

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Dimediasi Oleh Kepuasan Pasien**

Rosana Dwiyanti Putri<sup>1</sup>, Hery Winoto TJ<sup>2</sup>, Soegeng Wahyoedi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Bisnis Universitas Kristen Krida Wacana

E-mail: rosanadwiyantiputri26@gmail.com<sup>1</sup>, hery.winoto@ukrida.ac.id<sup>2</sup>, swahyoedi@ukrida.ac.id<sup>3</sup>

### **ABSTRACT**

*Loyal patients have an important role in improving financial performance and maintaining hospital comfort, this is the main reason for hospitals to attract and maintain patient loyalty. The purpose of this study was to examine the effect of service quality and brand image on loyalty mediated by patient satisfaction. This study uses quantitative research with a sample size of 150 respondents. The analysis technique used is SMART-PLS. The results of the hypothesis are that direct influences such as service quality, brand image, and patient satisfaction have a significant effect on patient loyalty. In hypothesis testing, the indirect effect of brand image and service quality mediated by patient satisfaction has a significant effect on patient loyalty. These results suggest the hospital maintains and increase its commitment to achieving patient satisfaction and loyalty.*

**Keywords:** *Service quality, Brand image, Patient Satisfaction, Loyalty*

### **ABSTRAK**

Pasien yang loyal memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan rumah sakit, hal ini yang menjadi alasan utama bagi rumah sakit untuk menarik dan mempertahankan loyalitas pasien. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk melihat adanya pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan pasien. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel 150 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SMART-PLS. Pada hasil hipotesis pengaruh langsung seperti kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Pada uji hipotesis pengaruh tidak langsung citra merek dan kualitas pelayanan yang dimediasi oleh kepuasan pasien memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien. Dengan hasil tersebut menyarankan rumah sakit untuk menjaga dan meningkatkan komitmen untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pasien.

**Kata kunci:** *Kualitas layanan, Citra merek, Kepuasan Pasien, Loyalitas*

### **PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi, perkembangan dunia usaha yang semakin pesat mengakibatkan naiknya persaingan bisnis. Masing-masing perusahaan saling beradu strategi dalam usaha menarik konsumen. Persaingan tersebut tidak hanya persaingan bisnis dibidang usaha manufaktur/industri tetapi juga dibidang usaha jasa. Salah satu bentuk usaha pelayanan jasa adalah jasa pelayanan dibidang kesehatan.

Manajemen rumah sakit hendaknya melakukan berbagai perubahan dalam berbagai ketersediaan jenis jasa layanan, ketersediaan sumber daya manusia, dan

mutu pelayanan. Dengan demikian, dari berbagai perubahan tersebut diharapkan tercipta kepuasan pasien sehingga pasien tersebut melakukan kunjungan berulang di rumah sakit.

Salah satu rumah sakit umum yang berlokasi di Sulawesi Selatan yaitu Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar beralamatkan Jalan BTN Minasa Upa Blok H7 No. 9 Makassar. Berdasarkan total jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Umum Bahagia selama 3 tahun terakhir mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien. Jumlah kunjungan pasien rawat Jalan Tahun 2019, diperoleh jumlah kunjungan pasien berjumlah 19.833 pasien (49%) kemudian mengalami penurunan pada Tahun 2020 berjumlah 10.682 pasien sekitar (26%) dan pada Tahun 2021 kembali mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien berjumlah 10.331 pasien sekitar (25%). Dari data tersebut diperoleh permasalahan jumlah kunjungan pasien rawat jalan setiap tahunnya mengalami penurunan, yang berarti loyalitas pasien juga mengalami penurunan. Hal tersebut mengindikasikan adanya permasalahan yang membuat pasien tidak melakukan kunjungan berulang (tidak loyal) untuk memanfaatkan kembali pelayanan di Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar. Padahal mendapatkan pasien yang loyal merupakan tujuan akhir dari rumah sakit, karena pasien yang loyal memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan rumah sakit, hal ini yang menjadi alasan utama bagi rumah sakit untuk menarik dan mempertahankan loyalitas pasien.

Hasil dari kotak saran yang disediakan di Rumah Sakit, peneliti mendapatkan gambaran keluhan secara umum diantaranya yaitu adanya keluhan dari bagian pendaftaran penyampaian informasi yang kurang jelas dan adanya keluhan mengenai petugas yang kurang ramah. Keluhan yang dituliskan oleh pasien tersebut dapat memberikan gambaran mengenai ketidakpuasan para pasien terhadap pelayanan yang didapatkan sehingga berdampak pada pasien tidak melakukan kunjungan berulang di rumah sakit. Oleh sebab itu keluhan pasien yang sudah ada akan menjadi sangat penting untuk dijadikan bahan pertimbangan dan evaluasi di Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar. Maka perlu mengetahui penyebab permasalahan tersebut sehingga peneliti tertarik untuk mengambil penelitian ini. Peneliti akan menganalisis “Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas di mediasi oleh kepuasan pasien pada unit rawat jalan Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar”.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survey reaserch menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. dengan teknik penarikan sampel non probability sampling menggunakan purposive sampling dan snowball sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Gojek di Palembang yang menggunakan Gojek lebih dari 6 bulan dengan jumlah sampel sebanyak 160 orang. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (path analisis).

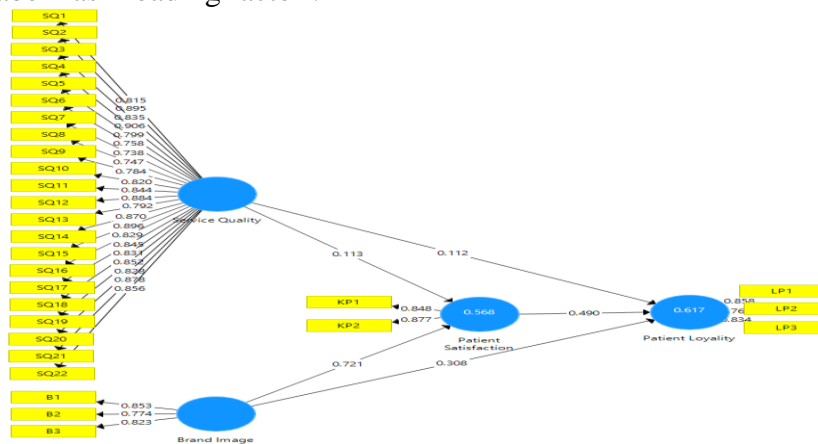
## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dilakukan di Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik *Probability Sampling*, sampel responden yang akan diteliti adalah sebanyak 150 responden dengan cara memberikan kuesioner kepada pasien yang berobat ke rumah sakit. Di peroleh mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 94 orang (58%), kelompok usia didominasi usia 25-34 tahun sebanyak 67 orang (42%), 70 orang (44%) berpendidikan diploma (D1/D2/D3) dan mayoritas berprofesi sebagai wirausaha sebanyak 56 orang (35%).

Penelitian ini merupakan penelitian multivariat maka untuk menganalisis data ini menggunakan teknik analisis statistik multivariat yang disebut sebagai SEM (*Structural Equation Modeling*) yang menggunakan Smart-Partial Least Square (Smart-PLS) sebagai alat hitungnya dimana analisis akan dilakukan secara deskriptif dan statistik.

### 1. Analisis Outer Model

Convergent Validity dilakukan dengan melihat item reliability (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai loading factor. Loading factor adalah angka yang menunjukkan korelasi antara skor suatu item pertanyaan dengan skor indikator konstruk indikator yang mengukur konstruk tersebut. Nilai loading factor lebih besar 0,7 dikatakan valid. Namun, menurut Hair et al. (1998) untuk pemeriksaan awal dari matriks loading factor adalah kurang lebih 0,3 dipertimbangkan telah memenuhi level minimal, dan untuk loading factor kurang lebih 0,4 dianggap lebih baik, dan untuk loading factor lebih besar 0,5 secara umum dianggap signifikan. Dalam penelitian ini batas loading factor yang digunakan sebesar 0,7. Setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS 3.3.9. hasil loading factor dapat ditunjukkan seperti pada gambar 1 dan tabel hasil loading factor :



**Gambar 1 Hasil Loading Factor**  
Sumber : SmartPLS (2022)

**Tabel 1. Hasil Loading Factor**

| Variabel           | Indikator              | Butir Pernyataan | Hasil Outer Loading |
|--------------------|------------------------|------------------|---------------------|
| Kualitas Pelayanan | Tangible (Bukti Fisik) | SQ1              | 0.815               |
|                    |                        | SQ2              | 0.895               |
|                    |                        | SQ3              | 0.835               |
|                    |                        | SQ4              | 0.906               |

| Variabel            | Indikator                  | Butir Pernyataan | Hasil Outer Loading |
|---------------------|----------------------------|------------------|---------------------|
|                     | Emphaty (Empati)           | SQ5              | 0.799               |
|                     |                            | SQ6              | 0.758               |
|                     |                            | SQ7              | 0.738               |
|                     |                            | SQ8              | 0.747               |
|                     |                            | SQ9              | 0.784               |
|                     | Reliability (Kehandalan)   | SQ10             | 0.820               |
|                     |                            | SQ11             | 0.844               |
|                     |                            | SQ12             | 0.884               |
|                     |                            | SQ13             | 0.792               |
|                     |                            | SQ14             | 0.870               |
|                     | Responsiveness (Responsif) | SQ15             | 0.896               |
|                     |                            | SQ16             | 0.829               |
|                     |                            | SQ17             | 0.845               |
|                     |                            | SQ18             | 0.831               |
| Assurance (Jaminan) | SQ19                       | 0.852            |                     |
|                     | SQ20                       | 0.828            |                     |
|                     | SQ21                       | 0.878            |                     |
|                     | SQ22                       | 0.856            |                     |

Sumber : Smart-PLS

Dari hasil pengolahan data dengan SmartPLS yang ditunjukkan pada Tabel 1, bahwa mayoritas indikator pada masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai loading factor yang lebih besar dari 0,70 dan dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mempunyai peran penting dalam penelitian ini. Reabilitas instrument penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Uji reliabilitas adalah pengujian yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat diandalkan. Kuesioner penelitian dapat dikatakan reliabel, jika nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0.6 atau 60%.

**Tabel 2. Hasil Cronbach Alpha**

| Variabel           | Cronbach Alpha | Interpretasi |
|--------------------|----------------|--------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,979          | Tinggi       |
| Citra Merek        | 0,751          | Cukup        |
| Kepuasan Pasien    | 0,658          | Cukup        |
| Loyalitas Pasien   | 0,754          | Cukup        |

Sumber : Smart-PLS

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas dari seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Uji reabilitas menunjukkan nilai Cronbach Alpha > 0.6 atau 60%. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0.9 dinyatakan masuk dalam kategori tinggi. Pada variabel citra merek, kepuasan pasien dan loyalitas memiliki nilai Cronbach Alpha > 0.6. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan dapat digunakan sebagai variabel untuk penelitian selanjutnya.

## 3. Pengujian Inner Model (Model Struktural)

Setelah pengujian outer model yang telah memenuhi, berikutnya dilakukan pengujian inner model (model structural). Inner model dapat dievaluasi dengan melihat r-square (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen dan nilai t-

statistik dari pengujian koefisien jalur (path coefficient). Semakin tinggi nilai r-square berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai path coefficients menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis.

Hasil Analisis Variasi (R<sup>2</sup>) atau Uji Determinasi. Analisis Variasi (R<sup>2</sup>) atau Uji Determinasi yaitu untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut, nilai dari koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada Tabel 3 :

**Tabel 3. Nilai R-square**

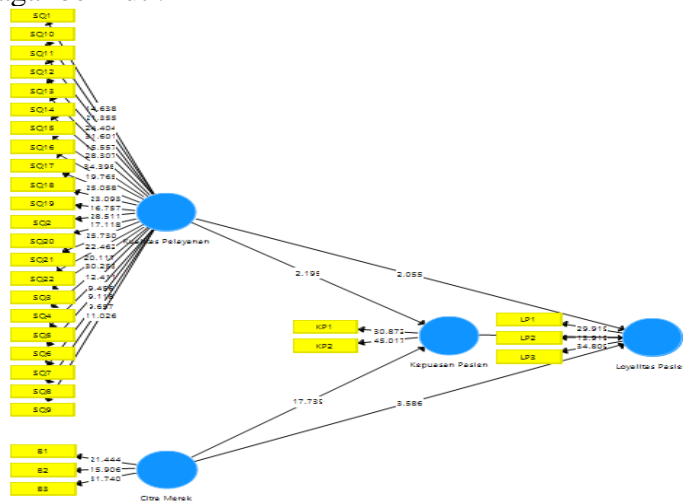
| Variabel         | R-square |
|------------------|----------|
| Kepuasan pasien  | 0,617    |
| Loyalitas pasien | 0,568    |

*Sumber: SmartPLS (2022)*

Berdasarkan tabel hasil nilai R square dengan ketentuan syarat, hasil nilai q square dalam penelitian ini dapat dideskripsikan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan dan variabel citra merek terhadap variabel kepuasan sebesar 61,7%. Adapun hasil pengaruh variabel kualitas pelayanan, variabel citra merek, dan variabel kepuasan pasien terhadap variabel loyalitas pasien sebesar 56,8%.

#### 4. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian Inner Model (model struktural) yang meliputi output r-square, koefisien parameter dan t-statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t-statistik, dan p-values. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SmartPLS (Partial Least Square) 3.3.9. Nilai-nilai tersebut dapat dilihat dari hasil bootstrapping. Rules of thumb yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik >1,96 dengan tingkat signifikansi p-value 0,05 (5%) dan koefisien beta bernilai positif. Nilai pengujian hipotesis penelitian ini dapat ditunjukkan sebagai berikut :



**Gambar 2. Hasil Model Penelitian Bootstrapping**

##### a. Pengujian Hipotesis Secara Langsung

Hasil uji hipotesis pengaruh langsung dapat dilihat pada tabel path coefficient berikut ini :

**Tabel 4. Hasil Path Coefficients**

| Hipotesis                            | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standart Deviation (STDEV) | T Statistics (O/STDEV) | P Values |
|--------------------------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|----------|
| Kualitas Pelayanan->Loyalitas Pasien | 0,112               | 0,114           | 0,054                      | 2,055                  | 0,040    |
| Citra Merek->Loyalitas Pasien        | 0,308               | 0,312           | 0,086                      | 3,586                  | 0,000    |
| Kepuasan Pasien->Loyalitas Pasien    | 0,490               | 0,484           | 0,078                      | 6,248                  | 0,000    |

*Sumber: Smart-PLS*

### b. Pengujian Hipotesis Secara Tidak Langsung

Berikut pengaruh tidak langsung sebagai berikut :

**Tabel 5. Specific Indirect Effect**

| Hipotesis                                             | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standart Deviation (STDEV) | T Statistics (O/STDEV) | P Values |
|-------------------------------------------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|----------|
| Kualitas Pelayanan >Kepuasan Pasien->Loyalitas Pasien | 0,056               | 0,056           | 0,026                      | 2,11                   | 0,035    |
| Citra Merek ->Kepuasan Pasien->Loyalitas Pasien       | 0,354               | 0,348           | 0,061                      | 5,75                   | 0,000    |

*Sumber: Smart-PLS*

### c. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalias Pasien

Pada hasil pengujian hipotesis pertama (H1), ditemukan hasil analisis mendukung hipotesis yaitu terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan 0,040 terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kualitas pelayanan akan mempengaruhi loyalitas pasien di Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar secara signifikan. Hal ini berarti bahwa hipotesis pertama terbukti diterima. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkatkan loyalitas pasien di Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reza (2016) menunjukkan bahwa kualitas layanan ditemukan memiliki hubungan langsung dan signifikan dengan loyalitas pelanggan. Senada dengan Pradeep, et.al (2020) mengungkapkan bahwa penilai loyalitas pasien ditinjau dari kualitas pelayanan terhadap suatu produk/jasa. Selain itu terjadinya pasien yang seringkali tidak loyal disebabkan kualitas pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari apa yang

diharapkan pasien. Tujuan memberikan kualitas pelayanan yang tinggi agar pasien yang loyal kepada Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar yang berdampak memperoleh laba yang maksimal. Senada dengan Yu, et.al (2014) menyatakan bahwa pelayanan yang berkualitas tinggi berperan penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Novandy dan Ni Made (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

#### **d. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pasien**

Pada hasil pengujian hipotesis kedua (H2), ditemukan hasil analisis mendukung hipotesis yaitu terdapat pengaruh positif citra merek 0,000 terhadap loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai citra merek akan mempengaruhi loyalitas pasien di Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar secara signifikan. Hal ini berarti bahwa hipotesis kedua terbukti diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utami, Ahmad, dan Hilmy, (2020) menunjukkan bahwa citra rumah sakit berpengaruh terhadap loyalitas pasien bernilai positif yang menunjukkan semakin baik pelayanan yang diberikan maka cenderung dapat meningkatkan loyalitas pasien.

Berdasarkan kajian teori, yang dikemukakan oleh Pasaribu (2015) Citra merek rumah sakit memiliki fungsi strategis. Melalui kegiatan strategi pemasaran, citra merek suatu rumah sakit dapat digunakan untuk membantu meningkatkan posisi persaingannya. Dengan demikian, citra merek rumah sakit yang baik membantu memperkuat keinginan pasien dalam memilih rumah sakit dan meningkatkan loyalitas pasien. Senada dengan penelitian Kyaw Thein (2019), mengungkapkan bahwa terjadi loyalitas pelanggan ditandai dengan pelanggan melakukan pembelian secara terus menerus diperusahaan jasa yang sama. Pasien dikatakan sangat loyal apabila tidak berpindah ke pelayanan rumah sakit lainnya dari waktu ke waktu.

#### **e. Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien**

Dalam penelitian ini kepuasan pasien sebagai variabel intervening atau variabel mediasi jika variabel tersebut ikut mempengaruhi antara variabel eksogen dan variabel endogen.

Pada hasil pengujian hipotesis kelima (H5), ditemukan hasil analisis mendukung hipotesis yaitu terdapat pengaruh positif kepuasan pasien 0,000 terhadap loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kepuasan pasien akan mempengaruhi loyalitas pasien di Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar secara signifikan. Hal ini berarti bahwa hipotesis kelima terbukti diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utami, Ahmad, dan Hilmy, (2020) kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien bernilai positif yang menunjukkan semakin baik pelayanan yang diberikan maka cenderung dapat meningkatkan loyalitas pasien.

Loyal secara harfiah dapat diartikan sebagai kesetiaan, yang berarti kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) didefinisikan dengan dua cara yang berbeda, yaitu : pertama, loyalitas didefinisikan sebagai sikap (*attitude*), yaitu perasaan yang mengakibatkan keterikatan individu terhadap produk, layanan, atau organisasi. Kedua,

loyalitas didefinisikan sebagai (*behavioural*), yaitu perilaku yang memperlihatkan pembelian barang pada pemasok tertentu secara terus menerus, dalam jumlah yang semakin banyak, dan perilaku merekomendasikan barang tersebut kepada orang lain (Pasaribu, 2015).

Kepuasan pasien meningkatkan loyalitas pasien, ini menjadi hal yang utama yang dapat diambil dari hasil hasil penelitian. Dengan merasa puas akan pelayanan di rumah sakit Umum Bahagia Makassar, pasien yang merasakan pengalaman pelayanan yang memuaskan, akan menjadi pasien yang loyal, yang akan selalu memilih Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar bila mereka memerlukan pelayanan kesehatan yang tidak akan beralih ke rumah sakit yang lain, yang akan menceritakan hal yang baik tentang Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar, dan akan merekomendasikan Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar kepada semua orang yang meminta saran mengenai rumah sakit yang bisa diandalkan.

#### **f. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Oleh Kepuasan Pasien**

Pada hasil pengujian hipotesis ketiga (H3), ditemukan hasil analisis mendukung hipotesis yaitu terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan dimediasi oleh kepuasan pasien 0,035 terhadap loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kualitas pelayanan dimediasi kepuasan pasien akan mempengaruhi loyalitas pasien di Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar secara signifikan. Hal ini berarti bahwa hipotesis ketiga terbukti diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Trismiati (2017) terbukti bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien. Senada dengan penelitian yang dilakukann oleh Hidajahningtyas, Sularso, dan Suroso (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pasien berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pasien. Ini berarti semakin tinggi kualitas layanan maka akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien.

Pengembangan kinerja rumah sakit sebaiknya lebih memperhatikan hubungan pengaruh langsung kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien (Kurniawan, Winoto Tj and Fushen, 2022).

Muninjaya (2015) mendefinisikan kualitas adalah karakteristik dan fitur dari produk dan jasa secara keseluruhan yang menghasilkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan tersurat maupun tersirat.

#### **g. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Dimediasi Oleh Kepuasan Pasien**

Pada hasil pengujian hipotesis keempat (H4), ditemukan hasil analisis mendukung hipotesis yaitu terdapat pengaruh positif citra merek yang dimediasi kepuasan pasien 0,000 terhadap loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai citra merek akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien di Rumah Sakit Umum Bahagia Makassar secara signifikan. Hal ini berarti bahwa hipotesis keempat terbukti diterima.

Dalam literatur tentang citra merek, ada asumsi bahwa citra merek yang baik memiliki dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Menurut Pasaribu (2015) mengatakan bahwa citra merek berkorelasi dengan

kepuasan dan loyalitas pasien. Suatu rumah sakit merupakan gabungan dari kepercayaan, gagasan, dan kesan yang pasien miliki untuk menuju ke suatu rumah sakit. Citra merek sebuah rumah sakit tidak bersifat mutlak, itu berhubungan dengan citra merek dari rumah sakit pesaing. Para pasien kerap membentuk suatu *brand image* sebuah rumah sakit dari pemeriksaan kesehatan dan pengalaman pengobatan mereka sendiri. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidajahningtyas, Sularso, dan Suroso (2013) yang menyatakan bahwa Citra merek dan kepuasan pasien berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pasien. Ini berarti semakin baik citra merek Rumah Sakit Umum Bahagia maka akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan data yang telah diperoleh dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan yakni, Secara langsung kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pasien. Kesimpulan yang bisa diambil dari hipotesis pertama adalah terbukti secara statistik bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan sudah mampu meningkatkan loyalitas pasien.

Secara langsung citra merek dimediasi oleh kepuasan pasien memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pasien. Kesimpulan yang bisa diambil dari hipotesis kedua adalah terbukti secara statistik bahwa citra merek memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien. Oleh sebab itu, citra merek sudah mampu meningkatkan loyalitas pasien.

Secara tidak langsung kualitas pelayanan dimediasi oleh kepuasan pasien memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pasien. Kesimpulan yang bisa diambil dari hipotesis yang ketiga adalah terbukti secara statistik bahwa kualitas pelayanan dimediasi kepuasan pasien sudah mampu meningkatkan loyalitas pasien.

Secara tidak langsung citra merek dimediasi kepuasan pasien memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pasien. Kesimpulan yang bisa diambil dari hipotesis keempat adalah terbukti secara statistik bahwa citra merek yang dimediasi kepuasan pasien memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien. Oleh sebab itu, citra merek sudah mampu meningkatkan kepuasan pasien dan loyalitas pasien.

Secara langsung kepuasan pasien memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pasien. Kesimpulan yang bisa diambil dari hipotesis kelima adalah terbukti secara statistik bahwa kepuasan pasien memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien. Oleh sebab itu, kepuasan pasien sudah mampu meningkatkan loyalitas pasien.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Aryana dan Winoto Tj, (2017). Pengaruh Budaya Organisasi, Etika Kerja, Dan Loyalitas Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Karyawan Pendukung Non Akademik Universitas XYZ). Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol.17 No.2.

- Badan Pusat Statistik. (2021). *From* Badan Pusat Statistik : Diakses pada tanggal 6 Juni 2022 dari
- Engka, Mark, G.T. (2021). Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien di Siloam Hospital Balikpapan.
- Fattah, Atika. (2016). *Hubungan Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Loyalitas Pasien Di Rawat Inap Rumah Sakit Ibu Dan Anak Sitti Khadijah I Makassar.*
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It, New and Revised Edition*, Weekly publisher
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2013). *Multivariate data analysis: A global perspective (7th ed.)*. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey. Hennig
- Hidajahningtyas, N., Sularso, A., Suroso, I. (2013). Pengaruh Citra Kualitas Layanan an Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi Kabupaten Jember. *JEAM Vol.XII, No. 1, hal 39-53*
- Iskandar, I.S. and Wahyoedi, S. (no date) 'Pengaruh Service Quality Dan Price Perception Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan', 8, p. 8.
- Keller, K.L. (2003). *Strategic Brand Management, Building Measurement and Managing Brand Equity*. Upper Sadle River. Pearson Education International
- Keller, K.L. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity 3rd Edition*. Upper Sadle River. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. & Clarke, R.N. (1997). *Marketing for Health Care Organizations*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks.
- Khodayi, Reza, (2016). *The Effect of service Quality on Customer Loyalty (Client Of Asia Insurance C, Miandoab, Iran)*. Miandoab, Iran.
- Kurniawan, Y., Tj, Hery Winoto., Fushen. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pasien Dimediasi oleh Kepuasan pelanggan (Studi Pada Pasien pengguna BPJS Kesehatan Di RSIA Bunda Sejahtera). *Jurnal Manaemen Dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia*. Vol.6, No.1, hal 74- 85
- Muninjaya, A.A. Gde. (2015). *Manajemen Mutu pelayanan kesehatan, Penerbit Buku Kedokteran EGC*. Jakarta
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L. (1988). SERVQUAL : .a multi-item scale for measuring consumer perception of service quality.*Journal of Retailing* Vol. 64 No. 1, pp 12-40
- Pasaribu, Rini B. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Rumah Sakit Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pasien.
- Pouragha, B., & Zarei, E. (2016). The Effect of Outpatient Service Quality on Patient Satisfaction in Teaching Hospitals in Iran. *Materia SocioMedica*, 28(1), 21–25.

- Sriani, I ., Tamsah, H., Betan, A. (2019). Pengaruh Citra dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien JKN Di Puskesmas Caile Kabupaten Bulukumba.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Danandjadja, James. (1984). Folklor Indonesia
- Sumiati, C (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Mayapada Tangerang Tahun 2016.
- Supriyadi, Yuntawati F, Ginanjar Indra K.N, (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1, Januari 2016, 135-144
- Tjiptono, F. (2012). Management & Strategi Merek. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Utami, DT., Ahmad H., Hilmy, M. (2020). Faktor Penenu Loyalitas Pasien di Rumah sakit. Journal Of Hospital Management Vol.3, No.2, hal 344-355.
- Utari, U. (no date) ‘Hubungan Pengalaman Pasien Dengan Loyalitas Pasien Di Rumah Sakit Umum Daerah Haji Makassar’, p. 175.
- Wangi, R. J. M. (2017) „Engaruh Kualitas Pelayanan Di Bagian Pendaftaran Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Paru Dungus Madiun Tahun 2017“, Stikes Bhakti Mulia Madiun.
- Widadi. (2015). *Hubungan Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Syariah Padang.*
- Wijaya, J.T., Saptaningsih, A.B. and Syah, T.Y.R. (2021) ‘Kepercayaan Dimediasi Kepuasan Pasien terhadap Citra Rumah Sakit’, *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 9(1), pp. 59–71.
- Wu. C. C., (2011). The Impact of hospital brand image on service quality, patient Satisfaction and loyalty. *Journal Feng Chia University, Taiwan*
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. (2000). *Service Marketing, Integrating Customer Focus Across the Firm*, USA: The McGraw-Hill Companies, Inc