

PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH SAKIT AMAL SEHAT WONOGIRI

THE INFLUENCE OF HOSPITAL BRAND IMAGE AND THE SERVICE QUALITY TO THE CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION IN AMAL SEHAT WONOGIRI HOSPITAL

Oleh: **Margita Enno Yunida**

Prodi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta

ennomargita@gmail.com

Dr. Tony Wijaya, MM.

Dosen Jurusan Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada RS Amal Sehat Wonogiri, 2) pengaruh citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada RS Amal Sehat Wonogiri. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pasien Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri. Sedangkan sampel penelitian ini adalah pasien rawat inap Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri sebanyak 165 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan metode *Purposive sampling*. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis Structural Equation Model dengan program AMOS. Hasil penelitian menemukan bahwa ada pengaruh signifikan antara: 1) citra rumah sakit terhadap kepuasan pelanggan pada RS Amal Sehat Wonogiri, 2) kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di rs amal sehat wonogiri, 3) variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di rs amal sehat wonogiri, 4) variabel citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan di RS. amal sehat wonogiri, 5) variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di rs amal sehat wonogiri dan 6) ada pengaruh positif signifikan citra rumah saki dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Citra Rumah Sakit, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Abstract

This study aimed to find out: 1) the influence between hospital brand image and service quality to the customer satisfaction and also the effect to the customer loyalty of Amal Sehat Wonogiri Hospital, 2) the influence between hospital brand image and the service quality to the customer loyalty through customer satisfaction in Amal Sehat Wonogiri Hospital. The population that is used in this research is the whole patient in Amal Sehat Wonogiri Hospital. Meanwhile, the samples of this research is patients of Amal Sehat Wonogiri Hospital with 165 respondent. The sample withdrawal technique uses purposive sampling method. The analysis model that is used in this research used descriptive and structural equation model analysis by AMOS program. Based on the results of this study concluded that there is a significant influence between 1) hospital brand image and customer satisfaction to Amal Sehat Wonogiri Hospital, 2) the service quality and customer satisfaction in Amal Sehat Wonogiri Hospital, 3) customer satisfaction variable and customer loyalty in Amal Sehat Wonogiri Hospital, 4) hospital brand image variable and customer loyalty in Amal Sehat Wonogiri Hospital, 5) service quality variable and customer loyalty in Amal Sehat Wonogiri Hospital, and 6) and there had significant positive influence between hospital brand image and service quality to the loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Hospital Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Rumah sakit menghadapi persaingan yang kompetitif karena kebijakan pasar terbuka di industri layanan medis (Kim et al., 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 dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas pasien

Rumah Sakit Amal Sehat (RSAS) Wonogiri merupakan rumah sakit yang diselenggarakan oleh swasta/lainnya. Rumah Sakit mendapatkan ijin dari Bupati Wonogiri dengan no surat ijin 6/II/2013. Terakhir Rumah Sakit Amal Sehat dipimpin oleh Dr. Rosyid Ridho. Rumah Sakit Amal Sehat merupakan Rumah Sakit dengan Kelas D Alamat: Jl. Ngerjopuro, Slogohimo Wonogiri 57694.

Keberhasilan perusahaan membentuk citra masyarakat, dipengaruhi oleh beberapa faktor misalnya sejarah perusahaan, kelengkapan sarana dan prasarana, dan keberhasilan dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Citra tersebut muncul berdasarkan pengetahuan dan informasi - informasi yang diterima seseorang terhadap suatu obyek. Apabila informasi tersebut baik maka akan menimbulkan citra positif, namun sebaliknya apabila informasi yang diterima buruk, maka akan menimbulkan citra negatif. Informasi-informasi yang di peroleh misalnya mengenai bagaimana pelayanan yang diberikan rumah sakit, bagaimana kelengkapan alat-alat kesehatan, bagaimana kualitas sumber daya manusia (dokter dan perawat) yang ada di rumah sakit, dan sebagainya.

Citra rumah sakit telah menarik perhatian di kalangan peneliti model konseptual ditujukan untuk menjawab peran penting citra merek terhadap nilai yang dirasakan pelanggan. Pencitraan merupakan sebuah tahapan penting bagi rumah sakit karena dapat mendorong kesetiaan pelanggan. Citra rumah sakit memiliki fungsi sebagai penghubung dan penjaga keharmonisan hubungannya dengan pelanggan mereka (Wu, 2011).

Penelitian Wu (2011) menunjukkan bahwa citra rumah sakit memiliki pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap

loyalitas pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa citra rumah sakit yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pasien melalui loyalitas pasien secara langsung, tetapi juga meningkatkan kepuasan pasien melalui peningkatan kualitas pelayanan yang dirasakan, yang pada gilirannya meningkatkan niat ulang kunjungan pasien. Dimana penulis akan mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Wu (2011) tentang dampak citra Rumah Sakit, kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan loyalitas. Begitu juga penelitian Darlina (2015) menunjukkan bahwa hasil analisis menggunakan regresi linear berganda, uji t, dan uji f sehingga dapat diketahui bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, bahwa pemberian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, sebaliknya Saputra (2013) "Kualitas Pelayanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Bank BNI 46 Sentra Kredit Surabaya" menunjukkan bahwa citra memiliki pengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai sebesar -0,306.

Faktor kedua yang mempengaruhi Loyalitas pelanggan adalah pelayanan pelanggan (*customer services*) yang baik kepada pelanggan. Pelayanan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan yang mana pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pada pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada pelanggan, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai. Tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan nyata yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain kualitas pelayanan merupakan selisih antara pengharapan pelanggan atau keinginan mereka dengan persepsi mereka (Bayhaqi, 2006: 15). Kualitas pelayanan yang baik juga harus dilaksanakan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan, baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam

memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen.

Hasil penelitian Widiyawati (2013) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Supermarket Papaya Darmo Surabaya” menunjukkan bahwa: faktor kualitas layanan yang meliputi faktor *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada supermarket Papaya Darmo Surabaya terbukti benar atau hipotesis tersebut diterima. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Albert Caruana (2000) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan itu yang berperan melakukan mediasi antara pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan. Akan tetapi Arzena (2013) “Pengaruh Kepuasan atas Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Cabang Muaro Padang” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri yaitu dengan nilai sebesar $0,369 > 0,05$.

Permasalahan terkait dengan citra rumah sakit dan kualitas pelayanan, juga dialami Rumah Sakit Amal Sehat. Banyaknya Pasien Rumah Sakit Amal Sehat ini bukan berarti Rumah Sakit Amal Sehat minim *complain*. Setelah melakukan pengamatan langsung dengan mensurvei sebanyak 20 pasien Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri, hasil yang diperoleh adalah Sebanyak 18 pelanggan (90%) menyatakan bahwa RS amal sehat Wonogiri tidak memiliki lahan parkir yang luas, kemudian sebanyak 17 pelanggan (85%) menyatakan kurang puas dengan respon staff RS amal sehat. Sedangkan yang menyatakan bahwa jam kedatangan dokter selalu berubah dan menyatakan bahwa ruang UGD RS amal sehat Wonogiri yang sempit sebanyak 14 pelanggan (70%). Sedangkan yang menyatakan bahwa kurang puasnya pelayanan kesehatan yg diberikan RS Amal Sehat sejumlah 9 pelanggan (45%), sebanyak 6 pelanggan (30%) menyatakan bahwa tidak akan menggunakan kembali jasa pelayanan kesehatan di RS amal sehat. Kemudian sebanyak 9 pelanggan (45%)

menyatakan bahwa biaya RS amal sehat mahal, dan sebanyak 11 pelanggan (55%) menyatakan bahwa ruang tunggu yang disediakan masih terbatas, dan 5 pelanggan (25%), menyatakan bahwa rumah sakit melakukan Mal Praktik terhadap pasien.

Hasil observasi di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan RS Amal Sehat perlu diperhatikan dan bahkan ditingkatkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya. Kinerja karyawan sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan karena karyawan berhadapan langsung dengan pelanggan. Selain itu, adanya keluhan dari pelanggan yang terdapat pada layanan via SMS dan saran yang telah disediakan oleh RS Amal Sehat, belum semua ditanggapi secara maksimal oleh pihak RS Amal Sehat, terbukti dengan masih banyaknya keluhan-keluhan yang sama tentang citra rumah sakit dan kualitas pelayanan pada RS Amal Sehat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, mengetahui pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, mengetahui pengaruh citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada RS Amal Sehat Wonogiri.

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi manajemen rumah sakit merumuskan dan menentukan strategi yang tepat sehingga diperoleh kinerja yang lebih baik dimasa yang akan datang. Penelitian juga diharapkan dapat membantu pihak-pihak yang akan mengkaji lebih lanjut mengenai bidang yang sama, diharapkan penelitian ini dapat menjadi landasan pijak dan referensi bagi penelitian dimasa mendatang.

Pengembangan Hipotesis Penelitian Hubungan antara citra rumah sakit dan kepuasan

Citra (*image*) adalah kepercayaan, ide dan impresi seseorang terhadap sesuatu Kotler (2000) Citra suatu perusahaan merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan

pembelian. Andreassen dan Lindestad (1998) menyatakan bahwa citra mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui efek penyeleksian. Sementara itu, Da Silva *et al.* (2003) menyatakan bahwa citra berkorelasi dengan kepuasan pelanggan. Atas dasar pengalaman yang telah dimiliki konsumen (pasien), mereka akan memberikan penilaian dan evaluasi seluruh kinerja layanan rumah sakit. Berdasarkan perbandingan kualitas harapan dengan kualitas kinerja layanan, maka pelanggan akan memberikan emosi positif atau emosi negatif bahkan emosi yang netral, bergantung pada apakah harapan-harapan pelanggan tersebut terpenuhi. Dan dari uraian diatas maka penulis menyusun :

H₁ : Citra rumah sakit memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan

Kualitas produk baik barang maupun jasa merupakan hal penting dan yang diharapkan oleh para konsumen. Syamsiah (2011) menyebutkan bahwa keterkaitan antara kualitas layanan dengan nilai yang dirasakan adalah bahwa pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan nilai bagi pelanggan sehingga akan dapat menciptakan kepuasan yang akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Wu (2011) menyatakan bahwa kualitas layanan yang tinggi berkorelasi dengan kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pasien berfungsi sebagai medium antara kualitas layanan dan niat perilaku. kualitas layanan kesehatan tidak hanya berkaitan dengan bagaimana layanan dari tenaga medis memberikan layanan kepada pasien namun juga bagaimana pasien merasa nyaman dengan kondisi dan situasi yang rumah sakit ciptakan. Oleh karena itu, kualitas layanan kesehatan yang dirasakan pasien diprediksi akan meningkatkan kepuasan pasien. Lestari (2014) hasil penelitiannya menunjukkan variabel citra dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan dari uraian diatas maka penulis menyusun :

H₂ : Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan antara kepuasan dan loyalitas

Syamsiah (2011) mengungkapkan bahwa manajer jasa perlu membangun peran, nilai yang dirasakan dalam menentukan kepuasan pelanggan. Emosi positif yang diberikan pasien setelah menggunakan layanan kesehatan rumah sakit akan menunjukkan kepuasan mereka terhadap layanan rumah sakit. Penelitian Selnes (1993) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi perilaku pembeli yang mana pelanggan yang puas cenderung akan menjadi loyal. Kepuasan konsumen akan menghasilkan dampak positif bagi rumah sakit. Apabila konsumen merasa puas terhadap layanan rumah sakit, akan menciptakan penilaian bahwa rumah sakit telah mampu memberikan pelayanan maksimal kepada masyarakat.

Dalam tinjauan penelitian sebelumnya, loyalitas dapat menjadi hasil dari kepuasan pelanggan Hidajahningtyas (2013). Apabila konsumen merasa puas dengan layanan rumah sakit maka akan meningkatkan kepercayaan dan keyakinan mereka bahwa rumah sakit tetap akan memberikan pelayanan yang optimal kepada pasien, sehingga konsumen akan tetap setia untuk menggunakan jasa layanan pada rumah sakit tersebut di masa yang akan datang, dan dari uraian diatas maka penulis menyusun :

H₃ : Kepuasan pelanggan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas

Hubungan antara citra rumah sakit dan loyalitas

Citra rumah sakit memiliki fungsi strategis. Citra dipandang sebagai filter yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas keseluruhan Hidajahningtyas (2013). Dengan demikian, citra rumah sakit yang menguntungkan membantu memperkuat niat pasien untuk memilih rumah sakit. Penilaian masyarakat merupakan hal penting karena hal tersebut akan mempengaruhi informasi yang beredar mengenai kinerja dan layanan yang diberikan rumah sakit. Marilees dan Fry (2002) menemukan bahwa citra memiliki efek langsung pada loyalitas. Namun demikian, citra dapat dilihat jelas sebagai penduga loyalitas pelanggan. Citra yang baik akan membentuk pola pikir masyarakat bahwa apabila masyarakat memiliki kendala kesehatan, masyarakat tidak perlu berpikir dua kali kemana mereka akan

mendapatkan layanan kesehatan, karena berdasarkan pengalaman yang mereka alami sendiri atau berdasarkan informasi yang mereka peroleh, dan dari uraian diatas maka penulis menyusun :

H₄ : Citra rumah sakit memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas

Hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas

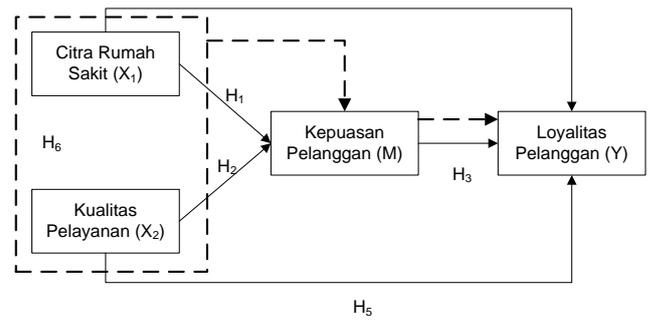
Kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainnya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono,2004). Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan dengan loyalitas pelanggan hal ini telah dikemukakan dalam penelitian Widiyawati (2013), hasil penelitian menunjukkan bahwa: faktor kualitas layanan yang meliputi faktor tangibles, reliability, responsiveness, assurance,dan empathy secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada supermarket Papaya Darmo Surabaya” terbukti benar atau hipotesis tersebut diterima.

Selanjutnya dalam bukunya Laksana (2008) menyatakan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas ditekankan kembali oleh Hidajahningtyas (2013) “*Reported a positive relationship between service quality and the two a forementioned loyalty dimensions*”. Zeithaml melaporkan hubungan positif antara mutu pelayanan dan dimensi kesetiaan, yaitu kesetiaan dalam penentuan harga yang bervariasi serta kemauan membayar biaya lebih tinggi serta setia bahkan bila harga-harga naik. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan loyalitas, dan dari uraian diatas maka penulis menyusun :

H₅ : Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas

H₆ : citra rumah saki dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas melalui kepuasan

Adapun model kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Paradigma penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian ini termasuk jenis penelitian survei. Penelitian survei menurut Kerlinger (Sugiyono, 2011) adalah :”Penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologi maupun psikologi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Rumah Sakit Amal Sehat (RSAS) Wonogiri yang bertempat di Jl Ngerjopuro RT.02/RW.03 Slogohimo Wonogiri. Penelitian ini dilakukan bulan Maret 2016.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien Rumah Sakit Amal Sehat (RSAS) Wonogiri. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yakni penentuan responden dari populasi dengan kriteria tertentu yaitu responden adalah pasien rawat inap Rumah Sakit Amal Sehat (RSAS) Wonogiri, berusia 17 tahun ke atas.

Sementara itu jumlah sampel diukur dengan rumus 5-20 kali jumlah indikator yang diestimasi. Dalam penelitian ini terdapat 33 item. Maka jumlah sampel 5 x 33 yaitu sebanyak 165

sampel agar rekomendasi dari teori diatas terpenuhi

Data, Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data Primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data Primer pada penelitian ini diperoleh dengan cara membuat dan menyebarkan kuesioner kepada responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Arikunto (2002), kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahuinya.

Daftar pertanyaan dalam kuesioner ini harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti, dan memperoleh data berkaitan dengan citra rumah sakit, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Instrumen penelitian ini dapat dirangkum dalam kisi-kisi sebagai berikut:

Tabel 1. Kisi-kisi instrumen

No	Variabel	Indikator	No. Item
1.	Citra (Engel, dkk, 1995) dengan penyesuaian	Letak Strategis Tempat parkir Pelayanan Umum Reputasi Pelayanan Kesehatan Kesan yang baik Rekomendasi.	1,2,3,4,5 ,6,7,8
2.	Kualitas Pelayanan (Lupiyoadi, 2001:148)	<i>Tangible</i> <i>Reliabel</i> <i>Responsiveness</i> <i>Assurance</i> <i>Emphaty</i>	1,2,3,4 1,2,3,4 1,2,3,4 1,2,3,4 1,2,3,4
3.	Kepuasan Pelanggan Consuegra (2007)	Kesesuaian harapan Persepsi Kinerja Penilaian pelanggan	1,2,3,4

4.	Loyalitas Pelanggan (Griffin, 2005:31)	Pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara teratur Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain Pelanggan yang membeli untuk produk/jasa yang lain ditempat yang sama Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah.	1,2,3,4
----	---	--	---------

Teknik Analisis Data

Sebelum dilakukan analisis data terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas dengan *Confirmatory Factor Analysis* menunjukkan terdapat 3 butir yang dinyatakan gugur karena memiliki *loading factor* dibawah 0,5. Sedangkan butir pertanyaan yang lain dapat dinyatakan valid karena memiliki *loading factor* diatas 0,5 dan hasil reliabilitas menemukan seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Menurut Ghozali (2011) analisis jalur (*path analysis*) merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya. *Path analysis* digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini analisis jalur dibantu dengan program AMOS

Hasil Penelitian dan Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif

Hasil analisis profil responden menunjukkan bahwa mayoritas pasien yang berobat di RS Amal Sehat Wonogiri mayoritas adalah pria yaitu sebanyak 91 orang atau 55,2%, berusia antara 25 – 34 tahun sebanyak 45 orang atau 27,3%, lama perawatan 3 – 6 hari sebanyak 70 pasien atau sebesar 42,4% dan pekerjaan

pasien mayoritas adalah pegawai swasta yaitu sebesar 35,8% (59 orang).

Tabel 2. Deskriptif Variabel Penelitian

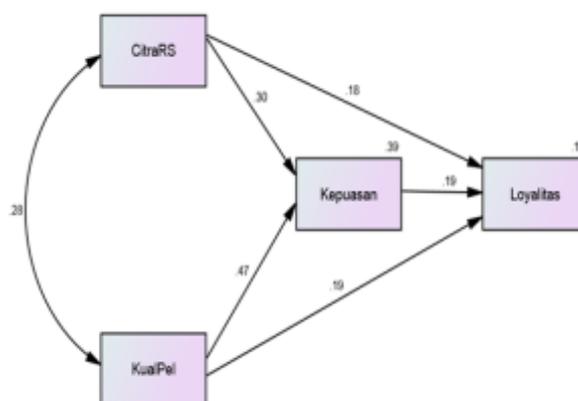
		Citra Rumah Sakit	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
N	Valid	165	165	165	165
	Missing	0	0	0	0
Mean		27.7273	68.6485	15.2788	15.3394
Median		28.0000	70.0000	16.0000	16.0000
Mode		30.00	70.00	16.00	13.00
Std. Deviation		4.72585	9.31744	2.21301	2.89343
Minimum		14.00	36.00	8.00	7.00
Maximum		35.00	89.00	20.00	20.00

Berdasarkan data citra rumah sakit menunjukkan bahwa skor total tertinggi yang dicapai adalah 35 dan skor total terendah adalah 14. Selain itu juga didapatkan nilai Rerata sebesar 27,72, Median 28 dan Modus 30 serta simpangan baku sebesar 4,72. Hasil ini menunjukkan penilaian terhadap citra rumah sakit adalah tinggi. Berdasarkan data kualitas pelayanan menunjukkan bahwa skor total tertinggi yang dicapai adalah 89 dan skor total terendah adalah 36. Selain itu juga didapatkan nilai Rerata sebesar 68,64, Median 70 dan Modus 70 serta simpangan baku sebesar 9,31. Hasil ini menunjukkan penilaian terhadap kualitas pelayanan adalah tinggi. Berdasarkan data kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa skor total tertinggi yang dicapai adalah 20 dan skor total terendah adalah 8. Selain itu juga didapatkan nilai Rerata sebesar 15,27, Median 16 dan Modus 16 serta simpangan baku sebesar 2,21. Hasil ini menunjukkan penilaian terhadap kepuasan pelanggan adalah tinggi. Berdasarkan data loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa skor total tertinggi yang dicapai adalah 20 dan skor total terendah adalah 7. Selain itu juga didapatkan nilai Rerata sebesar 15,33, Median 16 dan Modus 13 serta simpangan baku sebesar 2,89. Hasil ini menunjukkan penilaian terhadap loyalitas pelanggan adalah tinggi

Hasil Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur atau *Path Analysis* dan uji asumsi SEM. Model analisis jalur ini digunakan analisis SEM (*Structural Equation Model*) yaitu sekumpulan teknik-teknik statistikal yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Analisis ini dipilih untuk mengetahui pengaruh secara bertahap kualitas pelayanan dan citra rumah sakit terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Analisis ini sekaligus untuk membuktikan enam hipotesis penelitian ini yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya.

Berdasarkan hasil maka dapat digambarkan jalur hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien, yaitu sebagai berikut:



Gambar 11. Hasil Model Analisis SEM

Sedangkan hasil estimasi amos, yang menunjukkan pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung dapat ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Amos

Hubungan	Koefisien Path	Sig
Citra →Kepuasan	0.299	0.000
Kualitas → Kepuasan	0.474	0.000
Kepuasan→ Loyalitas	0.189	0.037
Citra → Loyalitas	0.180	0.021
Kualitas → Loyalitas	0.187	0.028
Citra →Kepuasan→ Loyalitas	0.056	P<0,05

Kualitas	→	0.089	P<0,05
Kepuasan→Loyalitas			

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis pertama untuk mengetahui pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pelanggan

H_{1a}= Citra rumah sakit berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Pelanggan pada Rumah Sakit Amal Sehat (RSAS) Wonogiri

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel citra rumah sakit terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan yang ditunjukkan dengan koefisien estimate masing-masing sebesar 0,299 dengan probabilitas sebesar $p=0,000<0,05$. Dengan demikian Citra rumah sakit berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan, hasil ini mendukung hipotesis pertama (H_{1a}). Artinya semakin tinggi citra rumah sakit di benak pelanggan maka kepuasan yang dirasakan pelanggan akan semakin meningkat, dan sebaliknya jika citra rumah sakit rendah maka kepuasan pelanggan akan semakin rendah.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Pengujian hipotesis kedua untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

H₂= Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Sakit Amal Sehat (RSAS) Wonogiri

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan yang ditunjukkan dengan koefisien estimate masing-masing sebesar 0,474 dengan probabilitas sebesar $p=0,000<0,05$. Dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan, hasil ini mendukung hipotesis pertama (H_{1a}). Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan rumah sakit kepada pelanggan maka kepuasan yang dirasakan pelanggan akan semakin meningkat, dan sebaliknya jika pelayanan rumah sakit buruk maka kepuasan pelanggan akan semakin menurun.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga

Pengujian hipotesis ketiga untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

H₃= Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pada Rumah Sakit Amal Sehat (RSAS) Wonogiri

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan yang ditunjukkan dengan koefisien estimate masing-masing sebesar 0,188 dengan probabilitas sebesar $p=0,037<0,05$. Dengan demikian kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hasil ini mendukung hipotesis pertama (H_{1a}). Artinya semakin tinggi kepuasan pelanggan yang dirasakan maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat, dan sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas maka loyalitas pelanggan akan semakin menurun.

4. Pengujian Hipotesis Keempat

Pengujian hipotesis keempat untuk mengetahui pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan

H₄= Citra rumah sakit berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas Pelanggan pada Rumah Sakit Amal Sehat (RSAS) Wonogiri

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel citra rumah sakit terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas yang ditunjukkan dengan koefisien estimate masing-masing sebesar 0,180 dengan probabilitas sebesar $p=0,021<0,05$. Dengan demikian Citra rumah sakit berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas, hasil ini mendukung hipotesis keempat (H₄). Artinya semakin tinggi citra rumah sakit di benak pelanggan maka loyalitas yang dirasakan pelanggan akan semakin meningkat, dan sebaliknya jika citra rumah sakit rendah maka loyalitas pelanggan akan semakin rendah.

5. Pengujian Hipotesis Kelima

Pengujian hipotesis kelima untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

H₅= Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan

pada Rumah Sakit Amal Sehat (RSAS) Wonogiri

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas yang ditunjukkan dengan koefisien estimate masing-masing sebesar 0,187 dengan probabilitas sebesar $p=0,028 < 0,05$. Dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas, hasil ini mendukung hipotesis pertama (H_5). Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan rumah sakit kepada pelanggan maka loyalitas yang dirasakan pelanggan akan semakin meningkat, dan sebaliknya jika pelayanan rumah sakit buruk maka loyalitas pelanggan akan semakin menurun.

6. Pengujian Hipotesis Keenam

Pengujian hipotesis keenam untuk mengetahui pengaruh citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

$H_6 =$ Citra rumah sakit dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Amal Sehat (RSAS) Wonogiri

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel citra rumah sakit terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,056 dengan probabilitas sebesar $p < 0,05$. Dengan demikian Citra rumah sakit berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Hasil selanjutnya menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,089 dengan probabilitas sebesar $p < 0,05$. Dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

Hasil kedua analisis tersebut telah mendukung hipotesis keenam (H_6). Artinya semakin tinggi citra rumah sakit dan kualitas pelayanan di benak pelanggan maka kepuasan yang dirasakan pelanggan akan semakin

meningkat dan hal ini akan mendorong loyalitas yang dirasakan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menemukan) Ada pengaruh signifikan antara dimensi citra rumah sakit terhadap kepuasan pelanggan pada RS Amal Sehat Wonogiri, 2) ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di rs amal sehat wonogiri, 3) 4) ada pengaruh signifikan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di rs amal sehat wonogiri, 5) ada pengaruh signifikan antara variabel citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan di rs. amal sehat wonogiri, 6) ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di rs amal sehat wonogiri dan 7) ada pengaruh positif signifikan citra rumah saki dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah merekomendasikan kepada pihak RS. Amal Sehat Wonogiri hendaknya meningkatkan pelayanan. Karena rumah sakit ini merupakan rumah sakit umum, maka daya tanggap sangat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada pegawai rumah sakit, sehingga ada keinginan dan minat yang besar dari seluruh pegawai untuk bertindak cepat dalam membantu pasien. Setiap keluhan yang disampaikan pasien kepada rumah sakit, segera direspon sehingga tidak ada pasien yang dikecewakan.

Selain itu pihak rumah sakit perlu meningkatkan citra rumah sakit misalnya memperhatikan reputasi rumah sakit, misalnya meningkatkan profesionalitas tenaga medis dan sistem administrasi yang cepat. Pelayanan ini dapat dimulai dari pelayanan UGD, dimana begitu pasien datang, dengan cepat segera ditangani dengan dukungan fasilitas medis yang lebih modern sehingga kesan pertama pasien terhadap pelayanan ini adalah baik.

Bagi peneliti yang akan datang hendaknya elakukan penelitian yang sama, dengan sampel pasien yang lebih homogen, misalnya pasien yang berstatus pasien umum serta menambah jumlah sampel yang lebih besar. Selain itu pengambilan data hendaknya dilakukan pada masa pemulihan pasien, sehingga pasien benar-benar siap dalam memberikan tanggapan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan,

misalnya pasien yang sudah dinyatakan sembuh dan sudah diperbolehkan pulang oleh dokter

Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreassen, T.W. & Lindestad, B. (1998). *Customer Loyalty and Complex Service; The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying Degrees of Service Expertise*. Int J. Serv. Ind. Management.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Analisis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arzena, Meigy. (2013) Pengaruh Kepuasan atas Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Cabang muaro Padang. *Jurnal Manajemen* Vol 2, No 02.
- Bayhaqi, Yuzza. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Minat Membeli Ulang. Universitas Diponegoro: *Tesis*
- Caruana, Albert; Arthur H. Money dan Pierre R. Berthon (2000), "Service Quality and Satisfaction – The moderating role of value", *European Journal of Marketing*, Vol 34(11/12), p:1338-1352
- Deli Darlina, (2015). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Perhotelan. Universitas Riau: *Tesis*
- Engel, J.F, Blackwell, Rd, and Miniard, DW. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Boediono, (Terjemahan). Jakarta: Bina Rupa Akasara.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikai Analisis Multivarite dengan SPSS*. Cetakan
- Hidajahningtyas, Nurullah. (2013). *Pengaruh Citra Poliklinik Eksekutif Rumah sakit Daerah dr. Soebandi Kabupaten Jember*. Jurnal Vol XII No. 1/2013.
- Retno, Lestari (2014), Analisis Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Carefour, *Jurnal Ilmiah STIE MDP*.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Marilees,B.&Fry ,M. 2002.*Corporate Branding: A framework for E-Retailers*. Corporate Reputation Review Vol. 5.
- Mustafa, Zainal & Tony Wijaya. 2012. Panduan Teknik Statistik SEM &PLS dengan SPSS AMOS.
- Saputra Falla, (2013) Kualitas Layanan, Citra dan pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan: (Studi kasus pada Bank BNI 46 Sentra Kredit Surabaya) *Jurnal Manajemen* Vol II.
- Selnes, Fred (1993), "An Examination of the Effect of Product Performance on Board Reputation, Satisfaction and Loyalty." *European Journal of Marketing*
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan .R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsiah, N. (2009). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai yang Dirasakan Pelanggan untuk Menciptakan Kepuasan Pelanggan di RSUP Dokter Kariadi Semarang*. Tesis: Universitas Diponegoro.
- Tjiptono, F. (2001). *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2004). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.

_____. (2008). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Wijayanti Ari, 2008. Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Produk Kartu Selular PraBayar Mentari – Indosat Wilayah Semarang). *Jurnal. Manajemen Universitas Diponegoro*.

Widyawati, N. (2013). “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Supermarket Papaya Darmo Surabaya”. Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur: *Tesis*.

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