuat pasien mengutamakan keandalan yang optimal dari pemberi pelayanan. Kitapci et al. (2014) dalam studinya juga mendapati bahwa jaminan merupakan salah satu dimensi SERVQUAL yang berperan penting dalam kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan memengaruhi word-of-mouth (WOM) dan minat kunjungan ulang.

Nguyen et al (2021), menyatakan ketanggapan yang dinilai dalam studi ini meliputi ketepatan waktu dan profesionalisme RS dalam memberikan layanan. Analisis ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan bahwa ketanggapan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang pelanggan. Penelitian serupa yang telah dilakukan oleh Rahmiati & Temesvari (2020) menyatakan pada dimensi bukti fisik atau wujud sebesar 59% responden menyatakan tidak berminat kunjungan ulang dan menilai bukti fisik baik. Pada penelitian ini tidak terdapat hubungan antara wujud atau bukti fisik dengan minat kunjungan ulang dengan nilai (p-value $0,875 > 0,05$). Rahmiati & Temesvari (2020) juga menyatakan pada dimensi empati 59,1% responden menyatakan tidak berminat kunjungan ulang dan menilai empati baik. Pada penelitian ini tidak terdapat hubungan antara empati dengan minat kunjungan ulang dengan nilai (p-value $0,833 > 0,05$).

KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh signifikan keandalan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19 di Unit Rawat Jalan RS X. Keandalan dalam kualitas pelayanan RS adalah kemampuan untuk menunjukkan layanan yang dijanjikan secara segera, akurat dan terpercaya. Kunjungan ulang merupakan bagian dari perilaku setelah menerima pelayanan, pasien yang mengalami level kepuasan dikarenakan keandalan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada pasien sehingga meningkatkan minat kunjungan ulang.
2. Tidak terdapat pengaruh signifikan ketanggapan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19 di Unit Rawat Jalan RS X. Ketanggapan yang meliputi seperti layanan cepat, pemberian informasi dengan jelas, sikap simpatik karyawan, karyawan melayani dengan cepat,

- karyawan cepat merespon, karyawan bersedia membantu dan keramahan petugas administrasi berpengaruh terhadap kepuasan pasien yang selanjutnya dapat menimbulkan minat kunjungan ulang. Kondisi pandemik, menyebabkan minat datang ke RS menurun meski petugas telah dibekali pengetahuan penanganan pasien ditengah COVID-19.
3. Terdapat pengaruh signifikan jaminan terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19 di Unit Rawat Jalan RS X. Jaminan berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa layanan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pasien terhadap pemberi layanan, jaminan yang dinilai baik menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan pasien sehingga menimbulkan minat kunjungan ulang.
 4. Tidak terdapat pengaruh signifikan wujud terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19 di Unit Rawat Jalan RS X. Wujud merupakan ketersediaan sarana dan prasarana yang dapat secara kasat mata atau fisiknya dapat dilihat dan dirasakan oleh pasien sehingga menjadi daya tarik pada pelayanan kesehatan meliputi fasilitas fisik, kelengkapan sarana dan prasarana. Kondisi pandemik COVID-19, menyebabkan minat datang ke RS menurun meski sarana dan fasilitas RS telah diubah berdasarkan protokol kesehatan.
 5. Tidak terdapat pengaruh signifikan empati terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19 di Unit Rawat Jalan RS X. Empati adalah kepedulian dan perhatian individual yang ditunjukkan kepada pelanggan. Jumlah pasien positif pandemik yang meningkat, menyebabkan turunya minat pasien untuk datang ke RS meski RS ataupun staff telah meningkatkan performa kinerja empati.
 6. Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap citra RS X dalam masa pandemik COVID-19. Kualitas pelayanan merupakan dasar bisnis dalam suatu pasar dan sebuah kompetensi dasar perusahaan dalam menciptakan nilai untuk konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan persepsi masyarakat akan pelayanan yang diberikan. Pelayanan memiliki pengaruh

langsung pada citra perusahaan yang selanjutnya memiliki pengaruh positif pada kepuasan pelanggan.

7. Terdapat pengaruh signifikan citra RS terhadap minat kunjungan ulang dalam masa pandemik COVID-19. Citra RS adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, yang tertanam dalam ingatan konsumen, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar merek dan tertanam di benak mereka. Persepsi pasien yang baik berdasarkan pengalamannya menggunakan jasa tersebut, secara langsung dapat meningkatkan citra yang positif bagi RS dan meningkatkan minat kunjungan ulang ke RS.
8. Tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS. Dimensi keandalan dan jaminan dinilai memiliki terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS, sedangkan dimensi ketanggapan, wujud, dan empati tidak memiliki pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS. Sehingga menjadikan kualitas pelayanan secara keseluruhan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS.

SARAN

1. Perlunya melakukan evaluasi laporan yang menyebabkan turunya kunjungan pasien, guna melihat perilaku yang muncul di mana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau menginginkan suatu produk untuk melakukan pembelian ulang, Manajemen disarankan untuk melakukan survey kepuasan pelanggan untuk melihat respon dari pengunjung terkait kualitas pelayanan rumah sakit yang dapat dijadikan bahan evaluasi perbaikan manajemen dalam meningkatkan niat pembelian ulang pasien.
2. Evaluasi kinerja staff
3. Perlunya pembenahan sistem layanan

4. Perlunya evaluasi SDM RS berdasarkan kinerja dan beban kerja masing-masing unit
5. Perlunya edukasi terkait level penggunaan APD
6. Perlunya penambahan fasilitas layanan telemedisine dalam masa pandemik COVID-19

IMPLIKASI

Penelitian ini membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS. Dimensi keandalan dan jaminan dinilai memiliki pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS, sedangkan dimensi ketanggapan, wujud, dan empati tidak memiliki pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS. Hal ini menjadikan kualitas pelayanan secara keseluruhan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 melalui citra RS. Peran aktif manajemen dalam meningkatkan minat kunjungan ulang pasien dalam masa pandemik COVID-19 diperlukan dalam melihat kepuasan pelanggan berdasarkan hasil survey kepuasan untuk kemudian melakukan langkah-langkah perbaikan seperti : alur layanan, meningkatkan peran kepala unit untuk secara aktif memotivasi para staff nya bekerja sesuai dengan SOP dan protokol kesehatan meski dalam masa pandemik COVID-19 dan penambahan layanan fasilitas *telemedicine* sebagai upaya dalam meningkatkan kunjungan ulang pasien. Meningkat atau menurunnya minat kunjungan ulang pasien ke RS memiliki keterkaitan dengan bagaimana RS dapat memberikan jaminan serta layanan yang handal sehingga meninggalkan atau menimbulkan persepsi yang baik terhadap pasien, dan secara langsung akan meningkatkan minat kunjungan ulang akibat adanya kepuasan yang dirasakan pasien atau pelanggan setelah menggunakan layanan RS X, diharapkan tidak hanya dalam masa pandemik COVID-19 namun seterusnya sebagai bentuk loyalitas pelanggan terhadap RS.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*

- (1st ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Anburi, A., Ghani, S. N., Yadav, H., Daher, A. M., & Su, T. T. (2010). Patient satisfaction and loyalty to the private hospitals in Sana'a, Yemen. *International Journal for Quality in Health Care*, 22(4), 310–315. <https://doi.org/10.1093/intqhc/mzq029>
- Aryska, M. (2017). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 4(1), 1–15.
- Bayhaqi, Y. (2006). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Minat Membeli Ulang (studi kasus pada Auto Bridal Semarang). *Undip*.
- Chanotakis, I. E., & Lymperopoulos, C. (2009). Service quality effect on satisfaction and word of mouth in the health care industry. *Managing Service Quality*, 19(2), 229–242. <https://doi.org/10.1108/09604520910943206>
- Covid-19, S. T. P. (2021). *Data Sebaran*.
- Cronin, J., J., & Taylor, S., A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- Dick, A., Chakravarti, D., & Biehal, G. (1990). Memory-Based Inferences during Consumer Choice. *Journal of Consumer Research*, 17(1), 82. <https://doi.org/10.1086/208539>
- Fajri, N. (2015). *Hubungan Mutu Pelayanan terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Inap di Puskesmas II Tambak Kabupaten Banyumas 2015*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis. In *Neuromarketing in India: Understanding the Indian Consumer* (7th ed.). Pearson Prentice Hall. https://www.academia.edu/40813533/Seventh_Edition_Multivariate_Data_Analysis_Hair_Black_Babin_Anderson
- Handayani, D., Hadi, D. R., Isbaniah, F., Burhan, E., & Agustin, H. (2020). Corona Virus Disease 2019. *Jurnal Respirologi Indonesia*, 40(2), 119–129. <https://doi.org/10.36497/jri.v40i2.101>
- Hasanah, A., Hardiawan, D., Marrosa, J., Ramadhan, A., Heriyaldi, H., Sihaloho, E. D., & MS, A. Y. (2021). Behavioral Changes in Accessing Outpatient Care

- During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Ekonomi Kesehatan Indonesia*, 6(1), 10–22. <https://doi.org/10.7454/eki.v6i1.4863>
- Hidayati, N., Soesanto, H., & Sufian, S. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP CITRA MEREK DALAM MENINGKATKAN MINAT MEREFERENSIKAN (Studi Kasus Pada Rawat Inap RSUD Ungaran). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 15(02), 83. <https://doi.org/10.14710/jspi.v15i02.83-92>
- Huang, B., Zhu, J., Wu, X.-Y., & Gao, X.-H. (2020). Should patients stop their radiotherapy or chemotherapy during the COVID-19 pandemic. *American Journal of Cancer Research*, 10(5), 1518–1521.
- Hume, M., Mort, G. S., & Winzar, H. (2006). Exploring Repurchase Intention In A Performing Arts Context: Who Comes? And Why Do They Come Back? *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 135–148. <https://doi.org/10.1002/nvsm>
- Kitapci, O., Akdogan, C., & Taylan, İ. (2014). *The Impact of Service Quality Dimensions on Patient Satisfaction , Repurchase Intentions and Word-of-Mouth Communication in the Public Healthcare Industry*. 148, 161–169. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.030>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip. (2002). *Marketing Management, Milenium Edition* (10th ed.). Pearson Custom Publishing.
- Laghaie, K., Elyas, N., & Ghanbari, N. (2021). Re-evaluation of the healthcare service quality criteria for the Covid-19 pandemic: Z-number fuzzy cognitive map. *Applied Soft Computing*, 112.
- Lesmana, T. C., & Uru, S. R. (2020). Citra Merek Rumah Sakit Dengan Pemanfaatan Kembali Pelayanan Kesehatan Rawat Inap. *Jurnal Formil (Forum Ilmiah) Kesmas Respati*, 5(1), 80. <https://doi.org/10.35842/formil.v5i1.305>
- Mahdani. (2009). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan kunjungan ulang pasien rawat jalan rumah sakit umum daerah sigli t e s i s*.
- Meng-Hsuan Li. (2004). The Influence of Perceived Service Quality on Brand Image, Word of Mouth, and Repurchase Intention: A Case Study of Min-Sheng General Hospital in Taoyuan, Taiwan Meng-Hsuan Li 1. *Review Literature And Arts Of The Americas*, 14–28.
- Munshi, A., & Rastogi, K. (2020). Management of cancer during the COVID-19 pandemic: Practical suggestions for the radiation oncology departments. *Cancer Research, Statistics, and Treatment*, 3(5), 115. https://doi.org/10.4103/crst.crst_111_20
- NGUYEN, L., NGUYEN, T. H., & TAN, T. K. P. (2021). An Empirical Study of Customers' Satisfaction and Repurchase Intention on Online Shopping in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 971–983. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.971>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Porter, S. S., & Claycomb, C. (1997). The influence of brand recognition on retail store image. *Journal of Product & Brand Management*, 6(6), 373–387.
- Rahmiati, & Temesvari, N. A. (2020). Hubungan Dimensi Kualitas Pelayanan Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Kabupaten Tangerang Tahun 2019. *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 13–21. <https://journals.ums.ac.id/index.php/jk/article/view/11097/5631>
- Rasyid, H. Al, & Indah K, A. T. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Klinik Bidan Marlina. *Jurnal Perspektif*, 17(1), 7–16. <https://doi.org/10.31294/jp.v17i1.5218>
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sektianingsih, I. S., Haryana, A., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra, dan Loyalitas

- Pasien (Studi pada Unit Rawat Jalan RSUD Mampang Prapatan Jakarta Selatan). *Journal Business Studies*, 04(1), 174–175. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/view/1723>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syaifuddin, F., & AP, A. R. A. (2021). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Minat Kembali Pasien Rawat Inap RSUD Batara Siang Pangkep. *Window of Public Health Journal*, 2(1), 853–863.
- WHO. (2020). *Corona virus disease (COVID-19) pandemic*. <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-e>.
- Wong Laura E, Jessica EH, Simone L, Karen KM, Patricia I, A. S. (2020). Where Are All the Patients? Addressing Covid-19 Fear to Encourage Sick Patients to Seek Emergency Care. *Nejm Catalyst Innovations in Care Delivery*.
- Wu, H., Ai, C., Yang, L., Li, T., & Ai, C. (2016). *A Study of Revisit Intentions , Customer Satisfaction , Corporate Image , Emotions and Service Quality in the Hot Spring Industry A Study of Revisit Intentions , Customer Satisfaction , Corporate Image , Emotions and Service Quality in the Hot Spring Indu. 8160*(January). <https://doi.org/10.1080/19388160.2015.1110545>
- Wu, I. L. (2013). The antecedents of customer satisfaction and its link to complaint intentions in online shopping: An integration of justice, technology, and trust. *International Journal of Information Management*, 33(1), 166–176. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2012.09.001>
- Wu, P. C. S., Yeh, G. Y. Y., & Hsiao, C. R. (2011). The effect of store image and service quality on brand image and purchase intention for private label brands. *Australasian Marketing Journal*, 19(1), 30–39. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2010.11.001e>
- Yunida, M. E. (2016). *Pengaruh Citra Rumah Sakit dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*.
- Zelege, T. (2012). Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction At The Public Owned National Alcohol and Liquor Factory. *African Journal of Bussiness Management*, 72194855, 262. https://uir.unisa.ac.za/bitstream/handle/10500/6139/2011_MBL3_Research_Report_TZ_Tessema.pdf?sequence=1&isAllowed=y