

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN RAWAT INAP PADA
RSUD ASEMBAGUS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

Amelia Tri Amanda Kurniawan
liatriamanda@gmail.com
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Mohammad Yahya Arief
YahyaArief@unars.ac.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Randika Fandiyanto
randika@unars.ac.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

ABSTRACT

This research aims to determine the role of satisfaction in mediating service quality, facilities, and company image in the loyalty of inpatients at Asembagus Regional Hospital. The population in this study were all inpatients at Asembagus Regional Hospital. The sampling technique used in this research is the probability sampling method, which uses a random sampling technique. Data analysis and hypothesis testing in this research used the Partial Least Square - Structural Equation Model (PLS-SEM).

The research results show that service quality has a positive and significant effect on satisfaction, facilities have a positive but not significant effect on satisfaction, company image has a positive and significant effect on satisfaction, company image has a significant effect on satisfaction, company image has a positive but not significant effect on patient loyalty, facilities has a positive and significant effect on patient loyalty, service quality has a positive and significant effect on patient loyalty, satisfaction has a positive and significant effect on patient loyalty, service quality has a positive but not significant effect on patient loyalty through satisfaction, facilities have a positive but not significant effect on patient loyalty through satisfaction, company image have a positive and significant effect on patient loyalty through satisfaction.

Keywords: *company image, facilities, patient loyalty, satisfaction, service quality*

I. PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini pertumbuhan dan perkembangan perekonomian global dewasa ini berpengaruh pada persaingan perusahaan jasa yang semakin kompetitif. Untuk memenangkan dan bertahan dalam persaingan ini perusahaan jasa harus mengembangkan strategi yang tepat, yaitu dengan berusaha memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan, memberi pelayanan terbaik dan menyediakan fasilitas sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Sehingga tujuan perusahaan dalam memperoleh laba bisa maksimal, serta dapat meraih loyalitas konsumen dan menciptakan

hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), rumah sakit merupakan bagian dari konsolidasi sebuah organisasi kesehatan sosial dengan misi untuk melayani masyarakat, mengobati dan mencegah penyakit. Kegiatan manajemen operasional rumah sakit erat kaitannya dengan pengelolaan kegiatan pemasaran. Hal ini bertujuan memberikan rasa puas kepada pasien.

RSUD Asembagus merupakan salah satu instansi kesehatan yang berada di Kecamatan Asembagus, Kabupaten Situbondo. Rumah Sakit ini berlokasi di Jalan Raya Banyuwangi, Krajan,

Wringinanom, Kecamatan Asembagus, Kabupaten Situbondo. Rumah sakit mudah dijangkau dan mudah ditemukan karena letaknya dipinggir jalan raya. Rumah sakit ini menyediakan beberapa poli spesialis seperti poli mata, poli kandungan, poli ortopedi, poli umum, poli penyakit dalam, poli syaraf, poli bedah, poli gigi dan poli anak. rumah sakit ini juga menyediakan banyak kamar bagi pasien rawat inap yang di klasifikasikan berdasarkan standar yang di inginkan pasien. RSUD Asembagus juga menyediakan fasilitas berupa instalasi gawat darurat, *high care unit*, nifas, *perinatology*, rawat inap, rawat jalan, penunjang medis dan ambulace. Adanya rumah sakit ini dapat menjadi Solusi kepada masyarakat yang membutuhkan layanan kesehatan baik itu rawat jalan maupun harus rawat inap. karena rumah sakit ini telah menyediakan dokter spesialis juga berbagai jenis kamar sesuai standar dan keinginan pasien.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Suparyanto (2015:1) menyatakan “Manajemen pemasaran merupakan konsumen gerakan guna bertujuan membedah, mengorganisir, melaksanakan dan mengendalikan berbagai proyek atau program yang disiapkan untuk mengatur, meningkatkan dan mempertahankan manfaat yang timbul dari pertukaran atau perdagangan melalui pasar sasaran untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi atau bisnis”. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen pemasaran yaitu merupakan suatu

perencanaan, pengendalian dan pengarahan suatu produk maupun jasa yang ditawarkan dengan mulai memperhatikan nilai, harga, distribusi serta promosinya guna menggapai impian dari sebuah organisasi/perusahaan.

Kualitas pelayanan

Menurut Kotler dalam Muhtosim (2010:117) mendefinisikan “Kualitas merupakan spesifikasi khusus yang diterima secara umum akan produk/jasa yang mempengaruhi kemampuan dalam memberikan rasa puas akan suatu keperluan dan keinginan dari konsumen sebagaimana dinyatakan danantisipasi”. Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa baik buruknya suatu pelayanan ini sangat bergantung dari mampunya perusahaan untuk memuaskan dan menyanggupi tuntutan ekspektasi dari para pelanggannya. Indikator Kualitas pelayanan Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:182):

- 1) Berwujud (*tangibles*)
- 2) Keandalan (*reliability*)
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*)
- 4) Jaminan dan kepastian (*assurance*)
- 5) Empati (*emphaty*)

Fasilitas

Menurut Tjiptono (2004:19) “Fasilitas merupakan sebuah sarana dan prasarana yang terbukti secara fisik dan selalu ada saat memberikan pelayanan dapat diberikan secara langsung pada konsumen”. Pada intinya Fasilitas merupakan sesuatu yang diberikan pada konsumen yang bertujuan untuk mempermudah dan memperlancar penggunaan sarana dan prasarana yang telah disediakan.

Menurut Tjiptono (2011:184) indikator Fasilitas ada 4 yaitu:

- 1) Pertimbangan/perencanaan spasial aspek
- 2) Perencanaan ruangan
- 3) Perlengkapan dan Perabot
- 4) Unsur pendukung lainnya

Citra perusahaan

Dalam bukunya *Marketing Corporate Image*, Gregory (2011:63) menyatakan, “Citra perusahaan adalah gabungan seluruh unsur verbal dan visual suatu perusahaan, baik disengaja, tidak disengaja, atau dipengaruhi secara eksternal lainnya terhadap pengamat”. Citra perusahaan sangat penting bagi kelangsungan perusahaan tersebut. Karena Citra perusahaan merupakan gambaran mental dari objek perusahaan yang dibentuk oleh berbagai sumber informasi yang dapat dipercaya. Menurut Rangkuti (2009:44) berikut merupakan indikator Citra perusahaan:

- 1) Pengenalan
- 2) Reputasi
- 3) Daya Tarik
- 4) Kesetiaan

Kepuasan

Menurut Tjiptono (2012:301) “Kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi dan keadaan dimana seorang pembeli mengatasi pada saat mereka merasa bahwasanya keinginan serta kebutuhan mereka terpenuhi, harapan mereka terpenuhi, dan terpenuhi secara memadai.” terdapat tiga indikator pengukur kepuasan konsumen (Tjiptono 2014:101) yang dijelaskan sebagaimana berikut:

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat kunjungan kembali

- 3) Kesiediaan merekomendasikan

Loyalitas pasien

Menurut Reichheld (Kartajaya, 2007:34) mengatakan bahwa “Konsumen yang setia ialah konsumen yang cukup sering dan cukup lama mendedikasikan hidupnya untuk tetap berbelanja produk/jasa dalam jumlah yang banyak kepada penyedia atau perusahaan tertentu”. Loyalitas merupakan hal yang paling ingin dicapai setiap usaha, sebab dengan mencapai suatu loyalitas konsumen para pelaku usaha akan memiliki pelanggan tetap yang cenderung akan merekomendasikan produk atau jasa yang mereka gunakan pada orang lain yang dapat mendatangkan pelanggan baru sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Hurriyati (2008:128) mengatakan bahwa Indikator Loyalitas konsumen yaitu:

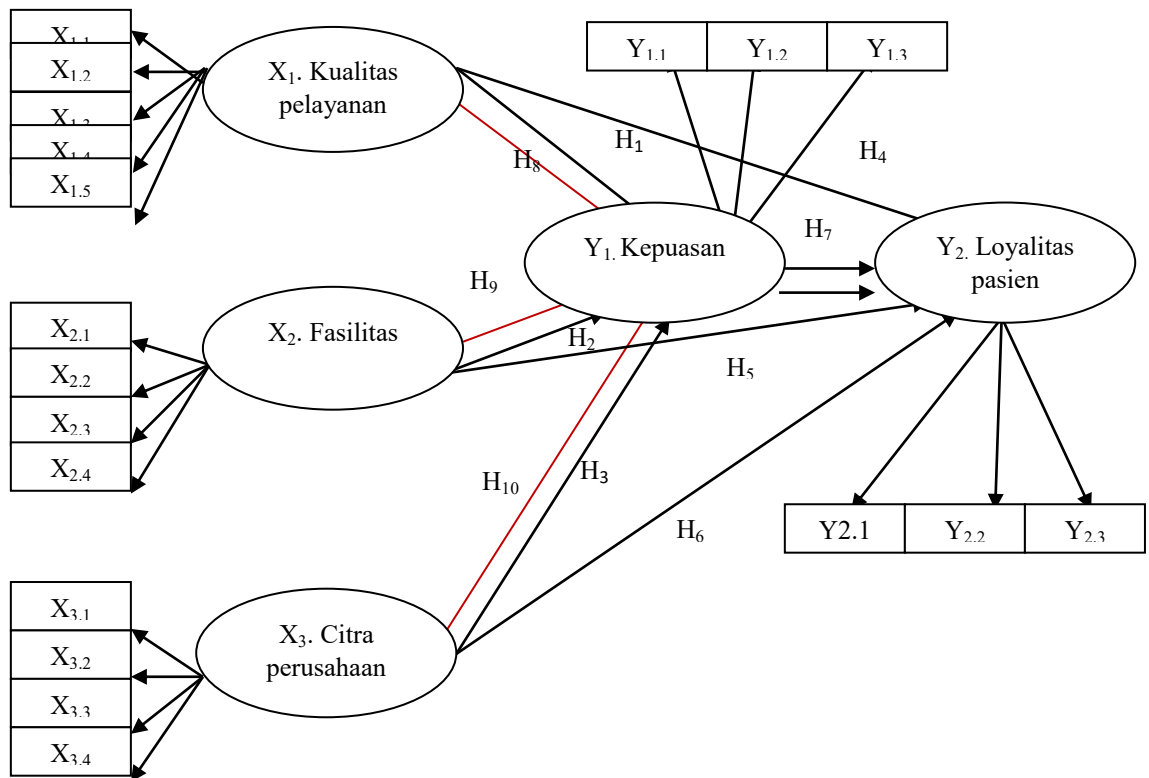
- 1) Melakukan pembelian ulang
- 2) Merekomendasikan produk atau layanan jasa
- 3) Menunjukkan integrasi dan daya tarik produk/jasa serupa milik pesaing.

Kerangka Konseptual

Dilihat dari tinjauan pustaka, peneliti menguji “Pengaruh Kualitas pelayanan, Fasilitas dan Citra perusahaan terhadap Loyalitas pasien rawat inap di RSUD Asembagus dengan Kepuasan sebagai variabel intervening”. Melalui judul yang akan dikembangkan oleh peneliti dapat diketahui bahwa variabel bebas yang digunakan adalah Kualitas pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2) dan Citra perusahaan (X_3), variabel terikat Loyalitas pasien (Y_2) dan

variabel intervening (Y_1). Berikut merupakan gambar kerangka

pemikiran penelitian ini bisa diproyeksikan pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

- H₁ : Variabel Kualitas pelayanan kemungkinan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan.
- H₂ : Variabel Fasilitas kemungkinan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan.
- H₃ : Variabel Citra perusahaan kemungkinan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan.
- H₄ : Variabel Kualitas pelayanan kemungkinan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien
- H₅ : Variabel Fasilitas kemungkinan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien
- H₆ : Variabel Citra perusahaan kemungkinan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien
- H₇ : Variabel Kepuasan kemungkinan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien
- H₈ : Variabel Kualitas pelayanan kemungkinan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien melalui Kepuasan.
- H₉ : Variabel Fasilitas kemungkinan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan.
- H₁₀ : Variabel Citra perusahaan kemungkinan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien

Loyalitas pasien melalui Kepuasan.

III METODE PENELITIAN

“Metode penelitian adalah suatu strategi logis untuk memperoleh informasi valid yang bertujuan untuk menemukan, menampilkan dan menciptakan informasi untuk memahami, memecahkan dan mengidentifikasi masalah” Sugiyono (2015:2). Kegiatan pertama yaitu menentukan dimana tempat atau lokasi penelitian yaitu RSUD Asembagus, untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk dijadikan dasar dalam suatu penelitian. Kegiatan selanjutnya yaitu peneliti melakukan wawancara pada pasien rawat inap di RSUD Asembagus untuk menggali data-data yang akurat dan pencarian daftar pustaka yang berkaitan dengan penelitian, kemudian melakukan penyebaran kuisioner kepada para pasien rawat inap sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan peneliti. Kegiatan ini diperkuat dengan adanya dokumentasi setiap kegiatannya. Data atau informasi yang diperoleh dibedah dan diolah memakai aplikasi *smart pls* 3.0. analisis uji GOF, analisis persamaan struktural, koefisien determinasi serta uji hipotesis penelitian, kemudian dicari kesimpulannya dengan baik teknik analisis yang digunakan oleh peneliti adalah kuantitatif.

Tempat dan Waktu Penelitian

Objek pada penelitian ini bertempat disalah satu Rumah Sakit yang ada dikabupaten Situbondo yaitu RSUD Asembagus. Rumah sakit ini berlokasi di Jalan Raya Banyuwangi, Krajan, Wringinanom,

Kecamatan Asembagus, Kabupaten Situbondo. Waktu penelitian dilakukan selama 3 bulan dimulai dari bulan April-Juni 2024.

Populasi dan Sampel

“Populasi merupakan suatu kumpulan umum yang meliputi: subjek/objek dengan jumlah dan ciri fisik serupa yang biasa digunakan untuk mengidentifikasi dan menarik kesimpulan” (Sugiyono 2019:61). dan “Sampel ialah sebagian kecil dari banyaknya karakteristik populasi dengan uraian ciri serupa” (sugiyono 2019:62). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat inap pada RSUD Asembagus dengan sampel sebanyak 98 pasien.

Metode dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan SEM untuk pengujian data dan hipotesis. Hubungan yang valid, indikator yang dapat mewakili dan mendasari variabel laten yaitu validitas konvergen, yang dapat ditunjukkan dengan unidimensi yang dinyakan menggunakan rata-rata yang di ekstraksi atau AVE pada penelitian ini menggunakan program *Smart PLS* 3.0 untuk mengukur nilai AVE dan *outer loading*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Peneliti memilih responden pada penelitian ini berdasarkan kriteria yaitu pasien rawat inap pada RSUD Asembagus yang berjumlah 98 pasien.

Uji Validitas Konvergen

Ghozali berpendapat bahwa (2008:135) “Validitas konvergen merupakan suatu metode pengukuran

validitas indikator-indikator refleksi sebagai ukuran variabel yang terlihat pada muatan eksternal setiap indikator variabel. Jika hasil outer loading lebih besar dari 0,7 maka indikator tersebut dianggap baik”.

Pada penelitian ini validitas konvergen menggunakan AVE dan nilai *Outer loading* untuk mengukur nilai validitas konvergen. Aplikasi yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini adalah program smart PLS versi 3.0. dengan standar ketetapan nilai AVE harus diatas 0,5 dengan hasil *outer loading* paling kecil yaitu 0,7. Berdasarkan hasil penelitian ini uji validitas konvergen dikatakan valid dengan nilai diatas 0,7.

Uji Reliabilitas

“Reliabilitas adalah informasi yang menunjukkan ketepatan suatu pengukuran, keselarasan dan keakuratan” (Abdillah dan Hartono 2015;196). “Dalam penelitian ini uji reliabilitas dianalisis mengguankan aplikasi *smart PLS 3.0* dengan dua teknik pengujian data yaitu *Cronbach alpha* dan *Composite reability*” Menurut Solihin dan Ratmono (2013:92) “Instrumen penelitian akan dikatakan *reliable* jika hasil *Cronbach alpha* melebihi 0,70”. Berdasarkan hasil penelitian ini data yang didapat dikatakan valid karena nilai yang diperoleh melebihi 0,70.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2012:105) “Pengujian multikolinieritas memiliki tujuan untuk mengkaji model regresi guna menelusuri korelasi diantara variabel independen“. Dengan cara mengecek

nilai *collinearity statistics* terhadap nilai VIF internal hasil analisa program *Smart PLS* versi 3.0 maka uji multikolinieritas dapat terlihat apa bila nilai $VIF \leq 0,5$ Apabila tidak sesuai dengan asumsi klasik mulikolinieritas maka variabel independent memiliki pengaruh satu sama lain dengan $VIF > 0,5$. Berdasarkan penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa penelitian ini tidak menyimpang dari asumsi klasik multikolinieritas, terbukti nilai $VIF \leq 0,5$.

Uji Normalitas

“Tujuan dari uji ini adalah guna mencari tahu bahwa variabel tertentu memiliki periode yang normal ataupun tidak normal” (Ghozali 2012:160). Aplikasi analisis yang digunakan pada untuk pengembangan penelitian ini menggunakan aplikasi *smart PLS* versi 3.0. Uji nilai *Excess* atau *Swekness* antara -2,58 dan 2,58. Hasil penelitian ini dapat digambarkan sebagai data yang berdistribusi normal dengan nilai kelebihan atau kelemahan berkisar antara -2,58 hingga 2,58

Uji *goodness of fit* (GOF)

GOF merupakan sistem yang bertujuan untuk mengukur kualifikasi suatu model supaya dapat diketahui apakah dalam sampel telah terdistribusi data-data penting yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Aplikasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan *Smart PLS 3.0* mengharapakan tiga model yang cocok: $SRMR \leq 0,90$, *chi-square* menjadi kecil dan $NFI > 0,5$ atau mendekati 1. Model penelitian ini dapat dikatakan lebih realistis karena

model struktural dibangun berdasarkan penelitian lapangan. Oleh karena itu, mungkin dapat diterima dari sudut pandang penelitian ilmiah. Nilai *cutoff* model *chi-square* diperkirakan kecil yaitu sebesar 466.864, sehingga *fit* model *chi-square* dianggap baik. Karena nilai NFI $0,723 > 0,5$ (mendekati 1), maka *fit* model NFI tergolong baik.

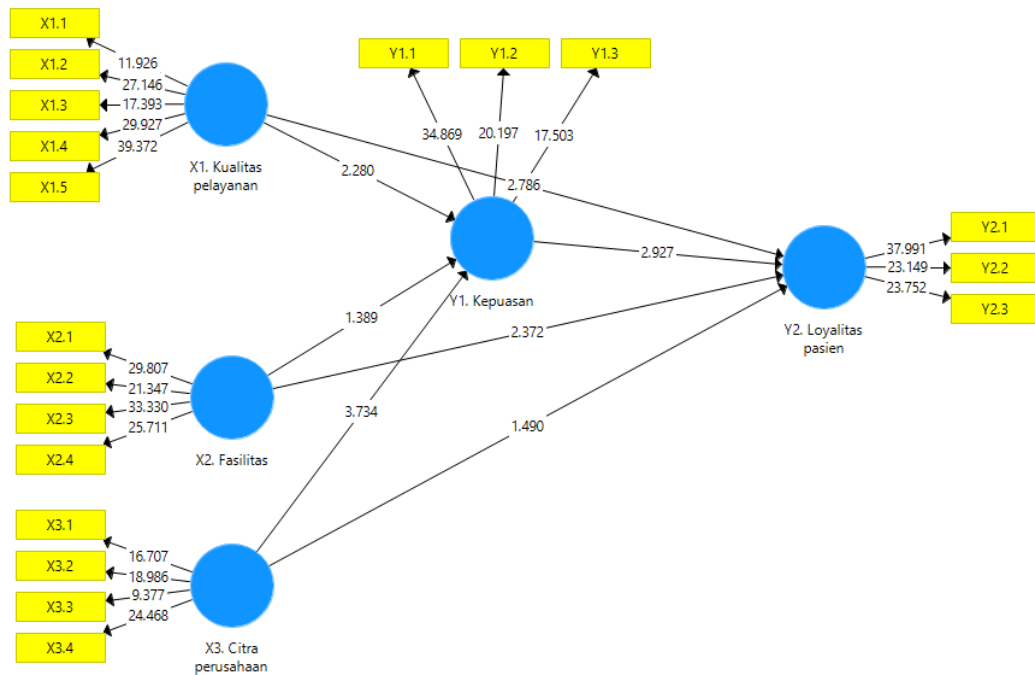
Uji koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) Ghazali (2018:97) berpendapat “Koefisien determinasi (R^2) ialah metode yang kerap digunakan dalam mengetahui mempunyai koefisien determinasi ditentukan untuk menguji pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*”. Untuk mengetahui besar pengaruh R square dalam mempengaruhi variabel *dependent* maka digunakan uji koefisien determinasi pada penelitian ini. Dengan asumsi jika nilai R square berubah, maka besar dampak yang dimiliki variabel *independent* terhadap variabel *dependent* dapat diketahui.

- a. Variabel Kualitas pelayanan (X_1) Fasilitas (X_2) dan Citra perusahaan (X_3) berpengaruh pada Kepuasan (Y_1) sebanyak 0,62 (62%), sedangkan sisanya 38% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini sehingga nilai R Square *Adjusted* mempunyai pengaruh yang kuat.
- b. Variabel Kualitas pelayanan (X_1) Fasilitas (X_2) Citra perusahaan (X_3) dan Kepuasan (Y_1) berpengaruh pada Loyalitas pasien (Y_2) sebanyak 0,79 (79%), sedangkan sisanya 21% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini sehingga nilai R Square *Adjusted* mempunyai pengaruh yang kuat.

Analisis Persamaan Struktural (inner model)

Hasil analisis penelitian menggunakan *Smart PLS 3.0*. persamaan struktural dapat diatur sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Modal Struktural dengan Aplikasi *Smart PLS*

Pembahasan Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan

Hasil uji hipotesis pertama menyatakan bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap Kepuasan yaitu dengan hasil *original sampel* yaitu positif (0,217), nilai *T-Statistic* 2,280 (> 1,964) dan *P value* yaitu sebesar **0,023** (<0,05). Berdasarkan pengujian tersebut dapat dikatakan bahwa H_1 diterima. Oleh karena itu, ketika kualitas layanan meningkat, kepuasan meningkat, dan sebaliknya, ketika kualitas layanan menurun, kepuasan menurun. Kualitas pelayanan di RSUD Asembagus diharapkan dapat memuaskan seluruh pasien yang mengunjunginya. Pasien cenderung merasa puas bila pelayanan yang diberikan melebihi harapannya. Kualitas pelayanan berdampak besar terhadap penyembuhan pasien, dalam arti Kualitas pelayanan yang baik dapat memaksimalkan pengobatan

yang dialami pasien. Hasil penelitian ini menegaskan dan mengkonfirmasi temuan penelitian sebelumnya oleh Prasetiyo *et.al* (2022) dan Irfan (2023).

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan

Hasil uji hipotesis kedua berdasarkan pada hasil *original sampel* yaitu positif (0,166), nilai *T-Statistic* 1,389 (> 1,964) dan *P value* yaitu sebesar **0,166** (>0,05). Berdasarkan pengujian maka dapat dikatakan H_2 ditolak. sehingga jika Fasilitas meningkat maka Kepuasan tidak meningkat secara signifikan. Hal menunjukkan korelasi Fasilitas tidak berpengaruh signifikan untuk meningkatkan Kepuasan, artinya Fasilitas yang disediakan RSUD Asembagus tidak berdampak signifikan dalam meningkatkan Kepuasan. Hal ini dapat terjadi karena pasien RSUD Asembagus memandang Fasilitas disana biasa

saja, karena Fasilitas yang disediakan oleh pemerintah memang sederhana dan biasa saja sehingga pasien maupun pengunjung terbiasa dengan Fasilitas tersebut. Sehingga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan. Fasilitas Hasil penelitian ini tidak menegaskan dan mengkonfirmasi temuan penelitian sebelumnya oleh Suhardi *et.al* (2022).

Pengaruh Citra perusahaan terhadap Kepuasan

Hasil uji hipotesis ketiga berdasarkan pada hasil *original sampel* yaitu positif (0,485), nilai *T-Statistic* 3,734 ($> 1,964$) dan *P value* yaitu sebesar **0,000** ($< 0,05$). Berdasarkan pengujian maka H_3 diterima, sehingga jika Citra perusahaan baik maka Tingkat Kepuasan akan semakin tinggi, begitupun sebaliknya apabila Citra perusahaan buruk maka Tingkat Kepuasan menurun. Citra perusahaan diharapkan dapat memuaskan seluruh pengunjung pada RSUD Asembagus dan juga diharapkan dapat memberi kesan yang baik bagi para pasien yang berkunjung, karena kesan yang pertama mereka dapatkan cenderung akan selalu mereka ingat sehingga kesan pertama dapat menjadi penentu dari baik atau buruknya suatu perusahaan dimata pengunjungnya. Hal ini dapat diwujudkan melalui interaksi Pasien atau pengunjung dengan petugas RSUD Asembagus, apabila interaksi yang dilakukan baik maka Citra baik juga akan terbentuk saat itu juga. Hasil penelitian ini menegaskan dan mengkonfirmasi penelitian sebelumnya oleh Zusmawati *et.al* (2023).

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pasien

Hasil uji hipotesis keempat berdasarkan pada hasil *original sampel* yaitu positif (0,279), nilai *T-Statistic* 2,786 ($> 1,964$) dan *P value* yaitu sebesar **0,006** ($< 0,05$). Berdasarkan pengujian tersebut maka H_4 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa Ketika Kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas pasien juga meningkat sebaliknya apabila Kualitas pelayanan menurun maka Loyalitas pasien menurun. Kualitas pelayanan yang diberikaan RSUD Asembagus diharapkan dapat meningkatkan Loyalitas pasien terhadap RSUD Asembagus. Hal ini dapat diwujudkan apabila pelayanan yang diterima oleh pasien sesuai atau melebihi harapkan mereka, karena pelayanan adalah bentuk interaksi langsung antara pasien dengan petugas RSUD Asembagus maka, petugas RSUD Asembagus dituntut memberikan pelayanan terbaiknya terhadap setiap pasien yang berkunjung sehingga dapat membentuk dan menciptakan pasien yang Loyal terhadap RSUD Asembagus. Hasil penelitian ini menegaskan dan mengkonfirmasi penelitian sebelumnya oleh Suhartono *et.al* (2021)

Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas pasien

Hasil uji hipotesis kelima dengan berdasarkan hasil *original sampel* yaitu positif (0,216), nilai *T-Statistic* 2,372 ($> 1,964$) dan *P value* yaitu sebesar **0,018** ($< 0,05$). Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa H_5 diterima. Maka semakin baik suatu Fasilitas maka semakin meningkat pula

Loyalitas pasiennya, beituapun sebaliknya apabila Fasilitas buruk maka Loyalitas pasien akan menurun. Fasilitas diharapkan dapat meningkatkan Loyalitas pasien pada RSUD Asembagus. Pada penelitian ini terdapat lima faktor yang mempengaruhi Fasilitas yaitu nilai fungsional, desain fasilitas, estetika, kondisi pendukung, peralatan pendukung. Berbagai faktor tersebut memiliki tujuan utama untuk mempermudah pengunjung atau pasien pada RSUD Asembagus. Fasilitas yang disediakan tentunya harus sesuai dengan kebutuhan pasien agar pasien dapat merasakan kemudahan dengan adanya Fasilitas tersebut sehingga melalui Fasilitas dapat menciptakan pasien yang Loyal terhadap RSUD Asembagus dan menghindari pasien lari ke Rumah Sakit lain yang mereka anggap lebih baik. Hasil penelitian ini menegaskan dan mengkonfirmasi temuan penelitian sebelumnya oleh Winata *et.al* (2022).

Pengaruh Citra perusahaan terhadap Loyalitas pasien

Hasil uji hipotesis keenam dengan berdasarkan pada hasil *original sampel* yaitu positif (0,176), nilai *T-Statistic* 1,490 (> 1,964) dan *P value* yaitu sebesar **0,137** (>0,05). Berdasarkan pengujian dapat disimpulkan bahwa H_6 ditolak. sehingga jika Citra perusahaan baik Loyalitas pasien tidak meningkat secara signifikan. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa adanya korelasi Citra perusahaan tidak berdampak signifikan untuk meningkatkan Loyalitas pasien pada RSUD Asembagus. Berdasarkan hasil temuan ini maka terdapat banyak

faktor lain selain kesan pertama pada RSUD Asembagus. hal ini dapat terjadi karena RSUD Asembagus tidak terlalu memperhatikan masalah Citra perusahaannya. pihak RSUD dapat melakukan evaluasi terkait gambaran RSUD Asembagus dimata pasien atau pengunjung karena hal ini dapat berdampak pada terciptanya Loyalitas pasien terhadap RSUD Asembagus. Hasil temuan tidak menegaskan dan mengkonfirmasi hasil penelitian sebelumnya oleh Mardiana *et.al* (2020).

Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas pasien

Hasil uji hipotesis ketujuh dengan berdasarkan pada hasil *original sampel* yaitu positif (0,345), nilai *T-Statistic* 2,927 (> 1,964) dan *P value* yaitu sebesar **0,004** (<0,05). Berdasarkan pengujian tersebut maka H_7 diterima. Dengan kata lain Ketika Kepuasan meningkat maka Loyalitas pasien akan meningkat dan sebaliknya apabila Kepuasan menurun maka Loyalitas pasien menurun. Kepuasan dapat diukur melalui kecocokan antara harapan dan apa yang diterima, keinginan untuk berkunjung dan menggunakan jasa tersebut kembali, kesediaan dalam merekomendasikan pada orang lain, Tiga hal tersebut dapat menjadi penentu puas tidaknya pasien atau pengunjung pada RSUD Asembagus. Sebab jika RSUD Asembagus dapat memenuhi harapan pasien, pasien cenderung akan menggunakan jasa dari RSUD Asembagus apabila membutuhkan jasa medis dikemudian hari, pasien juga akan dengan sukarela merekomendasikan RSUD Asembagus sebagai penyedia

layanan jasa dibidang kesehatan terhadap orang-orang terdekat mereka. Hal ini dapat mendukung terciptanya Loyalitas pasien pada RSUD Asembagus. Temuan ini menegaskan dan mengkonfirmasi hasil penelitian sebelumnya oleh Kurniawan *et.al* (2022) dan Zulaeha (2023).

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pasien melalui Kepuasan

Hasil uji hipotesis kedelapan berdasarkan pada hasil *original sampel* yang positif (0,075), nilai *T-Statistic* yaitu 1,843 (<1,964) dengan nilai *P value* yaitu **0,066** (>0,05) Berdasarkan pengujian sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak. Jika ditinjau dari sisi pengaruh langsung Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan pada pengaruh tidak langsung Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan yang artinya Kualitas pelayanan tidak sepenuhnya menjadi faktor utama dalam meningkatkan Loyalitas pasien pada RSUD Asembagus. Dengan demikian dibutuhkan peningkatan Kualitas pelayanan pada RSUD Asembagus. Hal ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan Kualitas pelayanan guna menciptakan Loyalitas pasien melalui Kepuasan. Temuan ini tidak menegaskan temuan penelitian sebelumnya oleh Suhartono *et.al* (2021).

Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas melalui Kepuasan

Hasil uji hipotesis kesembilan berdasarkan pada hasil *original sampel* yang positif (0,057), nilai *T-Statistic* yaitu 1,156 (<1,964) dengan

nilai *P value* yaitu **0,248** (>0,05). Jika tinjau dari sisi pengaruh langsung Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien dan pada pengaruh tidak langsung Fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pasien yang artinya Fasilitas tidak sepenuhnya menjadi faktor utama dalam meningkatkan Loyalitas pasien pada RSUD Asembagus. Dengan demikian dibutuhkan peningkatan Fasilitas pada RSUD Asembagus dengan memperhatikan kebutuhan pasien, agar pasien benar-benar merasakan kemudahan dengan disediakannya Fasilitas tersebut. Temuan ini tidak menegaskan temuan penelitian sebelumnya oleh Winata *et.al* (2022).

Pengaruh Citra perusahaan terhadap Loyalitas pasien melalui Kepuasan

Hasil uji hipotesis kesepuluh berdasarkan pada hasil *original sampel* yang positif (0,67), nilai *T-Statistic* yaitu 2,157 (<1,964) dengan nilai *P value* yaitu **0,031** (>0,05). Jika tinjau dari sisi pengaruh langsung Citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien dan pada pengaruh tidak langsung Citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pasien yang artinya Citra perusahaan tidak sepenuhnya menjadi faktor utama dalam meningkatkan Loyalitas pasien pada RSUD Asembagus. Dengan demikian dibutuhkan evaluasi tentang Citra perusahaan pada RSUD Asembagus. hal ini dapat dilakukan dengan melakukan survei terhadap pasien RSUD Asembagus untuk mengetahui gambaran RSUD Asembagus

dikacamata pasien. Temuan ini tidak menegaskan temuan penelitian sebelumnya oleh Fauzana (2020).

V. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan hasil yang telah ditemukan di atas, dapat diambil kesimpulan yang didapat dari beberapa temuan penelitian diantaranya:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan pada Kepuasan (H_1 diterima).
2. Fasilitas memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan pada Kepuasan (H_2 ditolak).
3. Citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan pada Kepuasan (H_3 diterima).
4. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pasien (H_4 diterima).
5. Fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan pada Loyalitas pasien (H_5 diterima).
6. Citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan pada Loyalitas pasien (H_6 ditolak).
7. Kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan pada Loyalitas pasien (H_7 diterima).
8. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan pada Loyalitas pasien melalui Kepuasan (H_8 ditolak).
9. Fasilitas memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan pada Loyalitas pasien melalui Kepuasan (H_9 ditolak).
10. Citra perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan pada

Loyalitas pasien melalui Kepuasan (H_{10} diterima).

Saran

Berdasarkan pengembangan dari hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, ada beberapa saran yang berhasil dikumpulkan untuk diberikan dan dapat menjadi acuan untuk menimbang kembali ketika akan melakukan penelitian selanjutnya. Saran-saran tersebut ditulis sebagaimana berikut:

Bagi RSUD Asembagus

Bagi RSUD Asembagus yaitu lebih meningkatkan Fasilitas agar dapat memuaskan pasien serta meningkatkan Citra perusahaannya agar Loyalitas pasien dapat dicapai, guna menghindari pasien agar tidak berpindah menggunakan jasa dari rumah sakit lain serta profit yang didapat juga meningkat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi tentang hal-hal yang dapat menciptakan Loyalitas pasien dan cara mempertahankan Loyalitas tersebut untuk kelangsungan usaha dalam jangka panjang dan mempertahankan usaha agar tidak gagal dalam persaingan.

Bagi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Hasil penelitian ini bagi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo ini digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan kurikulum manajemen pemasaran yang kemudian akan memberikan informasi dan pengetahuan kepada civitas akademika tentang pentingnya memanfaatkan variabel Kualitas pelayanan, Fasilitas, Citra perusahaan, dan Kepuasan yang ada kemungkinan itu meningkatkan

Loyalitas pasien.

Bagi Peneliti Lainnya

Hasil penelitian ini bagi peneliti lain hendaknya dapat dijadikan masukan dalam mengembangkan model penelitian baru terkait partisipasi pasien dan sesuai dengan kebutuhan ilmiah saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., Hartono. 2015. Partial Least Square (PLS). Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Fauzana, R & Madiawati, N, P. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Lion Air Di Kota Bandung Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Menara Ekonomi*. Volume 6 (1) : 58-66. <https://doi.org/10.31869/me.v6i3.1860>
- Ghozali, I. 2008. *Model Pemasaran Struktural Konsep & Aplikasi Dengan Program AMOS 16.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, Ratih. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Irfan, Z, M., Arief, M, Y & Soliha, S. 2023. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Tahu Tek Cak Sugeng Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Binsnis UNARS. Volume. 2 (10) : 2376-2395. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i10.3667>
- Kartajaya, Herman. (2006). *Boosting Loyalty Marketing Performance*. Bandung: Mizan.
- Kurniawan, R, & Muhammad, A, A. 2022. Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas layanan, Dan Nilai Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Seafood Di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. Vol 5 (2) : 1479 – 1489. [10.36778/jesy.v5i2.711](https://doi.org/10.36778/jesy.v5i2.711)
- Lupiyoadi, R dan A. hamdani. 2009. *Manajemen pemasaran jasa*. Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Mardiana, F & Rahmidani, R. 2020. Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Perusahaan Otobus Kurnia (PO. Kurnia) Rute Padang-Medan. *Jurnal Ecogen*. Volume 3 (2) : 232-24. <http://dx.doi.org/10.24036/jmp.e.v3i2.8805>
- Prasetyo, H, A, Sumarni Deni, R & Noor, I, N. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga Dan Kemampuan Berkomunikasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Jne Babat Lamongan. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. Vol 5 (1) : 463 – 472. [10.36778/jesy.v5i1.614](https://doi.org/10.36778/jesy.v5i1.614)
- Rangkuti, Freddy. 2019. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2019. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, Zulkarnain, Agustian, B, Arya, D & Adila, N, K. 2022. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Stei Ekonomi*. Vol 31 (2) : 31-41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Suhartono & Dwi, R. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Jasa Pelatihan UVI Consultant Yogyakarta). *Jurnal Manajemen*. Vol 11 (1) : 64-75. <https://doi.org/10.26460/jm.v11i1.2273>
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasara*. Bogor: IN MEDIA
- Tjiptono, F. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia.
- _____. 2011. *Servis Quality*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 2012. *Straregi Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF
- Winata, A & Budi, P. 2022. Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada London Beauty Center (LBC) Sidoarjo. *Jurnal Kajian Bisnis Ekonomi & Bisnis Islam*. Vol 3 (4) :810-822. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1106>
- Zulaeha, I., Arief, Y, M & Fandiyanto, R. 2023. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada Bank Bri Unit Panji Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS. Volume. 2 (12) : 2718-2742. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i12.4083>.
- Zusmawati., Magdalena, M., Fernos, J & Ramadhani, S, A. 2023 Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung. Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung. *Jurnal Economics and Digital Business Review*. Volume 4 (1) : 470 – 482. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i1.371>