



Munich Personal RePEc Archive

**EFFECT OF SERVICE QUALITY,  
HOSPITAL AND TRUST IMAGE ON  
PATIENT SATISFACTION AND ITS  
IMPLICATIONS IN PATIENT  
LOYALTY**

Afrizal, Afrizal and suhardi, suhardi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pertiba Pangkalpinang, Sekolah  
Tinggi Ilmu Ekonomi Pertiba Pangkalpinang

July 2018

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/92510/>  
MPRA Paper No. 92510, posted 04 Mar 2019 09:20 UTC

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA RUMAH SAKIT DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS PASIEN**

**Afrizal**

*STIE Pertiba Pangkalpinang*

**Suhardi**

*STIE Pertiba Pangkalpinang*

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine service quality, hospital image and trust in patient satisfaction and its implications for patient loyalty. By using a sample of 136 patients in the dental polyclinic of PT Bakti Timah Hospital in Pangkalpinang, this study used a structural equation model to test the causality between latent variables in accordance with those hypothesized.*

*The results showed that the variables of service quality, hospital image, trust had a significant effect on patient satisfaction. The variables of hospital and trust image have the greatest influence on satisfaction. The results of the study are expected to add variables beyond service quality, hospital image and organizational trust. Subsequent research can broaden the scope of the study to either the variable or the scope of the study so that a full portrait of the patient's perception in Pangkalpinang Bakti Timah Hospital will be seen as a whole.*

**Keywords:** *service quality, hospital image, trust, satisfaction, loyalty*

## **1.1. PENDAHULUAN**

Bidang kesehatan merupakan sektor pelayanan utama di berbagai negara karena memegang peranan vital dalam menjaga dan meningkatkan kesehatan masyarakat untuk mencapai tujuan suatu negara. Saat ini industri jasa di bidang kesehatan merupakan salah satu peluang bisnis yang menjanjikan dengan tingginya kompetisi yang ada dan pertumbuhan yang cepat (Irfan, dkk, 2012). Saat ini masalah kesehatan sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Kesehatan dinilai sangat berharga dan sesuatu yang mahal, sehingga semua orang menginginkan hidup sehat. Untuk itu, banyak upaya yang dilakukan untuk mendukung kesehatan bagi seluruh masyarakat, salah satunya adalah pemerintah memberikan sarana kesehatan bagi masyarakat, salah satu sarana tersebut adalah rumah sakit. (Griselda dan tagor, 2007)

Di era perkembangan teknologi yang sangat pesat, menyebabkan pengetahuan masyarakat meningkat, sehingga masyarakat lebih selektif dalam memilih fasilitas layanan yang digunakan, dengan ini persaingan bisnis semakin ketat, maka pelayanan kesehatan harus mampu memberikan yang terbaik kepada pelanggan terkait pelayanan kesehatan. Bukti nyata yang terjadi saat ini di Kota Pangkalpinang ditunjukkan dengan munculnya rumah sakit baru yang mulai dibangun, sehingga setiap pelayanan kesehatan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik. Dimana Pasien merasa puas atas jasa yang diberikan oleh pihak pelayanan kesehatan. Dalam hal ini pelayanan merupakan sebuah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang mampu diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan” (Tjiptono, 2011: 157).

Kepuasan pasien merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Kepuasan dapat dirasakan atas pelayanan yang mereka terima dari pihak rumah sakit. Oleh karenanya, konsumenlah yang akan memberikan penilaian terhadap jasa yang mereka dapatkan. Dengan perkembangan zaman, serta pola pikir masyarakat yang

mulai berkembang akan pentingnya kesehatan untuk menunjang kegiatan sehari-hari, disatu sisi menyebabkan kebutuhan akan pelayanan kesehatan bertambah terutama dalam hal menjaga hidup sehat, sehingga kesadaran masyarakat untuk datang ke rumah sakit untuk melakukan perawatan semakin tinggi. Disisi lain rumah sakit harus mampu memberi pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan, dengan strategi yang sesuai dengan jasa yang ditawarkan salah satunya memberikan pelayanan yang memuaskan.

Pelayanan yang berkualitas merupakan hal penting yang harus dicermati oleh Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang karena dapat mempengaruhi citra (*Brand Image*) dari Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang. Citra tersebut dapat membentuk persepsi pasien, terhadap Rumah Sakit, pasien akan menganggap suatu pelayanan jasa kesehatan baik apabila banyak orang yang berkunjung menggunakan jasanya berpendapat baik. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap yang menghubungkan antara ekspektasi pasien dengan kinerja pelayanan.

Citra Rumah Sakit (*Hospital Brand Image*) mempengaruhi keputusan pasien untuk menikmati jasa kesehatan yang mereka berikan. Dengan demikian, pemahaman hubungan antara Citra Rumah Sakit (*Hospital Brand Image*) dan keinginan konsumen untuk kembali menikmati jasa kesehatan sangat diperlukan. Citra rumah sakit memiliki fungsi sebagai penghubung dan penjaga keharmonisan hubungannya dengan pelanggan mereka (Wu, 2011).

Sementara itu, Citra (*Brand Image*) yang baik diharapkan akan dapat mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen terutama dalam hal proses keputusan pembeliannya. Dalam hal ini keputusan pembelian merupakan sebuah tahapan dimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang disukai. Citra merek merupakan sekumpulan asosiasi yang diorganisir menjadi satu yang berarti. Citra merek berdasarkan memori konsumen tentang suatu produk, sebagai akibat apa yang dirasakan oleh seseorang terhadap merek tersebut (Roslina, 2010:334),

Untuk menciptakan suatu kepercayaan (*trust*) dari pasien, tenaga medis harus dapat meminimalkan terjadinya kesalahan-kesalahan kerja selama melakukan tindakan ataupun perawatan pasien. Kepercayaan (*Trust*) memungkinkan pengelola rumah sakit memprediksi sikap konsumen, mengurangi tingkat sensitivitas terhadap kesalahan, meningkatkan *patient value*. Selanjutnya kepercayaan (*trust*) juga dapat mengurangi biaya untuk meningkatkan kepuasan pasien dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pasien (Arab, dkk:2012). Kepercayaan (*Trust*) dalam konteks kesehatan merupakan pertimbangan yang penting dalam usaha mempertahankan keinginan pasien untuk tidak berpindah ketempat yang lain (Tang, 2013 dan Chen dan Kao, 2011). Mandey (2012) juga menyampaikan hal serupa, Kepercayaan (*Trust*) memiliki efek yang signifikan terhadap keinginan pasien untuk berobat kembali karena dengan adanya kepercayaan (*trust*) pasien membentuk komitmen dalam dirinya untuk tidak berpindah ke Rumah Sakit lain. Selain itu Mandey (2012) menambahkan bahwa kepercayaan (*trust*) dan komitmen secara langsung mempengaruhi kesetiaan.

Secara konsisten komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. (Ratih Hurriyati: 2010:127). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen akan cenderung setia dan bertahan terhadap pilihannya apabila Perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan terbaik

terhadap konsumen dan konsumen merasakan penawaran-penawaran terbaik dari perusahaan, baik itu mutu pelayanan, produk maupun kinerja terbaik yang telah diberikan perusahaan.

Permasalahan penting yang berkaitan dengan loyalitas pasien yang perlu diperhatikan oleh rumah sakit adalah kualitas layanan dengan Indikator bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati diberikan pada pasien, sehingga menciptakan kepuasan pasien. Pada saat ini masyarakat pengguna jasa rumah sakit tidak hanya mementingkan hasil akhir saja, berupa kesembuhan dirinya atau keluarga semata, tetapi mereka sudah menilai apa yang mereka lihat dan rasakan saat dirawat. Mengamati permasalahan tersebut, maka dalam memenuhi harapan pasiennya pihak manajemen rumah sakit tidak bisa bertindak sesuai dengan kemauannya sendiri dalam memutuskan semua kebijakan operasionalnya, tetapi harus mampu mewujudkan pelayanan, kepercayaan (*trust*) serta komitmen yang terbaik pada pasiennya jika tidak ingin ditinggalkan oleh masyarakat sebagai pelanggan utamanya di masa yang akan datang.

Saat ini yang membuat masyarakat enggan untuk melakukan *check-up* kesehatan ataupun berobat terkait dengan pelayanan, karena pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit dianggap masih kurang. Faktor-faktor penyebabnya antara lain adalah keraguan akan kemampuan dokter untuk mendiagnosa dan mengobati masalah penyakit yang diderita pasien, teknologi yang kurang canggih untuk menghadapi masalah saat ini serta sistem penanganan yang lama. Dalam industri kesehatan atau jasa kesehatan, kepuasan pasien merupakan komponen yang penting selain untuk mengukur kualitas perawatan, tetapi juga secara positif dapat mempengaruhi kepercayaan (*trust*) pasien (Aliman dan Mohamad, 2013).

Pihak yang terlibat dalam proses jasa ataupun proses pelayanan yaitu penyedia layanan (pelayan) dan konsumen (yang dilayani). Konsumen dalam hal ini adalah orang yang terlibat langsung dalam proses jasa yang langsung merasakan manfaat dari pemberi layanan dari pihak perusahaan baik dari manajemen maupun dari organisasi pemberi layanan. Dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada pasien, Rumah Sakit harus memperhatikan masalah kualitas pelayanan yang diukur dari penilaian pasien. Kepuasan pasien atas jasa yang diberikan akan berdampak terhadap loyalitas pasien.

Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang merupakan Rumah Sakit yang memiliki VISI “Menjadi Rumah Sakit andalan Sebagai Rujukan Utama di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Rumah sakit ini berlokasi di Jalan Bukit Baru – Pangkalpinang yang merupakan sebuah lembaga yang bergerak dalam bidang kesehatan. Rumah sakit ini dapat dikatakan memiliki jumlah pasien yang cukup banyak bahkan bukan hanya dari daerah Pangkalpinang namun pasien rujukan dari daerah sekitar Pulau Bangka.

Berdasarkan hal tersebut diatas, Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang merupakan salah satu Rumah Sakit pilihan masyarakat Bangka karena fasilitas dan ketersediaan Dokter yang cukup memadai. Dalam upaya meningkatkan pelayanan kesehatan kepada masyarakat, Rumah Sakit Bakti Timah sebagai rujukan utama di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terus berusaha memberikan layanan yang terbaik buat masyarakat. sejalan dengan Misi Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang; Menjadikan Layanan Kesehatan yang terpercaya, Menyediakan Jasa Layanan Kesehatan Unggulan, Mengembangkan dan Menyiapkan Tenaga Profesional, Mengembangkan Sistem Layanan Terpadu yang Handal.

Permasalahan yang sering muncul pada Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang adalah pelayanan yang diterima oleh pasien kurang memuaskan, terutama terkait dengan proses pendaftaran, waktu menunggu kedatangan Dokter, serta ruang tunggu yang membuat pasien kurang nyaman. Disamping itu pasien BPJS juga tidak dilayani sepenuh hati, seperti kurang tanggap dalam melayani pasien, dan juga sedikit dokter yang mampu memberikan solusi ataupun tanggapan tentang penyakit saat berkonsultasi. Kemudian ditambah lagi masih kurang lengkapnya peralatan medis di Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang dengan kondisi saat ini. Masalah lain yang juga dihadapi adalah kualitas pelayanan yang cenderung masih rendah, terlihat dari pemanfaatan waktu kerja yang kurang optimal sehingga masih terjadi keterlambatan dalam penyelesaian tindakan.

Pada poliklinik penyakit dalam, hampir setiap pasien dirujuk untuk pemeriksaan laboratorium dan radiologi. Selain itu jarak poliklinik dengan laboratorium dan radiologi yang terlalu jauh, dan dari observasi ditemukan juga adanya sistem dan prosedur yang tidak efisien dalam alur proses dan penggunaan sumber daya yang ada. Seperti halnya Poliklinik Bedah Tulang mengalami penurunan kunjungan pasien dikarenakan selama enam hari kerja hanya ada satu hari yang dikhususkan untuk menerima pasien menggunakan fasilitas BPJS yang mulai diberlakukan pada tahun 2015.

Penurunan kunjungan pasien pada poliklinik gigi disebabkan dalam 1 hari tindakan pelayanan hanya 5 jam yaitu dimulai pada jam 09.00 s.d 14.00 WIB. Disamping itu jumlah tenaga dokter juga terbatas, dimana pada poliklinik gigi hanya terdapat 2 orang tenaga dokter, jumlah peralatan klinik gigi tidak sebanding dengan jumlah kunjungan pasien yang seharusnya sesuai dengan standar pelayanan poliklinik gigi, hal mengakibatkan pasien diharuskan untuk menunggu alat yang sedang di *steril* dan apabila diagnosa dokter yang mengharuskan untuk *Rontgen* gigi, pasien dirujuk ke klinik diluar lingkungan Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang, karena alat *scan* gigi yang tidak tersedia. Selain itu terjadinya kesenjangan sosial antara pasien yang tanggungan dari BPJS dengan mitra rumah sakit. Dengan kondisi yang demikian, Sebagian pasien menyatakan ketidakpuasan disebabkan keterlambatan mendapatkan pelayanan karena waktu pemeriksaan gigi lebih dari 15–25 menit, Dokter sering datang terlambat, sehingga jarak antara waktu pendaftaran dengan penanganan medis terhadap pasien cukup lama yang menimbulkan komplain dari pasien dan pasien juga tidak merasa nyaman dengan kondisi ruang di Poliklinik Gigi. Dengan kondisi yang demikian sebagian besar pasien merasa kurang puas dengan pelayanan pada poliklinik gigi.

Permasalahan yang ditemui di Poliklinik Gigi membuat penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam permasalahan yang ada di Poliklinik Gigi, sehingga rumah sakit dapat mengembangkan proses pelayanan kesehatan yang ada di poliklinik gigi Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang. Ditengah persaingan yang semakin ketat dalam industri pelayanan kesehatan yang ada di kota Pulau Bangka, Rumah Sakit Bakti Timah harus senantiasa dapat bersaing secara kompetitif agar tetap mampu memberikan layanan terbaik kepada para pelanggannya demi kemajuan rumah sakit kedepan. Pasien sebagai sumber daya manusia yang memegang peranan utama merupakan bagian terpenting dalam menghasilkan keunggulan kompetitif perusahaan, sehingga kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang krusial untuk diperhatikan. Oleh karena itu, Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang harus selalu senantiasa berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan pada akhirnya dapat berkontribusi pada pertumbuhan rumah sakit.

## 2. TEORI DAN HIPOTESIS

### Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa

Perusahaan memerlukan berbagai cara untuk dapat mengatur kegiatannya agar sesuai dengan tujuan perusahaan yang telah ditentukan, dalam hal ini pengaturan yang diperlukan perusahaan adalah manajemen pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2016:27) yang mengatakan bahwa: *Marketing management as the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value.*"

Sedangkan menurut Dharmesta dan Irawan (2011:78) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai berikut: Bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variable atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi." Fandy Tjiptono (2014: 17) menjelaskan tentang pemasaran jasa secara sederhana, istilah service mungkin bisa diartikan sebagai "melakukan sesuatu bagi orang lain". Akan tetapi, tidaklah mudah mencari padanan kata dalam bahasa Indonesia yang pas untuk istilah tersebut. Setidaknya ada tiga kata yang bisa mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan, dan service. Sebagai jasa, service umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, perhotelan, konstruksi, perdagangan, rekreasi, dan seterusnya. Sebagai layanan, istilah service menyiratkan segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu individu maupun kelompok kepada pihak lain individu maupun kelompok. Salah satu contohnya adalah layanan pelanggan (*customer service*), yang mencakup aktivitas menjawab pertanyaan pelanggan, menangani complain.

Menurut Zeithaml, dkk (2011: 236), pemasaran jasa adalah mengenai janji janji. Janji -janji yang dibuat kepada pelanggan dan harus dijaga. Kerangka kerja strategik diketahui sebagai *service triangle* yang memperkuat pentingnya orang dalam perusahaan dalam membuat janji mereka dan sukses dalam membangun *customer relationship*. Fandy Tjiptono (2014: 26), mengemukakan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Definisi Jasa menurut Lehtinen (1983) yang dikutip dari buku karangan Rambat Lupiyoadi Manajemen Pemasaran Jasa (2013: 6) definisi jasa adalah " *A service is an activity or a series of activities which take place in interactions with a contact person or physical machine and which provides consumer satisfaction*". Maksud dari definisi tersebut diatas layanan adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan yang berlangsung dalam interaksi dengan orang atau mesin fisik dan yang menyediakan kepuasan konsumen.

Menurut Lupiyoadi (2013: 7), mengungkapkan jasa merupakan aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen

### 2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan

Kualitas Pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2011: 164).

Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak

definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampainya saja biasanya terdapat elemen yaitu, kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan, Kualitas merupakan kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler, 2009: 143).

Secara empiris banyak penelitian dengan latar belakang sampel yang berbeda-beda telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan seperti yang diungkapkan oleh Nek Kamal Yeop Yunus dkk (2009), Jayaraman Munusamy dkk (2010) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

*Hipotesis 1: Terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang di Poliklinik Gigi.*

### **2.3.2 Hubungan Citra (*Brand Image*) terhadap Kepuasan**

Konsumen yang terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung memiliki konsistensi terhadap *brand Image*. Citra merek ialah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen (Kotler, 2009: 346). Adapun citra merek selalu berkaitan dengan atribut produk karena untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dan konsumen bereaksi terhadap atribut produk yang dibelinya (Nugroho, 2011: 10).

Ardianto (2010: 111) mengatakan bahwa citra adalah citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri *public* terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi dapat di artikan citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Karena citra itu sendiri merupakan salah satu asset yang terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi, kata lain *Favourable Opinion*. Sebuah citra yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas layanan, loyalitas, dan niat pembelian kembali, Bloemeret al., 1998;. Da Silva et.al., 2008 dan. Lai *et al.*, 2009 (dalam Nurullah Hidajhningtyas, 2013: 40).

*Hipotesis 2: Terdapat pengaruh variabel Citra Rumah Sakit (Hospital Brand Image) terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang di Poliklinik Gigi.*

### **2.3.3 Hubungan Kepercayaan (*Trust*) terhadap Kepuasan**

Kotler dan Keller (2016: 225) mendefinisikan kepercayaan sebagai berikut: *Trust is willingness of a firm to rely on a bussiness partner. It depends on a numberof interpersonal and interorganizational factors, such as the firms perceived competence, integrity, honesty and benevolence.* Arti dari definisi tersebut bahwa kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan bergantung kepada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi. Seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan.

Kepuasan konsumen didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2016: 153), yang menyatakan bahwa: *Satisfactionis a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations.* Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan

umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau gembira.

Secara empiris penelitian terkait pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen kedelai jepang Edamame, yang diteliti oleh Ni Mada Marta Nidyatantri dkk membuktikan bahwa Satisfaction memiliki keeratan hubungan secara signifikan terhadap Trust produk edamame dengan probability 0,000 atau  $p$  lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang dirasakan konsumen, begitupun sebaliknya.

*Hipotesis 3: Terdapat pengaruh variabel Kepercayaan (Trust) terhadap terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang di Poliklinik Gigi*

### **2.3.4 Hubungan Kualitas Pelayanan, Citra (Brand Image), dan Kepercayaan (Trust) terhadap Kepuasan**

Ardianto (2010: 111) mengatakan bahwa citra adalah citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri *public* terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi dapat diartikan citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Karena citra itu sendiri merupakan salah satu asset yang terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi, kata lain *Favourable Opinion*. Kotler dan Keller (2016: 225) mendefinisikan kepercayaan sebagai berikut: *Trust is willingness of a firm to rely on a business partner. It depends on a number of interpersonal and interorganizational factors, such as the firms perceived competence, integrity, honesty and benevolence*. Arti dari definisi tersebut bahwa kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan bergantung kepada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi. Seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan.

Kepuasan konsumen didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2016: 153), yang menyatakan bahwa: *Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations*. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau gembira.

## **3. METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1. Desain Penelitian**

Berdasarkan pengukuran dan analisis data penelitian maka penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut E.G. Carmines dan R.A. Zeller (dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, 2010: 26) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial dan secara simultan.

### **3.2. Populasi, Sampel, Besar Sampel dan Metode Pengambilan Sampel**

Populasi yang dalam penelitian ini adalah semua pasien yang datang ke Poliklinik Gigi Tahun 2015 sebanyak 2.468 Orang dengan rata-rata perbulan 206 Orang dan minimal 2-3 kali berobat ke Poliklinik Gigi Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang. Menurut



Sugiyono (2013:149) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel dari populasi keseluruhan yang berjumlah 206 orang rata-rata perbulan dalam penentuan besarnya sampel, penulis menggunakan metode slovin (Riduwan 2005: 65), sehingga diperoleh sampel dalam penelitian ini berjumlah 136 orang responden.

### 3.3.2. Batasan Operasional Variabel Dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel merupakan tahap untuk menerjemahkan konsep-konsep yang masih umum menjadi variabel, Indikator, dan definisi operasional. Variabel penelitian yang akan dioperasionalkan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Citra Rumah Sakit (*Hospital Brand Image*) ( $X_2$ ), dan Kepercayaan (*Trust*) ( $X_3$ ) serta variabel terikat yaitu Kepuasan Pasien ( $Y$ ) dan Berdampak Terhadap Loyalitas ( $Z$ ).

**Tabel 3.2.**  
**Hubungan Variabel, Indikator yang diukur dan Instrumen**

Nama Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan "Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat <i>intangible</i> (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu"). Tjiptono & Chandra	1. Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	1. Poli selalu bersih	Skala Ordinal
		2. Peralatan penunjang kegiatan operasional yang lengkap	
		3. Penampilan Perawat	
		4. Penampilan Dokter	
		5. Prosedur Penerimaan Pasien	
	2. Keandalan ( <i>Reliability</i> )	6. Jadwal Pelayanan	
		7. Diagnosa pasien dengan akurat,	
		8. Merespon keinginan pasien	
		9. Pelayanan cepat	
	3. Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	10. Informasi Jelas	
		11. Profesional	
		12. Pengetahuan yang luas	
	4. Jaminan ( <i>Assurance</i> )	13. Mampu memberikan jaminan	
		14. Pasien merasa aman selama	
		15. Ramah,	
	5. Empati ( <i>Empathy</i> )	16. Perhatian	
		17. Tidak membedakan	
Citra ( <i>Brand Image</i> ) sejumlah keyakinan, ide, dan kesan yang dipegang oleh seseorang tentang sebuah objek. Sedangkan citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam Kotler & Keller (2009)	1. <i>Personality</i>	18. Keahlian	Skala Ordinal
	2. <i>Reputation</i>	19. Pelayanan 24 Jam	
	3. <i>Trust</i>	20. Lokasi Strategis	
	4. <i>Customer Satisfaction</i>	21. Dokter Ahli	
	5. <i>Service</i>	22. Keakuratan Tagihan	
	6. <i>Word of Mouth</i>	23. Kerahasiaan Rekam Medis	
		24. Kesan pelayanan	
	25. Tarif		
	26. Pelayanan Tepat Waktu		
	27. Pelayanan yang informatif		
	28. Informasi yang positif		
29. Pengalaman			

Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) Kepercayaan pelanggan sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Dasar terciptanya hubungan jangka panjang terletak pada kepercayaan antara konsumen dengan produsen, Ishak dan Luthfi (2011)	1. Kemampuan ( <i>Ability</i> ) 2. Kebaikan Hati ( <i>Benevolence</i> ) 3. Intergritas ( <i>integrity</i> )	30. Kompetensi 31. Peralatan medis yang canggih 32. Biaya diangsur 33. Menerima Pasien BPJS 34. Mal Pratik 35. Obat Terjangkau 36. Sesuai buku tariff	Skala Ordinal
Kepuasan kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Menurut Tjiptono (2012)	1. Kesesuaian Harapan 2. Kemudahan dalam memperoleh 3. Kesediaan untuk merekomendasi	37. Keinginan 38. Tenaga Medis Profesional 39. Fasilitas sesuai harapan 40. Prosedur Administrasi 41. Informasi Diagnosa 42. Menyarankan orang lain 43. Melalui Medsos	Skala Ordinal
Loyalitas kesedian pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikan kepada pihak lain Lovelock (2011:338),	1. Transaksi Ulang 2. Membeli antar lini produk atau jasa 3. Merefereksi kepada orang Lain 4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing	44. Kebiasaan 45. Suka 46. Perawatan Kesehatan 47. Konsistensi 48. Pelayanan yang berkualitas 49. Memberi tanggapan positif 50. Komitmeni 51. Tidak terpengaruh terhadap Alternatif	Skala Ordinal

Sumber: Data diolah Peneliti (2017)

### 3.3. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul dari hasil penyebaran kuesioner dan pengumpulan data sekunder, selanjutnya dilakukan 4 (empat) langkah berikutnya yaitu: *coding*, *editing*, pemrosesan data dan selanjutnya menganalisis data. Data penelitian dari penyebaran kuesioner sebagai pengukur variabel-variabel penelitian, diperoleh skor jawaban yang memiliki tingkat pengukuran ordinal.

Selain dianalisis secara deskriptif dengan tujuan untuk melihat karakteristik populasi, maka data penelitian ini juga dianalisis dengan menggunakan alat uji model persamaan struktural, maka rancangan analisis verifikatif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang mengungkap hubungan dan pengaruh antar variabel yang diteliti. Hasil yang didapat dari analisis ini adalah model yang dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan (generalisasi). Adapun alat verifikatif yang digunakan adalah *Partial Least Square (PLS)* dengan menggunakan LISREL. Model struktural dalam penelitian ini adalah model kausalitas antara variabel laten sesuai dengan yang dihipotesiskan pada bab sebelumnya. Metode *PLS-Path Modeling* digunakan sebagai alternatif penyelesaian persamaan struktural dimana penyelesaian dengan LISREL relative kompleks, diantaranya ketidaknormalan data, ukuran sampel yang relatif kecil sehingga LISREL tidak memberikan solusi yang baik untuk penyelesaian model persamaan struktural.

#### 4. ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### 4.4 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit dan Kepercayaan Pasien terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Bakti Timah serta Dampaknya terhadap loyalitas pasien.

Berdasarkan statistic kecocokan model baik *absolute*, *relative*, *outer* dan *inner* model memberikan nilai yang mendekati satu dan nilai t hitung yang jauh lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel (1.656) sehingga dapat disimpulkan uji kecocokan model menyimpulkan model cocok dengan data. Selanjutnya di bawah ini disajikan hasil perhitungan koefisien pengaruh dari masing-masing variabel penelitian sesuai dengan rumusan permasalahan yang telah ditentukan sebelumnya.

**Tabel 4.32**  
**Analisis Kecocokan Model**

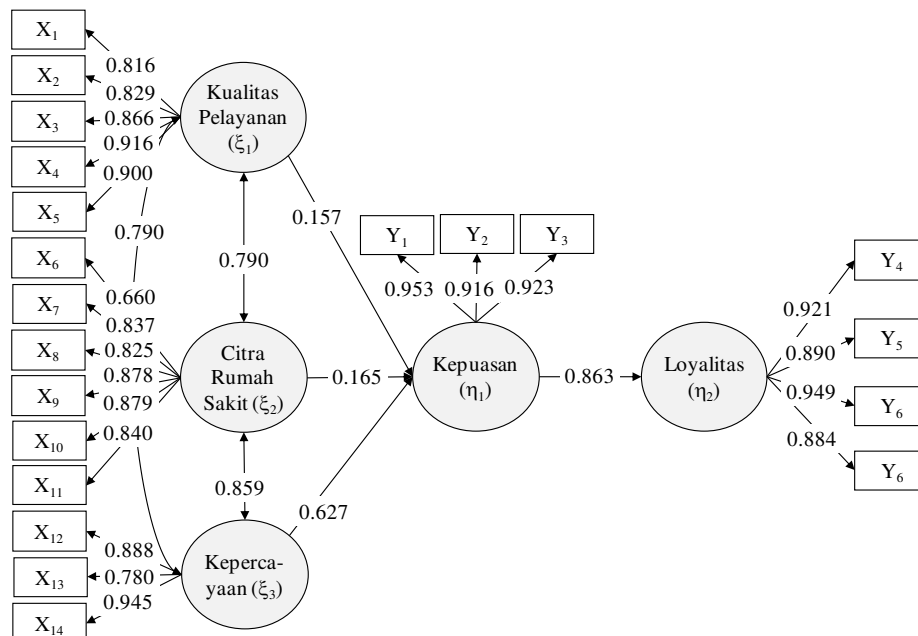
	GoF	GoF (Bootstrap)	Standard error	t-hitung
Absolute	0.730	0.731	0.037	19.919
Relative	0.875	0.873	0.034	25.551
Outer model	0.995	0.991	0.031	31.858
Inner model	0.880	0.880	0.010	86.890

Sumber: Hasil olah data peneliti (2017)

Hasil analisis model pengukuran dan model pengaruh tersajikan pada Gambar 4.1 di atas terlihat semua dimensi memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0.50 sehingga dinyatakan valid sedangkan untuk model pengaruh dapat disajikan dalam model statistik sebagai berikut:

Model 1: Kepuasan = 0.157 [Kualitas Pelayanan] + 0.165 [Citra Rumah Sakit] + 0.627 [Kepercayaan]

Model 2: Loyalitas = 0.863 [Kepuasan]



**Gambar 4. 1**

**Model Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit dan Kepercayaan Pasien terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Bakti Timah serta Dampaknya terhadap loyalitas pasien**

#### 4.4.1. Analisis Model Pengukuran

Analisis model pengukuran bertujuan untuk menjelaskan validitas dan reliabilitas dari dimensi dalam mengukur variabel penelitian selain itu juga untuk mengetahui dimensi mana yang memiliki peranan paling penting dalam membangun variabel penelitian.

##### 1. Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan diukur oleh lima dimensi yaitu Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan perhatian.

**Tabel 4.33**  
**Model Pengukuran Variabel Kualitas Pelayanan**

Dimensi	Loading Faktor	R <sup>2</sup>	Varians Error	t-hitung
Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	0.816	0.667	0.333	16.366
Keandalan ( <i>Reliabilty</i> )	0.829	0.687	0.313	17.157
Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	0.866	0.750	0.250	20.060
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	0.916	0.838	0.162	26.346
Perhatian ( <i>Empathy</i> )	0.900	0.809	0.191	23.851
Reliabilitas Komposit			0.947	
Average Variance Extracted			0.750	

Sumber: Hasil olah data peneliti (2017)

Hasil analisis model pengukuran untuk variabel kualitas pelayanan, terlihat bahwa semua dimensi memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0.500 dan nilai t hitung yang lebih besar dari 1.656. Hasil ini menunjukkan kelima dimensi valid dalam mengukur variabel kualitas pelayanan. Hasil analisis juga menunjukkan dimensi yang paling dominan dalam menjelaskan variabel kualitas pelayanan adalah dimensi jaminan memiliki nilai *loading factor* yang paling besar yaitu 0.916. Hasil ini menunjukkan bahwa masalah jaminan menjadi perhatian utama dari pasien dalam menilai kualitas pelayanan poliklinik gigi rumah sakit Bakti Timah Pangkalpinang.

Hasil analisis reliabilitas berdasarkan nilai *Composite Reliability (CR)* dan Average Variance Extracted (AVE) menunjukkan selain valid kelima dimensi juga reliable dalam mengukur kualitas pelayanan. Ini terlihat dari nilai CR yang lebih besar dari 0.70 dan nilai CR yang lebih besar dari 0.50. Nilai CR sebesar 0.947 menyatakan bahwa sebesar 94.7% variasi penilaian dari pasien atas kualitas pelayanan dijelaskan dengan baik oleh kelima dimensi dan nilai AVE sebesar 0.745 menyatakan bahwa sebesar 74.5% informasi dari kelima dimensi terwakili dengan baik oleh variabel kualitas pelayanan.

##### 2. Citra Rumah Sakit

Citra rumah sakit diukur menggunakan enam dimensi. Hasil model pengukuran dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.34**  
**Model Pengukuran Variabel Citra Rumah Sakit**

Dimensi	Loading Faktor	R <sup>2</sup>	Varians Error	t-hitung
<i>Personality</i>	0.660	0.435	0.565	10.157
<i>Reputasion</i>	0.837	0.701	0.299	17.716
<i>Trust</i>	0.825	0.681	0.319	16.912
<i>Customer Satisfaction</i>	0.878	0.772	0.228	21.281
<i>Service</i>	0.879	0.773	0.227	21.340
<i>Word of Mouth</i>	0.840	0.705	0.295	17.911

Reliabilitas Komposit	0.937
Average Variance Extracted	0.726

Sumber: Hasil olah data peneliti (2017)

Hasil analisis model pengukuran untuk variabel citra rumah sakit, terlihat bahwa semua dimensi memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0.500 dan nilai *t*-hitung yang lebih besar dari 1.656. Hasil ini menunjukkan keenam dimensi valid dalam mengukur variabel citra rumah sakit. Hasil analisis juga menunjukkan dimensi yang paling dominan dalam menjelaskan variabel citra rumah sakit adalah dimensi pelayanan memiliki nilai *loading factor* yang paling besar yaitu 0.879. Hasil ini menunjukkan bahwa masalah pelayanan menjadi perhatian utama dari pasien dalam menilai citra rumah sakit poliklinik gigi rumah sakit Bakti Timah Pangkalpinang. Pelayanan yang baik akan di citrakan positif. Hasil analisis reliabilitas berdasarkan nilai *Composite Reliability (CR)* dan *Average Variance Extracted (AVE)* menunjukkan selain valid keenam dimensi juga *reliable* dalam mengukur citra rumah sakit. Ini terlihat dari nilai CR yang lebih besar dari 0.70 dan nilai CR yang lebih besar dari 0.50. Nilai CR sebesar 0.937 menyatakan bahwa sebesar 93.7% variasi penilaian dari pasien atas citra rumah sakit dijelaskan dengan baik oleh keenam dimensi dan nilai AVE sebesar 0.726 menyatakan bahwa sebesar 72.6% informasi dari keenam dimensi terwakili dengan baik oleh variabel citra rumah sakit.

### 3. Kepercayaan

Variabel kepercayaan diukur menggunakan tiga dimensi yaitu kemampuan, kebaikan hati dan integritas.

**Tabel 4.35**  
**Model Pengukuran Variabel Kepercayaan**

Dimensi	Loading Faktor	R2	Varians Error	t-hitung
Kemampuan ( <i>Ability</i> )	0.888	0.789	0.211	22.373
Kebaikan Hati ( <i>Benevolence</i> )	0.780	0.609	0.391	14.441
Integritas ( <i>Integrity</i> )	0.945	0.893	0.107	33.515
Reliabilitas Komposit			0.919	
Average Variance Extracted			0.764	

Sumber: Hasil olah data peneliti (2017)

Hasil analisis model pengukuran untuk variabel kepercayaan, terlihat bahwa semua dimensi memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0.500 dan nilai *t*-hitung yang lebih besar dari 1.656. Hasil ini menunjukkan ketiga dimensi valid dalam mengukur variabel kepercayaan. Hasil analisis juga menunjukkan dimensi yang paling dominan dalam menjelaskan variabel kepercayaan adalah dimensi integritas memiliki nilai *loading factor* yang paling besar yaitu 0.945. Hasil ini menunjukkan bahwa masalah integritas menjadi perhatian utama dari pasien dalam menilai kepercayaan poliklinik gigi rumah sakit Bakti Timah Pangkalpinang. Hasil analisis reliabilitas berdasarkan nilai *Composite Reliability (CR)* dan *Average Variance Extracted (AVE)* menunjukkan selain valid ketiga dimensi juga *reliable* dalam mengukur kepercayaan. Ini terlihat dari nilai CR yang lebih besar dari 0.70 dan nilai CR yang lebih besar dari 0.50. Nilai CR sebesar 0.916 menyatakan bahwa sebesar 91.6% variasi penilaian dari pasien atas kepercayaan dijelaskan dengan baik oleh ketiga dimensi dan nilai AVE sebesar 0.764 menyatakan bahwa sebesar 76.4% informasi dari ketiga dimensi terwakili dengan baik oleh variabel kepercayaan.

## 5. Kepuasan

Kepuasan diukur oleh tiga dimensi kesesuaian harapan, kemudahan, dan kesediaan.

**Tabel 4.36**  
**Model Pengukuran Variabel Kepuasan**

Dimensi	Loading Faktor	R2	Varians Error	t-hitung
Kesesuaian Harapan	0.953	0.908	0.092	36.447
Kemudahan dalam memperoleh	0.916	0.839	0.161	26.403
Kesediaan untuk merekomendasi	0.923	0.851	0.149	27.673
Reliabilitas Komposit		0.969		
Average Variance Extracted		0.866		

Sumber: Hasil olah data peneliti (2017)

Hasil analisis model pengukuran untuk variabel kepuasan, terlihat bahwa semua dimensi memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0.500 dan nilai t hitung yang lebih besar dari 1.656. Hasil ini menunjukkan ketiga dimensi valid dalam mengukur variabel kepuasan. Hasil analisis juga menunjukkan dimensi yang paling dominan dalam menjelaskan variabel kepuasan adalah dimensi Kesesuaian Harapan memiliki nilai *loading factor* yang paling besar yaitu 0.953. Hasil ini menunjukkan bahwa masalah kesesuaian harapan menjadi perhatian utama dari pasien dalam menilai kepuasan poliklinik gigi rumah sakit Bakti Timah Pangkalpinang. Hasil analisis reliabilitas berdasarkan nilai *Composite Reliability (CR)* dan *Average Variance Extracted (AVE)* menunjukkan selain valid ketiga dimensi juga reliable dalam mengukur kepuasan. Ini terlihat dari nilai CR yang lebih besar dari 0.70 dan nilai CR yang lebih besar dari 0.50. Nilai CR sebesar 0.969 menyatakan bahwa sebesar 96.9% variasi penilaian dari pasien atas kepuasannya terjawab dengan baik oleh ketiga dimensi dan nilai AVE sebesar 0.866 menyatakan bahwa sebesar 86.6% informasi dari ketiga dimensi terwakili dengan baik oleh variabel kepuasan.

### 1. Loyalitas

Variabel loyalitas diukur menggunakan empat dimensi yaitu kebiasaan, membeli antar lini, mereferensikan, dan kekebalan terhadap produk pesaing.

**Tabel 4.37**  
**Model Pengukuran Variabel Loyalitas**

Dimensi	Loading Faktor	R2	Varians Error	t-hitung
Transaksi Ulang	0.921	0.847	0.153	27.287
Membeli antar lini produk atau jasa	0.890	0.792	0.208	22.573
Mereferensi kepada Orang Lain	0.949	0.901	0.099	34.874
Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing	0.884	0.782	0.218	21.933
Reliabilitas Komposit		0.960		
Average Variance Extracted		0.825		

Sumber: Hasil olah data peneliti (2017)

Hasil analisis model pengukuran untuk variabel loyalitas, terlihat bahwa semua dimensi memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0.500 dan nilai t-hitung yang lebih besar dari 1.656. Hasil ini menunjukkan keempat dimensi valid dalam mengukur variabel loyalitas. Hasil analisis juga menunjukkan dimensi yang paling dominan dalam menjelaskan variabel loyalitas adalah dimensi mereferensikan memiliki nilai *loading factor* yang paling besar yaitu 0.949. Hasil ini menunjukkan bahwa

masalah mereferensikan menjadi perhatian utama dari pasien dalam menilai loyalitas poliklinik gigi rumah sakit Bakti Timah Pangkalpinang.

Hasil analisis *reliabilitas* berdasarkan nilai *Composite Reliability (CR)* dan *Average Variance Extracted (AVE)* menunjukkan selain valid keempat dimensi juga *reliable* dalam mengukur loyalitas. Ini terlihat dari nilai CR yang lebih besar dari 0.70 dan nilai CR yang lebih besar dari 0.50. Nilai CR sebesar 0.960 menyatakan bahwa sebesar 96.0% variasi penilaian dari pasien atas loyalitasan terjelaskan dengan baik oleh keempat dimensi dan nilai AVE sebesar 0.825 menyatakan bahwa sebesar 82.5% informasi dari keempat dimensi terwakili dengan baik oleh variabel loyalitas.

#### 4.4.2. Perhitungan Besar Pengaruh

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai pengaruh simultan ( $R^2$ ) sebesar 0.820 yang artinya bahwa sebesar 82.0% perubahan pada kepuasan pasien dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit dan Kepercayaan Pasien. Sedangkan perhitungan besar pengaruh simultan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.38

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien		
Latent variable	Value	$f^2$
Kualitas Pelayanan	0.157	0.045
Citra RS	0.165	0.035
Kepercayaan	0.627	0.500

Sumber: Hasil olah data peneliti (2017)

Hasil perhitungan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien sebesar 0.157 standar deviasi, pengaruh citra rumah sakit sebesar 0.165 standar deviasi dan besar pengaruh dari variabel kepercayaan pasien terhadap kepuasan pasien poliklinik gigi sebesar 0.627 standar deviasi. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memberikan pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pasien. Untuk mengetahui tinggi rendahnya pengaruh kualitas pelayanan, citra dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien dapat dinilai dari nilai  $f^2$ . Nilai  $f^2$  yang lebih besar dari 0.360 dapat disimpulkan nilai pengaruhnya kuat. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa hanya variabel kepercayaan yang memiliki nilai pengaruh yang lebih besar dari 0.360 sehingga dapat disimpulkan variabel kepercayaan memiliki besar pengaruh dalam kategori kuat. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dan citra rumah sakit memiliki pengaruh yang rendah karena nilainya kurang dari 0.15. Kepuasan pasien poliklinik gigi berpengaruh pada loyalitas pasien. Hasil perhitungan disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.39

Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien		
Latent variable	Value	$f^2$
Kepuasan	0.863	2.908

Sumber: Hasil olah data peneliti (2017)

Variabel kepuasan memberikan pengaruh sangat besar terhadap loyalitas pasien dengan besar pengaruh mencapai 0.863.

#### 4.3.3. Pengujian Hipotesis Pengaruh

Hasil perhitungan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien sebesar 0.157 standar deviasi, selanjutnya hasil perhitungan citra Rumah Sakit terhadap kepuasan pasien sebesar 0.165 dan besar pengaruh langsung dari variabel kepercayaan terhadap kepuasan sebesar 0.627. Pengujian hipotesis menunjukkan semua nilai pengaruh ini memiliki nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel (1.978). Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bawa ketiga hipotesis nol ditolak. Ini artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan rumah sakit, citra rumah sakit dan kepercayaan pasien berpegaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Poliklinik Gigi pada rumah sakit Sakit Bakti Timah Pangkalpinang

**Tabel 4.40**  
**Hasil Pengujian Hipotesis Partial Kualitas Pelayanan, Citra, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien**

Latent variable	Value	Standard error	t	Pr >  t	f <sup>2</sup>
Kualitas Pelayanan	0.157	0.064	2.432	0.016	0.045
Citra RS	0.165	0.077	2.137	0.034	0.035
Kepercanaann	0.627	0.077	8.121	0.000	0.500

Sumber: Hasil olah data peneliti (2017)

2. Kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Poliklinik Gigi Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang

Hasil perhitungan memberikan nilai t-hitung sebesar 19.741 dan nilai t tabel sebesar 1.978. Nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel meyimpulkan bahwa hipotesis nol ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa Kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Poliklinik Gigi Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang dengan besar pengaruh sangat besar mecapai 0.863 standar deviasi.

**Tabel 4.41**  
**Hasil Pengujian Hipotesis Partial Kualitas Pelayanan, Citra, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien**

Latent variable	Value	Standard error	t	Pr >  t	f <sup>2</sup>
Kepuasan	0.863	0.044	19.741	0.000	2.908

Sumber: Hasil olah data peneliti (2017)

## 5. SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Kualitas pelayanan Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang sudah sangat tinggi dengan nilai 3,93, citra rumah sakit (*hospital brand image*) masuk dalam kategori tinggi dengan nilai 3,90 dan kepercayaan (*trust*) Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang sudah pada posisi tinggi adapun kepuasaan pasien Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang di Polikilininik Gigi sudah berada pada posisi tinggi dengan nilai 3,93 dan 3,82. Ini menunjukkan bahwa Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang sudah memilki persepsi yang baik dimata pasiennya.

Variabel kualitas pelayanan, citra rumah sakit (*hospital rumah sakit*), kepercayaan (*trust*) memberikan pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Poliklinik Gigi Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang dengan besar pengaruh



mencapai 82% dengan nilai  $f^2$  yang lebih besar dari 0.360 dapat disimpulkan nilai pengaruhnya kuat. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan yang berarti dalam satuan standar deviasi sebesar satu unit maka akan mampu meningkatkan kepuasan pasien sebesar 0.157 standar deviasi.

Variabel citra rumah sakit (*hospital brand image*) memberikan pengaruh sebesar 0.627 standar deviasi terhadap kepuasan. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang dapat dimaknai bahwa jika terjadi perubahan dari citra rumah sakit (*hospital brand image*) dalam satuan standar deviasi sebesar satu unit maka akan mampu meningkatkan kinerja sebesar 0.287 standar deviasi. Variabel kepercayaan memberikan pengaruh 0.627 standar deviasi terhadap kepuasan. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang dapat dimaknai bahwa jika terjadi perubahan dari kepercayaan dalam standar deviasi sebesar satu unit maka akan mampu meningkatkan kinerja sebesar 0.627 standar deviasi. Variabel kepercayaan adalah variabel yang paling memberikan kontribusi besar terhadap kinerja dibandingkan variabel kualitas pelayanan dan citra rumah sakit (*hospital brand image*).

Variabel Kepuasan memberikan pengaruh sebesar 0.863 standar deviasi terhadap loyalitas. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien poliklinik gigi Bakti Timah Pangkalpinang. Kepuasan yang semakin tinggi terbukti meningkatkan loyalitas pasien.

### **Saran Penelitian**

Karena hasil analisis menunjukkan variabel kepercayaan adalah variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan dan juga memiliki pengaruh yang paling besar dibandingkan kualitas pelayanan dan citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien. Ini artinya bahwa fokus utama dari peningkatan kepuasan dan loyalitas pasien harus ditekankan pada upaya peningkatan kepercayaan pasien.

Diharapkan menambah variabel-variabel di luar kualitas pelayanan, citra rumah sakit dan kepercayaan organisasi. Perlunya memperluas cakupan penelitian sehingga akan terlihat potret utuh dari persepsi pasien di Rumah sakit Bakti Timah Pangkalpinang, secara keseluruhan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Volume 17, Nomor 2 hlm. 114-126.
- Arzena, Meigy. (2013) Pengaruh Kepuasan atas Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Cabang muaro Padang. *Jurnal Manajemen Vol 2, No 02*.
- Deli Darlina, (2015). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Perhotelan. Universitas Riau: Tesis
- Gani, A dan Suhardi. (2015). Analisis Perbandingan Risiko dan Tingkat Pengembalian Reksadana Syariah dan Reksadana Konvensional. *Journal of Accountancy FE UBB, 1(1)*.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2009. Metodologi Penelitian Bisnis: untuk Akuntansi dan Manajemen. Cetakan Ketiga. Yogyakarta: BPF Universitas Gajah Mada.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary 2008 *Prinseples Of Marketing*. Edisi ke Dua Belas,

- Pearson Education, Inc Alih Basa oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, A. Hamdani 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Keempat. Jakarta: Salemba Empat
- Lovelock, Crithoper H, dan Wright, Lauren K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*". Alih bahasa Agus Widyantoro, Cetakan Kedua, PT Indeks, Jakarta.
- Mula Joseph, Ainur Rofiq. 2010. "The Effect of Customers' Trust on Commerce: A Survey of Indonesian Customer B to C Transactions"
- Munusamy Jayaraman, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun. 2010. "Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia". *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 1, No. 4, October 2010.
- Nalau, Antonio, Brand Image. 2012. *Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan J.Co Donuts & Coffee Di Plaza Mulia Samarinda*", *Jurnal Ekonomi Volume II*, No.4, Juni 2012, hlam 57-68.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Edisi Pertama. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, Suhardi. (2015). *Persepsi Pemakai Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Terhadap Independensi Auditor Badan Pemeriksa Keuangan*. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 10 (2), 1-29. doi:10.19184/jauj.v10i2.1249.
- Tjiptono, Fandy, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*", Edisi Pertama, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta. 2008
- Wijayanti Ari, 2008. *Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Produk Kartu Selular PraBayar Mentari –Indosat Wilayah Semarang)*. *Jurnal. Manajemen Universitas Dipanegoro*.
- Yukl, Gary. 2010. *Leadership in Organization*. Fifth Edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc. Alih Bahasa oleh Budi Supriyanto, 2010, PT. Indeks, Jakarta.
- Yunus Nek Kamal Yeop, Azman Ismail, Zubrina Raneer dan Salomawati Ishak. 2009. "Service Quality Dimensions, Perceive Value and Customer Satisfaction: ABC Relationship Model Testing". *IBej Vol.2 Issue No.1 (2009) 01-18*
- Wu, C (2011). "The Impact of Hospital Brand Image on servive Quality, Patient Satisfaction and Loyalty" *Journal of Business Managemen Vol.5(12)*,pp 4873-4882.