

# PENGARUH CITRA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEEFEKTIFAN PENGOBATAN PADA KESETIAAN DIMEDIASI KEPUASAN PASIEN

Rahmad Akbar<sup>1</sup>✉

Universitas Setia Budi Surakarta

Waluyo Budi Atmoko<sup>2</sup>

Universitas Setia Budi Surakarta

Finisha Mahaestri Noor<sup>3</sup>

Universitas Setia Budi Surakarta

Email: <sup>1</sup>Rahmadakbarak@gmail.com, <sup>2</sup>waluyobudiatmoko@setiabudi.ac.id, <sup>3</sup>finisha07@gmail.com

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kesetiaan pasien. Kesetiaan pasien disebabkan oleh kepuasan pasien. Kepuasan pasien dipengaruhi oleh citra rumah sakit, kualitas pelayanan, keefektifan pengobatan. Data diperoleh melalui kuisioner yang dibagikan kepada masyarakat Surakarta yang sudah pernah berobat di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surakarta secara *cluster*. Teknik penyampelan yang digunakan yang itu *Purposive sampling* sebanyak 200 responden. Uji hipotesis menggunakan analisis permodelan persamaan struktural (*Structural Equation Modelling – SEM*). Hasil penelitian mendapatkan hasil kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap kesetiaan pasien. Citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Keefektifan pengobatan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Kepuasan pasien memediasi hubungan antar citra rumah sakit, kualitas pelayanan dan keefektifan pengobatan terhadap kesetiaan pasien. Temuan akan membantu memberi masukan bagi Rumah Sakit untuk pelayanan kesehatan lainnya dalam mengembangkan pangsa pasar dengan meningkatkan fasilitas pelayanan kesehatan. Studi ini akan mendorong manajemen rumah sakit untuk memberikan perhatian terhadap kualitas sistem layanan kesehatan dan perbaikan terhadap layanan kesehatan yang kurang memadai. Selain itu, penelitian ini akan menyajikan gambaran yang jelas tentang sikap perilaku; kepuasan dan loyalitas niat terhadap citra, kualitas pelayanan, keefektifan pengobatan. Studi ini memberikan pandangan dan persepsi pasien terhadap citra, kualitas pelayanan, keefektifan pengobatan. Dimensi citra, yaitu, reputasi, kredibilitas, harga. Dimensi kualitas pelayanan kesehatan, yaitu, lingkungan fisik, lingkungan yang ramah pelanggan, komunikasi. Dimensi keefektifan pengobatan, yaitu, pengobatan efektif, pengobatan dapat diandalkan, pengobatan dan resep. Citra, kualitas pelayanan dan keefektifan pengobatan diuji untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien.

**Kata Kunci:** Kesetiaan Pasien, Kepuasan Pasien, Citra Rumah Sakit, Kualitas Pelayanan, Keefektifan Pengobatan.

## Abstract

*This study aims to examine the effect of patient loyalty variables. Patient loyalty is caused by patient satisfaction. Patient satisfaction is influenced by hospital image, quality of service, effectiveness of treatment. The data were obtained through questionnaires distributed to the Surakarta community who had been treated at the PKU Muhammadiyah Surakarta Hospital in a cluster. The sampling technique used was purposive sampling as many as 200 respondents. Hypothesis testing using structural equation modeling analysis (Structural Equation Modeling - SEM). The results of the study found that patient satisfaction had a positive effect on patient loyalty. Hospital image has a positive effect on patient satisfaction. Service quality has a positive effect on patient satisfaction. The effectiveness of treatment has a positive effect on patient satisfaction. Patient satisfaction mediates the relationship between hospital image, service quality and treatment effectiveness on patient loyalty. The findings will help provide input for hospitals for other health services in developing market share by improving health care facilities. This study will encourage hospital management to pay attention to the quality of the health care system and improvement of inadequate health services. In addition, this study will present a clear picture of behavioral attitudes; satisfaction and loyalty intentions to image, service quality, treatment effectiveness. This study provides the patient's view and perception of the image, quality of service, effectiveness of treatment. Image dimensions, namely, reputation,*

*credibility, price. Dimensions of the quality of health services, namely, physical environment, customer-friendly environment, communication. The dimensions of treatment effectiveness, namely, effective treatment, reliable treatment, medication and prescription. Image, service quality and treatment effectiveness were tested to determine their effect on patient satisfaction and patient loyalty.*

**Keywords:** Patient Loyalty, Patient Satisfaction, Hospital Image, Service Quality, Treatment Effectiveness.

## PENDAHULUAN

Berkembangnya pemahaman masyarakat tentang kesehatan membuat masyarakat lebih selektif dalam memilih fasilitas kesehatan. Keputusan memilih fasilitas kesehatan tersebut biasanya dipengaruhi berbagai macam faktor (misal: citra rumah sakit, kualitas pelayanan, biaya berobat). Oleh karena itu penyedia layanan kesehatan semakin berfokus pada pasien didorong oleh permintaan kebutuhan untuk memenuhi harapan pasien sehingga mempertahankan kesetiaan pasien menjadi lebih kritis (Ahmed *et al*, 2017).

**Tabel 1. Pertumbuhan Jumlah Rumah Sakit di Jawa Tengah**

Tipe Rumah Sakit	2018	2019	Percentase
A	9	9	3,10 %
B	33	35	11,38 %
C	131	135	45,87 %
D/ D Pratama	117	126	40,43%
Jumlah	290	304	100 %

Sumber: Data Kementerian Kesehatan (2019)

Meningkatnya pembangunan rumah sakit mengakibatkan peningkatan persaingan antar rumah sakit dalam mempertahankan kesetiaan pasien. Kesetiaan pasien merupakan kondisi dimana pasien melakukan pengobatan kembali secara konsisten (Fatima *et al.*, 2018). Ahmed *et al* (2017) menyatakan bahwa kesetiaan pasien terjadi ketika pasien merasa puas sehingga mereka tidak mempertimbangkan pesaing. Babin *et al* (2005) menyatakan bahwa kesetiaan pasien merupakan aset kompetitif bagi pelaku bisnis. Kesetiaan menjadi penentu utama dalam memprediksi pangsa pasar dan tingkat keuntungan yang diperoleh (Bowen dan Shoemaker, 1998). Kurang responsifnya rumah sakit dalam memberikan pelayanan kebutuhan pasien menjadi dasar tingkat kesetiaan pasien untuk tetap mendapatkan pelayanan di rumah sakit dan persaingan yang ketat menekankan kebutuhan untuk mempertahankan pasien yang sudah ada (Kesler dan Maylod, 1999). Maka salah satu strategi yang sering dilakukan pelaku industri layanan kesehatan untuk tetap mempertahankan kesetiaan pasien adalah dengan membangun hubungan baik dan saling menguntungkan antara rumah sakit dan pasien (Too *et al.*, 2010).

Morgan dan Hunt (1994), menyatakan bahwa sukses pemasaran hubungan membutuhkan kepuasan pasien. Asnawi *et al* (2019) menyatakan kepuasan pasien dipengaruhi oleh variabel citra merek dan kualitas pelayanan. Kim *et al* (2017) menyatakan kepuasan pasien dipengaruhi oleh keefektifan pengobatan. Citra merek yang terencana dan terkelola dengan baik merupakan strategi pemasaran yang paling menjanjikan guna menarik konsumen (Alwi *et al.*, 2019). Nguyen dan Leblanc (2001) menemukan bahwa citra merek terkait dengan atribut fisik dan perilaku perusahaan seperti nama bisnis, arsitektur, layanan, dan kesan kualitas yang dikomunikasikan oleh setiap orang yang berinteraksi dengan pasien rumah sakit. Johnson *et al* (2016) menyatakan bahwa citra merek sebagai sikap yang memengaruhi niat berperilaku.

Citra terkait erat dengan kualitas pelayanan. Kualitas layanan merupakan sebagai fungsi dari perbedaan antara layanan yang diharapkan dan layanan aktual (Ramli *et al.*, 2009) dan mendapat perhatian intens dalam pemasaran jasa. Kualitas layanan tinggi dianggap sebagai strategi penting untuk sukses dan bertahan dalam lingkungan yang kompetitif (Andronikidis *et al.*, 2009).

Selain citra konstruk lain yang terkait kepuasan adalah keefektifan pengobatan. Keefektifan pengobatan adalah pemberian pelayanan pengobatan kepada pasien secara efektif sesuai dengan

prosedur yang berlaku (Kim *et al.*, 2017). Oleh karena tujuan utama pasien mengunjungi fasilitas perawatan kesehatan adalah menerima pengobatan, maka terlepas dari kualitas layanan yang sangat baik, jika keefektifan pengobatan buruk, kepuasan dan kesetiaan akan terpengaruh (Kim *et al.*, 2017).

## **TELAAH LITERATUR**

### **Kesetiaan Pasien**

Beerli *et al* (2004) mendefinisikan kesetiaan sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya dimasa mendatang. Kesetiaan pelanggan didefinisikan sebagai proporsi waktu pembelian untuk menggunakan produk atau layanan yang sama (Too *et al.*, 2001). Kesetiaan pelanggan didefinisikan sebagai niat untuk berulang kali menggunakan fasilitas pelayanan tertentu setara dengan mengunjungi rumah sakit tertentu (Kim *et al.*, 2017). Kotler (2016) mendefinisikan sebagai suatu pembelian ulang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen pada suatu merek atau fasilitas pelayanan. Oliver (1999) mendefinisikan kesetiaan sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli barang atau jasa secara konsisten di masa depan, meskipun upaya-upaya pemasaran dari pesaing berpotensi menyebabkan perilaku pindah. Berdasarkan sejumlah pengertian di atas, maka kesetiaan pasien dapat didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam oleh pasien untuk berobat secara konsisten di masa depan, meskipun upaya-upaya pemasaran dari pesaing berpotensi menyebabkan perilaku pindah perawatan (Beerli *et al.*, 2004; Oliver, 1999). Fornell *et al* (1999) menyatakan bahwa kesetiaan pasien (misal: membeli kembali, kesediaan untuk memberikan kata-kata yang positif) adalah fungsi kepuasan pasien. Jadi, kesetiaan pasien dipengaruhi oleh kepuasan pasien (Fatima *et al.*, 2017). Kepuasan pasien sendiri dipengaruhi oleh citra merek (Asnawi *et al.*, 2019), kualitas pelayanan (Asnawi *et al.*, 2019; Fatima *et al.*, 2017), dan keefektifan pengobatan (Kim *et al.*, 2017).

### **Kepuasan Pasien**

Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan pelanggan bahwa konsumsi memenuhi kebutuhan, keinginan, tujuan atau sebagainya dan bahwa kepuasan ini menyenangkan (Oliver, 1999). Studi lain menyebutkan bahwa Kepuasan merupakan perasaan konsumen berdasarkan pada pengalaman yang diperoleh setelah konsumsi (Andreea *et al.*, 2016). Kepuasan adalah perbandingan antara kinerja dan harapan (Oliver, 1999). Kotler (2016 h. glossary G8) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan hasil produk yang dipikirkan dengan kinerja produk yang diharapkan. Fornell *et al* (1999) mengemukakan bahwa kesetiaan pasien (misalnya, niat untuk membeli kembali, kesediaan untuk memberikan kata-kata positif) adalah fungsi dari kepuasan pasien, yang merupakan fungsi dari perbandingan kognitif ekspektasi sebelum konsumsi dan pengalaman aktual. Juhana *et al* (2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa kepuasan pasien memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kesetiaan pasien. Cronin *et al* (2000) melalui penelitiannya menyatakan bahwa kepuasan pasien mampu memberikan dampak langsung yang potensial terhadap kesetiaan pasien. Tanggapan pasien yang positif akan membentuk kepercayaan yang pada akhirnya dapat memberikan penilaian yang positif bagi rumah sakit (Juhana *et al.*, 2015). Maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>1</sub> : Kepuasan pasien berpengaruh positif pada kesetiaan pasien.

### **Citra Rumah Sakit**

Menurut Aydin dan Ozer (2005), citra merek adalah kesan keseluruhan yang dibuat di benak masyarakat tentang suatu merek. Citra merek merupakan persepsi organisasi yang tercermin dalam ingatan konsumen (Alwi *et al.*, 2019). Juhana *et al* (2015) menyatakan bahwa citra merek merupakan gambaran asosiasi dan kepercayaan pada merek tertentu. Menurut Asnawi *et al* (2019), citra merek

penting dalam meningkatkan kinerja bisnis, karena citra merek memiliki dampak langsung yang dapat mengubah perilaku pembelian masyarakat. Oleh karena itu, Asnawi *et al* (2019) berpendapat citra merek adalah salah satu aspek paling kuat dalam upaya membangun reputasi perusahaan. Citra merek positif akan membuat konsumen lebih menyukai merek bersangkutan di masa mendatang bagi produsen. Citra merek baik akan membantu perusahaan dalam pemasaran.

Citra menjadi sangat penting bagi setiap perusahaan, karena citra dipandang sebagai keberhasilan kegiatan pemasaran. Hal ini dikarenakan citra penggambaran abstrak dari merek menjadi produk akibat aktivitas pemasaran dan interaksi persepsi pasar, citra tersebut memiliki kemampuan untuk memengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Zeithaml *et al.*, 2017). Alwi *et al* (2019) membuktikan bahwa citra merek berpengaruh langsung terhadap tingginya kepuasan konsumen terhadap produk. Hal ini didukung oleh Wu (2011) yang menyatakan bahwa perkembangan pasar sangat pesat. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara mendorong konsumen untuk lebih memperhatikan citra merek daripada karakteristik fisik suatu produk dalam pengambilan keputusan pembelian. Penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian dari Asnawi *et al* (2019) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pasien. Citra merek dan kepuasan pasien merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk mempengaruhi kesetiaan pasien yang nyata dalam pembelian kembali mereka dan merekomendasikannya kepada orang lain. Maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>2</sub> : citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

### **Kualitas Pelayanan**

Ramli *et al* (2009) menyatakan kualitas layanan merupakan fungsi dari perbedaan antara layanan yang diharapkan dan persepsi pelanggan terhadap layanan aktual yang diberikan. Kim *et al* (2017) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Juhana *et al* (2015) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu keuntungan yang dipersepsikan oleh perusahaan jasa atas perbandingan antara apa yang diinginkan pelanggan dengan apa yang dapat diterima konsumen setelah pembelian jasa. menggunakan (Guo *et al.*, 2015). Kualitas pelayanan kesehatan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pasien, karena kualitas memberikan dorongan kepada pasien untuk menjalin ikatan yang lebih kuat dengan penyelenggaraan kesehatan (provider) dan pada akhirnya kepuasan pasien dapat meningkatkan jumlah pelaksana (provider). Kualitas pelayanan bertujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan ditentukan oleh minat pelanggan sebelum menggunakan layanan dibandingkan dengan hasil persepsi pelanggan terhadap layanan setelah pelanggan mempersepsikan layanan. kinerja yang di atas ekspektasi menimbulkan rasa puas (Juhana *et al.*, 2015). Fornell (1999) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara persepsi kualitas pelayanan (kinerja) dan kepuasan pasien. Cronin dan Taylor (1992) menemukan hubungan kausal positif antara kualitas layanan dan kepuasan secara keseluruhan. Kepuasan pasien berfungsi sebagai media antara kualitas layanan dan kesetiaan pasien. Kualitas pelayanan kesehatan tidak hanya mementingkan bagaimana pelayanan tenaga medis memberikan pelayanan kepada pasien, tetapi juga bagaimana pasien merasa nyaman dengan kondisi dan situasi yang diciptakan rumah sakit. Maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>3</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

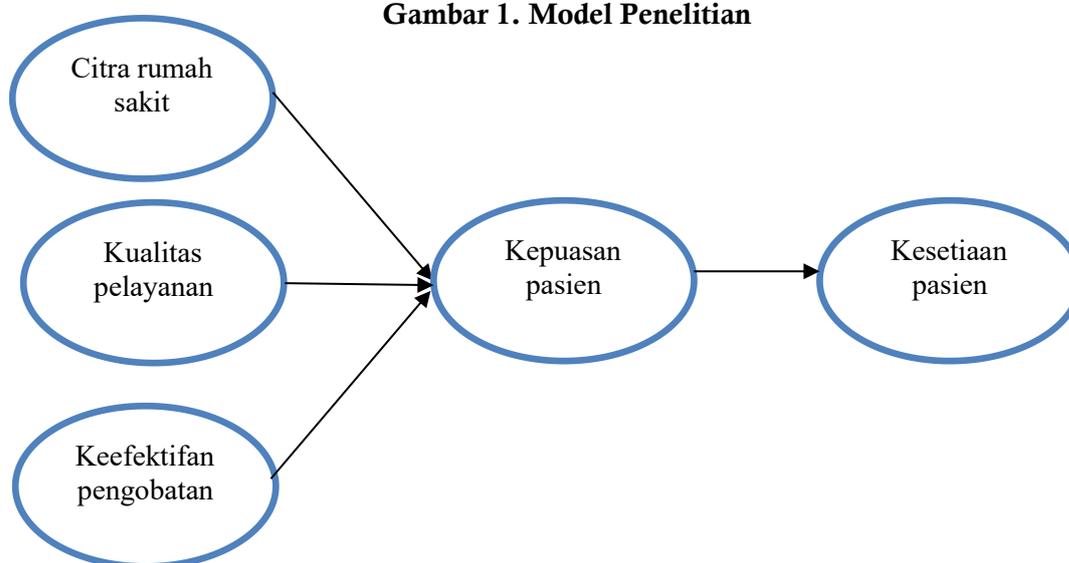
### **Keefektifan Pengobatan**

Keefektifan pengobatan adalah kemampuan penyedia layanan kesehatan dalam menghasilkan keluaran yang diharapkan (Kim *et al.*, 2017). Tobert (1987) menyatakan bahwa keefektifan adalah derajat sebuah organisasi dalam mencapai tujuannya. Ouimette *et al* (1997) menyatakan keefektifan pengobatan berarti kemampuan rumah sakit dalam mengelola sumber daya secara optimal untuk mencapai tujuan. Nelson-Zlupko *et al* (1996) menyatakan bahwa keefektifan pengobatan adalah

kesesuaian hasil yang dicapai layanan kesehatan dengan tujuannya. Kim et al (2017) menyatakan bahwa hasil pengobatan berdampak pada hubungan antara pasien dan rumah sakit dan mengakibatkan respon yang berkisaran dari memuaskan hingga mengambil tindakan hukum malpraktek medis tergantung pada hasil pengobatan. Oleh karna itu, peningkatan keefektifan pengobatan dapat membawa lebih dekat hubungan berbasis pengobatan antara rumah sakit dan pasien, berpotensi mengarah pada kepuasan yang lebih tinggi. Keefektifan pengobatan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan, dan secara langsung memengaruhi kepuasan pasien dan secara tidak langsung memengaruhi perilaku untuk berkunjung kembali. Gondek *et al* (2016) menyatakan bahwa sebagian besar studi tentang kesetiaan dan kepuasan layanan medis berkaitan dengan layanan langsung secara keseluruhan dan tidak mempertimbangkan hubungan antara variabel khusus layanan medis seperti keefektifan pengobatan, padahal tujuan utama pasien mengunjungi fasilitas perawatan kesehatan adalah untuk menerima pengobatan. Kim *et al* (2017) menyatakan bahwa terlepas dari citra dan kualitas pelayanan yang sangat baik, jika keefektifan pengobatan buruk, kepuasan pasien dan kesetiaan pasien akan terpengaruh secara negatif. Maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>4</sub> : Keefektifan pengobatan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

**Gambar 1. Model Penelitian**



## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian ini adalah kausal, yaitu menguji hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti. Penelitian ini berusaha memahami sejauh mana hubungan antar variabel yang memengaruhi dan variabel yang dipengaruhi (kesetiaan pasien) sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dapat diartikan sebagai metode penelitian yang menggunakan alat analisis data bersifat kuantitatif. Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini dikategorikan ke dalam penelitian *cross sectional* artinya pengambilan data penelitian dilakukan dalam satu kurun waktu tertentu (Mann, 2003). Sampel penelitian ini adalah pasien Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surakarta. Teknik penyampelan penelitian ini menggunakan kombinasi antara teknik penyampelan kluster dan teknik pengumpulan purposive. Teknik penyampelan ini disebut sebagai teknik penyampelan kluster dua tahap (*two stage cluster sampling*) dengan jumlah responden 200 orang. Penelitian ini menggunakan teknik survei dalam bentuk kuesioner untuk pengambilan data responden. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner melalui pengisian mandiri dengan pertanyaan tertutup berdasarkan teknik pengkodean skala Likert 5 poin. Item kuesioner diadopsi dari literatur (lihat tabel 1). Pernyataan kuisisioner dan jawaban menggunakan bahasa Indonesia. Pengujian

alat ukur dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan program SPSS. Pengujian hipotesis menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan program AMOS versi 23.

**Tabel 2. Indikator Variabel, Hasil Uji Validitas, dan Reliabilitas**

Variabel	Indikator	Factor Loading	Cronbach Alpha Minimal = 0,60	Keterangan
Kesetiaan Pasien (Too <i>et al.</i> , 2001).	1. Berobat ulang (KPS1)	0,866	0,852	Valid dan Reliabel
	2. Member rekomendasi positif (KPS2)	0,699		Valid dan Reliabel
	3. Perilaku setia (KPS3)	0,880		Valid dan Reliabel
Kepuasan Pasien (Juhana <i>et al.</i> , 2015)	1. Hasil akhir dari penyakit atau perubahan yang dialami pasien (KPA1)	0,940	0,826	Valid dan Reliabel
	2. Kejelasan dari biaya layanan (KPA2)	0,865		Valid dan Reliabel
	3. Kemudahan akses pelayanan kesehatan (KPA3)	0,774		Valid dan Reliabel
Citra Rumah Sakit (Leblanc dan Nguyen, 1998).	1. Reputasi (CRS1)	0,918	0,969	Valid dan Reliabel
	2. Kredibilitas (CRS2)	0,895		Valid dan Reliabel
	3. Harga (CRS3)	0,902		Valid dan Reliabel
Kualitas Pelayanan (Fatima <i>et al.</i> , 2017)	1. lingkungan fisik (KPL1)	0,864	0,945	Valid dan Reliabel
	2. lingkungan yang ramah pelanggan (KPL2)	0,879		Valid dan Reliabel
	3. komunikasi (KPL3)	0,883		Valid dan Reliabel
Keefektifan Pengobatan (Kim <i>et al.</i> , 2017).	1. Pengobatan efektif (KPN1)	0,861	0,910	Valid dan Reliabel
	2. Pengobatan dapat diandalkan (KPN2)	0,896		Valid dan Reliabel
	3. Pengobatan dan resep (KPN3)	0,627		Valid dan Reliabel

Hasil pengujian pada 40 pertanyaan item kuesioner adalah valid dengan nilai *factor loading* yang lebih dari 0,40 serta tidak ada nilai ganda. Pengujian reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) dan nilai koefisien alpha harus lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil penelitian ini nilai reliabilitas lebih dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan semua item kuesioner reliabel digunakan untuk pengambilan data.

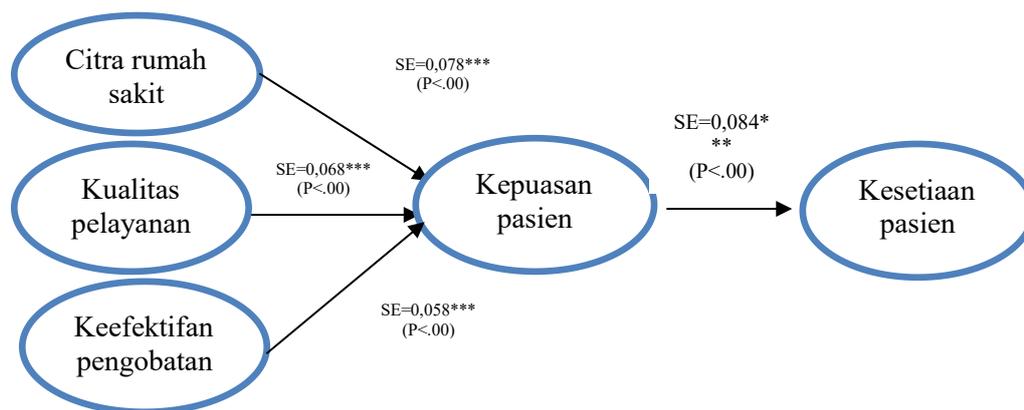
**Tabel 3. Karakteristik Responden**

Karakteristik	Klasifikasi	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	40.5%
	Perempuan	59.5%
Usia (Tahun)	<17 <sup>th</sup>	3.5%
	17 <sup>th</sup> -25 <sup>th</sup>	69.5%
	26 <sup>th</sup> -35 <sup>th</sup>	17.5%
	>35 <sup>th</sup>	9,5%
Pendidikan Terakhir	SMA / SMK /	
	Sederajat	50%
	Diploma	10%
	Sarjana (S1)	25.5%
	Profesi	19.5%
	Lain-lain	5%
Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	40,5%
	Wirausaha	8%
	Pegawai Negri	3%
	Karyawan Swasta	40,5%
	Lain-lain	8%

## HASIL PENELITIAN

Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis hubungan sebab-akibat (kausalitas) antar variabel dengan model berdasarkan nilai *critical ratio* (c.r) nya. Jika arah hubungannya sesuai dengan hipotesis penelitian serta didukung nilai c.r yang memenuhi persyaratan maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis terdukung. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis SEM dengan aplikasi AMOS versi 23 menunjukkan hasil pada gambar 2 dan tabel 4.

**Gambar 2 Hasil Uji Hipotesis**



Keterangan:

\*Signifikan pada taraf nyata= 0,05

**Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis	Estimate	S.E	C.R	P	Keterangan
KPA → KPS	0,574	0,084	6,441	***	H1 Terdukung

CRS → KPA	0,441	0,078	5,718	***	H2 Terdukung
KPL → KPA	0,263	0,068	4,184	***	H3 Terdukung
KPN → KPA	0,304	0,058	3,680	***	H4 Terdukung

## DISKUSI

Pengujian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara kepuasan Pasien terhadap kesetiaan pasien. Studi oleh Juhana *et al* (2015) melalui penelitiannya mengemukakan bahwa kepuasan pasien mampu memberi dampak langsung yang potensial terhadap kesetiaan pasien. Penelitian ini didukung oleh (Oliver, 1999) yang mengemukakan bahwa kepuasan pasien muncul karena kondisi psikologis yang dihasilkan oleh faktor-faktor emosional dibandingkan dengan pengalaman pasien sebelumnya, apabila pasien merasakan emosi positif maka akan menimbulkan perilaku berkunjung ulang. Studi ini sejalan dengan penelitian terbaru oleh Fatima *et al* (2018) mengemukakan bahwa perasaan pelanggan yang puas timbul ketika pelanggan melebihi persepsi pelanggan tentang kinerja layanan dengan harapan pelanggan, sehingga akan menimbulkan perilaku berkunjung ulang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien. Hasil penelitian mendukung studi terdahulu yang menyatakan adanya hubungan positif antara citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien (Nguyen dan Leblanc, 2001). Hasil penelitian juga sejalan dengan penelitian Juhana *et al* (2015) yang mana membuktikan bahwa citra merek berpengaruh secara langsung terhadap tingginya kepuasan konsumen terhadap produk/jasa. Hal ini juga mendukung penelitian Wu (2011) yang menyatakan bahwa perkembangan pasar sangat pesat, hal tersebut menuntut institusi/perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara mendorong konsumen untuk lebih memerhatikan citra merek. Penelitian tersebut juga mendukung hasil penelitian terbaru Asnawi *et al* (2019) yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan fakta empiris dari penelitian ini, maka citra merek atau citra rumah sakit menjadi dukungan kuat terbentuknya kepuasan pasien di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penelitian yang telah dilakukan terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kesetiaan pasien. Hasil penelitian mendukung studi terdahulu yang menyatakan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pasien (Johnson *et al.*, 2016). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Juhana *et al* (2015) yang menyatakan bahwa jika kualitas komunikasi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil meningkat, cenderung meningkatkan kepuasan pasien. Hal yang sama diungkapkan oleh Ahmed *et al* (2017) kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pasien, karena kualitas memberikan dorongan kepada pasien untuk membuat ikatan yang lebih kuat dengan rumah sakit. Penelitian terbaru oleh Asnawi *et al* (2019) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit merupakan faktor penting untuk menjamin kepuasan pasien.

Hasil penelitian menyatakan bahwa Keefektifan Pengobatan berpengaruh positif terhadap kesetiaan pasien. Studi terdahulu mengemukakan adanya hubungan positif antara keefektifan pengobatan terhadap kepuasan pasien (Nelson-Zlupko *et al.*, 1996). Studi oleh Ouimette *et al* (1997) mengemukakan bahwa keefektifitasan pengobatan memiliki pengaruh yang lebih signifikan terhadap kepuasan dibandingkan dengan fasilitas dan lingkungan, dan secara tidak langsung memengaruhi niat berkunjung kembali dan secara langsung memengaruhi kepuasan. Penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian terbaru Kim *et al* (2017) yang menyatakan bahwa keefektifan pengobatan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. hal ini disebabkan oleh tujuan awal pasien mengunjungi rumah sakit yaitu mendapatkan pengobatan sehingga pengobatan yang efektif serta pemberian resep yang tepat dapat membuat pasien lebih cepat pulih sehingga menumbulkan kepuasan

pasien. Berdasarkan fakta empiris dari penelitian ini, maka citra merek atau citra rumah sakit menjadi dukungan kuat terbentuknya kepuasan pasien di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surakarta.

## KESIMPULAN dan IMPLIKASI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, pengaruh keefektifan pengobatan terhadap kepuasan pasien dan pengaruh kepuasan pasien terhadap kesetiaan pasien. Kesetiaan dipengaruhi oleh kepuasan. Kepuasan pasien sebagai variabel pemediasi dipengaruhi oleh citra, kualitas pelayanan, keefektifan pengobatan. Hasil ini dimaknai bahwa Citra Rumah Sakit berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien, Keefektifan Pengobatan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien Kepuasan Pasien berpengaruh positif terhadap Kesetiaan Pasien.

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Rumah Sakit untuk layanan kesehatan lainnya dalam mengembangkan pangsar pasar dengan meningkatkan fasilitas layanan kesehatan. Melalui penelitian ini, Rumah Sakit dapat lebih mudah mendefinisikan dan meningkatkan strategi layanan kesehatan sesuai kebutuhan kesehatan agar masyarakat tetap setia berobat di Rumah Sakit tersebut.

## REFERENSI

- Ahmed, S., Tarique K, M., Arif, I. (2017). Service Quality, Patient Satisfaction and Loyalty in The Bangladesh Healthcare Sector. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, Vol. 30 Issue: 5, pp.477-488.
- Alwi, S., Che-Ha, N., Nguyen, B., Ghazali, E, M., Mutum, D, M., and Kitchen, P, J. (2019). Projecting University Brand Image Via Satisfaction and Behavioral Response Perspectives From UK-based Malaysian students. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 23 No. 1, pp. 47-68.
- Andronikidis, A., Georgiou, A. C., Gotzamani, K., and Kamvysi, K. (2009). The Application of Quality Function Deployment in Service Quality Management. *The TQM Journal*, 21(4), 319–333.
- Asnawi, A, A., Awang, Z., Afthanorhan, A., Mohamad M., and Karim F. (2019). The Influence of Hospital Image and Service Quality On Patients' Satisfaction and Loyalty. *Management Science Letters* 9, 911–920.
- Aydin, S., and Özer, G. (2005). The Analysis of Antecedents of Customer Loyalty in The Turkish Mobile Telecommunication Market. *European Journal of Marketing*, 39 (7/8), 910–925.
- Babin, B. J., Lee, Y. K., Kim, E. J., & Griffin, M. (2005). Modeling Consumer Satisfaction and Word-of-Mouth: Restaurant Patronage in Korea. *Journal of Services Marketing*, 19(3), 133-139.
- Berli, Asuncion, Martin Josefa D., and Quintana, Agustin (2004). A Model of Customer Loyalty in The Retail Banking Market. *European Journal of Marketing*, 38(1/2), pp. 253-275.
- Bowen, J, T., Shoemaker, S., (1998). Loyalty: a Strategic Commitment
- Cronin Jr, J. J., and Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *The Journal of Marketing*, 55-68.
- Data Statistik Penduduk Kota Surakarta Tahun 2019.
- Fatima, T., Malik S A., Shabbir A. (2018). Hospital Healthcare Service Quality, Patient Satisfaction and Loyalty: An Investigation in Context of Private Healthcare Systems. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 35 Issue: 6, pp.1195-1214.
- Fornell, C., Johnson, M.D., Anderson, E.W., Cha, J., and Bryant, B.E. (1999). The American Satisfaction Index: Nature, purpose, and findings, *Journal of Marketing Research*, 60, 7-18.
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J., and Anderson. R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Ed.)*. Boston: Pearson.

- Johnson, D, M., Russell, R, S., White, S, W. (2016). Perceptions of Care Quality and The Effect on Patient Satisfaction. *International Journal of Quality and Reability Management*, Vol. 33 Iss 8 pp, 1202-1229.
- Juhana, D., Manik, E., Febrinella, C., and Sidharta, I. (2015). Empirical Study on Patient Satisfaction and Patient Loyalty on Public Hospital in Bandung, Indonesia. *I J A B E R*, Vol. 13, No. 6 (2015): 4305-4326.
- Kessler, D. P., and Mylod, D. (2011). Does patient Satisfaction Affect Patient Loyalty?. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, Vol. 24 No. 4, pp. 266-273.
- Kim, C, E., Shin, J, S., Lee, J., Lee Y, J., Kim, M., Choi, A., Park, K, B., Lee, H, J., and Ha, I, H. (2017). Quality Of Medical Service, Patient Satisfaction and Loyalty With A Focus On Interpersonal-Based Medical Service Encounters and Treatment Effectiveness: A Cross-Sectional Multicenter Study of Complementary and Alternative Medicine (CAM) Hospitals. *BMC Complementary and Alternative Medicine*, 17:174.
- Kotler, P., Keller, K, L. (2016). *Marketing Management, 15e*. Pearso Educations, Inc.
- Mann, C. J. (2003). Observational Research Methods. *Research Design II: Cohort, Cross Sectional, and Case-Control Studies*. Emerg Med J.
- Nelson-Zlupko, L., Dore, M, M., Kauffman, D., and Kaltenbach, K. (1996). Women in Recovery Their Perceptions of Treatment Effectiveness. *Journal of Substance Abuse Treatment*, Vol. 13, No. 1, pp. 51-59.
- Neuman, W.L. (2013). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach, 7th ed*. Boston: allyn and bacon.
- Nguyen, N., and Leblanc, G. (2001). Corporate Image and Corporate Reputation in Customers' Retention Decisions in Services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(4), 227-236.
- Nitecki, D. A., and Herson, P. (2000). Measuring Service Quality At Yale University's Libraries. *The Journal of Academic Librarianship*, 26(4), 259-273.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty?. *Journal of Marketing*, 33-44.
- Ouimette, P, C., Finney, J, W., and Moos, R, H., (1997) .Twelve-Step and Cognitive-Behavioral Treatment for Substance Abuse: A Comparison of Treatment Effectiveness. *Journal of consulting and clinical psychology*, Vol. 65, No, 2, 230-240.
- Ramli, N. B., Fun, C. S., and Idris, F. (2009). Kajian Kepuasan Pelanggan Terhadap Perkhidmatan Perpustakaan Universiti Awam di Malaysia. *Jurnal Pengurusan*.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Too, Leanne H.Y., Souchon, Anne L., dan Thirkell, Peter C. (2001). Relationship Marketing and Customer Loyalty in a Retail Setting: A Dyadic Exploration. *Journal of Marketing Management*, 17, 287-319.
- Wu, C-C. (2011). The Impact of Hospital Brand Image on Service Quality, Patient Satisfaction and Loyalty. *African Journal of Business Management*, Vol. 5(12), pp. 4873-4882.
- Zeithaml, Valarie A., Bitner Mary Jo, and Gremler Dwayne D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm (7th Ed.)*. McGraw-Hill Education