



**PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PASIEN BPJS MELALUI KEPUASAN PADA
RSU Dr. H. KOESNADI BONDOWOSO**

*THE INFLUENCE OF HOSPITAL IMAGE AND SERVICE QUALITY ON BPJS
PATIENT LOYALTY THROUGH SATISFACTION AT RSU Dr. H. KOESNADI
BONDOWOSO*

SKRIPSI

DISUSUN OLEH:

Febri Hadi Purnomo

NIM. 160810201292

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2019



**PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PASIEN BPJS MELALUI KEPUASAN PADA
RSU Dr. H. KOESNADI BONDOWOSO**

*THE INFLUENCE OF HOSPITAL IMAGE AND SERVICE QUALITY ON BPJS
PATIENT LOYALTY THROUGH SATISFACTION AT RSUD Dr. H. KOESNADI
BONDOWOSO*

SKRIPSI

DISUSUN OLEH:

Febri Hadi Purnomo

NIM. 160810201292

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2019

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febri Hadi Purnomo

NIM : 160810201291

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL : **PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN BPJS MELALUI KEPUASAN PADA RSU Dr. H. KOESNADI BONDOWOSO**

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat merupakan hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 2 Januari 2019

Yang Menyatakan,

Febri Hadi Purnomo

NIM 160810201292

TANDA PERSETUJUAN

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN BPJS MELALUI KEPUASAN PADA RSUD Dr. H. KOESNADI BONDOWOSO**

Nama : Febri Hadi Purnomo

NIM : 160810201291

Jurusan : MANAJEMEN

Konsentrasi :PEMASARAN

Disetujui Tanggal :25 April 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Hj.Diah Yulisetiari, M.Si

NIP. 19610729 198603 2 001

Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M

NIP. 19780525 200312 2 002

Mengetahui,
Ketua Program Studi S-1 Manajemen

Drs. Hadi Paramu, MBA, Ph.D.

NIP. 19690120 199303 1 002

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN BPJS MELALUI
KEPUASAN PADA RSUD Dr. H. KOESNADI BONDOWOSO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Febri Hadi Purnomo

NIM : 160810201291

Jurusan : MANAJEMEN

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

1 Juli 2019

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si. (.....)
NIP. 195910131988021001

Sekretaris: Fajar Destari, S.E., M.M. (.....)
NIP. 197912062015042001

Anggota : Drs. Marmono Singgih, M.Si. (.....)
NIP. 196609041990021001

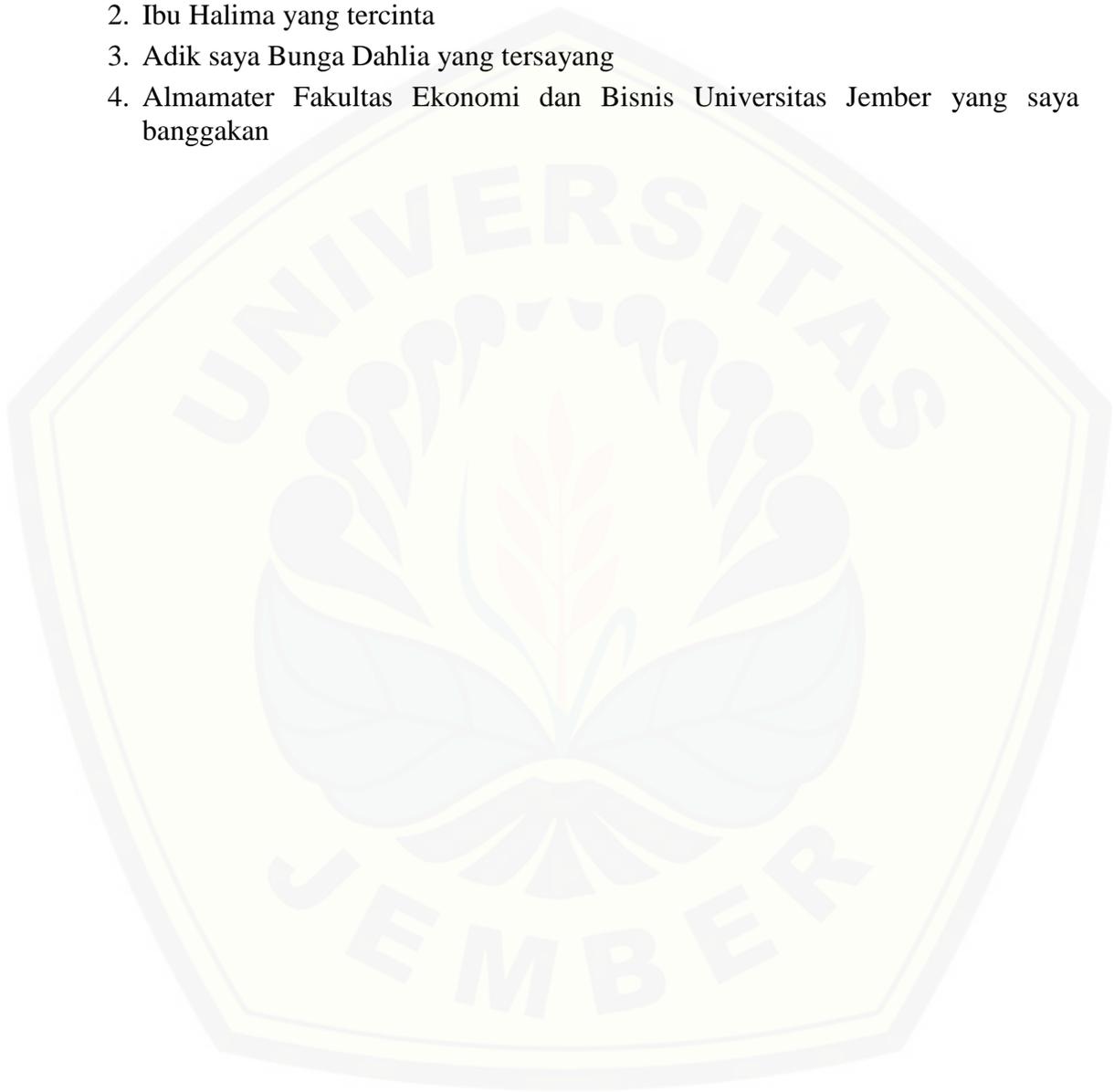
Mengetahui/Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., MM., AK., CA
NIP. 19710727 199512 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Bapak Hosnaedi yang tercinta
2. Ibu Halima yang tercinta
3. Adik saya Bunga Dahlia yang tersayang
4. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang saya banggakan



MOTTO

“Tuntutlah ilmu walau ke negeri cina sekalipun”

(Nabi Muhammad Saw)

“Menuntut ilmu wajib atas tiap-tiap muslim”

(Nabi Muhammad Saw)

“Apabila mati seorang anak Adam, putuslah amal perbuatannya selain dari tiga perkara, yaitu ilmu yang dimanfaatkan”

(Nabi Muhammad Saw)



RINGKASAN

Pengaruh Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Bpjs Melalui Kepuasan Pada Rsu Dr. H. Koesnadi Bondowoso; Febri Hadi Purnomo; 160810201292; 99 Halaman; Jurusan Manajemen; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

RSU Dr. H. Koesnadi Bondowoso merupakan rumah sakit umum yang mendapat kritik dari Ketua Lembaga Pengkajian dan Perlindungan Korban Kebijakan Publik terkait pelayanan yang diterima pasien pada tahun 2015.

Penelitian ini adalah *explanatory research*. Penelitian ini dilakukan dengan memilih responden pasien BPJS. Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer. Data diperoleh melalui pengisian kuesioner terhadap 112 responden menggunakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang tidak sama bagi anggota populasi/*non probability sampling* dengan penentuan sampel berdasar kriteria tertentu/*purposive sampling*. Data dianalisa menggunakan analisis jalur.

Penelitian menunjukkan bahwa variabel citra rumah sakit berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien, variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien, variabel citra rumah sakit berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pasien, variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pasien, variabel kepuasan pasien berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas

SUMMARY

Influence of hospital image and quality service towards loyalty of BPJS patients through satisfaction in RSUD Dr. H. Koesnadi Bondowoso; Febri Hadi Purnomo; 160810201292; 99 pages; Management Department; Faculty of Economic and Business of Jember University.

RSUD Dr. H. Koesnadi Bondowoso is public hospital that received criticism from the chairman of the Institute of Public Policy Assessment and protection regarding the service received by the patient in 2015.

This research is explanatory research. This research conducted by selecting respondent of BPJS patient. The types of data used in this study are quantitative. The research uses primary data. Data is obtained through the filling of questionnaire against 112 respondent using sampling techniques that provide opportunities are not equal / non probability sampling, sampling based on certain criteria / purposive sampling. Data is analyzed using path analysis.

Research show that the hospital image variabels have a significant effect on patient satisfaction, quality service variabel significantly affects patient satisfaction variabel, hospital image variabel have a significantly effect on patient loyalty variabel, quality service variabel have a significant effect on patient loyalty variabel, the patient satisfaction variabel have a significantly effect on patient loyalty variabel

PRAKATA

Segala puji bagi Allah swt penulis ucapkan karena berkat karunia yang diberikan sehingga skripsi yang berjudul pengaruh citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien BPJS melalui kepuasan pada RSUD Dr. H. Koesnadi Bondowoso mampu terselesaikan. Skripsi disusun guna memenuhi syarat menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari jika skripsi ini masih memiliki kekurangan, penulisan skripsi dibantu oleh berbagai pihak sehingga penulis menyampaikan terima kasih kepada:

- a. Dr. Muhammad Miqdad S.E., M.M., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember
- b. Drs. Hadi Paramu, MBA, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember
- c. Dr. Hj. Diah Yulisetiari, M.Si. selaku pembimbing utama
- d. Dr. Ika Barokah Suryaningsih, M.M., selaku pembimbing anggota
- e. Kedua orang tuaku Bapak Hosnaedi dan Ibu Halima yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan doa dan materi selama ini.

Semoga Allah swt membalas kebaikan pihak-pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini. Skripsi ini masih memiliki keterbatasan sehingga penulis mengharapakan kritik dan saran yang membangun.

Jember, 1 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1.PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Citra Merek	9
2.1.2 Kualitas Pelayanan	11
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi.....	28
3.2.2 Sampel.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1 Jenis Data	29
3.3.2 Sumber Data.....	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.5 Identifikasi Variabel.....	30
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.7 Skala Pengukuran Variabel	33
3.8 Metode Analisis Data.....	33
3.8.1 Uji Instrumen	33
3.8.2 Uji Normalitas Data	35

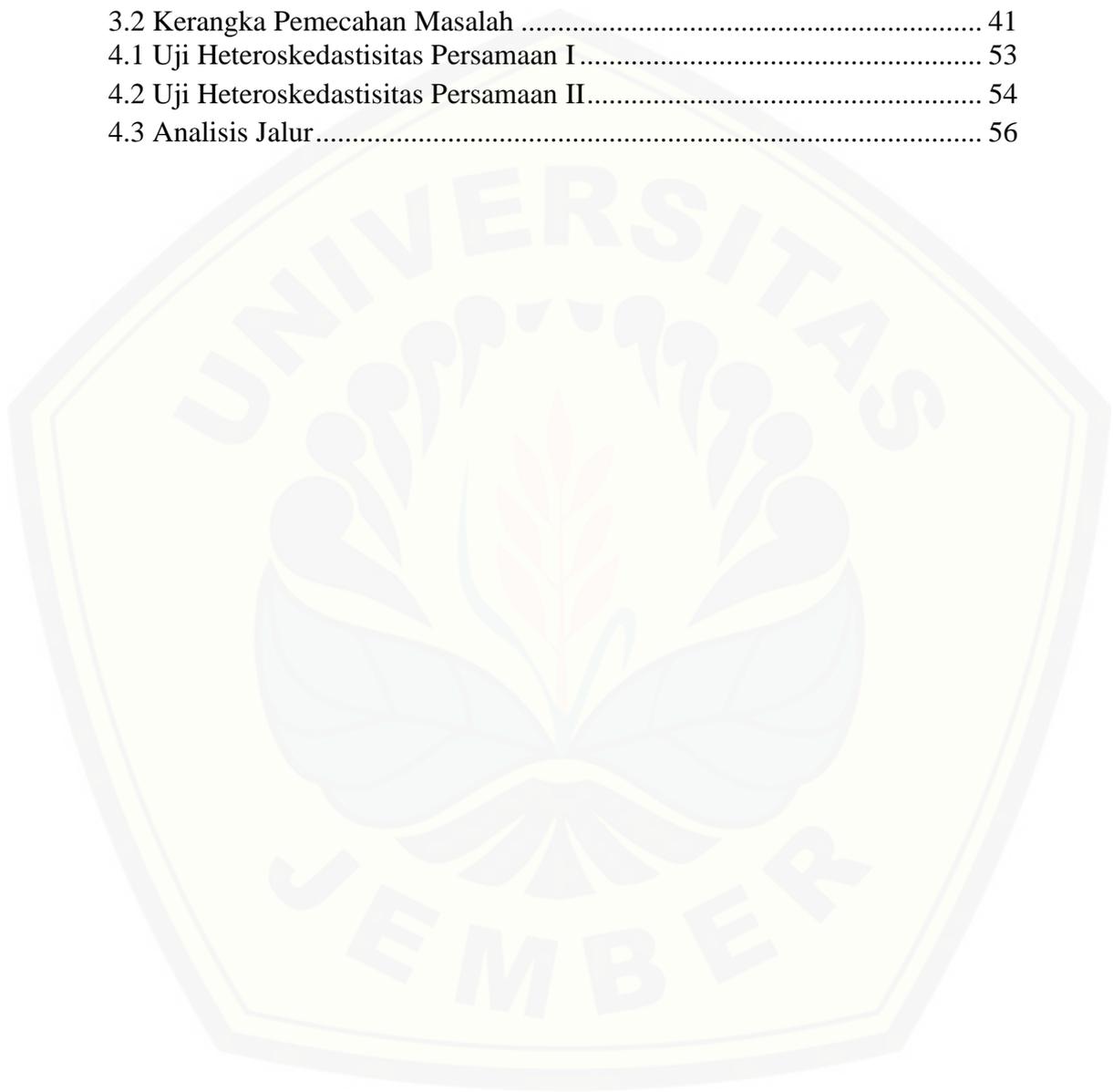
3.8.3 Analisis Jalur.....	35
3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.8.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	38
3.8.6 Menghitung Analisis Jalur.....	38
3.8.7 Teori trimming.....	40
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	43
4.2 Statistik Deskriptif.....	43
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
4.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	45
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	45
4.3.1 Deskripsi Variabel Citra Rumah Sakit.....	45
4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	46
4.3.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Pasien.....	47
4.3.4 Deskripsi Variabel Loyalitas Pasien.....	48
4.4 Uji Instrumen.....	48
4.4.1 Uji Validitas.....	48
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.4.3 Uji Normalitas Data.....	50
4.5 Analisis Jalur.....	51
4.6 Pembahasan.....	51
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	21
4.1 Usia Responden.....	43
4.2 Pekerjaan Responden	44
4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Citra	45
4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Kualitas Pelayanan.....	46
4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Kepuasan Pasien	47
4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Loyalitas Pasien	48
4.8 Hasil Uji Validitas.....	49
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	50
4.10 Hasil Uji Normalitas Persamaan I.....	50
4.11 Hasil Uji Normalitas Persamaan II.....	51
4.12 Hasil Analisis Jalur	51
4.13 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan I.....	52
4.14 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan II.....	53
4.15 Hasil Uji t	55

DAFTAR GAMBAR

1.1 Indeks Pembangunan Manusia.....	1
1.2 Angka Harapan Hidup.....	2
2.1 Kerangka Konseptual	23
3.1 Gambar Analisis Jalur	36
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	41
4.1 Uji Heteroskedastisitas Persamaan I	53
4.2 Uji Heteroskedastisitas Persamaan II.....	54
4.3 Analisis Jalur.....	56



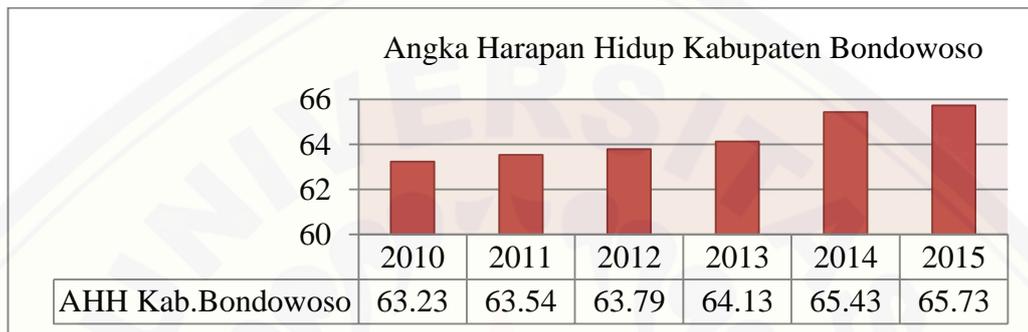
DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner Penelitian	67
2. Rekapitulasi Jawaban Responden	71
3. Hasil Analisis Deskripsi Responden	78
4. Hasil Distribusi Frekuensi.....	79
5. Uji Validitas	83
6. Uji Reliabilitas	85
7. Uji Normalitas Data	86
8. Analisis Jalur	87
9. Uji Asumsi Klasik	89
10. Uji Heteroskedastisitas.....	91
11. Uji Hipotesis	92
12. r tabel.....	93
13. Surat Ijin Penelitian RSU Koesnadi Bondowoso.....	94

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Derajat kesehatan manusia di sebuah wilayah diukur melalui Angka Harapan Hidup. Angka Harapan Hidup penduduk di Kabupaten Bondowoso mengalami peningkatan secara terus menerus periode 2011 hingga 2012.



Grafik 1.1 Angka Harapan Hidup Kabupaten Bondowoso

Sumber: Badan Statistik Jatim (2015)

Peningkatan angka harapan hidup didukung oleh sarana kesehatan, kabupaten Bondowoso memiliki tiga rumah sakit yaitu Rumah Sakit Koesnadi Bondowoso, Rumah Sakit Bhayangkara dan Rumah Sakit Mitra Medika. Rumah Sakit Koesnadi Bondowoso memiliki peningkatan pasien rawat inap sebanyak 66.591 orang pada tahun 2016 dibanding tahun 2015 yakni sebanyak 64.100 pasien rawat inap.

RSU Dr. H. Koesnadi Bondowoso menampilkan citra RSDK siap melayani masyarakat dengan sepenuh hati namun pada tahun 2015 RSU Dr. H. Koesnadi kritik dari Ketua Lembaga Pengkajian dan Perlindungan Korban Kebijakan Publik terkait keluhan pelayanan BPJS yang diperoleh pasien. Kotler dan Keller (2012:243) menyatakan bahwa citra merek adalah nama, istilah, simbol, kombinasi dari kesemuanya untuk mengidentifikasikan jasa antar penjual. Citra merek memberikan keunggulan kompetitif kepada jasa yang ditawarkan. Citra merek menyampaikan spesifikasi dari fitur, kelebihan, dan pelayanan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dimiyati dan Subagio (2016) menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah pertemuan antara harapan pelanggan dengan kinerja pelayanan yang diperoleh. Kepuasan pelanggan merupakan modal utama untuk memenangkan dan mempertahankan perusahaan melalui loyalitas pelanggan.. Penelitian yang dilakukan oleh Suroso (2016) menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek yang mampu memberi nilai menguntungkan akan digunakan pelanggan, nilai yang dihasilkan melalui pelayanan. Pelayanan adalah penyediaan nilai yang dibutuhkan pelanggan pada waktu dan tempat tertentu sesuai kebutuhan pelanggan (Poku *et al.*, 2013). Interaksi antara kualitas pelayanan yang diterima dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Hamid *et al.*,2015). Kotler dan Keller (2012:356) menyatakan bahwa pelayanan adalah tindakan atau kinerja dari organisasi yang menawarkan hal yang tidak dapat diraba. Kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi yakni kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Yulisetiarni (2016) menyatakan kepuasan pelanggan berfungsi sebagai alat berkompetisi perusahaan dan terpeliharanya hubungan jangka panjang yaitu mendorong loyalitas pelanggan dalam memenangkan persaingan bisnis. Pelanggan loyal bersedia menyarankan jasa perusahaan terhadap rekannya.

Kotler dan Keller (2012:131) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan keuntungan perusahaan, dengan demikian kualitas pelayanan yang tinggi akan mendorong kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan. Dimiyati (2016), Genoveva (2015), Hamid *et al.* (2015) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Poku *et al.* (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang ini maka diajukan penelitian yang berjudul Pengaruh Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien BPJS Melalui Kepuasan Pada RSUD dr.H.Koesnadi Di Bondowoso

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan dalam latar belakang masalah, maka rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. apakah citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada RSUD dr.H.Koesnadi Bondowoso ?
- b. apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada RSUD dr.H.Koesnadi Bondowoso?
- c. apakah citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD dr.H.Koesnadi Bondowoso?
- d. apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD dr.H.Koesnadi Bondowoso?
- e. apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD dr.H.Koesnadi Bondowoso?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian yang hendak dicapai sebagai berikut:

- a. untuk mengetahui dan menguji pengaruh langsung citra rumah sakit terhadap kepuasan pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso
- b. untuk mengetahui dan menguji pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso
- c. untuk mengetahui dan menguji pengaruh langsung citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso
- d. untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso
- e. untuk mengetahui dan menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan memberi manfaat kepada beberapa pihak antara lain:

- a. bagi perusahaan
penelitian diharapkan menjadi masukan bagi RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso

b. bagi akademisi

penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan khasanah keilmuan di bidang citra dan kualitas pelayanan

c. bagi peneliti selanjutnya

hasil dari penelitian digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Citra Merek

Citra merek adalah nama, istilah, simbol, kombinasi dari kesemuanya untuk mengidentifikasi jasa antar penjual (Kotler dan Keller, 2012:243). Kotler dan Keller (2012:230), citra merek merupakan persepsi pelanggan terhadap merek yang digambarkan melalui keterkaitan merek dengan pikiran pelanggan. Citra merek memberi kesan pada pikiran pelanggan melalui kampanye iklan dengan tema yang konsisten dan disahkan melalui pengalaman langsung pelanggan menggunakan pelayanan yang ditawarkan perusahaan. Kesan pelanggan merupakan definisi persepsi dari citra merek yang berada dalam pikiran pelanggan. Citra merek merupakan perwakilan nilai-nilai yang diharapkan pelanggan kemudian dimanifestasikan oleh perusahaan menjadi fungsi-fungsi pelayanan. Perusahaan mengeluarkan waktu, usaha serta sumber daya untuk membangun identitas citra merek, dapat dikatakan citra merek merupakan media perusahaan berkomunikasi dengan pelanggan sehingga kesan yang dibangun oleh perusahaan berdasar harapan pelanggan. Citra merek membantu pembeli melalui beberapa cara diantaranya:

- a. citra merek membantu pelanggan untuk menentukan manfaat yang diperoleh
- b. citra merek berisi informasi mengenai kualitas pelayanan
 - a. atribut produk dan manfaat
 - b. orang dan hubungan berorientasi pelanggan
 - c. nilai dan tanggung jawab sosial perusahaan

Citra merek berisi sejumlah kekuatan dan nilai yang ditawarkan. Kekuatan citra merek mempengaruhi kesadaran pelanggan mengenai kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang memuaskan kebutuhan pelanggan mendorong kesadaran pelanggan dengan citra merek. Pelanggan yang memiliki kesadaran dengan citra merek mendorong loyalitas dikarenakan pelanggan memiliki sejumlah informasi yang dimiliki sebelumnya mengenai pelayanan yang ditawarkan pemberi jasa.

Citra merek yang kuat memiliki ekuitas merek yang tinggi, mendorong kepemilikan loyalitas yang tinggi, dan merupakan aset yang bernilai. Menurut Hoeffler dan Keller (2003:70), menyebutkan dimensi citra perusahaan antara lain:

Shimp (2003:57) menyebutkan bahwa citra merek dapat diukur melalui lima indikator:

- a. atribut:menjelaskan karakteristik yang tidak terpisahkan pada pelayanan
- b. fungsional:menjelaskan keuntungan yang diterima ketika mengkonsumsi pelayanan
- c. simbol:menggambarkan keinginan pelanggan terhadap pelayanan
- d. pengalaman:menjelaskan pengalaman yang dikonsumsi pelanggan terhadap pelayanan
- e. evaluasi keseluruhan:menggambarkan penilaian subyektif dari mengkonsumsi pelayanan

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Kotler dan Keller (2012:356), pelayanan adalah kinerja dari organisasi yang menawarkan hal yang tidak dapat diraba serta tidak menghasilkan kepemilikan, penyedia pelayanan sebagai solusi dari permasalahan pelanggan. Perusahaan jasa perlu mengetahui kebutuhan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Menurut David (1992:66) menyatakan kualitas pelayanan kesehatan adalah kemampuan pelayanan kesehatan untuk mencapai derajat kesehatan yang diharapkan pasien tanpa membedakan status sosial, kualitas pelayanan kesehatan terbagi menjadi tiga dimensi antara lain:

- a. aspek keahlian dan pengambilan keputusan pelaksana pelayanan kesehatan yakni kompetensi yang diperlukan oleh dokter, perawat serta bidan
 - b. kepribadian pelaksana pelayanan kesehatan yakni perilaku, komunikasi, empati
 - c. aksesibilitas pelayanan yakni kemudahan penggunaan pelayanan kesehatan
- Menurut Zeithmal (1990:56) kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi meliputi:
- a. bukti langsung menunjukkan lingkungan fisik organisasi seperti gedung, peralatan, fasilitas pendukung dan sebagainya

- b. keandalan menunjukkan kemampuan organisasi melayani pelanggan
- c. daya tanggap menunjukkan kesediaan karyawan menanggapi kebutuhan pelanggan
- d. jaminan menunjukkan kemampuan karyawan memenuhi keinginan pelanggan
- e. empati menunjukkan kemampuan karyawan memahami perasaan pelanggan

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan perasaan senang atau tidak senang setelah membandingkan antara kinerja pelayanan terhadap harapan pelanggan (Kotler dan Keller, 2012:128). Menurut Tjiptono (2007:20) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan tanggapan seseorang pelanggan berkaitan dengan jasa yang mereka beli dan gunakan. Pelanggan yang puas mendapatkan nilai dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa

Suprantio (2001:2) menyatakan bahwa kepuasan pasien adalah perbandingan antara kualitas jasa yang dirasakan oleh pasien dengan tenaga kebutuhan, keinginan, dan harapan pasien. Kepuasan pasien dibentuk melalui interaksi antara stimulus, penilaian pelanggan, reaksi dan perbedaan karakteristik individu. Supriyanto (2010:204) menyatakan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien yakni:

- a. stimulus adalah rangsangan yang diterima pelanggan baik melalui panca indera manusia terhadap rangsangan fisik (fasilitas perawatan, lahan parkir, kebersihan, peralatan) maupun rangsangan nonfisik (sikap empati dokter, tenaga medis)
- b. penilaian pelanggan adalah respon pasien terhadap pelayanan yang diterimanya
- c. reaksi pelanggan adalah reaksi pasien secara afektif dan kognitif berupa sikap seperti apresiasi pelayanan, keluhan pasien, saran pasien
- d. perbedaan karakteristik individu perbedaan penilaian dikarenakan latar belakang pasien yang berbeda dari segi pendidikan, profesi dan sebagainya

Menurut Wikie (2004:97), terdapat tiga indikator kepuasan pelanggan diantaranya:

- a. harapan adalah keinginan pelanggan memperoleh jasa yang berkualitas sebelum pembelian berlangsung
- b. kinerja adalah pengalaman pelanggan menggunakan jasa
- c. proses perbandingan adalah evaluasi antara harapan kualitas jasa sebelum pembelian berlangsung dengan persepsi kualitas jasa sesungguhnya

2.1.4 Loyalitas Pasien

Loyalitas pelanggan adalah kecenderungan pelanggan membelanjakan seluruh anggaran pada penjual yang tetap untuk memperoleh pelayanan yang diinginkan (Kotler dan Keller, 2012:5). Loyalitas merupakan manifestasi dari kepuasan pelanggan yang diterima setelah penggunaan jasa. Lovelock *et al.* (2005:35) menyatakan bahwa manifestasi kepuasan pelanggan mendorong komentar positif dari pelanggan setelah penggunaan pelayanan jasa. Pelanggan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman penggunaan jasa dapat membicarakan hal positif mengenai pelayanan jasa yang diterima sehingga menjadi preferensi bagi orang yang memerlukan pelayanan jasa. Loyalitas pelanggan dapat dipahami pelanggan merasa senang terhadap pelayanan jasa sehingga mempengaruhi pendapat pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2012:57) menyatakan bahwa indikator dari loyalitas pelanggan adalah:

- a. kesediaan pembelian ulang,
- b. ketahanan terhadap pengaruh merek lain
- c. merekomendasikan jasa terhadap orang lain

Menurut Griffin (2005:134) menyatakan bahwa terdapat tiga indikator pemasaran yang menggunakan kata dari mulut yakni:

- a. kemauan pelanggan berbicara hal positif mengenai kualitas pelayanan kepada orang lain
- b. rekomendasi jasa kepada orang lain
- c. dorongan penggunaan kembali di kemudian hari

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dijadikan sebagai bahan acuan bagi penulis sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu penulis menemukan terdapat variabel yang sama dengan variabel yang digunakan dalam penelitian dijadikan sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian meskipun terdapat perbedaan obyek penelitiannya. Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan penulis sebagai berikut:

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Poku *et. al.* (2013), meneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalita pelanggan industri hotel di Ghana. Analisis menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan industry hotel di Ghana

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Yulisetiari (2014), meneliti mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas bisnis restaurant di Jawa Timur. Analisis menggunakan dimensi kualitas pelayanan dan diagram kartesius. Hasil penelitian adalah dimensi kualitas pelayanan mampu memuaskan pelanggan

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Hamid *et.al.* (2015), meneliti mengenai dampak interaksi kualitas pelayanan yang diterima dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Analisis menggunakan dimensi kualitas pelayanan. Hasil penelitian adalah dampak interaksi kualitas pelayanan yang diterima dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif.

Penelitian yang keempat dilakukan oleh Genova (2015), meneliti mengenai analisis kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan berdasarkan citra merek dan kualitas pelayanan yang diterima. Analisis menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian adalah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak signifikan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi tidak signifikan.

Penelitian yang kelima dilakukan oleh Yulisetiarni (2016), meneliti mengenai pengaruh pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di ritel waralaba di Jawa Timur. Analisis jalur yang digunakan menghasilkan hubungan pemasaran dengan pelanggan. Hubungan pemasaran dengan pelanggan mempertemukan antara harapan pelanggan saat bertransaksi, merespon keluhan pelayanan, peningkatan kepercayaan pelanggan dan pemeliharaan komunikasi yang baik.

Penelitian yang keenam dilakukan oleh Dimiyati (2016), meneliti mengenai pengaruh teoritis dari kualitas pelayanan Bank Rakyat Indonesia terhadap kepuasan pelanggan. Analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian adalah dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang ketujuh dilakukan oleh Dimiyati dan Subagio (2016), meneliti pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada pos Ekspres di Jawa Timur. Analisis menggunakan model persamaan struktural. Hasil penelitian adalah kualitas pelayanan, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pos Ekspres di Jawa Timur.

Penelitian yang kedelapan dilakukan oleh Suroso (2016), meneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di TIKI. Analisis menggunakan model persamaan struktural diolah menggunakan analisis dari struktur momen. Hasil penelitian adalah kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan TIKI.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel-variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil (Kesimpulan)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Poku <i>et al.</i> (2013)	Kualitas Pelayanan (X_1), Loyalitas Pelanggan (Y)	Analisis Regresi Linier Sederhana	Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di hotel Ghana
2.	Yulisetiarni (2014)	Kualitas Pelayanan (X_1), Kepuasan pelanggan (Z), Loyallitas Pelanggan (Y)	Dimensi kualitas pelayanan dan Diagram Kartesius	Dimensi kwaitas pelayanan mampu memuaskan pelanggan
3.	Hamid <i>et al.</i> (2015)	Kualitas Pelayanan (X_1), Citra Merek (X_2), Kepuasan Pelanggan (Y)	Dimensi kualitas pelayanan	Dampak interaksi kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif
.	Genova (2015)	Citra Merek (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Kepuasan Pelanggan (Z), Loyalitas Pelanggan (Y)	Analisis jalur	Citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan namun tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan
5.	Yulisetiarni (2016)	Hubungan Pemasaran(X_1),Kepuasan Pelanggan (Z), Loyalitas	Analisis jalur	hubungan pemasaran menjaga hubungan jangka pendek dan jangka panjang. Hubungan pemasaran mempertemukan antara harapan pelanggan mealalui transaksi, merespon

		Pelanggan (Y)		keluhan pelayanan, peningkatan kepercayaan
6.	Dimiyati (2016)	Kualitas Pelayanan (X_1), Kepuasan Pelanggan (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
7.	Dimiyati dan Subagio (2016)	Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Citra Merek (X_3) Kepuasan Pelanggan(Y)	Model persamaan struktural	Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pos Ekspres Jawa Timur
8.	Suroso (2016)	Kualitas Pelayanan (X_1), Citra Merek (X_2), Kepuasan Pelanggan (Z), Loyalitas Pelanggan (Y)	Model persamaan struktural	Kualitas Pelayanan dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan

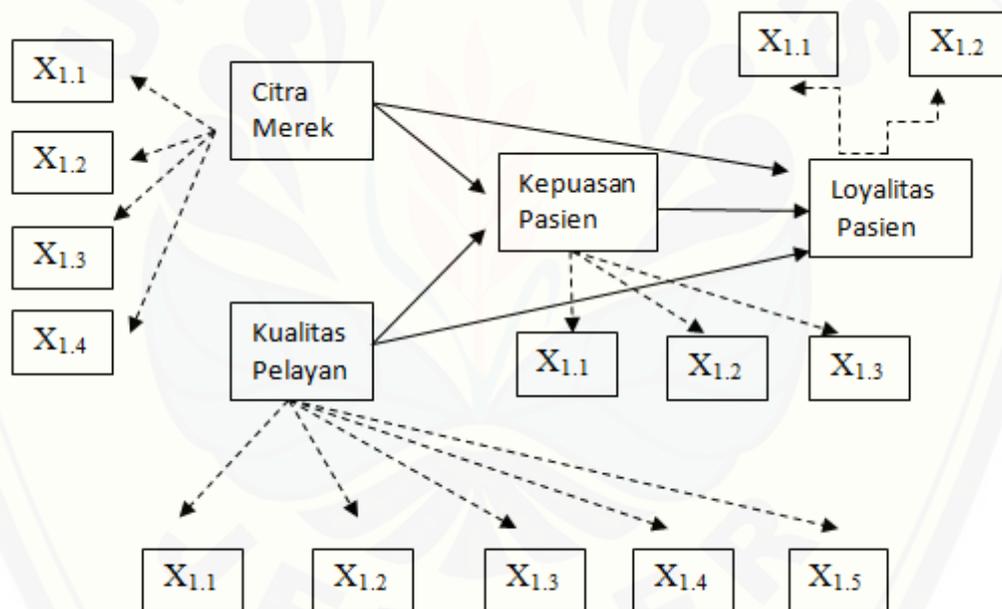
Sumber: data diolah

Penelitian ini memiliki kesamaan variabel yang diteliti dan alat analisis yang digunakan dengan penelitian yang dilakukan Genova (2015:500), sedangkan beberapa penelitian lainnya memiliki kesamaan beberapa variabel yang diteliti namun alat analisis serta obyek yang berbeda. Obyek diteliti yang diteliti dalam penelitian ini merupakan institusi penyedia pelayanan kesehatan. Perbedaan ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Poku *et al.* (2013:603), meneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pada industri hotel di Ghana, terdapat variabel kualitas pelayanan yang sama dengan penelitian yang saya akan lakukan namun dalam penelitian yang dilakukan Poku *et al.*(2013:603), tidak adanya variabel mediasi. Penelitian yang dilakukan oleh Poku *et al.*(2013:603), menggunakan alat analisis regresi linear sederhana sedangkan alat

analisis yang akan saya gunakan yakni analisis jalur dikarenakan terdapat variabel mediasi yang tidak terdapat pada penelitian Poku *et al.*(2013:603).

2.3 Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan analisis jalur, Analisis jalur digunakan untuk menggambarkan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk kausal. Analisis jalur digunakan untuk menentukan jalur yang singkat variabel independen menuju variabel dependen. Variabel independen terdiri dari citra merek dan kualitas pelayanan, variabel penengah yakni kepuasan pelanggan dan variabel dependen adalah loyalitas pelanggan. Kerangka konseptual dijelaskan pada gambar 2.1



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

—————> : Garis menunjukkan pengaruh variabel minat beli\

- - - - -> : Garis menunjukkan pengaruh indikator

□ : Variabel terukur

□ : Indikator variabel

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2013 :64). Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian dan tinjauan teoritis yang telah dikemukakan maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

a. Pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso. Menurut Kotler (2014:243), merek adalah nama, istilah, simbol, desain, kombinasi dari kesemuanya untuk mengidentifikasi dan membedakan jasa antar penjual. Penelitian yang dilakukan oleh Dimiyati dan Subagio (2016) menunjukkan bahwa citra merek memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah pertemuan harapan pelanggan dengan kinerja pelayanan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso

b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso. Menurut Kotler (2014:356), pelayanan adalah tindakan atau kinerja dari organisasi yang menawarkan hal yang tidak dapat diraba serta tidak menghasilkan kepemilikan. Penelitian yang dilakukan oleh Dimiyati (2016), Genoveva (2015), Hamid *et al.* menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Mengacu pada teori dan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis adalah

H₂: kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso

c. Pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso. Menurut Kotler (2012:5) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan situasi dimana pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli jasa dari penjual yang sama. Penelitian yang dilakukan oleh Dimiyati (2016), Suroso (2016), menunjukkan bahwa citra

merek memiliki dampak positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Mengacu pada teori dan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis adalah

H₃: citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso

d. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso. Penelitian yang dilakukan oleh Poku *et al.* (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

H₄: kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso

e. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso. Penelitian yang dilakukan oleh Genova (2015) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

H₅: kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian digunakan untuk mengetahui latar belakang permasalahan yang dihadapi, konsep dasar pemikiran yang dijadikan sebagai acuan, pendekatan yang digunakan, hipotesis yang diajukan sebagai jawaban dari permasalahan, teknik pengumpulan data dan analisis data yang digunakan. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat postpositifisme pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif (jika data kualitatif digunakan skala likert untuk merubah kuesioner menjadi data kuantitatif) dengan tujuan menguji hipotesis. Sugiono (2013:81) menyatakan metode survei merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh data di masa lalu atau sekarang mengenai keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan pengujian hipotesis dari sampel yang diperoleh dari populasi, teknik pengumpulan data (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Penelitian bertujuan mengetahui dan mengujipengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien BPJS pada rumah sakit Koesnadi Bondowoso. Analisis jalur digunakan dalam penelitian sebagai alat statistik. Terdapat dua variabel independen yakni variabel citra merek sebagai X1 dan variabel kualitas pelayanan sebagai X2 sedangkan variabel dependen yakni loyalitas pelanggan sebagai Y serta variabel mediasi yakni kepuasan pelanggan sebagai Z.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiono (2013:148), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Populasi penelitian adalah seluruh pasien BPJS yang sedang dirawat inap di RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono, 2013:118). Teknik pengambilan sampel pada penelitian menggunakan *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan jumlah sampel dengan pertimbangan tertentu. Berikut kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian:

- a. pasien berada instalasi rawat inap yakni paviliun Anggrek (seluruh penyakit), paviliun Mawar (penyakit kandungan), Paviliun Teratai (penyakit neuro dan jantung) dan Paviliun Bougenvil (penyakit dalam dan paru-paru)
- b. pasien merupakan pasien pengguna BPJS
- c. pasien telah menggunakan pelayanan rawat inap lebih dari sehari
- d. jika pasien tidak dapat mengisi kuesioner maka diwakilkan oleh keluarga yang mendampingi selama pasien dirawat

Menurut Ferdinand (2002:47), pedoman ukuran sampel berdasarkan jumlah indikator dikalikan 5 sampai 10, penelitian ini terdiri dari 14 indikator sehingga sekurang-kurangnya diperlukan 75 responden dan selebih-lebihnya diperlukan 150 responden, besarnya sampel antara 75-150. Jumlah sampel adalah 14 indikator dikali 8 sehingga menghasilkan 112 responden, 112 responden telah memenuhi persyaratan minimal sebesar 75 dan maksimal sebesar 150 sesuai dengan pendapat Ferdinand.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Penelitian menggunakan data kuantitatif yang diangkan, data berasal dari jawaban responden menggunakan kuesioner.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2013:13), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, data ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pasien BPJS RSUD Koesnadi Bondowoso. Menurut Sugiyono (2010:137), data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data melalui referensi. Data sekunder diperoleh dari Data sekunder dalam penelitian antara lain: landasan teori, penelitian terdahulu, capaian infografis RSUD dr.H.Koesnadi Bondowoso, Indeks Pembangunan Manusia Bondowoso, Demografi Bondowoso, Angka Harapan Hidup Bondowoso.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik memperoleh data. Pengumpulan data dalam penelitian menggunakan penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2013:137) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui pemberian seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden. Tujuan penggunaan kuesioner adalah untuk mendapatkan jawaban responden yang bersifat objektif dan mencerminkan sikap responden yang sesungguhnya terhadap suatu masalah penelitian. Jumlah pembagian kuesioner adalah 120 responden dengan pertimbangan nantinya terdapat kuesioner yang rusak, kuesioner tidak kembali, jawaban pada kuesioner tidak terbaca dan jawaban pada kuesioner tidak lengkap. Pengambilan responden yang akan diteliti yaitu dengan cara memberikan kuesioner berdasar kriteria sampai memenuhi jumlah sampel yang ditentukan, Penyebaran kuesioner memperoleh 112 responden sedangkan 8 responden menolak memberi jawaban terkait pernyataan kuesioner yang diberikan, Terdapat beberapa alasan penolakan diantaranya kondisi pasien tidak memungkinkan untuk menjawab, pasien sedang beristirahat, serta pasien merasa tidak layak menjawab kuesioner yang diberikan.

3.5 Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian terdiri dari dua jenis yakni:

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi. Variabel independen adalah sebagai berikut:

1. citra Merek
2. kualitas Pelayanan
- b. Variabel mediasi berupa huruf Z berupa kepuasan pelanggan.
- c. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi (Sugiyono, 2013:39).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.

3.6 Definisi Operasional Variabel

a. Citra Rumah Sakit (X_1)

Persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan rawat inap RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso. Menurut Shimp (2003:57) menyatakan bahwa citra merek dapat diukur melalui lima indikator:

1. atribut: RSUD Dr.H.Koesnadi Bondowoso dikenal memiliki kemudahan akses pelayanan rawat inap
2. fungsional: pelayanan rawat inap RSUD Dr.H.Koesnadi Bondowoso dapat mengadakan pengaduan pelayanan atas kualitas pelayanan rawat inap
3. simbol: pelayanan rawat inap RSUD Dr.H.Koesnadi Bondowoso memperoleh kerahasiaan penyakit yang diderita termasuk data-data medis
4. pengalaman: pelayanan rawat inap RSUD Dr.H.Koesnadi Bondowoso mendapat keamanan dan keselamatan selama perawatan

b. Kualitas Pelayanan (X_2)

Kualitas pelayanan adalah gambaran secara keseluruhan dari jasa yang menampilkan kemampuan memenuhi harapan pelanggan. Menurut Zeithaml (1990:60) menyatakan bahwa indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. bukti langsung (*tangible*): pasien rawat inap memperoleh informasi tata tertib beserta aturan RSUD dr. H. Koesnadi Bondowoso
2. keandalan (*reliability*): pasien rawat inap dilayani secara efektif dan efisien sehingga terhindar dari kerugian fisik dan materi

3. daya tanggap (*responsiveness*):tenaga medis merespon keluhan pasien rawat inap RSUD dr.H.Koesnadi Bondowoso
4. jaminan (*assurance*):pasien rawat inap memiliki kesempatan berkonsultasi tentang penyakit dengan dokter
5. empati (*empathy*):tenaga medis menerapkan senyum, salam, sapa, sopan, sigap solusi kepada pasien rawat inap RSUD dr.H.Koesnadi Bondowoso

c. Kepuasan Pasien (Z)

Perasaan senang pasien terhadap pelayanan rawat inap RSUD dr.H.Koesnadi Bondowoso. Menurut Wikie (2004:97), terdapat empat dimensi kepuasan pelanggan diantaranya:

1. harapan:pasien rawat inap memperoleh kemudahan akses pelayanan kesehatan
2. kinerja:pasien rawat inap dilayani dengan manusiawi, adil, jujur serta tanpa diskriminasi
3. proses perbandingan antara harapan kualitas jasa sebelum pembelian berlangsung dengan persepsi kualitas jasa sesungguhnya: kualitas pelayanan rawat inap sesuai dengan hak pasien

d. Loyalitas Pasien (Y)

Dorongan pasien untuk membicarakan hal positif terkait pelayanan rawat inap yang diperoleh teman, rekan kerja dan keluarga. Menurut Griffin (2005:134) menyatakan bahwa terdapat tiga indikator *Word of Mouth* yakni:

1. pasien rawat inap memiliki kesan positif terhadap pelayanan RSUD dr.H.Koesnadi Bondowoso
2. pasien rawat inap akan menyarankan pelayanan kesehatan RSUD dr.H.Koesnadi Bondowoso kepada teman, saudara dan rekan kerja yang memerlukan pengobatan

3.7 Skala Pengukuran Variabel

Skala Likert digunakan sebagai skala pengukuran. Skala Likert berupa skala interval dengan lima tingkat jawaban diantaranya:

1. Sangat setuju (SS) :Skor 5
2. Setuju (S) :Skor 4
3. Netral (N) :Skor 3
4. Tidak Setuju (TS) :Skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) :Skor 1

3.8 Uji Instrumen Penelitian

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas sebuah data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner. Uji validitas berfungsi mengukur melalui korelasi *product moment pearson's*, yaitu pengkorelasian tiap pertanyaan dengan skor total, hasil korelasi dibandingkan dengan angka kritis taraf signifikan 5% dengan rumus (Prayitno, 2010:70):

$$r = \frac{N (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r =Korelasi *product moment pearson*

X=Nilai variabel

Y=Nilai total variabel

n=jumlah data

Pengukuran validitas dilakukan dengan menguji taraf signifikansi *product moment pearson's*. Suatu variabel dikatakan valid, apabila variabel tersebut memberikan nilai signifikansi < 0,05 (5%) dan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Apabila data penelitian tidak valid, maka peneliti dapat memperbaiki atau menambah pernyataan-pernyataan pada kuisisioner yang diberikan pada responden.

b.Uji Reliabilitas

Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang diajkan memberikan hasil yang sama. Kuesioner yang stabil memberikan hasil sama terhadap penggunaan kuesioner secara berkali-kali (Ghozali, 2013:48). Menurut Arikunto (2013:213), penelitian ini uji realibilitas dilakukan dengan melihat koefisien *Cronbach Alpha* yaitu,

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k-1)r}$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas

r = Koefisien rata-rata korelasi antar variabel

k = Jumlah variabel bebas

Instrumen disebut reliable jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 (Prayitno, 2010:97). Apabila data penelitian tidak valid, maka peneliti dapat memperbaiki atau menambah pernyataan-pernyataan pada kuisioner yang diberikan pada responden.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi secara normal. Syarat uji parametrik data harus berdistribusi secara normal Sarjono (201:53). Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data pada variabel penelitian (Wiratna, 2015:52). Uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-smirnov test* dengan derajat keyakinan (α) sebesar 5%. Pengambilan keputusan berdasar:

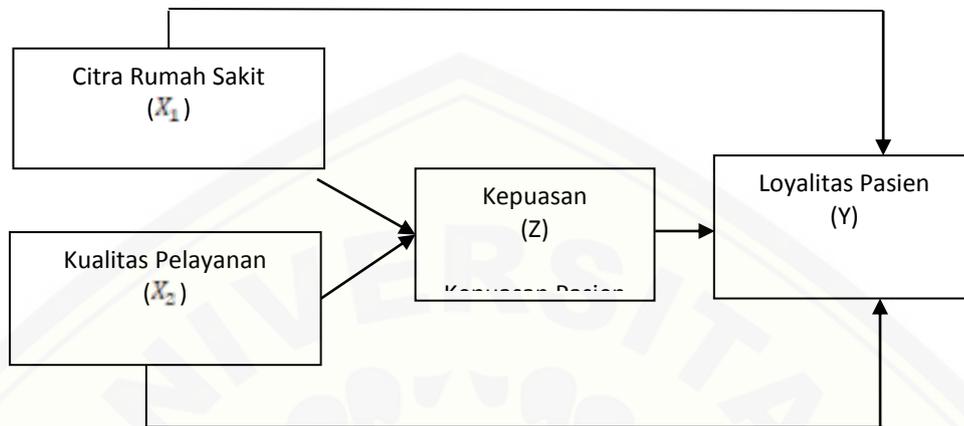
1. Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka data berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi $<0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan analisis regresi yang berfungsi menganalisis hubungan kausal antar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat baik secara langsung maupun tidak langsung melalui satu perantara atau lebih. Hubungan kausal yang terbentuk dengan model haruslah berlandaskan pada teori (Sarwono, 2006:1). Sarwono (2006:150), analisis jalur sebaliknya digunakan pada kondisi yang memenuhi persyaratan yakni:

1. Semua variabel berskala interval
2. Pola hubungan antar variabel bersifat linear
3. Variabel-variabel residual tidak berkorelasi satu dengan lainnya
4. Model bersifat searah

Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh kausal antar variabel dan kedudukan masing-masing variabel baik secara langsung maupun tidak langsung. Model berdasar koefisien beta yakni:



Gambar: 3.1 Analisis jalur

Model analisis jalur dalam penelitian diuraikan dalam persamaan struktural sebagai berikut:

$$Z = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_1 \dots \dots \dots \text{Persamaan 1}$$

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon_2 \dots \dots \dots \text{Persamaan 2}$$

Keterangan:

$\beta_{X_1 Z}$: koefisien jalur pengaruh langsung citra merek terhadap kepuasan pasien rawat inap

$\beta_{X_2 Z}$: koefisien jalur pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap

$\beta_{X_1 Y}$: koefisien jalur pengaruh langsung citra merek terhadap loyalitas pasien

$\beta_{X_2 Y}$: koefisien jalur pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien

β_{ZY} : koefisien jalur pengaruh langsung kepuasan pasien rawat inap terhadap loyalitas pasien

$$Z = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_1 \dots \dots \dots \text{Persamaan 1}$$

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon_2 \dots \dots \dots \text{Persamaan 2}$$

Keterangan:

X_1 = Citra merek

X_2 = Kualitas pelayanan

Z=Kepuasan pasien

Y=Loyalitas

B=Koefisien analisis jalur

$\epsilon_1 \epsilon_2$ =Variabel pengganggu

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan jika hasil regresi terbebas dari gejala multikolinieritas dan gejala heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik menggunakan program SPSS versi 21.

a.Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk mengetahui terjadinya hubungan linier antar variabel bebas pada regresi (Yudiatmaja, 2013:101). Nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* dijadikan sebagai acuan ada tidaknya gejala multikolinieritas. Pengambilan keputusan ada tidaknya gejala multikolinieritas melalui nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* dengan ketentuan:

a.jika nilai *vif* > 10 dan *tolerance* $< 0,1$,maka terjadi gejala multikolinieritas

b.jika nilai *vif* < 10 dan *tolerance* $> 0,1$,maka tidak terjadi gejala multikolinieritas

b.Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi linear. Menurut Imam (2006:15) menyatakan uji heteroskedastisitas dilakukan melalui pengamatan pola pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana Y adalah *studentized*. Menurut Gujarati (2011) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas dinilai melalui gambar plot antara nilai prediksi variabel independen dengan residual jika grafik tidak berpola tertentu dan data tersebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi hetesoskedastisitas

Uji Hipotesis

Uji hipotesis berfungsi tingkat signifikan antara variabel citra merek merek (X_1), kualitas pelayanan (X_2), terhadap kepuasan pasien (Z) dan loyalitas (Y). Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X_1 , X_2 terhadap Z

dan Y secara terpisah maupun bersama-sama, maka digunakan uji t. Rumusan hipotesis adalah sebagai berikut (Priyatno, 2010:142) :

$$t = \frac{bi}{Se (bi)}$$

Keterangan :

t = test signifikan dengan angka korelasi

bi = koefisien regresi

Se (bi) = *standard error* dari koefisien korelasi

Penentuan pengambilan keputusan berdasarkan:

- a. Jika signifikansi < 5% maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat
- b. Jika signifikansi > 5% maka Ho diterima dan Ha ditolak sehingga variabel bebas secara tidak parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Perhitungan Analisis Jalur

Perhitungan analisis jalur digunakan untuk mengetahui signifikansi antar variabel independen, mediasi dan dependen, jika ditemukan jalur yang tidak signifikansi perlu dilakukan *trimming theory*. *Trimming theory* berfungsi menghilangkan jalur yang tidak signifikan, kemudian dari jalur baru ditentukan koefisien jalur. Berdasarkan hasil tersebut diketahui nilai pengaruh langsung dan nilai pengaruh tidak langsung:

1. Perhitungan pengaruh langsung

a.) Pengaruh variabel citra merek terhadap loyalitas

$DE_{YX1}: X_1 \rightarrow Y$

b.) Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas

$DE_{YX2}: X_2 \rightarrow Y$

c.) Pengaruh variabel citra merek terhadap kepuasan pasien

$DE_{ZX1}: X_1 \rightarrow Z$

d.) Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien

$DE_{ZX2}: X_2 \rightarrow Z$

e.) Pengaruh variabel kepuasan pasien terhadap loyalitas

$DE_{yZ}: Z \rightarrow Y$

2. Perhitungan pengaruh tidak langsung

a.) Pengaruh variabel citra merek terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien

$$IE_{yzx1}: X_1 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

b.) Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien

$$IE_{yzx2}: X_2 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

3. Perhitungan pengaruh total

a.) Pengaruh citra merek terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien

$$TE_{yzx1}: DE_{yzx1} + IE_{yzx1}$$

b.) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien

$$TE_{yzx2}: DE_{yzx2} + IE_{yzx2}$$

c.) Pengaruh variabel kepuasan pasien terhadap loyalitas

$$DE_{yz}: Z \rightarrow Y$$

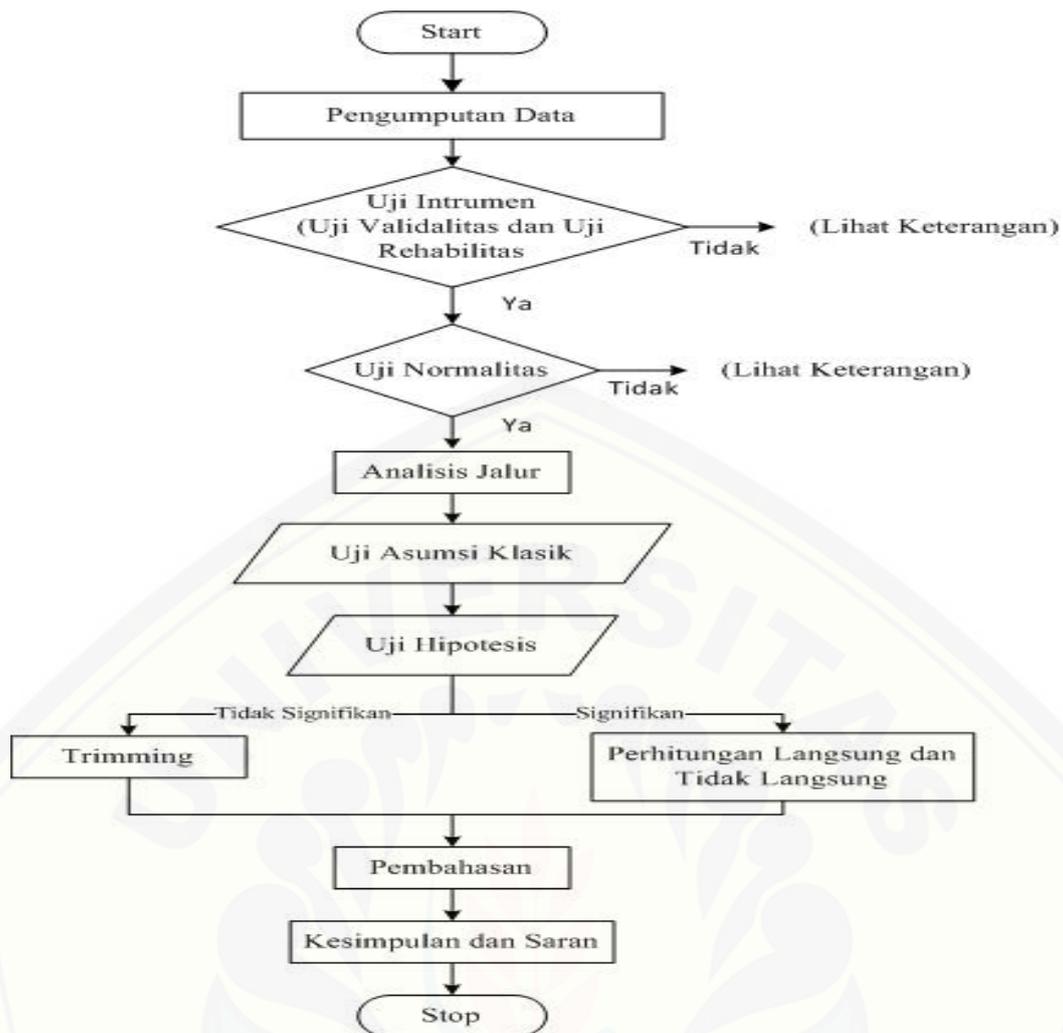
Teori trimming

Model yang digunakan memperbaiki model struktur dengan cara mengeluarkan model variabel eksogen yang koefisien tidak signifikan. Model trimming terjadi jika koefisien variabel tidak signifikan (Sarwono, 2006:150). Langkah-langkah pengujian analisis jalur dengan model trimming adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan persamaan structural
2. Menghitung koefisien jalur berdasar koefisien regresi
3. Menghitung koefisien jalur secara simultan
4. Menghitung secara individual
5. Menguji kesesuaian antar model analisis jalur
6. Merangkum pada tabel
7. Memaknai dan menyimpulkan

3.9 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah berfungsi menjelaskan tahapan penelitian. Kerangka pemecahan masalah sebagai berikut:



Keterangan:

1. Permulaan merupakan tahapan persiapan sebelum penelitian
2. Pengumpulan data merupakan tahapan penyebaran kuesioner kepada responden
3. Uji instrument merupakan tahapan pengujian validitas, reliabilitas, normalitas terhadap data yang terkumpul, jika hasil instrumen tidak valid perlu dilakukan pengumpulan data ulang, sedangkan jika hasil instrumen valid maka dilanjutkan tahapan selanjutnya
4. Setelah tahapan uji instrument dilakukan perhitungan parameter sesuai model yang dikembangkan
5. Pengujian uji t berfungsi mengetahui pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat terbagi menjadi dua yakni pertama berdasar perhitungan pengujian hipotesis, jalur yang ditolak perlu dihilangkan menyesuaikan ketentuan teori trimming, kedua apabila jalur

diterima pada pengujian hipotesis maka dilakukan perhitungan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung

6. Pembahasan
7. Pengambilan kesimpulan dari hasil penelitian
8. Selesai adalah tahapan terakhir dari penelitian dengan hasil penelitian



BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis dan pembahasan yang telah peneliti dijelaskan sebagai berikut:

1. Citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan semakin baik persepsi pelanggan mengenai citra rumah sakit akan meningkatkan kepuasan pelanggan
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan semakin baik kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan
3. Citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan artinya semakin baik persepsi pelanggan akan meningkatkan kepuasan pelanggan
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan artinya semakin baik kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas pelanggan
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan artinya semakin puas pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan pada penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi rumah sakit koesnadi Bondowoso
Manajemen rumah sakit terus berupaya melakukan peningkatan kualitas pelayanan
2. Bagi akademisi
Penelitian diharapkan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Statistik Jawa Timur. 2015. *Angka Harapan Hidup Kabupaten Bondowoso*. Bondowoso: Badan Pusat Statistik.
- Bennet, R. and Rundle-Thiele, S. 2004. Customer Satisfaction Should Not Be The Only Goal. *Journal Of Service Marketing*, Vol 18(7): 514-523.
- De Dekimpe, M. G., Steenkamp, J. B. E. M., Mellens, M., and Abeele, P.V. 1997. Decline and Variability In Brand Loyalty. *International Journal of Research In Marketing*, Vol.14(5): 405-420.
- Diah, Yulisetiari. 2014. The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction, And Loyalty In Restaurant Business In East Java. *International of Journal of Business and Management Invention*, Vol. 3(5): 01-10.
- Diah, Yulisetiari. 2016. Effect of Relationship Marketing towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Franchised Retails in East Java. *Mediterranean Journal of Science MCSER Publishing*, Vol. 7(1): 333-339.
- Dinas Kesehatan Bondowoso. 2016. *Profil Kesehatan Kabupaten Bondowoso*. Bondowoso: Badan Perencanaan Kabupaten Bondowoso.
- Genoveva. 2015. Analyzing Of Customer Satisfaction And Customer Loyalty Based On Brand Image And Perceived Service Quality. *Journal of US-Chine Administration*, Vol 12(6): 497-508.

Ghozali, I, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Yogyakarta: Badan Penerbit BPFPE.

Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Hamid, A. A., Ibrahim, S. B., Seesy, A. S., Hasaballah, A.H. 2015. Interaction Effect Of Perceived Service Quality And Brand Image On Customer Satisfaction. *Asian Journal Of Management Science*, Vol.3(10): 1-8.

Imam S. 2016. Effect Of Service Quality And Brand Image On Satisfaction And Loyalty Of TIKI Custommer In Jember. *Journal of IJER*, Vol. 13(7): 2939-2949.

Kakapferer, J. N. 2005. The Roots Of Brand Loyalty Decline: An International Comparison. *Ivey Business Journal*, Vol. 69(4): 1-6.

Kotler, P. dan Keller, K.L. 2012. *Marketing Management*. New York: Pearson Prentice Hall.

RSU Dr.H.Koesnadi Bondowoso 2018. (diakses di <http://www.rsu-drkoesnadi.go.id>, tanggal 20 April 2018, 18.30).

Supriyanto, 2010. *Pemasaran Jasa Kesehatan*. Yogyakarta: C.V Andi.

Lovelock, C. and Wirtz, J. (2004). *Service Marketing-People, Technology, Strategy*. 5th edition. Prentice Hall.

Poku, Zakaria and Soali. 2013. The Effect Of Relationship Towards Customer Loyalty On Hotel Industry. *Journal of Internatioal Review of Management Business Research*, Vol.2(2): 601-609.

Mohammad, D. dan Ari S. 2016. Impact Of Service Quality, Price, And Brand On Loyalty With The Mediation Of Customer Satisfaction On Pos Ekspres In East Java. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 7(4): 74-86.

Sarwono, Jonathan. 2006. *Path Analysis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Yogyakarta: Alfabeta Bandung.

Shiffman, L. G., and Kanuk, L. L. 2006. *Consumer Behavior (8th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Shimp, T. 2003. *Periklanan Promosi Dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 (edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.

Wikie, W.L. 2004. *Customer Behavior*. New York: John Wiley and Sons, Inc.

Zeithaml, V. A., A. Parasuraman and Leonard L. B. 1990. *Delivering Quality Services*. New York: Fress Press.

Zeithaml, V. A., and Bitner, M. J. 2012. *Service Marketing (International ed.)*. New York: McGraw Hill Inc.

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kepada,

Yth. Saudara Responden Penelitian

Di Tempat

Dengan hormat,

Penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien BPJS melalui kepuasan pada RSUD Koesnadi Bondowoso”, maka saya:

Nama : Febri Hadi Purnomo

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

NIM : 160810201292

Memohon kesediaan saudara untuk mengisi pertanyaan dalam kuesioner yang terlampir. Saya menghargai setiap jawaban yang saudara berikan dan tetap menjaga kerahasiaan, hasil dari angket digunakan kepentingan penelitian. Demikian surat permohonan ini dibuat atas ketersediaan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Febri Hadi Purnomo
NIM 160810201292

