

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PASIEN  
TERHADAP LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN RUMAH SAKIT  
HAJI MEDAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat*

*Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)*

*Program Manajemen*



Oleh :

**ANDRI PRAYUGA**  
**1305160714**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**

## ABSTRAK

**ANDRI PRAYUGA, NPM 1305160714, PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN RUMAH SAKIT HAJI MEDAN. Skripsi. 2017**

Loyalitas Pasien merupakan pasien yang melakukan pengobatan kembali di Rumah Sakit, dimana pasien merasa puas dengan hasil dari kinerja Rumah Sakit, Kualitas Pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, dan kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang ia rasakan dengan harapannya

Tujuan penulis melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Haji Medan. Sampel pada Penelitian ini adalah sebanyak 87 responden yang merupakan pasien dari Rumah Sakit Haji Medan.

Hasil penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang diproses dan dianalisis dengan menggunakan Regresi Berganda. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampling jenuh. Uji kualitas data yang digunakan adalah uji validitas dengan menggunakan *Corrected Item Total* dan uji reabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*. Untuk uji hipotesis dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan uji t, dan uji F serta melakukan uji determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien yang ditunjukkan  $t_{hitung} (3,831) > t_{tabel} (1,66)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , terdapat pengaruh positif kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien yang ditunjukkan  $t_{hitung} (7,255) > t_{tabel} (1,66)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan untuk kualitas pelayanan dan kepuasan pasien mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Haji Medan dengan nilai  $F_{hitung} (81,330) > F_{tabel} (3,1)$  dengan tingkat signifikansi 0.000. Selanjutnya nilai *R-Square* yang diperoleh adalah sebesar 0,659 menunjukkan sekitar 65,9% kualitas pelayanan dan kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Haji Medan.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien Dan Loyalitas Pasien.**

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur bagi ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini , dimana skripsi ini sangat penulis butuhkan dalam rangka sebagai kelengkapan penulis untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dengan segala keterbatasan ilmu dan kemampuan yang dimiliki, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan para pembaca berkenan memberikan saran dan masukan yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Pada kesempatan ini, pertama kali penulis ucapkan terima kasih untuk seluruh keluarga telah memberikan bantuan dan dukungan baik moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun tidak begitu sempurna:

1. Ayahanda Erwanto dan Ibunda Ernawati yang telah banyak berkorban dan membesarkan, mendidik serta memberikan dukungan baik moral dan material, sehingga penulis dapat memperoleh keberhasilan.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Zulaspan Tupti, SE,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Januri, SE,MM,M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Ade Gunawan, SE,M.Si, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si, Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Jufrizen, SE, M.Si. Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Drs. Dani Iskandar, SE. MM Selaku Dosen Pembimbing saya, yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Pimpinan Rumah Sakit Haji Medan beserta seluruh pegawai yang telah memberikan kesempatan melakukan riset kepada penulis.
10. Dan kepada teman seperjuangan dan teman-teman yang telah memberikan dukungan kepada penulis, semoga kita bisa sukses selalu.

Seiring doa dan semoga ALLAH SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis serta dengan menyerahkan diri kepada Nya, seraya mengharapkan ridho Nya dan dengan segala kerendahan hati penulis menyerahkan Tugas Akhir ini yang jauh dari kesempurnaan hanyalah milik ALLAH SWT. Akhirnya, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat mendatangkan manfaat bagi kita semua, Aamiin... ya Rabbal Alaamiin...

Medan, April 2017  
Penulis

**ANDRI PRAYUGA**  
**1305160714**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan dan Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
A. Uraian Teori .....	8
1. Loyalitas Pasien .....	8
a. Pengertian Loyalitas Pasien.....	8
b. Manfaat Loyalitas .....	9
c. Faktor-Faktor Loyalitas .....	10
d. Indikator Loyalitas .....	12
2. Kualitas Pelayanan .....	13
a. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	13
b. Dimensi Utama Kualitas Pelayanan .....	14
c. Karakteristik Pelayanan.....	15
d. Indikator Kualitas Pelayanan.....	16
3. Kepuasan Pasien.....	19

a. Pengertian Kepuasan Pasien.....	19
b. Peran Penting Kepuasan Pasien .....	20
c. Manfaat Kepuasan Pasien .....	20
d. Metode Kepuasan Pasien.....	22
e. Manfaat Kepuasan Pasien .....	23
f. Indikator Kepuasan Pasien .....	23
B. Kerangka Konseptual .....	24
C. Hipotesis.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	28
B. Definisi Variabel Penelitian .....	28
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	30
D. Populasi dan Sampel .....	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Teknik Analisis Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
A. Hasil Penelitian .....	39
1. Deskripsi Data .....	39
B. Pembahasan.....	57
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Waktu Penelitian.....	29
Tabel III.2 Skala Likert.....	39
Tabel IV.1 Skala Pengukuran Likert .....	40
Tabel IV.2 Distribusi Koresponden Jenis Kelamin .....	40
Tabel IV.3 Distribusi Koresponden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel IV.4 Skor Angket Kualitas Pelayanan .....	41
Tabel IV.5 Skor Angket Kepuasan Pasien.....	43
Tabel IV.6 Skor Angket Loyalitas Pasien.....	45
Tabel IV.7 Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel IV.8 Uji Validitas Kepuasan Pasien.....	48
Tabel IV.9 Uji Validitas Loyalitas Pasien .....	48
Tabel IV.10 Uji Reabilitas .....	49
Tabel IV.11 Uji Regresi Linear Berganda .....	50
Tabel IV.12 Uji Autokorelasi.....	52
Tabel IV.13 Uji Multikolinieritas .....	54
Tabel IV.14 Uji t.....	56
Tabel IV.15 Uji F.....	56
Tabel IV.16 Koefisien Determinasi .....	57

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar III.1 Pengujian Hipotesis.....	31
Gambar III.2 Pengujian Hipotesis.....	31
Gambar IV.1 Grafik Histrogram.....	51
Gambar IV.2 P-Plot .....	52
Gambar IV.3 Uji Heterokedastisitas .....	55



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Ilmu kesehatan masyarakat di Indonesia mengalami perkembangan dari masa ke masa, baik sebelum masa kemerdekaan, masa baru sesudah kemerdekaan, dan masa orde baru (Alamsyah 2013, hal 3)

Mempelajari ilmu kesehatan bagi kalangan mahasiswa dan praktisi kesehatan baik dokter, dokter gigi, sarjana kesehatan masyarakat, perawat, bidan dan lain-lain memang sangat kompleks untuk diketahui bagaimana sarjana kesehatan masyarakat itu berasal dan siapa orang yang pertama kali yang mencetus itu sehingga ilmu kesmas mengalami perkembangan yang sangat signifikan baik di Negara maju dan sedang berkembang (Alamsyah 2013, hal 1)

Di Indonesia rumah sakit sebagai salah satu system pelayanan kesehatan secara garis besar memberikan pelayanan untuk masyarakat berupa pelayanan kesehatan mencakup pelayanan medic, pelayanan penunjang medik, rehabilitasi medik dan pelayan perawatan. Pelayanan tersebut dilaksanakan melalui unit gawat darurat, unit rawat inap, dan unit rawat jalan. Pelayanan kesehatan di rumah sakit saat ini tidak saja bersifat kuratif tetapi juga bersifat pemulihan (rehabilitatif). Kedua pelayanan tersebut secara terpadu melalui upaya promosi kesehatan (promotif) dan pencegahan (Herlambang 2016 hal, 33)

Rumah sakit umum mempunyai misi memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu dan terjangkau oleh masyarakat dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Tugas rumah sakit umum adalah melaksanakan

upaya pelayanan kesehatan secara berdaya guna dan berhasil guna dengan mengutamakan penyembuhan dan pemulihan yang dilakukan secara serasi dan terpadu dengan peningkatan dan pencegahan serta pelaksanaan upaya rujukan (Herlambang 2016 hal, 34)

Mutu pelayanan kesehatan menjadi hal yang penting dalam organisasi pelayanan kesehatan, peningkatan kesadaran masyarakat tentang kesehatan dan pelayanan kesehatan mendorong setiap organisasi pelayanan kesehatan untuk sadar mutu dalam memberikan pelayanan kepada pengguna jasa organisasi pelayanan kesehatan. Setiap permasalahan yang muncul dalam organisasi pelayanan kesehatan khususnya berkaitan dengan mutu layanan kesehatan, terdapat tiga konsep utama yang selalu muncul, konsep tersebut adalah akses, biaya, dan mutu. Tentu saja akses mencakup akses fisik, keuangan, mental atau intelektual sumber daya manusia terhadap perawatan dan layanan kesehatan yang tersedia. Dari ketiga konsep tersebut, elemen kepuasan konsumen merupakan yang terpenting. Jika konsumen tidak puas dengan mutu layanan yang diberikan, pasien tidak akan kembali atau mencari layanan lainnya, walaupun layanan tersebut tersedia, mudah didapat dan mudah dijangkau. Oleh karena itu, mutu layanan yang ditawarkan merupakan hal yang penting dalam layanan kesehatan. Namun mutu harus berasal dari perspektif konsumen karena mutu layanan merupakan jasa yang diterima oleh konsumen layanan tersebut (Herlambang 2016 hal, 71)

Mutu pelayanan kesehatan adalah derajat kesempurnaan pelayanan akan pelayanan kesehatan yang sesuai dengan standar profesi dan standar pelayanan dengan menggunakan potensi sumber daya yang tersedia di rumah sakit atau

puskesmas secara wajar, efisien dan efektif serta diberikan secara aman dan memuaskan norma, etika. Untuk memenuhi mutu pelayanan kesehatan maka dasar yang dipergunakan untuk mengukur mutu pelayanan kesehatan adalah memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan kesehatan, yang apabila berhasil dipenuhi akan dapat menimbulkan rasa puas kepada konsumen terhadap pelayanan jasa kesehatan (Herlambang 2016 hal, 73)

Menurut Sheth dan Mittal (dalam Tjiptono 2014, hal 393) loyalitas pasien adalah komitmen pasien terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Dari defenisi yang disampaikan Gramer dan Grown, pasien yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa. Dengan terciptanya kualitas layanan yang sempurna akan mendorong terciptanya kepuasan pasien dalam membentuk loyalitas pasien karena kualitas layanan merupakan saran untuk mewujudkan kepuasan pasien dalam membentuk loyalitas pasien.

Menurut Ibrahim (2008, hal 22) kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan tersebut. Kualitas layanan dapat diwujudkan dengan memberikan layanan kepada pasien dengan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang menjadi harapan pasien. Ketidak puasan pada salah satu atau lebih dari dimensi layanan tentunya akan memberikan kontribusi terhadap tingkat layanan secara keseluruhan, sehingga upaya untuk meningkatkan kualitas layanan untuk masing-masing dimensi layanan harus menjadi layanan harus tetap menjadi perhatian

menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pasien merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka layanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan public. Mencapai tingkat kepuasan pasien tertinggi adalah tujuan utama pemasaran. Ketika pasien merasa puas atas pelayanan yang didapatkan, maka besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan melakukan pembelian-pembelian yang lain dan mereka juga akan merekomendasikan pada teman-teman dan keluarganya tentang rumah sakit tersebut. Pemasaran bukanlah semata-mata membuat penjualan, melainkan tentang bagaimana memuaskan pasien terus-menerus.

Menurut Kotler dan Keller (2014, hal 139) kepuasan pasien adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Dalam suatu konsep kepuasan pasien terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja. Harapan adalah pikiran pasien tentang apa yang akan diterimanya apabila mengkonsumsi suatu produk sedangkan kinerja adalah persepsi nasabah tentang apa yang dia terima setelah mengkonsumsi suatu produk.

Fenomena atau masalah yang dihadapi didalam rumah sakit ketersediaan tenaga kerja atau SDM dirumah sakit masih sedikit memiliki tenagatetap yang meliputi tenaga medis, tenaga keperawatan, tenaga kefarmasian, tenaga manajemen rumah sakit, dan tenaga non rumah sakit. Tenaga medis yang melakukan peraktek kedokteran dirumah sakit wajib memiliki surat izin praktik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Setiap tenaga kesehatan

yang bekerja di rumah sakit harus bekerja sesuai standar profesi, standar pelayanan rumah sakit, standar prosedur operasional yang berlaku, etika profesi, menghormati hak pasien dan mengutamakan keselamatan pasien. Rumah sakit dapat mempekerjakan tenaga kesehatan asing sesuai dengan kebutuhan pelayanan. Selain itu rumah sakit juga harus memenuhi fasilitas-fasilitas dalam menjalankan semua kegiatan yang berlangsung dalam rumah sakit dan fasilitas penunjang lainnya seperti ruang tunggu yang layak bagi pasien agar tidak bosan dalam menunggu, apabila suatu rumah sakit tidak memadai atau kurangnya SDM rumah sakit akan susah untuk menjalankan system kerja yang ada didalam rumah sakit atau melayani pasien yang ada didalam rumah sakit. Pasien juga akan merasa tidak nyaman dan tidak puas apabila pelayanan yang diberikan rumah sakit terlalu lama dalam memenuhi kebutuhan pasien dan jadwal dokter yang tidak tepat atau sering berubah-ubah membuat para pasien menunggu terlalu lama untuk ditangani.

Berdasarkan uraian tersebut , maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Haji Medan.**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Terlalu lama saat penebusan resep dokter karena tenaga medis yang terbatas.
2. Adanya Keluhan pasien mengenai jadwal dokter yang sering terlambat datang.

3. Ruang tunggu pasien yang masih sangat sederhana.

## **C. Batasan Dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien diantaranya kepuasan, kepercayaan, kemudahan, dan ikatan emosi, namun dalam penelitian ini, penulis hanya membatasi dan membahas mengenai pengaruh kualitas dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien rawat jalan rumah sakit Haji Medan.

### **2. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada rumah Sakit Haji Medan?
- b. Apakah ada pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien pada rumah Sakit Haji medan?
- c. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien pada rumah Sakit Haji Medan?

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada rumah Sakit Haji Medan.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien pada rumah Sakit Haji Medan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien pada rumah Sakit Haji Medan.

## **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

### **a. Manfaat Teoritis**

1. Memperluas wawasan dan pengetahuan penulis tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien.
2. Sebagai bahan referensi bagi penulis lain dibidang kualitas pelayanan jasa dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah khasanah pustaka dibidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

### **b. Manfaat praktis**

1. Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak rumah sakit dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan pasien dalam membentuk loyalitas pasien serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang akan datang. Hasil penelitian ini juga membantu pihak rumah sakit apabila ingin meningkatkan loyalitas pasien dengan memperhatikan tingkat kepuasan pasien.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Uraian Teori**

##### **1. Loyalitas Pasien**

###### **a. Pengertian Loyalitas Pasien**

Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai satu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menekankan kepada perilaku pembeliannya.

Untuk tetap beroperasi dengan baik suatu perusahaan harus tetap dapat mempertahankan loyalitas pelanggan untuk setia mengonsumsi produk dari perusahaan. Dengan demikian akan dapat terus mempertahankan jumlah penjualan dari produk sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan.

Menurut Dick dan Basu (dalam Hasan 2008, hal 84) mengatakan definisi loyalitas lebih bersifat operasional yang menyebutkan bahwa loyalitas sebagai sebuah konsep yang menekankan pada tuntutan pembelian, proporsi pembelian, atau probabilitas pembelian.

Menurut Hasan (2008, hal 83) loyalitas pasien didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seorang yang terus menerus dan berulang kali



datang ke keinginannya dengan memiliki satu produk atau mendapatkan satu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Menurut Gremler dan Brown (dalam Hasan 2008, hal 83) bahwa loyalitas pasien adalah pasien yang tidak hanya membeli ulang satu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.

Sedangkan menurut Engel, Blackwell, Miniard (dalam Hasan 2008, hal 84) mengemukakan bahwa loyalitas pasien merupakan kebiasaan perilaku pengulangan pembelian, keterkaitan dan keterlibatan yang tinggi pada pilihannya, dan bercirikan dengan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternative.

Berdasarkan pengertian beberapa para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa seorang pelanggan dinyatakan loyal terhadap produk perusahaan bila pelanggan tersebut tetap setia menggunakan atau mengonsumsi hanya dari produsen tertentu tanpa berkeinginan untuk beralih ke produsen lain. Hal ini didukung dengan terpenuhinya atau kepuasan yang dirasakan pelanggan dalam mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut hingga tidak berkeinginan menggunakan produk lain yang belum tentu sebaik produk yang telah dipergunakan selama ini.

#### **b. Manfaat Loyalitas**

Griffin (2007, hal 13) mengemukakan manfaat atau keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh apabila memiliki konsumen yang loyal diantaranya :

- 1) Mengurangi biaya promosi, karena biaya untuk menarik konsumen baru lebih mahal.
- 2) Mengurangi biaya transaksi, biaya negosiasi kontrak, pemrosesan pesanan, dan lain-lain.
- 3) Mengurangi biaya turn over konsumen (karena pengganti konsumen yang lebih sedikit)
- 4) Meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
- 5) Word of mounth yang lebih positif, dengan asumsi bahwa konsumen yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.
- 6) Mengurangi biaya kegagalan (misalnya biaya penggantian)

**c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas**

Loyalitas pasien sangat penting bagi perusahaan untuk itu perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas. Menurut Kartajaya (2007, hal 24) faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah:

- 1) Kepuasan pelanggan
- 2) Retensi pelanggan
- 3) Migrasi pelanggan
- 4) Antusiasme pelanggan
- 5) Spiritualitas pelanggan

Berikut ini penjelasannya :

- 1) Kepuasan pelanggan

Jika perusahaan dapat memberikan service yang lebih ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan puas, pelanggan yang puas akan

mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap produk dibandingkan dengan pelanggan yang tidak puas.

## 2) Retensi pelanggan

Pada faktor ini perusahaan lebih fokus pada upaya mempertahankan jumlah pelanggan yang telah ada dengan meminimalkan jumlah pelanggan yang hilang. Selain diketahui bahwa biaya menarik pelanggan baru lebih mahal dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan yang telah ada.

## 3) Migrasi pelanggan

Faktor ini adalah mempertahankan pelanggan yang telah jauh lebih menguntungkan dari pada membiarkannya hilang, kemudian mencari pelanggan baru sebagai penggantinya.

## 4) Antusiasme pelanggan

Perpindahan pelanggan terus terjadi meski pelanggan telah puas dengan produk dan service yang telah diberikan perusahaan dan bahkan dengan program loyalitas yang disediakan perusahaan.

## 5) Spiritualisasi pelanggan

Loyalitas tidak hanya menggunakan produk atau mengigit dalam hati, mereferensikan dan merekomendasikan pemakai kepada orang lain, tetapi juga telah menjadi bagian dari diri pelanggan seutuhnya. Jika sebuah produk atau brand telah berhasil masuk area spiritualisme pelanggan. Bias dipastikan sustainabilitasnya akan terjaga karena produk akan terjaga kerana produk telah menjadi bagian dari jati diri pelanggan bukan dari simbol semata.

Menurut Zikmund dalam Vanessa (2007 hal, 72) terdapat lima faktor yaitu:

1) satisfaction (kepuasan)

Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan.

2) Emotional bonding (ikatan emosi)

Dimana konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut.

3) Trust (kepercayaan)

Kemampuan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

4) Choice reduction and habit (kemudahan)

Jika konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan.

5) History with company (pengalaman dengan perusahaan)

Ketika kita mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka kita akan mengulangi perilaku kita pada perusahaan tersebut.

**d. Indikator Loyalitas**

Menurut Hidayat (2009, hal 103) loyalitas konsumen merupakan komitmen seseorang terhadap suatu pasar berdasarkan sikap positif dan tercermin dalam pembelian ulang secara konsisten. Indikator dari loyalitas tersebut adalah :

Menurut Hidayat (2009, hal 103) Indikator dari loyalitas tersebut adalah :

- 1) *Trust*. Aspek ini merupakan tanggapan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
- 2) *Psychological (Emotion) Commitment*. Aspek ini merupakan komitmen psikologi pasien terhadap perusahaan.
- 3) *Switching Cost*. Aspek ini merupakan tanggapan pelanggan tentang beban yang diterima ketika terjadi perubahan.
- 4) *Word of mouth*. Aspek ini merupakan perilaku publisitas yang dilakukan oleh pelanggan terhadap perusahaan.
- 5) *Cooperation*. Aspek ini merupakan perilaku pelanggan yang menunjukkan sikap dapat bekerja sama dengan perusahaan

Loyalitas pelanggan diartikan sebagai loyalitas yang ditujukan para pelanggan. Menurut Griffin (dalam Hurriyati 2010 hal, 130) beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas adalah:

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur
- 2) Melakukan pembelian diluar lini produk/jasa
- 3) Merekomendasikan produk
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing

## **2. Kualitas Pelayanan**

### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono & Chandra (2012, hal 74) dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai macam penafsiran

karena kualitas memiliki sejumlah level universal (sama di manapun) kultural (tergantung system budaya) social (dibentuk oleh kelas social ekonomi, kelompok stnis, keluarga dan teman sepergaulan) dan personal (tergantung preferensi atau setiap selera individu).

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012, hal 77) kualitas pelayanan juga mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspetasi pelaggan.

Jadi kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Implikasinya baik buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa menuhi harapan pelanggan secara konsisten.

#### **b. Dimensi Utama Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2012, hal 75) kualitas pelayanan terdapat lima dimensi utama yang menentukan kualitas pelayanan yaitu:

- 1) *Tangible* (bukti fisik)
- 2) *Reability* (kehandalan)
- 3) *Assurance* (jaminan)
- 4) *Responsivenes* (daya tanggap)
- 5) *Emphatiy* (empati)

Berikut ini adalah penjelasanya:

- 1) *Tangible* (bukti fisik) artinya, jasa yang berkualitas dilihat dari fasilitas fisik seperti fasilitas refarasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan, dan ruang tunggu yang representative.

- 2) *Reability* (kehandalan) artinya, keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- 3) *Assurance* (jaminan) artinya, jasa yang berkualitas mencakup janji perbankan kepada pelanggan, penetapan waktu pemberian jasa/pelayanan, keamanan bertransaksi, penetapan waktu oprasi, dan kepastian jasa/pelayanan yang diberikan.
- 4) *Responsiveness* (daya tanggap) artinya, jasa yang berkualitas mencakup kecepatan layanan karyawan dan dukungan perusahaan pada karyawan.
- 5) *Empathy* (empati) artinya, jasa yang berkualitas mencakup kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan.

### c. Karakteristik Pelayanan

Ada lima karakteristik utama pelayanan yang mempengaruhi rancangan program pemasaran menurut Tjiptono (2012, hal 302) yaitu:

- 1) *Intangibility* (tidak terwujud)  
Artinya, jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (performance) atau usaha. Oleh sebab itu jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dikonsumsi.
- 2) *Inseparability* (tidak terpisahkan)  
Artinya, antara sipembeli jasa dengan penjual jasa saling berkaitan.
- 3) *Variability* (berfariasi atau beraneka ragam)  
Artinya, jasa dapat diperjual belikan dalam berbagai bentuk.

4) *Perishability*

Artinya, mudah lenyap atau tidak tahan lama. Maksudnya jasa tidak dapat disimpan, begitu jasa diberi maka jasa akan segera di konsumsi.

5) *Lack of ownership*

Artinya, pelanggan tidak memiliki jasa pada pembeli jasa pelanggan hanya memiliki akses personal atas suatu jasa untuk jangka waktu yang terbatas.

**d. Indikator Kualitas Pelayanan**

Pelayanan yang diberikan hendaknya pelayanan yang dapat memberikan rasa puas bagi sipenerimanya, layanan tersebut dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tersebut dituntut untuk selalu disempurnakan dan ditingkatkan baik mutu ataupun kualitasnya. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012, hal 75) terdapat delapan faktor paling penting untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan yaitu:

- 1) Kinerja (*performance*)
- 2) Fitur (*features*)
- 3) Reliabilitas
- 4) Konfirmasi (*conformance*)
- 5) Daya tahan (*durability*)
- 6) *Serviceability*
- 7) Estetika (*aesthetics*)
- 8) Persepsi terhadap kualitas



Berikut ini penjelasannya:

- 1) Kinerja (*performances*) artinya karakteristik operasi dasar dari suatu produk misalnya kecepatan pengiriman paket serta kebersihan tempat sebuah restoran yang dapat konsumen merasa nyaman.
- 2) Fitur (*features*) artinya karakteristik pelengkap khusus yang bisa menambah pengalaman pemakaian produk. Contohnya minum gratis selama penerbangan pesawat.
- 3) Reliabilitas artinya probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka semakin andal produk tersebut.
- 4) Konfirmasi (*conformance*) artinya tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan, misalnya ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan kereta api dan kesesuaian antara ukuran sepatu dengan standart yang berlaku.
- 5) Daya tahan (*durability*) artinya jumlah pemakaian produk sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan semakin besar pula daya tahan produk. Baterai merupakan salah satu contoh produk yang kerap kali menekankan aspek daya tahan sebagai positioning kunci.
- 6) Serviceability artinya kecepatan dan kemudahan untuk diresapi serta kompetensi keramah tamahan pelayan staf.
- 7) Estetika (*aesthetics*) menyangkut penampilan produk yang bisa dinilai dengan panca indera (rasa,aroma,suara,dan seterusnya)

- 8) Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*) artinya kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual contohnya mobil BMW, arloji Rolex, kemeja Polo, dan peralatan elektronik Sony.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012 hal, 75) ada enam indikator kualitas pelayanan yaitu:

- 1) Reliabilitas
- 2) Responsivitas
- 3) Jaminan
- 4) Empati
- 5) Bukti fisik

### **3. Kepuasan pasien**

#### **a. Pengertian Kepuasan Pasien**

Kata kepuasan adalah *satisfacation* berasal dari kata latin "*satis*" artinya cukup baik, memadai dan "*facio*" artinya melakukan dan membuat. Berikut ini pengerertian kepuasan dari beberapa pakar ekonomi, yaitu :

Menurut Kotler dan Keller (2014, hal 138) menyatakan kepuasan pasien adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang diperepsikan produk (atau hasil) terhadap ekpetasi mereka.

Menurut Howard dan Shets (dalam Tjiptono 2014, hal 353) mengungkapkan bahwa kepuasan pasien adalah situasi kofnitif pembelian berkenaan dengan ketidak sepadaan antara hasil yang didapatkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Menurut Tse dan Wilton (dalam Tjiptono 2014, hal 353) menyatakan kepuasan pasien adalah respon nasabah terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk/jasa sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi suatu produk/jasa bersangkutan.

Menurut Mowen (dalam Tjiptono 2014, hal 354) merumuskan kepuasan pasien adalah sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah memperoleh (*acquisition*) dan pemakaian.

Menurut Abdullah & Tantri(2016, hal. 38) kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah ,membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya, sedangkan menurut Loverlock (2010, hal. 60) berpendapat bahwa kepuasandalahs semacam penilaian perilaku yang terjadi setelah pengalaman mengonsumsi layanan.

Menurut Assauri (2012, hal. 12) kepuasan pasien merupakan sesuatu indikator ke depan akan berhasil bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pasien terhadap masa depan bisnis perusahaan

Seperti dijelaskan dalam defenisi diatas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi kesan atas kinerja dan harapan. Jika berada dibawah harapan, pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, senang atau gembira. Kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh kualitas produk, juga ditentukan oleh kualitas jasa, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta bersifat situasi sesaat.

### **b. Peran Penting Adanya Kepuasan Pasien**

Menurut Kotler (2009, hal 140) pelanggan yang sangat puas umumnya lebih lama setia, lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan mengingatkan produksi yang ada. Membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberikan perhatian pada merek pesaing dan tidak perlu peka terhadap harga, menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit pelanggan ini ketimbang pelanggan baru karena transaksinya bersifat rutin.

### **c. Manfaat Program Kepuasan Pasien**

Adapun manfaat dari kepuasan pasien (Tjiptono 2014, hal 357) adalah :

- 1) Reaksi terhadap produsen memiliki biaya yang rendah
- 2) Manfaat ekonomi retensi pasien *versus perpetual prospecting*
- 3) Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan
- 4) Daya persuasi gethok tular ( *word of mouth*)
- 5) Reduksi sensitivitas harga
- 6) Kepuasan pasien sebagai indikator kesuksesan bisnis dimasa depan

Berikut ini penjelasannya :

- 1) Reaksi terhadap produsen memiliki biaya yang rendah

Fokus kepada kepuasan pasien merupakan upaya mempertahankan pasien dalam rangka menghadapi para produsen berbiaya rendah. Banyak rumah sakit yang mendapati cukup banyak pasien yang tersedia membayar harga lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas yang lebih baik.

2) Manfaat ekonomi retensi pasien *versus perpetual prospecting*

Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan pasien saat ini lebih murah dibandingkan terus menerus berupaya menarik pasien baru.

3) Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan

Upaya mempertahankan loyalitas pasien terhadap produk dan jasa rumah sakit selama periode waktu yang lama bisa menghasilkan aunitas yang jauh lebih besar dari pada pembelian individual.

4) Daya persuasi gethok tular (word of mouth)

Banyak industry (khususnya sector jasa), pendapat/opini positif dari teman dan keluarga jauh lebih persuasive dan kredibel dari pada iklan. Oleh sebab itu, banyak rumah sakit yang hanya tidak meneliti kepuasan total namun juga menelaah sejauh mana pasien bersedia merekomendasikan produk rumah sakit kepada orang lain. Apalagi ada kecenderungan seseorang pasien menceritakan pengalamannya buruknya kepada orang lain dari pada pasien yang puas menyampaikan pengalamannya positifnya.

5) Reduksi sensitivitas harga

Pasien yang puas dan loyal terhadap sebuah rumah sakit cenderung menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Hal ini disebabkan faktor kepercayaan telah terbentuk. Dalam banyak kasus, kepuasan pasien mengalihkan fokus pada harga pelayanan dan kualitas.

6) Kepuasan pasien sebagai indikator kesuksesan bisnis dimasa depan

Pada hakikatnya kepuasan pasien merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas pelayanan prima. Oleh karena itu, kepuasan pasien merupakan indikator kesuksesan bisnis dimasa depan yang mengukur kecendrungan reaksi pasien terhadap rumah sakit dimasa yang akan datang.

**d. Metode Pengukuran Kepuasan Pasien**

Ada empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan menurut Kotler (dalam Kasmir 2008, hal 240) antara lain:

- 1) System keluhan dan saran (*Complain and Suggestion System*)
- 2) Survey kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Surveys*)
- 3) Pelanggan samaran (*Ghost Shopping*)
- 4) Analisis mantan pelanggan (*Lost Consumer Analylisis*)

Berikut ini adalah penjelasannya:

- 1) System keluhan dan saran (*Complain and Suggestion System*)

Seberapa banyak keluhan dan komplain yang dilakukan pelanggan dalam suatu periode. Makin banyak, berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya. Untuk itu ada sistem keluhan dan saran.

- 2) Survey kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Surveys*)

Dalam hal ini perusahaan perlu secara berkala melakukan survey, baik melalui wawancara maupun kuesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan tempat pelanggan melakukan transaksi selama ini. Untuk itu adanya survey kepuasan pelanggan.

3) Pelanggan samaran (*Ghost Shopping*)

Perusahaan dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi pelanggan guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani pelanggan sesungguhnya.

4) Analisis mantan pelanggan (*Lost Customer Analysis*)

Dengan melihat catatan pelanggan yang pernah menjadi pelanggan guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi pelanggan kita.

**e. Manfaat Kepuasan Pasien**

Menurut Tjiptono (2012, hal 57) manfaat-manfaat spesifik kepuasan pelanggan bagi perusahaan mencakup: dampak positif pada loyalitas pelanggan, berpotensi menjadi pendapatan pada masa depan, menekan volatilitas dan resiko berkenaan dengan pikiran dengan prediksi aliran kas masa depan, meningkatnya toleransi harga, ekonomi gethok tular positif, pelanggan lebih reseptif terhadap *product line extension*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan, serta meningkatnya *bargaining power relative* perusahaan jejaring pemasok. Singkat, tidak perlu diragukan lagi bahwa kepuasan pelanggan sangat krusial bagi kelangsungan hidup dan daya saing setiap organisasi baik bisnis maupun nirlaba.

**f. Indikator Kepuasan Pasien**

Menurut Tjiptono (2008, hal 26) ada beberapa indikator yang harus diperhatikan dalam menciptakan kepuasan pasien:

- 1) Bukti langsung merupakan kepuasan pelanggan menunjukkan ekstansinya pada pihak eksternal.

- 2) Keandalan merupakan kepuasan pelanggan atau perusahaan atas kemampuan karyawan dalam menunjukkan kemampuannya untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya.
- 3) Daya tanggap merupakan kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan atas kemampuan karyawannya dalam melayani cepat tanggap.
- 4) Jaminan merupakan kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan atas kemampuan karyawannya dalam menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan.
- 5) Empati merupakan kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan atas kemampuan karyawannya dalam memperhatikan pelanggannya secara khusus dan membuat pelanggan merasa nyaman secara spesifik.

Menurut Pohan (2007, hal. 144) ada beberapa indikator untuk mengukur kepuasan yaitu:

- 1) Kepuasan terhadap akses layanan
- 2) Kepuasan terhadap mutu layanan
- 3) Kepuasan terhadap proses layanan, termasuk hubungan antar manusia
- 4) Kepuasan terhadap system

## **B. Kerangka Konseptual**

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien**

Kualitas pelayanan rumah sakit yang diajukan kepada pasien mempunyai hubungan yang sangat erat terhadap rumah sakit itu sendiri, didalam memaksimalkan pengalaman para pasien dengan menyenangkan para pasien serta meminimalkan pengalaman para pasien yang kurang menyenangkan yang diterimanya. Seperti yang dikemukakan oleh Polyarat



(2010 hal, 67) telah mengidentifikasi kualitas layanan sebagai penentu loyalitas pasien. Menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan para pasien akan menjadi setia kepada rumah sakit. Jika pasien merasa hal tersebut dapat dipahami karena layanan yang diberikan oleh rumah sakit baik, maka pasien akan kembali mengkonsumsi produk atau jasa rumah sakit tersebut.

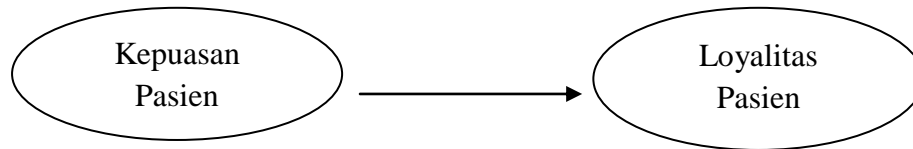
Hasil penelitian yang dilakukan oleh Al-Rousan (2010) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.



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

Kepuasan pasien terhadap sebuah rumah sakit merupakan elemen terpenting dalam menunjukkan eksistensi sebuah rumah sakit itu sendiri. Seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (2014, hal 353) “Terciptanya kepuasan pasien dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara rumah sakit dan pasien menjadi harmonis, meningkatnya reputasi rumah sakit, meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan, memberikan dasar bagi pembelian ulang, dan menciptakan loyalitas pasien sarta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan rumah sakit”. Hubungan antara kepuasan dan loyalitas yaitu saat dimana pasien mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek rumah sakit.

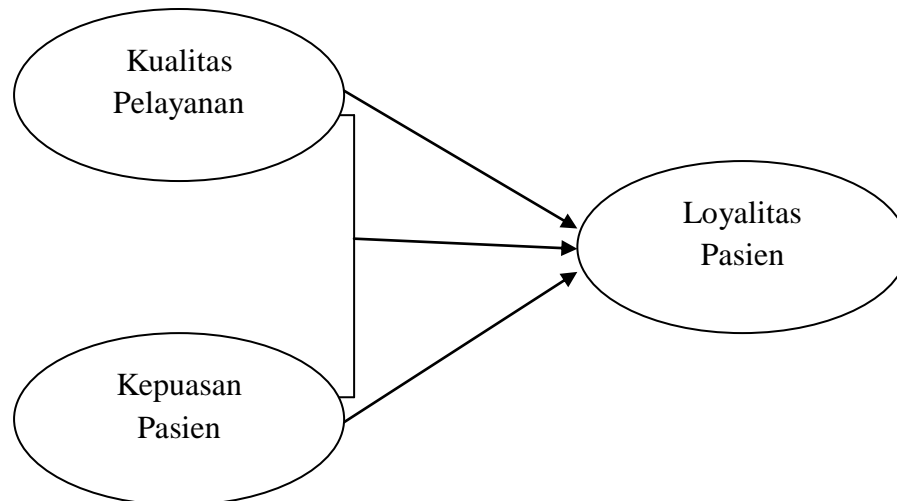
Menurut penelitian Krismanto (2009) yang menyatakan bahwa b kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien menunjukkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.



### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien**

Kualitas pelayanan yang baik dalam rumah sakit sangat dapat mempengaruhi kepuasan pasien dan berujung pada peningkatan loyalitas pasien. Menurut Hasan (2008, hal 83) loyalitas pasien didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke keinginannya dengan memiliki satu produk atau mendapatkan satu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Menurut Firdaus (2012) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas, menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.



**Gambar II-1**

**Kerangka Konseptual**

**C. Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2016, hal 63) mengemukakan bahwa hipotesis adalah “merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian”

Berdasarkan batasan masalah dan rumusan masalah, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada rumah sakit Haji Medan.
2. Adanya pengaruh kualitas kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien pada rumah sakit Haji Medan.
3. Adanya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien pada rumah sakit Haji Medan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel ataupun lebih. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Dimana untuk variabel independen adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pasien. Sedangkan untuk variabel dependen adalah loyalitas pasien.

#### **B. Defenisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan variabel diukur untuk mengetahui baik buruknya pengukuran dalam suatu penelitian. Disamping itu definisi operasional ini bertujuan untuk melihat sejauh mana variasi dari faktor lainnya. Definisi operasional variabel ini adalah:

##### **1. Kualitas Pelayanan (X1)**

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi dari pasien. Adapun indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2012, hal 75) yaitu:

- 1) Kinerja (*performance*)
- 2) Fitur (*features*)
- 3) Reliabilitas
- 4) Konfirmasi (*conformance*)
- 5) Daya tahan (*durability*)

- 6) *Serviceability*
- 7) Estetika (*aesthetics*)
- 8) Persepsi terhadap kualitas

## **2. Kepuasan Pasien (X2)**

Kepuasan pasien adalah sikap keseluruhan terhadap jasa setelah menggunakannya yang ia rasakan sesuai atau tidak dengan harapannya. Menurut Tjiptono (2008, hal 26) ada beberapa indikator yang harus diperhatikan dalam menciptakan kepuasan pasien:

- 1) Bukti langsung
- 2) Keandalan
- 3) Daya tanggap
- 4) Jaminan
- 5) Empati

## **3. Loyalitas Pasien (Y)**

Loyalitas pasien adalah kebiasaan perilaku pengulangan atas pengobatan yang dilakukan oleh pasien yang juga dapat bersumber dari pencarian informasi eksternal. Menurut Hidayat (2009, hal 103) Indikator dari loyalitas tersebut adalah :

- 1) *Trust..*
- 2) *Psychological (Emotion) Commitment.*
- 3) *Switching Cost.*
- 4) *Word of mouth.*
- 5) *Cooperation.*

### C. Tempat dan Waktu Penelitian

#### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Sakit Haji Medan yang beralamat di jalan Rumah Sakit Haji Medan.

#### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan pada bulan Des 2016 sampai dengan April 2017 atau seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel III.1**  
**Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Des 2016				Jan 2017				Febr 2017				Mar 2017				Apr 2017			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul	■	■																		
2	Pra Riset		■	■	■	■	■	■	■												
3	Penyusunan Proposal		■	■	■	■	■	■	■												
4	Seminar Proposal							■													
5	Riset								■	■	■	■	■								
6	Penulisan Skripsi										■	■	■	■	■	■	■				
7	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■	■	■	■	■
8	Sidang Meja Hijau																				■

### D. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2012 hal, 80) populasi merupakan wilayah generasi yang terdiri objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diharapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Dalam hal ini populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan poliklinik gigi pada bulan Desember yang berjumlah 87 orang.

## b. Sampel

Menurut Arikunto (2010 hal, 174) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Karena jumlah populasi relative sedang maka teknik sampling *non probability sampling* yang digunakan yaitu *sampel jenuh* dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel yang berjumlah 87 orang.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Juliandi (2014 hal, 68) teknik pengumpulan data penelitian merupakan cara untuk pengumpulan data-data yang relevan bagi peneliitian. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dikumpulkan dari sumber primer dan sekunder. Data perimer dikumpulkan langsung dari responden dengan teknik survey menggunakan angket.

Angket yaitu, alat yang akan sigunakan dalam teknik pengumpulan data terutama survey. Penyembaran angket (quesioner) yaitu dengan menyebarkan angket berupa daftar pernyataan kepada seratus orang yang dijadikan sampel. Didalam penelitian ini skala likert dengan bentuk checklist, hal ini dilakukan agar responden tidak kesulitan dalam menjawab pernyataan yang diberikan. Dimana setiap pertanyaan mempunyai lima opsi sebagaimana terlihat pada tabel berikut :

**Tabel III-2**  
**Skala Likert**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Point</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## 1. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan tujuan menganalisis apakah instrument yang dilakukan memang benar-benar tepat dan rasional untuk mengukur variabel penelitian.

Untuk mengukur validitas setiap butir pertanyaan, maka digunakan teknik korelasi *product moment*, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2016, hal. 286)

Keterangan :

- n = banyaknya pasangan pengamatan
- $\sum x_i$  = jumlah pengamatan variabel x
- $\sum y_i$  = jumlah pengamatan variabel y
- $(\sum x_i^2)$  = jumlah kuadrat pengamatan variabel x
- $(\sum y_i^2)$  = jumlah pengamatan y
- $(\sum x_i)^2$  = kuadrat jumlah pengamatan variabel x
- $(\sum y_i)^2$  = pengamatan jumlah variabel y
- $\sum x_i y_i$  = jumlah hasil kali variabel x dan y

Dalam rumus *Korelasi Product Moment* dari pearson, dengan ketentuan:

1. Jika r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung < r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.



## 2. Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan tingkat kehandalan suatu instrument penelitian. Instrument yang reliable adalah instrument yang apabila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Butir pertanyaan yang sudah valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan mencoba instrument kepada responden kemudian data yang diperoleh dianalisis tertentu.

Rumus Alpha Cronbach :

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Sugiyono (2012 hal, 365)

Dimana :

$r_i$  = reabilitas instrument  
 $k$  = banyaknya butir pertanyaan  
 $\sum s_i^2$  = jumlah varians butir pertanyaan  
 $s_t^2$  = varians total

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut rumus untuk melihat analisis linier berganda:

$$Y = \beta + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + e$$

(Juliandi, dkk, 2014, hal. 157)

Keterangan:

$Y$  = Loyalitas pasien  
 $\beta$  = Konstanta  
 $\beta_1$  dan  $\beta_2$  = Besaran Koefisien regresi dari masing-masing variabel  
 $X_1$  = Kualitas Pelayanan  
 $X_2$  = Kepuasan Pasien

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mendeteksi adanya penyimpangan asumsi klasik pada regresi linear berganda dan untuk menganalisis apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model yang terbaik (Juliandi dan Irfan, 2013, hal.169). Jika model adalah model yang baik, maka data yang di analisis layak untuk dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengetahuan atau untuk pemecahan masalah praktis. Ada beberapa kriteria persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi untuk bisa menggunakan regresi linear berganda, yaitu sebagai berikut :

### a) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak (Juliandi dan Irfan, 2013, hal. 169). Adapun uji normalitas yang biasanya dilakukan dalam penelitian, yaitu dengan uji *Normal P-P Plot of Regression Standarized Residual* dapat digunakan untuk melihat model regresi normal atau tidaknya dengan syarat yaitu apabila titik-titik menyebar di daerah garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dan jika titik-titik jauh menyebar jauh dari diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### b) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode  $t$  (berada) dengan kesalahan pengganggu  $t-1$  (sebelumnya). Menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Waston (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah  $-2$  ( $DW < -2$ )
- 2) Terjadi autokorelasi negatif, jika nilai DW diatas  $+2$  atau  $DW > +2$ .

#### c) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen (Juliandi, dkk, 2014, hal. 161). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance lawannya, dan *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan ketentuan :

- 1) Jika *Tolerance* lebih kecil dari 0.1 atau VIF lebih besar dari 10, maka terdapat masalah multikolinearitas yang serius.
- 2) Jika *Tolerance* lebih besar dari 0.1 atau nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas pada data yang akan diolah dan model terbebas dari masalah multikolinearitas.

#### d) Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas, dan jika varians

berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Gujarati, 2001 dalam Juliandi, dkk, 2014, hal. 161). Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi penelitian ini, analisis yang dilakukan adalah dengan metode informal. Metode informal dalam pengujian heterokedastisitas yakni metode grafik dan *scatterplot*. Adapun dasar analisis sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur maka terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y)

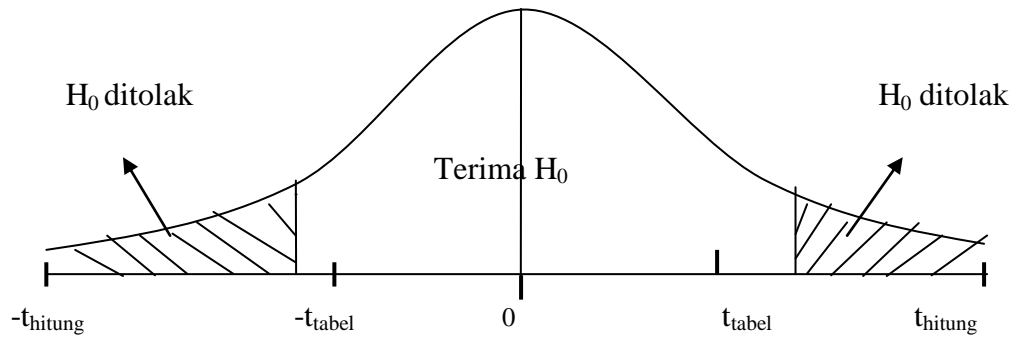
Kriteria Pengujian Hipotesis:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sugiyono, 2012, hal. 250)

Keterangan:

- t = nilai  $t_{hitung}$
- $r_{xy}$  = kolerasi xy yang ditemukan
- n = jumlah sampel



Gambar III.1

### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen

Kriteria Pengujian Hipotesis:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

(Sugiyono, 2012, hal. 257)

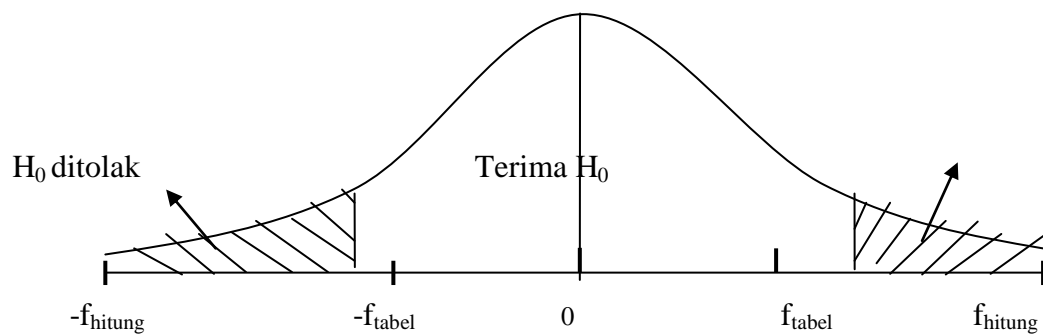
Keterangan:

$R^2$  = koefien korelasi

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan F tabel



Gambar III.2

Bentuk pengujian adalah:

$H_0: \beta = 0$ , tidak ada pengaruh antara variabel x dengan variabel y

$H_0: \beta \neq 0$ , ada pengaruh antara variabel x dengan variabel y

### c. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel penjelas yaitu disiplin (X1), dan lingkungan kerja (X2) dalam menerangkan variasi variabel dependen yaitu kinerja pegawai (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2009 hal.112).

Uji determinan juga di lakukan untuk mengukur besar proporsi dari jumlah ragam Y yang terangkap oleh model regresi atau untuk mengukur besar sumbangan variabel penjelas X terhadap ragam variabel respon Y (Ghozali, 2009 hal.112). Rumus mengukur besarnya proporsi adalah:

$$D = R^2 \times 100 \%$$

Dimana: D = Koefisien Determinan.

$$R^2 = \text{Korelasi} \sqrt{X_1 X_2 Y}$$

Sumber : Ghozali (2009 hal. 112).

## .BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini penulis mengolah angket dalam bentuk data yang terdiri dari 16 pernyataan untuk variabel ( $X_1$ ), 10 pernyataan untuk variabel ( $X_2$ ), dan 10 pernyataan untuk variabel (Y) dimana yang menjadi variabel  $X_1$ , adalah Kualitas Pelayanan, yang menjadi variabel  $X_2$  adalah Kepuasan Pasien, dan variabel Loyalitas Pasien (Y). Angket yang disebarakan ini diberikan kepada 87 responden sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR).

**Tabel IV-1**  
**Skala Likert**

PERNYATAAN	BOBOT
- Sangat Setuju	5
- Setuju	4
- Kurang Setuju	3
- Tidak setuju	2
- Sangat Tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2012, hal. 87)

Dan ketentuan diatas berlaku baik didalam menghitung variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kepuasan pasien ( $X_2$ ), maupun variabel loyalitas pasien (Y).

##### a. Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah konsumen pada yang melakukan pasien Rawat Jalan pada Rumah Sakit Haji Medan sebanyak 87

responden. Karakteristik responden pembeli yang terdaftar pada Rumah Sakit Haji Medan adalah sebagai berikut.

**Tabel IV-2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Wanita	48 orang	55,2%
2	Pria	39 orang	44,8%
	Jumlah	87 orang	100%

*Sumber : Rumah Sakit Haji Medan*

Dari tabel dapat diketahui bahwa responden yang membeli pasien rawat jalan pada Rumah Sakit Haji Medan terdiri dari 48 orang wanita (55,2%) dan pria sebanyak 39 orang (44,8%). Hal ini terjadi karena pada pasien yang melakukan rawat jalan proporsinya lebih banyak wanita dibandingkan pria.

**Tabel IV-3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia Responden	Jumlah	Persentase (%)
1	20-30	15 orang	17,2 %
2	31-40	17 orang	19,5 %
3	41-50	25 orang	28,7 %
4	> 51	30 orang	34,5%
	Jumlah	87 orang	100 %

*Sumber : Rumah Sakit Haji Medan*

Dari tabel diketahui bahwa responden yang melakukan rawat jalan pada Rumah Sakit Haji Medan pada kelompok yang terbesar berada pada umur lebih besar dari 50 orang, sedangkan kelompok yang terkecil berada pada umur 20 sampai 30 tahun sebanyak 15 orang (17,2%).

## 2. Analisa Variabel Penelitian

Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan sebagai berikut:



**Tabel IV-4**  
**Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan**

No Per	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	52	59,8	25	28,7	10	11,5	0	0	0	0	87	100
2	53	60,9	32	36,8	2	2,3	0	0	0	0	87	100
3	45	51,7	33	37,9	9	10,3	0	0	0	0	87	100
4	57	65,5	25	28,7	5	5,7	0	0	0	0	87	100
5	52	59,8	31	35,6	4	4,6	0	0	0	0	87	100
6	53	60,9	32	36,8	2	2,3	0	0	0	0	87	100
7	49	56,3	33	37,9	5	5,7	0	0	0	0	87	100
8	51	58,6	31	35,6	5	5,7	0	0	0	0	87	100
9	56	64,4	22	25,3	9	10,3	0	0	0	0	87	100
10	46	52,9	34	39,1	7	8	0	0	0	0	87	100
11	40	46	44	50,6	3	3,4	0	0	0	0	87	100
12	39	44,8	45	51,7	3	3,4	0	0	0	0	87	100
13	45	51,7	39	44,8	3	3,4	0	0	0	0	87	100
14	38	43,7	48	55,2	1	1,1	0	0	0	0	87	100
15	51	58,6	34	39,1	2	2,3	0	0	0	0	87	100
16	50	57,5	35	37,9	2	2,3	0	0	0	0	87	100

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari jawaban pertama mengenai kinerjanya yang memuaskan dari Rumah Sakit Haji, mayoritas responden menjawab sangat setuju 52 orang dengan presentase sebesar 59,8%
2. Dari jawaban kedua mengenai pelayanan yang baik, mayoritas responden menjawab sangat setuju 53 orang dengan presentase sebesar 60,9%
3. Dari jawaban ketiga mengenai perbedaan dalam pemberian pelayanan, mayoritas responden menjawab sangat setuju 45 orang dengan presentase sebesar 51,7%
4. Dari jawaban keempat mengenai letak lokasi Rumah Sakit Haji yang strategis, mayoritas responden menjawab sangat setuju 57 orang dengan presentase sebesar 65,5%

5. Dari jawaban kelima mengenai Rumah Sakit Haji sudah banyak dikenal, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan 52 orang dengan presentase sebesar 59,8%
6. Dari jawaban keenam mengenai kehandalan Dokter dan Perawat Rumah Sakit Haji, mayoritas responden menjawab sangat setuju 53 orang dengan presentase sebesar 60,9%
7. Dari jawaban ketujuh mengenai harga pengobatan sesuai dengan pelayanan, mayoritas responden menjawab sangat setuju 49 orang dengan presentase sebesar 56,3%
8. Dari jawaban kedelapan mengenai harga pengobatan yang terjangkau, mayoritas responden menjawab sangat setuju 51 orang dengan presentase sebesar 58,6%
9. Dari jawaban kesembilan mengenai Rumah Sakit Haji sudah mampu bertahan, mayoritas responden menjawab sangat setuju 56 orang dengan presentase sebesar 64,4%
10. Dari jawaban kesepuluh mengenai rumah sakit umum terbesar, mayoritas responden menjawab sangat setuju 46 orang dengan presentase sebesar 52,9%
11. Dari jawaban kesepuluh mengenai pemberian layanan secara tepat, mayoritas responden menjawab setuju 44 orang dengan presentase sebesar 50,6%
12. Dari jawaban kesepuluh mengenai komunikasi yang baik dengan para pasien, mayoritas responden menjawab setuju 45 orang dengan presentase sebesar 51,7%

13. Dari jawaban kesepuluh mengenai reputasi yang baik, mayoritas responden menjawab sangat setuju 45 orang dengan presentase sebesar 51,7%
14. Dari jawaban kesepuluh mengenai Rumah Sakit Haji bisa dipercaya, mayoritas responden menjawab setuju 48 orang dengan presentase sebesar 55,2%
15. Dari jawaban kesepuluh mengenai Rumah Sakit Haji lebih baik dari pada rumah sakit umum lainnya, mayoritas responden menjawab sangat setuju 51 orang dengan presentase sebesar 58,6%
16. Dari jawaban kesepuluh mengenai dikenal sebagai rumah sakit umum yang memberikan pelayanan yang baik, mayoritas responden menjawab sangat setuju 50 orang dengan presentase sebesar 57,5%

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa kualitas pelayanan melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh kuat didalam Rumah Sakit Haji. Terbukti dengan jawaban responden yang lebih mendominasi menjawab sangat setuju.

**Tabel IV-5**  
**Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pasien**

No Per	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	52	59,8	27	31	8	9,2	0	0	0	0	87	100
2	50	57,5	29	33,3	8	9,2	0	0	0	0	87	100
3	44	50,6	36	41,4	7	8	0	0	0	0	87	100
4	53	60,9	25	28,7	9	10,3	0	0	0	0	87	100
5	49	56,3	35	37,9	3	3,4	0	0	0	0	87	100
6	51	58,6	32	36,8	4	4,6	0	0	0	0	87	100
7	49	56,3	30	34,5	8	9,2	0	0	0	0	87	100
8	53	60,9	27	31	7	8	0	0	0	0	87	100
9	44	50,6	35	37,9	8	9,2	0	0	0	0	87	100
10	50	57,5	30	34,5	7	8	0	0	0	0	87	100

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

3. Dari jawaban pertama mengenai kebersihan, keindahan, dan kerapian, mayoritas responden menjawab sangat setuju 52 orang dengan presentase sebesar 59,8%
4. Dari jawaban kedua mengenai kenyamanan tempat tidur dan kelengkapan fasilitas, mayoritas responden menjawab sangat setuju 50 orang dengan presentase sebesar 57,5%
5. Dari jawaban ketiga mengenai perawat melakukan pemberian obat dengan teliti, mayoritas responden menjawab sangat setuju 44 orang dengan presentase sebesar 50,6%
6. Dari jawaban keempat mengenai ketepatan waktu memberikan pengobatan, mayoritas responden menjawab sangat setuju 53 orang dengan presentase sebesar 60,9%
7. Dari jawaban kelima mengenai kesediaan perawat menerima saran, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan 49 orang dengan presentase sebesar 56,3%
8. Dari jawaban keenam mengenai kecepatan perawat memberikan pelayanan, mayoritas responden menjawab sangat setuju 51 orang dengan presentase sebesar 58,6%
9. Dari jawaban ketujuh mengenai keselamatan pasien yang terjamin, mayoritas responden menjawab sangat setuju 49 orang dengan presentase sebesar 56,3%

10. Dari jawaban kedelapan mengenai pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan, mayoritas responden menjawab sangat setuju 53 orang dengan presentase sebesar 60,9%
11. Dari jawaban kesembilan mengenai kesabaran perawat dalam melakukan pengobatan, mayoritas responden menjawab sangat setuju 44 orang dengan presentase sebesar 50,6%
12. Dari jawaban kesepuluh mengenai keramahan perawat, mayoritas responden menjawab sangat setuju 50 orang dengan presentase sebesar 57,5%

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa kepuasan pasien melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh kuat didalam perusahaan. Terbukti dengan jawaban responden yang lebih mendominasi menjawab sangat setuju.

**Tabel IV-6**  
**Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pasien**

No Per	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	54	62,1	24	27,6	9	10,3	0	0	0	0	87	100
2	52	59,8	27	31	8	9,2	0	0	0	0	87	100
3	44	50,6	32	36,8	11	12,6	0	0	0	0	87	100
4	53	60,9	30	34,5	4	4,6	0	0	0	0	87	100
5	51	58,6	32	36,8	4	4,6	0	0	0	0	87	100
6	57	65,5	27	31	3	3,4	0	0	0	0	87	100
7	54	62,1	25	28,7	8	9,2	0	0	0	0	87	100
8	47	54	37	42,5	3	3,4	0	0	0	0	87	100
9	46	52,9	33	37,9	8	9,2	0	0	0	0	87	100
10	53	60,9	27	31	7	8	0	0	0	0	87	100

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari jawaban pertama mengenai kepercayaan terhadap konsistensi pelayanan, mayoritas responden menjawab sangat setuju 54 orang dengan presentase sebesar 62,1%
2. Dari jawaban kedua mengenai kepercayaan informasi dari perawat n, mayoritas responden menjawab sangat setuju 52 orang dengan presentase sebesar 59,8%
3. Dari jawaban ketiga mengenai perasaan memiliki ikatan emosional, mayoritas responden menjawab sangat setuju 44 orang dengan presentase sebesar 50,6%
4. Dari jawaban keempat mengenai keramahan para perawat, mayoritas responden menjawab sangat setuju 53 orang dengan presentase sebesar 60,9%.
5. Dari jawaban kelima mengenai beban yang akan diterima pasien, mayoritas responden menjawab sangat setuju 51 orang dengan presentase sebesar 58,6%
6. Dari jawaban keenam mengenai kesusahan jika harus berpindah ke Rumah sakit yang lain, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan 57 orang dengan presentase sebesar 65,5%
7. Dari jawaban ketujuh mengenai informasi pengalamam Rumah Sakit Haji, mayoritas responden menjawab setuju 54 orang dengan presentase sebesar 62,1%

8. Dari jawaban kedelapan mengenai tanggapan yang positif kepada pasien, mayoritas responden menjawab sangat setuju 47 orang dengan presentase sebesar 54%
9. Dari jawaban kesembilan mengenai informasi atas ide, mayoritas responden menjawab sangat setuju 46 orang dengan presentase sebesar 52,9%
10. Dari jawaban kesepuluh mengenai sarana promosi, mayoritas responden menjawab sangat setuju 53 orang dengan presentase sebesar 60,9%

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa loyalitas pasien melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh kuat didalam perusahaan. Terbukti dengan jawaban responden yang lebih mendominasi menjawab sangat setuju.

## 2. Uji Validitas dan Realibilitas

### a. Uji Validitas

Dimana untuk hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV-7**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan**

No Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{table}$	Status
1.	0,303	0,213	Valid
2.	0,281	0,213	Valid
3.	0,578	0,213	Valid
4.	0,390	0,213	Valid
5.	0,429	0,213	Valid
6.	0,331	0,213	Valid
7.	0,482	0,213	Valid
8.	0,409	0,213	Valid
9.	0,497	0,213	Valid

10.	0,425	0,213	Valid
11.	0,321	0,213	Valid
12.	0,474	0,213	Valid
13.	0,335	0,213	Valid
14.	0,374	0,213	Valid
15.	0,336	0,213	Valid
16.	0,323	0,213	Valid

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dimana untuk hasil uji validitas untuk variabel kepuasan pasien dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV-8**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pasien**

No Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>table</sub>	Status
1.	0,545	0,213	Valid
2.	0,506	0,213	Valid
3.	0,441	0,213	Valid
4.	0,558	0,213	Valid
5.	0,529	0,213	Valid
6.	0,419	0,213	Valid
7.	0,451	0,213	Valid
8.	0,449	0,213	Valid
9.	0,540	0,213	Valid
10.	0,559	0,213	Valid

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Untuk hasil uji validitas pada variabel loyalitas pasien dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV-9**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Loyalitas Pasien**

No Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>table</sub>	Status
1.	0,367	0,213	Valid
2.	0,474	0,213	Valid
3.	0,454	0,213	Valid
4.	0,449	0,213	Valid
5.	0,488	0,213	Valid
6	0,483	0,213	Valid
7	0,575	0,213	Valid
8	0,533	0,213	Valid
9	0,509	0,213	Valid
10	0,579	0,213	Valid

Sumber : *Data Penelitian Diolah*



Dari semua butir pertanyaan untuk masing-masing variabel (kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, terhadap loyalitas pasien) yang diuji, ternyata semua butir pertanyaan mempunyai status valid.

b. Uji Reliabilitas

Setelah data yang diuji valid, maka selanjutnya butir instrument yang valid diatas diuji reliabilitasnya, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*, dimana untuk reliable dapat dikatakan baik apabila hasil  $\text{Alpha} \geq 0,6$ , hasilnya seperti ditunjukkan dalam tabel berikut ini :

**Tabel IV-10**  
**Ringkasan Pengujian Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Cronbach Alpha	Status
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,662	Reliabel
Kepuasan Pasien ( $X_2$ )	0,666	Reliabel
Loyalitas Pasien (Y)	0,646	Reliabel

Sumber : *Data Penelitian*

Dari tabel di atas maka dapat diketahui bahwa realibilitas instrument konsumen tentang kualitas produk (Variabel  $X_1$ ) sebesar 0,662 (reliabel), Instrument kepuasan pasien (variabel  $X_2$ ) sebesar 0,666 (reliabel), loyalitas pasien (variabel Y) sebesar 0,646 (reliabel). Jika nilai reliabilitas semakin mendekati 1, maka instrument penelitian semakin baik. Nilai reliabilitas instrument diatas menunjukkan tingkat reliabilitas instrument penelitian sudah memadai mendekati 1.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier berganda yang dilakukan melalui statistik, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel IV-11**  
**Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.075	3.717		.558	.578
Kualit_Pelay	.281	.073	.309	3.831	.000
Kepuas_	.564	.078	.585	7.255	.000

a. Dependent Variable: Loyal\_Pas

Berdasarkan output SPSS di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :  $Y = 2,075 + 0,281 X_1 + 0,564 X_2 + e$

Model tersebut menunjukkan arti bahwa:

a. Konstanta = 2,075.

Jika variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pasien diasumsikan tetap maka loyalitas pasien akan meningkat sebesar 2,075%.

b. Koefisien Kualitas Pelayanan  $X_1$

Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,281. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1% skor untuk kualitas pelayanan akan diikuti terjadi kenaikan loyalitas pasien sebesar 0,281%.

c. Koefisien Kepuasan Pasien  $X_2$

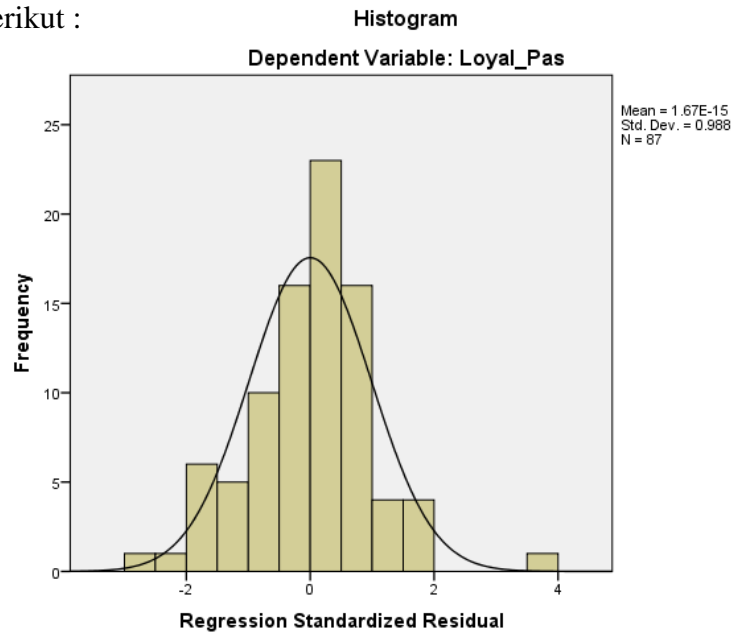
Nilai koefisien kepuasan pasien menunjukkan angka sebesar 0,564. menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan 1% skor untuk kepuasan pasien di ikuti dengan terjadi kenaikan loyalitas pasien sebesar 0,564%.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

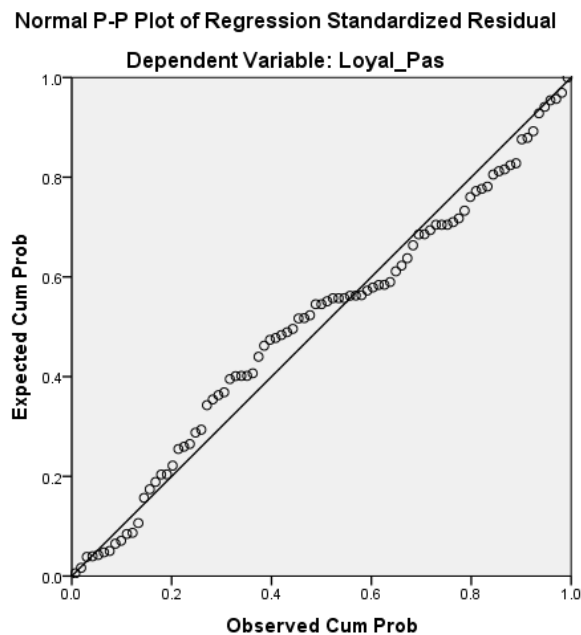
Uji normalitas menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau

berdistribusi tidak normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan uji histogram dan uji normal probability plot. Regresi memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal. Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan program SPSS 23 adalah sebagai berikut :



**Gambar IV-1**  
**Grafik Histogram**

Berdasarkan tampilan gambar IV.1 di atas terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan adanya gambaran pola data yang baik. Kurva *dependent* dan *regression standarized residual* membentuk gambar seperti lonceng dan mengikuti arah garis diagonal sehingga memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar IV-2**  
**Penelitian menggunakan P-Plot**

Berdasarkan gambar grafik IV-2 normal *probability plot* di atas dapat dilihat bahwa gambaran data menunjukkan pola yang baik dan data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka grafik normal *probability plot* tersebut terdistribusi secara normal.

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Berikut ini adalah hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW).

**Tabel IV-12**  
**Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.812 <sup>a</sup>	.659	.651	1.82509	2.070

a. Predictors: (Constant), Kepuas\_, Kualit\_Pelay

b. Dependent Variable: Loyal\_Pas

Pada Tabel IV.12 menunjukkan bahwa nilai DW yang diperoleh adalah sebesar 2,070. Nilai  $d_l$  dan  $d_u$  yang diperoleh dengan  $K$  (jumlah variabel bebas) = 2 dan  $N$  (jumlah sampel) = 87. Jadi nilai  $d_l$  sebesar 1,458 dan  $d_u$  sebesar 1,553. Nilai DW yang diperoleh lebih besar dari nilai  $d_u$  dan lebih kecil dari nilai  $(4-d_u)$  ( $4-1,553 = 2,447$ ) yaitu  $1,458 < 2,070 < 2,447$  yang berarti bahwa tidak terjadi autokorelasi.

#### **d. Uji Multikolinieritas**

Salah satu asumsi model regresi linier adalah tidak terdapat korelasi yang sempurna atau korelasi tidak sempurna tetapi sangat tinggi pada variabel-variabel bebasnya. Uji multikolinieritas mengukur tingkat keeratan tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas melalui besaran koefisien korelasi. Multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai tolerance ( $a$ ) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Variabel bebas mengalami multikolinieritas jika  $a$  hitung  $< a$  dan VIF hitung  $> VIF$ . Variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas jika  $a$  hitung  $> a$  dan VIF hitung lebih  $< VIF$ . Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $< 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ . Hasil dari uji multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS 23 adalah sebagai berikut :

**Tabel IV-13**  
**Uji Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.075	3.717		.558	.578		
	Kualit_Pelay	.281	.073	.309	3.831	.000	.623	1.604
	Kepuas_	.564	.078	.585	7.255	.000	.623	1.604

a. Dependent Variable: Loyal\_Pas

Pada Tabel IV-13 dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,623 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,604 lebih kecil dari 10.
2. Kepuasan Pasien ( $X_2$ ) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,623 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,604 lebih kecil dari 10.

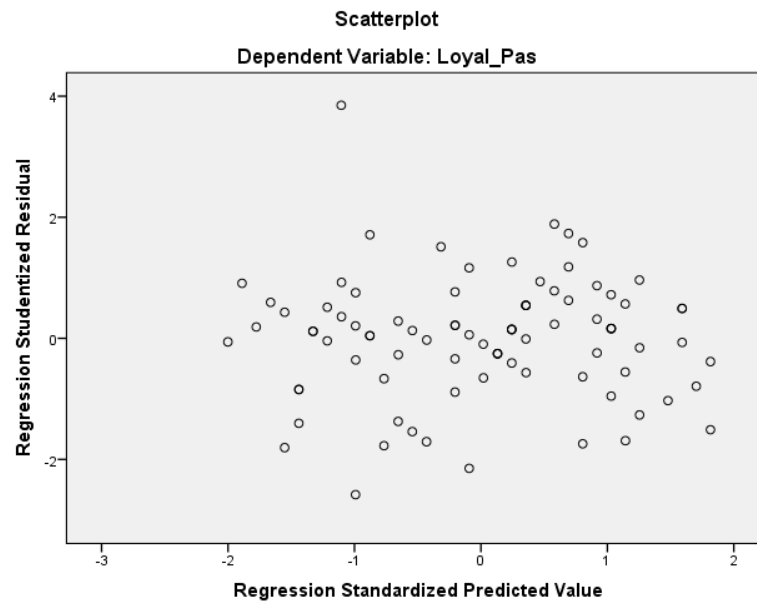
Karena nilai *tolerance* yang diperoleh untuk setiap variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh untuk setiap variabel lebih kecil dari 10, maka artinya data variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pasien bebas dari adanya gejala multikolinieritas.

#### e. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk menguji sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama, maka disebut terjadi homokedastisitas, dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas.

##### 1. Analisis Grafik

Hasil analisis uji heterokedastisitas menggunakan grafik scatterplot ditunjukkan pada gambar berikut ini:



**Gambar IV-3**  
**Uji Heterokedastisitas**

Pada gambar IV-3 grafik scatterplot dapat terlihat bahwa hasil grafik scatterplot menunjukkan data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Data tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

#### **4. Pengujian Hipotesis**

##### **a. Uji Parsial (Uji t)**

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas produk dan citra merek terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian maka perlu dilakukan uji t. pengujian secara parsial dapat dilihat dari uji t, apabila nilai probabilitasnya  $< 0,05$ ,  $H_0$  ditolak yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel IV-14**  
**Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.075	3.717		.558	.578
Kualit_Pelay	.281	.073	.309	3.831	.000
Kepuas_	.564	.078	.585	7.255	.000

a. Dependent Variable: Loyal\_Pas

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh  $t_{hitung} (3,831) > t_{tabel} (1,66)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien.

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kepuasan pasien diperoleh  $t_{hitung} (7,255) > t_{tabel} (1,66)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien.

**b. Uji Simultan (Uji F)**

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap variabel terikat loyalitas pasien secara bersama-sama. Berdasarkan pengujian dengan SPSS versi 23 diperoleh output ANOVA pada tabel berikut ini:

**Tabel IV-15**  
**Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	541.810	2	270.905	81.330	.000 <sup>b</sup>
	Residual	279.800	84	3.331		
	Total	821.609	86			

a. Dependent Variable: Loyal\_Pas



Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai  $F_{hitung} (81,330) > F_{tabel} (3.1)$  dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan pasien secara bersama-sama terhadap loyalitas pasien.

### c. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya kontribusi kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien secara simultan dapat diketahui berdasarkan nilai R Square pada tabel sebagai berikut:

**Tabel IV-16**  
**Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.812 <sup>a</sup>	.659	.651	1.82509	2.070

a. Predictors: (Constant), Kepuas\_, Kualit\_Pelay

b. Dependent Variable: Loyal\_Pas

Berdasarkan tabel 4-16 diatas dapat dilihat nilai *R Square* yaitu sebesar 0,659 atau 65,9% yang berarti bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien yang artinya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien sebesar 65,9%, sedangkan sisanya 34,1% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya promosi, harga, citra merek dan variabel lainnya.

## B. Pembahasan

Dari hasil penelitian terlihat bahwa semua variabel bebas (kualitas pelayanan dan kepuasan pasien), berarti seluruh variabel bebas mempunyai

pengaruh yang searah terhadap variabel Y (loyalitas pasien). Lebih rinci hasil analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Haji Medan**

Terdapat pengaruh positif variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), terhadap variabel loyalitas pasien (Y) yang ditunjukkan  $t_{hitung} (3,831) > t_{tabel} (1,66)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan hubungan seperti ini terkandung arti bahwa makin tinggi / baik  $X_1$  (kualitas pelayanan) maka akan tinggi/baik variabel Y (loyalitas pasien). Kemudian diperoleh pula bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

Menurut Polyarat (2010 hal, 67) telah mengidentifikasi kualitas layanan sebagai penentu loyalitas pasien. Menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan para pasien akan menjadi setia kepada rumah sakit. Jika pasien merasa hal tersebut dapat dipahami karena layanan yang diberikan oleh rumah sakit baik, maka pasien akan kembali mengkonsumsi produk atau jasa rumah sakit tersebut.

Hasil penelitian sejalan dengan peneliti Al-Rousan (2010) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

### **2. Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Haji Medan**

Terdapat pengaruh positif variabel kepuasan pasien ( $X_2$ ), terhadap variabel loyalitas pasien (Y) yang ditunjukkan diperoleh  $t_{hitung} (7,255) > t_{tabel} (1,66)$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$

diterima. Dengan hubungan seperti ini terkandung arti bahwa makin tinggi / baik  $X_1$  (kepuasan pasien) maka akan tinggi/baik variabel  $Y$  (loyalitas pasien). Kemudian diperoleh pula bahwa kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

Menurut Tjiptono (2014, hal 353) “Terciptanya kepuasan pasien dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara rumah sakit dan pasien menjadi harmonis, meningkatnya reputasi rumah sakit, meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan, memberikan dasar bagi pembelian ulang, dan menciptakan loyalitas pasien sarta rekomendasi daari mulut ke mulut yang menguntungkan rumah sakit.

Hasil penelitian sejalan dengan peneliti Krismanto (2009) yang menyatakan bahwa kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien menunjukkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.

### **3. Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Haji Medan**

Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pasien ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap loyalitas pasien ( $Y$ ) Rumah Sakit Haji Medan. Dengan nilai  $F_{hitung}$  (81,330) >  $F_{tabel}$  (3.1) dengan tingkat signifikansi 0.000. Selanjutnya nilai *R Square* yaitu sebesar *R Square* yaitu sebesar 0,659 atau 65,9%. Yang artinya variabel loyalitas pasien ( $Y$ ) dipengaruhi kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pasien ( $X_2$ ). Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya promosi, harga, citra merek dan variabel lainnya.

Menurut Hasan (2008, hal 83) loyalitas pasien didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke keinginannya dengan memiliki satu produk atau mendapatkan satu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Hasil penelitian sejalan dengan peneliti Firdaus (2012) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas, menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Haji Medan. Responden pada penelitian ini berjumlah 87 responden, kemudian telah dianalisa, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), terhadap variabel loyalitas pasien (Y) yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  (3,831)  $>$   $t_{tabel}$  (1,66) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien.
2. Terdapat pengaruh positif variabel kepuasan pasien ( $X_2$ ), terhadap variabel loyalitas pasien (Y) yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  (7,255)  $>$   $t_{tabel}$  (1,66) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien.
3. Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pasien ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap loyalitas pasien (Y) Rumah Sakit Haji Medan. Dengan nilai  $F_{hitung}$  (81,330)  $>$   $F_{tabel}$  (3.1) dengan tingkat signifikansi 0.000, dengan nilai  $R$  Square yaitu sebesar 0,659 atau 65,9% variabel loyalitas pasien (Y) dipengaruhi kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pasien ( $X_2$ ). Sisanya

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya promosi, harga, citra merek dan variabel lainnya.

## **B. Saran**

1. Sebaiknya Rumah Sakit Haji lebih meningkatkan ketepatan dan kecepatan dalam memberikan pelayanan, ketepatan dalam mendiagnosis penyakit, ketepatan jadwal dokter, kelengkapan peralatan medis, pelayanan yang sama kepada setiap pasien tanpa memperhatikan status sosial, kesopanan dan keramahan petugas, kebersihan peralatan, kebersihan dan kerapian petugas, serta ketenangan dan kenyamanan lingkungan .
2. Sebaiknya Rumah Sakit Haji menetapkan harga yang sesuai dengan penghasilan pasien, menetapkan harga yang terjangkau oleh semua pasien, memberikan keringanan harga, memberikan toleransi waktu pembayaran, dan memberikan pelayanan yang sebanding dengan harga yang harus dibayar oleh pasien.
3. Untuk meningkatkan loyalitas pasien dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pasien

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Alamsyah dan Muliawati. (2013). *Pilar Dasar Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Yogyakarta
- Firdaus. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas*.
- Herlambang, Susatyo. (2016). *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit*. Yogyakarta
- Imam Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Juliandi dan Irfan. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Ciptapustaka Media Perintis.
- Juliandi dkk. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan : Umsu Press.
- Kotler. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Krismanto, Andi. (2009). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas*.
- Lupiyoadi, Rambat (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Loverlock dkk. (2010). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknolog dan Strategi*: Erlangga.
- Sawitri . (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan* .
- Sofjan, Assauri. (2013). *Strategic Marketing*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono.(2015). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Bandung.
- Tjiptono, Fandi. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI,
- Tim Penyusun. (2009). *Pedoman Penulisan Skripsi*. Medan: FE-UMSU.

