

Yulia Nikhayaturrohmah

S1 Manajemen, STIE Putra Bangsa Kebumen
yulianihayaturrohmah@gmail.com

Abstrak

Loyalitas pasien menjadi salah satu hal yang penting dalam keberlangsungan suatu perusahaan jasa pelayanan rumah sakit. Salah satu rumah sakit swasta yang ada di Kabupaten Kebumen adalah RSUD Muhammadiyah Kutowinangun. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *service quality* dan *brand image* terhadap *patient loyalty* melalui *patient satisfaction* pada pasien poli rawat jalan di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, dengan responden pasien poli rawat jalan di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun dan jumlah sampel 100 pasien. Pengujian kelayakan instrumen kuisioner diuji melalui uji validitas dan reliabilitas, sedangkan untuk analisis data menggunakan metode analisis uji asumsi klasik, analisis jalur, uji korelasi antar variabel, dan uji sobel test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *patient satisfaction* dan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *patient loyalty*. (2) *brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *patient satisfaction* dan tidak berpengaruh signifikan pada variabel *patient loyalty*. (3) *patient satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *patient loyalty* dan variabel *patient satisfaction* mampu memediasi variabel *service quality* dan *brand image* terhadap *patient loyalty*. (4) Nilai Adjust R2 persamaan struktural I sebesar 0.734 atau 73.4% yang artinya *Patient Satisfaction* dipengaruhi oleh *service quality* dan *brand image*, selebihnya 26.6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model ini. (5) Nilai Adjust R2 persamaan struktural II sebesar 0.413 atau 41.3% yang artinya *Patient Loyalty* dipengaruhi oleh *service quality*, *brand image*, dan *patient satisfaction* selebihnya 58.7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model ini.

Kata Kunci: *Service Quality, Brand Image, Patient Satisfaction, Patient Loyalty*

PENDAHULUAN

Bagian Perkembangan di sektor jasa menunjukkan bahwa organisasi atau perusahaan jasa semakin menyadari perlunya peningkatan orientasi pelayanan kepada pelanggan atau konsumen sebagai upaya peningkatan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) atau daya saing bisnisnya di masa depan (Lupiyoadi, 2013).

Salah satu perusahaan jasa adalah rumah sakit. Rumah sakit menghadapi persaingan yang kompetitif karena kebijakan pasar terbuka di industri layanan medis (Kim, 2008). Pertumbuhan jumlah penduduk dan peningkatan kepedulian pada kesehatan mendorong permintaan layanan masyarakat. Oleh karena itu, bidang pelayanan kesehatan kini mengubah diri kearah orientasi pelanggan. Rumah sakit berusaha membangun strategi pemasaran yang menaikkan citra di masyarakat untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas pasien, dan kinerja.

Di tengah persaingan yang begitu keras dengan rumah sakit swasta lain dan rumah sakit pemerintah, meningkatkan loyalitas pasien melalui peningkatan kualitas layanan juga memainkan peran pentingnya, sebab keberhasilan sebuah lembaga penyedia jasa tidak terlepas daripada hubungan yang baik kepada pelanggannya dalam hal ini adalah pasien (Kheng, 2010), selain daripada itu kualitas layanan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan (Jannang & Jabid, 2016), (Al Rousan, 2010) sehingga pasien merasa nyaman berobat dan keluhannya dapat teratasi dan tentunya akan berdampak kepada citra

rumah sakit itu sendiri (Rahajeng & Sari 2010). Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Kutowinangun merupakan salah satu pelayanan kesehatan milik swasta di Kabupaten Kebumen. RSUD Muhammadiyah Kutowinangun merupakan salah satu badan amal usaha Muhammadiyah yang di bawah oleh Pimpinan Cabang Muhammadiyah Kutowinangun. Rumah sakit ini telah terdaftar sejak tahun 2016 dan telah terakreditasi SNARS pada tahun 2018. RSUD Muhammadiyah Kutowinangun menjadi rumah sakit rujukan dari fasilitas kesehatan tingkat satu dan menerima pasien pengguna BPJS. Sebagai rumah sakit swasta salah satu hal yang sangat diperhatikan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi daya saing dengan rumah sakit milik pemerintah maupun rumah sakit swasta lainnya. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2008).

Kepuasan pasien adalah respon berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengonsumsi suatu produk atau layanan, atau sebagian kecil dari pengalaman itu, Buttle (2007: 29). Di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun masih ada komplain dari pasien maupun keluarga pasien mengenai pelayanan rumah sakit seperti keterlambatan dokter, pelayanan yang kurang ramah, fasilitas yang kurang memadai, dan lain-lain. Komplain tersebut disampaikan melalui kotak saran yang disediakan pihak rumah sakit maupun menyampaikan komplain

Analisis Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Image* Terhadap *Patient Loyalty* dengan *Patient Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening
(Studi Kasus Pada Pasien Poli Rawat Jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun)

secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun masih banyak yang harus dibenahi.

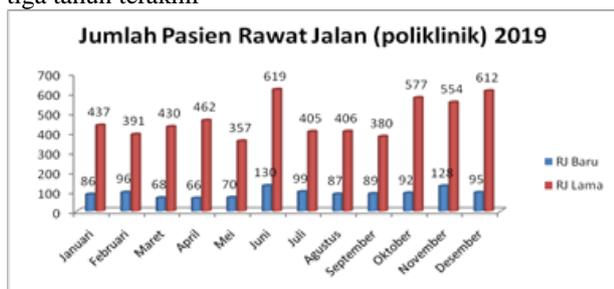
Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen akan mempengaruhi loyalitas pasien berkunjung ke RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun. Hal ini bisa dilihat dari jumlah data kunjungan pasien poli rawat jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun yang mengalami kenaikan selama tiga tahun terakhir. Loyalitas pelanggan merupakan niat pembelian kembali produk dan jasa sebagai tujuan perusahaan. Berikut data tabel jumlah kunjungan pasien poli rawat jalan di RSUD PKU Muhammadiyah dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018:

Tabel 1. Jumlah Pasien Poli Rawat Jalan

| No | Tahun | Jumlah Kunjungan Poli Rawat Jalan | | | | Jumlah |
|----|-------|-----------------------------------|------|------|------|--------|
| | | Baru | | Lama | | |
| | | L | P | L | P | |
| 1 | 2016 | 1585 | 1935 | 2009 | 2676 | 8205 |
| 2 | 2017 | 1951 | 2302 | 3714 | 4317 | 12284 |
| 3 | 2018 | 1953 | 2238 | 4129 | 5433 | 13753 |

Sumber: *Rekam Medis RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun, 2019*

Berdasarkan tabel data di atas jumlah kunjungan pasien poli rawat jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun mengalami kenaikan dalam kurun waktu tiga tahun terakhir



Gambar 1. Jumlah Kunjungan Pasien Baru dan Pasien Lama

Berdasarkan gambar grafik di atas selama tahun 2019 jumlah kunjungan pasien lama selalu lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah kunjungan pasien baru. Hal itu menandakan bahwa loyalitas pasien rawat jalan poliklinik di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun baik. Sebagai rumah sakit swasta yang terbilang masih baru di Kabupaten Kebumen dengan adanya peningkatan jumlah kunjungan pasien poli rawat jalan setiap tahunnya dan juga tingkat loyalitas pasiennya yang cukup tinggi menjadikan nilai tambah tersendiri bagi rumah sakit ini untuk bersaing dengan rumah sakit milik pemerintah maupun rumah sakit swasta lainnya. Berdasarkan fenomena yang ada dan dukungan data jumlah peningkatan pasien poli rawat jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun, peneliti melakukan mini riset kepada 30 responden di mana responden tersebut merupakan pasien poli rawat jalan di RSUD PKU

Muhammadiyah Kutowinangun. Responden yang dipilih adalah pasien yang sudah berusia di atas 17 tahun dan melakukan kunjungan atau berobat ke poli rawat jalan dokter spesialis diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Mini Riset Patient Loyalty

| Variabel Penelitian | Jumlah Tanggapan Responden | | Total |
|-----------------------------|----------------------------|-------|-------|
| | Ya | Tidak | |
| <i>Service Quality</i> | 25 | 5 | 30 |
| <i>Brand Image</i> | 22 | 8 | 30 |
| <i>Patient Satisfaction</i> | 26 | 4 | 30 |
| <i>Patient Loyalty</i> | 22 | 8 | 30 |

Sumber : *RSU PKU Muhammadiyah Kutowinangun, 2019*
Dari hasil mini riset tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kunjungan pasien poli rawat jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun dipengaruhi oleh service quality, brand image dan patient satisfaction. Loyalitas pelanggan tidak bisa dikesampingkan oleh pihak rumah sakit karena hal ini akan mempengaruhi profitabilitas rumah sakit. Niat kunjungan kembali pasien tentunya tidak serta merta dilakukan pasien tanpa alasan. Atas dasar kualitas yang di atas ekspektasi atau harapan mereka akan menimbulkan kepuasan dan akan membuat komitmen masyarakat untuk berkunjung atau menggunakan jasa layanan rumah sakit yang sama. Citra rumah sakit telah menjadi perhatian di kalangan peneliti model konseptual ditujukan untuk menjawab peran penting citra merek terhadap nilai yang dirasakan pelanggan. Wu (2011) menguji citra rumah sakit, kualitas layanan, kepuasan pasien, dan loyalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara citra rumah sakit dengan loyalitas pasien melalui peningkatan pelayanan dan kepuasan pasien.

KAJIAN DAN TELAHAH LITERATUR

Service Quality

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai seberapa bagus layanan yang diberikan oleh klinik dibandingkan dengan harapan pasien (Aliman dan Mohamad, 2013). Indikator service quality menurut Brady dan Cronin (2001) adalah : 1) Sikap, 2) Perilaku, 3) Keterampilan, 4) Ambient condition, 5) Desain fisik, 6) Lingkungan sosial, 7) Waktu tunggu, 8) Faktor fisik, 9) Valensi

Brand image

Kotler (2000:29) mendefinisikan citra sebagai seperangkat kepercayaan, daya ingat dan kesan-kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Indikator citra menurut Kanaidi (2010:33) adalah sebagai berikut : a) Sekumpulan kesan (*impressions*), b) Kepercayaan (*beliefs*), c) Sikap (*attitudes*)

Patient satisfaction

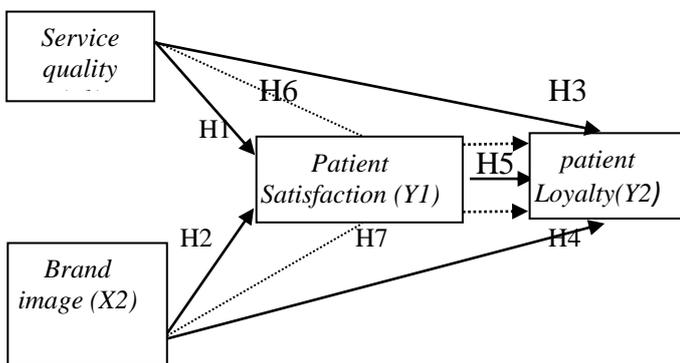
Menurut Kotler dan Keller (2007), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Indikator kepuasan menurut Pohan (2007) yaitu: Layanan kesehatan yang tersedia pada waktu dan tempat ketika dibutuhkan, Kemudahan akses ke layanan kesehatan, Persepsi pasien tentang layanan kesehatan, Kompetensi dokter dan perawat, Hasil akhir dari penyakit atau perubahan yang dialami pasien, Persepsi dokter atau profesi perawatan kesehatan lainnya, Kepercayaan diri pasien, Memahami saran dokter, Fasilitas fisik dan layanan kesehatan lingkungan, Sistem perjanjian, Waktu tunggu, Mekanisme untuk menyelesaikan masalah dan pengaduan, Ruang lingkup dan sifat dari manfaat dan layanan kesehatan, Harga yang dirasakan, Biaya keadilan, Kejelasan dari biaya layanan, Perbandingan dengan rumah sakit serupa, Tanpa biaya pengabaian.

Patient loyalty

Loyalitas pelanggan merupakan niat pembelian kembali produk dan jasa sebagai tujuan perusahaan. Indikator loyalitas pasien menurut Oliver (1996) yaitu:

- a.melakukan pembelian atau pembelian kembali secara teratur
- b.pasien merasa senang melakukan perawatan di rumah sakit
- c.keinginan pasien untuk kembali ke perawatan rumah sakit
- d.pasien percaya dengan kualitas perawatan di rumah sakit
- e.pasien menolak penawaran rumah sakit lain
- f.pasien merekomendasikan kepada orang lain tentang rumah sakit

HIPOTESIS



Gambar 2. Kerangka Teoritis

H1= Terdapat pengaruh antara *service quality* dengan *patient satisfaction* pada pasien poli rawat jalan di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun

H2= Terdapat pengaruh antara *brand image* dengan *patient satisfaction* pada pasien poli rawat jalan di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun

H3= Terdapat pengaruh antara *service quality* dengan *patient loyalty* pada pasien poli rawat jalan di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun

H4= Terdapat pengaruh antara *brand image* dengan *patient loyalty* pada pasien poli rawat jalan di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun

H5= Terdapat pengaruh antara *patient satisfaction* dengan *patient loyalty* pada pasien poli rawat jalan di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun

H6= Terdapat pengaruh antara *service quality* terhadap *patient loyalty* melalui *patient satisfaction* sebagai variabel intervening pada pasien poli rawat jalan di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun

H7= Terdapat pengaruh antara *brand image* terhadap *patient loyalty* melalui *patient satisfaction* sebagai variabel intervening pada pasien poli rawat jalan di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun

METODE

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis dengan jenis penelitian kuantitatif. Penetapan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling, dimana syarat untuk menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pasien pernah lebih dari satu kali melakukan berobat jalan di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun di poli rawat jalan dokter spesialis kecuali dokter spesialis anak. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 pasien dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner yang kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Tabel 3. Uji Validitas

| Butir | r _{hitung} | r _{tabel} | Tingkat Signifikan | hasil |
|-------|---------------------|--------------------|--------------------|-------|
| X1.1 | 0.3487 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| X1.2 | 0.3936 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| X1.3 | 0.4349 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| X1.4 | 0.5538 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| X1.5 | 0.4207 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| X1.6 | 0.6165 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| X1.7 | 0.5088 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| X1.8 | 0.4234 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| X1.9 | 0.6408 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| X2.1 | 0.4439 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| X2.2 | 0.5828 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| X2.3 | 0.5097 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.1 | 0.5552 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.2 | 0.6011 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.3 | 0.5245 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.4 | 0.6514 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.5 | 0.4112 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.6 | 0.3772 | 0.1966 | 0.000 | Valid |

Analisis Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Image* Terhadap *Patient Loyalty* dengan *Patient Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening
(Studi Kasus Pada Pasien Poli Rawat Jalan di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun)

| | | | | |
|-------|--------|--------|-------|-------|
| Y1.7 | 0.3025 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.8 | 0.4536 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.9 | 0.4742 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.10 | 0.3432 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.11 | 0.5825 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.12 | 0.4751 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.13 | 0.6409 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.14 | 0.6458 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.15 | 0.6472 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.16 | 0.3884 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.17 | 0.3903 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y1.18 | 0.3560 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y2.1 | 0.5069 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y2.2 | 0.4628 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y2.3 | 0.6380 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y2.4 | 0.3692 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y2.5 | 0.5370 | 0.1966 | 0.000 | Valid |
| Y2.6 | 0.6123 | 0.1966 | 0.000 | Valid |

Sumber : *Data Primer Diolah, 2020*

Berdasarkan tabel 3 di atas, seluruh item pernyataan dalam penelitian ini adalah valid dengan seluruh nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} (0,1966) dan nilai signifikan kurang dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's alpha | Syarat | Hasil |
|-----------------------------|------------------|--------|----------|
| <i>Service quality</i> | 0.799 | >0.60 | Reliabel |
| <i>Brand image</i> | 0.704 | >0.60 | Reliabel |
| <i>Patient satisfaction</i> | 0.846 | >0.60 | Reliabel |
| <i>Patient loyalty</i> | 0.766 | >0.60 | Reliabel |

Sumber : *Data Primer Diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60.

Uji parsial (t)

Tabel 5. Hasil Uji t Substruktural I Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 20.166 | 3.990 | | 5.054 | .000 |
| service quality | .778 | .146 | .424 | 5.314 | .000 |
| brand image | 1.706 | .340 | .400 | 5.018 | .000 |

a. Dependent Variable: patient satisfaction

Sumber : *Data Primer Diolah, 2020*

Berdasarkan tabel hasil uji t substruktural I maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Pengaruh *service quality* terhadap *patient satisfaction*
Berdasarkan hasil uji t substruktural I pada tabel 5 di atas, menunjukkan bahwa probabilitas signifikan untuk variabel *service quality* (X1) sebesar $0.000 < 0.05$ dan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $5.314 > 1.984$, maka variabel *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *patient satisfaction*.
2. Pengaruh *brand image* terhadap *patient satisfaction*
Berdasarkan hasil uji t substruktural I pada tabel 5 di atas, menunjukkan bahwa probabilitas signifikan untuk variabel *brand image* (X2) sebesar $0.000 < 0.05$ dan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $5.018 > 1.984$, maka variabel *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *patient satisfaction*.

Tabel 6. Hasil Uji t Substruktural II Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 1.754 | 2.086 | | .841 | .403 |
| service quality | .027 | .077 | .034 | .355 | .723 |
| brand image | .270 | .178 | .143 | 1.520 | .132 |
| patient satisfaction | .236 | .047 | .532 | 4.998 | .000 |

a. Dependent Variable: patient loyalty

Sumber : *Data Primer Diolah, 2020*

Berdasarkan tabel hasil uji t substruktural II maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Pengaruh *service quality* terhadap *patient loyalty*
Berdasarkan hasil uji t substruktural II pada tabel IV-15 di atas, menunjukkan bahwa probabilitas signifikan untuk variabel *service quality* (X1) sebesar $0.723 > 0.05$ dan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $0.355 < 1.984$, maka variabel *service quality* dinyatakan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel *patient loyalty*.
2. Pengaruh *brand image* terhadap *patient loyalty*
Berdasarkan hasil uji t substruktural II pada tabel IV-15 di atas, menunjukkan bahwa probabilitas signifikan untuk variabel *brand image* (X2) sebesar $0.132 > 0.05$ dan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $1.520 < 1.984$, maka variabel *brand image* dinyatakan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel *patient loyalty*.
3. Pengaruh *patient satisfaction* terhadap *patient loyalty*
Berdasarkan hasil uji t substruktural II pada tabel IV-15 di atas, menunjukkan bahwa probabilitas signifikan untuk variabel *patient satisfaction* (Y1) sebesar $0.000 < 0.05$ dan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $4.998 < 1.984$, maka variabel *patient satisfaction* dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *patient loyalty*.

Koefisien determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural I Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .679 ^a | .461 | .450 | 3.70236 |

a. Predictors: (Constant), brand image, service quality

b. Dependent Variable: patient satisfaction

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 7 di atas besarnya R² adalah 0.461 yang berarti 46.1% variabel patient satisfaction dipengaruhi oleh variabel service quality dan brand image, sedangkan 53.9% patient satisfaction dipengaruhi oleh variabel-variabel diluar penelitian ini.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural I Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .642 ^a | .413 | .394 | 1.72211 |

a. Predictors: (Constant), patient satisfaction, brand image, service quality

b. Dependent Variable: patient loyalty

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 8 di atas besarnya R² adalah 0.413 yang berarti 41.3% variabel patient loyalty dipengaruhi oleh variabel service quality, brand image, dan patient satisfaction, sedangkan 58.7% patient loyalty dipengaruhi oleh variabel-variabel diluar penelitian ini.

Analisis Korelasi

Tabel 9. Hasil Uji Korelasi

| | | service quality | brand image |
|-----------------|---------------------|-----------------|-------------|
| service quality | Pearson Correlation | 1 | .356** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 100 | 100 |
| brand image | Pearson Correlation | .356** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Hasil uji korelasi anatar variabel diatas menunjukkan bahwa korelasi variabel *service quality* (X1) dan *brand image* (X2) memiliki tingkat korelasi yang cukup kuat dengan angka korelasi sebesar 0.356. selain memiliki korelasi yang cukup kuat, kedua variabel tersebut juga memiliki angka signifikansi sebesar 0.000 < 0.05 yang dapat diartikan bahwa kedua variabel tersebut signifikan karena angka signifikansi diperoleh di bawah 0.05.

Penelitian ini telah melalui tahaapan pada uji asumsi klasik yang menyatakan bahwa model regresi yang akan digunakan baik atau bebas dari asumsi klasik.

Uji sobel

Tabel 10. Uji sobel test

| Test Statistic | Std. Error | P Value |
|----------------|------------|---------|
| 3.654 | 0.050 | 0.0002 |

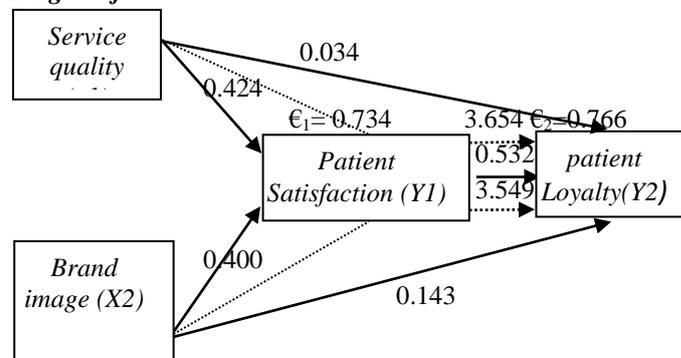
Berdasarkan Tabel 10, menunjukan bahwa hasil *test statistic* > *t*_{tabel} yaitu 3.654 > 1.984 dan *P value* < a, yaitu 0.0002 < 0.05. Maka dapat dikatakan bahwa variabel *patient satisfaction* dapat memediasi hubungan antara variabel *service quality* terhadap *patient loyalty*.

Tabel 11. Uji sobel test

| Test Statistic | Std. Error | P Value |
|----------------|------------|---------|
| 3.549 | 0.113 | 0.0003 |

Berdasarkan Tabel 11, menunjukan bahwa hasil *test statistic* > *t*_{tabel} yaitu 3.549 > 1.984 dan *P value* < a, yaitu 0.0003 < 0.05. Maka dapat dikatakan bahwa variabel *patient satisfaction* dapat memediasi hubungan antara variabel *brand image* terhadap *patient loyalty*.

Diagram jalur



Gambar 3. Diagram Jalur

Persamaan :

Substruktural I : $Y1 = 0.424X1 + 0.400X2 + 0.734$

Substruktural II : $Y2 = 0.34X1 + 0.143X2 + 0.532Y1 + 0.766$

PEMBAHASAN

Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Patient Satisfaction*

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *patient satisfaction* dengan hasil uji probabilitas signifikan untuk variabel *service quality* (X1) sebesar 0.000 < 0.05 dan diperoleh angka *t*_{hitung} sebesar 5.314 > 1.984, maka variabel *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *patient satisfaction*, sehingga hipotesis H1 dapat diterima. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas layanan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan (Jannang&Jabid, 2016). Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu

yang dilakukan oleh Hasan dan Putra (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Patient Satisfaction*

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap *patient satisfaction* dengan hasil uji probabilitas signifikan untuk variabel *brand image* (X2) sebesar $0.000 < 0.05$ dan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $5.018 > 1.984$, maka variabel *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *patient satisfaction*, sehingga hipotesis H2 dapat diterima. Hal ini menjelaskan semakin baik citra rumah sakit akan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Stephen et al (2007) dan Khan (2012) bahwa pengaruh citra terhadap kepuasan pasien berdampak pada keuntungan yang diterima pelanggan atau pasien adanya hubungan interpersonal dan manfaat berdampak pada pengalaman pembelian atau penggunaan jasa pada kepuasan pelanggan atau pasien, pasien merasa lebih puas dengan rumah sakit ketika merasakan manfaat sosial dan fungsional yang tinggi terjadi.

Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Patient Loyalty*

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *patient loyalty*, menunjukkan bahwa probabilitas signifikan untuk variabel *service quality* (X1) sebesar $0.723 > 0.05$ dan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $0.355 < 1.984$, maka variabel *service quality* dinyatakan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel *patient loyalty*, maka hipotesis ketiga ditolak. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasan dan Putra (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Patient Loyalty*

Pengujian hipotesis keempat dilakukan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap *patient loyalty*, menunjukkan bahwa probabilitas signifikan untuk variabel *brand image* (X2) sebesar $0.132 > 0.05$ dan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $1.520 < 1.984$, maka variabel *brand image* dinyatakan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel *patient loyalty*, maka hipotesis keempat ditolak. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurullah (2013) yang menyatakan bahwa berdasarkan hasil analisis jalur citra merek rumah sakit tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pasien.

Pengaruh *Patient Satisfaction* Terhadap *Patient Loyalty*

Pengujian hipotesis kelima dilakukan untuk mengetahui pengaruh *patient satisfaction* terhadap *patient loyalty*, menunjukkan bahwa probabilitas signifikan untuk

variabel *patient satisfaction* (Y1) sebesar $0.000 < 0.05$ dan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $4.998 < 1.984$, maka variabel *patient satisfaction* dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *patient loyalty*, maka hipotesis kelima diterima, semakin tinggi tingkat kepuasan pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien terhadap rumah sakit. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasan dan Putra (2018) yang menunjukkan bahwa dengan peningkatan kepuasan pasien akan meningkatkan loyalitas pasien.

Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Patient Loyalty* Melalui *Patient Satisfaction*

Pengujian hipotesis keenam dilakukan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara variabel *service quality* terhadap *patient loyalty* melalui variabel *patient satisfaction*. Berdasarkan hasil uji *sobel test* pengaruh *service quality* terhadap *patient loyalty* diperoleh hasil *test statistic* $> t_{tabel}$ yaitu $3.654 > 1.984$ dan $P\ value < \alpha$, yaitu $0.0002 < 0.05$, artinya variabel *patient satisfaction* dapat memediasi hubungan antara variabel *service quality* terhadap *patient loyalty*, maka hipotesis keenam dapat diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sibarani dan Riani (2017) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Pasien akan loyal kepada rumah sakit apabila mereka puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh rumah sakit tersebut.

Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Patient Loyalty* Melalui *Patient Satisfaction*

Pengujian hipotesis ketujuh adalah untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara variabel *brand image* terhadap variabel *patient loyalty* melalui *patient satisfaction* sebagai variabel intervening. Hasil uji *sobel test* pengaruh *brand image* terhadap *patient loyalty* diperoleh hasil bahwa *test statistic* $> t_{tabel}$ yaitu $3.549 > 1.984$ dan $P\ value < \alpha$, yaitu $0.0003 < 0.05$, artinya variabel *patient satisfaction* dapat memediasi hubungan antara variabel *brand image* terhadap *patient loyalty*, maka hipotesis ketujuh dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sibarina dan Riani (2017) yang menyatakan bahwa *patient satisfaction* mampu memediasi pengaruh *brand image* terhadap *patient loyalty*. Kepuasan pasien akan meningkat jika mereka memiliki kesan yang baik tentang rumah sakit, dengan demikian pasien akan lebih bersedia untuk menggunakan kembali layanan rumah sakit dan merekomendasikannya kepada orang lain.

PENUTUP DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, analisis data, dan pembahasan yang dipaparkan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Analisis Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Image* Terhadap *Patient Loyalty* dengan *Patient Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening
(Studi Kasus Pada Pasien Poli Rawat Jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun)

1. Hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel service quality (X1) terhadap patient satisfaction (Y1) memberikan hasil bahwa service quality memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap patient satisfaction. Hal ini disebabkan karena koefisien service quality berperan penting pada kenaikan patient satisfaction, sehingga dapat disimpulkan variabel service quality memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap patient satisfaction pada pasien poli rawat jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun.

2. Hipotesis kedua yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel brand image (X2) terhadap patient satisfaction (Y1) memberikan hasil bahwa brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap patient satisfaction. Semakin bagus citra rumah sakit maka kepuasan pasien poli rawat jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun akan semakin meningkat.

3. Hipotesis ketiga yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara service quality (X1) terhadap patient loyalty (Y2) memberikan hasil bahwa brand image tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap patient loyalty. Artinya dalam penelitian ini variabel service quality tidak dapat dijadikan sebagai dasar untuk menilai tingkat loyalitas pasien pada pasien poli rawat jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun.

4. Hipotesis keempat yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel brand image (X2) terhadap patient loyalty (Y2) memberikan hasil bahwa brand image tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel patient loyalty. Dalam penelitian ini variabel brand image tidak dapat dijadikan dasar untuk menilai tingkat loyalitas pasien poli rawat jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun.

5. Hipotesis kelima yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara patient satisfaction (Y1) terhadap patient loyalty (Y2) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel patient satisfaction terhadap patient loyalty. Semakin tinggi tingkat kepuasan pasien poli rawat jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun maka akan semakin loyal pasien tersebut terhadap rumah sakit.

6. Hipotesis keenam yang menyatakan terdapat pengaruh tidak langsung variabel service quality terhadap variabel patient loyalty melalui variabel patient satisfaction dengan menggunakan uji sobel test diperoleh hasil bahwa variabel patient satisfaction mampu memediasi variabel service quality terhadap variabel patient loyalty. Semakin bagus kualitas pelayanan di poli rawat jalan RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pasien, dan akan berdampak terhadap loyalitas pasien tersebut.

7. Hipotesis ketujuh yang menyatakan terdapat pengaruh tidak langsung antara variabel brand image terhadap variabel patient loyalty melalui variabel patient satisfaction dengan menggunakan bantuan uji sobel test menunjukkan hasil bahwa variabel patient satisfaction mampu memediasi variabel brand image terhadap variabel patient loyalty. Kepuasan pasien poli rawat jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun akan meningkat jika

mereka memiliki kesan yang baik tentang rumah sakit, dengan demikian pasien akan lebih bersedia untuk menggunakan kembali layanan rumah sakit dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Saran

1. Meningkatkan atau memperbaiki kualitas pelayanan di poli rawat jalan RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun supaya pasien puas dengan kualitas pelayanan yang diterima.
2. Meningkatkan citra baik RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun di masyarakat sehingga pasien akan kembali menggunakan jasa pelayanan kesehatan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun dan bersedia untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, A., Syamsun, M., & Najib, M. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Biaya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien RSUD Kota Bogor". *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(3), 432-441.
- Aliman, Nor. Khasanah dan Mohammad, Wan. Normila. 2013. "Perceptions of Service Quality and Behavioral Intentions : A Mediation Effect of Patient Satisfaction in The Health Care in Malaysia International Journal of Marketing Studies", Vol.5. No.4
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Jakarta: Bayumedia
- Haryanto dan Ollivia, 2009. "Pengaruh Faktor Pelayanan Rumah Sakit Terhadap Intensi Pasien Inonesia Untuk Berobat di Singapura". *Jurnal Ekonomi : Bisnis*, Vol.III, No.2 (Agustus)
- Hasan, S., & Putra, A. H. K. (2018). "Loyalitas Pasien Rumah Sakit Pemerintah: Ditinjau Dari Perspektif Kualitas Layanan, Citra, Nilai dan Kepuasan". *Jurnal Manajemen Indonesia*, 18(3), 184-196.
- Hidajahningtyas, N., Sularso, A., & Suroso, I. 2013. "Pengaruh Citra, Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi Kabupaten Jember". *Soebandi Kabupaten Jember. JEAM*. 12(1).
<http://eprints.umg.ac.id/280/2/BAB%20II.pdf> diakses tanggal 25 November 2019.
- <https://library.binus.ac.id> diakses tanggal 25 November 2019.
- <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/4480/Chapter%20II.pdf> diakses tanggal 25 November 2019.

Analisis Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Image* Terhadap *Patient Loyalty* dengan *Patient Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening
(Studi Kasus Pada Pasien Poli Rawat Jalan di RSUD PKU Muhammadiyah Kutowinangun)

<https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-pemasaran.html>

diakses tanggal 25 November 2019.

- Juhana, D., Manik, E., Febrinella, C., & Sidharta, I. (2015). Empirical study on patient satisfaction and patient loyalty on public hospital in Bandung, Indonesia. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 13(6), 4305-4326.
- Kanaidi. 2010. "Pengaruh Customer Relationship, Citra Perusahaan, dan Customer Trust Terhadap Loyalitas". "COMPETITIVE" *Majalah Ilmiah*, Vol 6, No 2 (Desember 2010), ISSN : 0216-2539
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta : Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Kotler. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi 12. Jakarta: Indeks
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Puspitasari, M. G., & Edris, M. 2011. "Pengaruh Kualitas terhadap Loyalitas dengan Mediasi Kepuasan Pasien Rawat Inap pada Keluarga Sehat Hospital Pati". *Jurnal Analisis Manajemen*, 5(2), 49-62.
- Sibarani, T., & Riani, A. L. (2017). The Effect of Health Service Quality and Brand Image on Patients Loyalty, With Patients Satisfaction as Mediating Variable (A Study in Vip Ward Of Prof. Dr R Soeharso Ortopedics Hospital In Surakarta). *Sebelas Maret Business Review*, 2(1).
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sutrisno, S. 2015. "Pengaruh Kualitas Layanan, dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Tingkat II Tentara Nasional Indonesia". *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 2(2).
- Tjahjaningsih, E. 2016. "Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pelanggan Carrefour di Semarang)". *Media Ekonomi dan Manajemen*, 28(2).
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Andi Offset
- Wahdi, N. 2006. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Pasien (Studi empiris pada Rumah Sakit Panti Wilasa "Citarum" Semarang). Doctoral Dissertation (Tidak Dipublikasikan). Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.