

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS PASIEN RAWAT INAP RUMAH SAKIT
FATIMAH BANYUWANGI**

**Imam Suroso
Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Abstract : This study titled Analysis Of Influence Quality of Service Satisfaction and Loyalty patients Banyuwangi Inpatient Fatimah Hospital will explain how much influence the variables of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy for patient satisfaction and loyalty Inpatient Banyuwangi Fatimah Hospital. In this study the method used path analysis with approach multiple linear regression. The reasons of used path analysis is to facilitate researchers to knowing the direct effect, indirect effect, and the total inter related variables effect. The population of this research counted 3.359 and sampling intake technique is Proportional Stratified Random Sampling with 97 people of response. Based on this research can be concluded that are three variables that influence satisfaction Inpatient of tangibles, assurance and empathy, and two variabel that cant have influence with patient satisfaction is reability and resposiveness. Variabel that have influence with loyalty patiens is reliability and customer satisfaction variabel. While variabel that cant have influence with patient loyalty is tangibles, responsiveness assurance and empathy.

Keywords : *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer satisfaction And Loyalty Patients*

PENDAHULUAN

Era globalisasi menghadirkan tingkatan persaingan yang sangat tinggi antara perusahaan jasa. Meningkatnya persaingan yang dimaksud, menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara meningkatkan efektifitas kinerja perusahaan dalam berbagai komponen dari perusahaan tersebut. Efektifitas kinerja perusahaan dalam hal ini bertujuan untuk meningkatkan pelayanan yang lebih baik yang mampu memberikan kepuasan bagi konsumen dari pada yang dilakukan oleh perusahaan pesaing, karena dengan tingginya tingkat kepuasan konsumen, maka akan tinggi pula loyalitas yang diberikan konsumen terhadap perusahaan.

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada “dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan (Tjiptono, 2006:59). Dari uraian tersebut, diketahui kualitas layanan sangat penting bagi perusahaan yang menjual jasa. Dalam kenyataannya, beberapa konsep menyebutkan bahwa, gambaran kelima dimensi kualitas layanan (*tangibles, realibility, responsiveness, assurance* dan *empathy*) sering digunakan untuk menilai kualitas jasa atau layanan (Tjiptono, 2007:272). Hal itu menjadi faktor penentu kualitas layanan sebuah