

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PELAYANAN PADA LOYALITAS PASIEN DENGAN KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

Sherly Natalia Dewi¹, Suke²*

^{1,2}Universitas Dr. Soetomo Surabaya

Jl. Semolowaru No. 84, Menur Pumpungan, Surabaya 60118

Penulis Korespondensi; Email: shrlndw@gmail.com¹, sukesi@unitomo.ac.id²

Abstrak

Tujuan penelitian untuk menguji pengaruh *brand image* dan kualitas pelayanan rumah sakit pada loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variabel *intervening* di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya. Jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif dan asosiatif. Dengan jumlah sampel 120 Responden. Sumber data menggunakan data primer dengan teknik analisis yang digunakan ialah analisis SEM. Hasil penelitian menjelaskan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pasien, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pasien. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pasien. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pasien. Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pasien. *Brand image* berpengaruh secara tidak langsung melalui kepuasan pasien dan lebih besar bila dibandingkan secara langsung. Kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung melalui kepuasan pasien dan lebih besar bila dibandingkan secara langsung. Lebih dari itu hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pasien. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: *Brand image*, kualitas pelayanan, kepuasan pasien, loyalitas pasien.

Abstract

The purpose of the study was to examine the effect of brand image and hospital service quality on patient loyalty with patient satisfaction as an intervening variable at Bhakti Dharma Husada Hospital Surabaya. It is quantitative research with descriptive and associative methods. The sample are 120 respondents. The data source uses primary data with the analytical technique used is SEM analysis. The results of the study explain that brand image has a positive and significant effect on patient loyalty, service quality has a positive and significant effect on patient loyalty. Brand image has a positive and significant effect on patient satisfaction. Service quality has a positive and significant effect on patient satisfaction. Patient satisfaction has a positive and significant effect on patient loyalty. Brand image has an indirect effect through patient satisfaction and is greater than directly. Service quality has an indirect effect through patient satisfaction and is greater than directly. Moreover, the results showed that all variables had a positive and significant effect on patient loyalty. This research is expected to be used as a reference for further research.

Keywords: Brand image, service quality, patient satisfaction, patient loyalty.

Pendahuluan

Berkembangnya teknologi dan informasi menyebabkan pengetahuan masyarakat meningkat baik ditingkat lokal maupun global, sehingga masyarakat lebih selektif dalam memilih fasilitas layanan yang digunakan. Pemilihan fasilitas layanan tersebut biasanya ditempuh masyarakat dengan cara memanfaatkan bantuan dari berbagai macam media yang kemudian dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan layanan yang akan digunakan. Salah satu layanan yang penting untuk masyarakat adalah layanan kesehatan. Pada dasarnya setiap orang membutuhkan tubuh yang sehat dalam

menjalankan setiap aktivitasnya, sehingga pasien dapat melakukan kegiatannya dengan baik. Oleh karena itu dibutuhkan layanan kesehatan yang optimal. Kebutuhan dan keinginan konsumen untuk hidup sehat merupakan dasar bagi dunia kesehatan dalam mencapai keberhasilan pemasaran produk/jasa pasien, dengan tujuan untuk tercapainya kepuasan pasien yang secara tidak langsung bisa menguatkan loyalitas pasien (Husaini, Panghiyangani, & Lenie, 2016).

Pelayanan yang berorientasi pada pasien merupakan pola pikir rumah sakit saat ini akibat dari pengaruh lingkungan di era yang penuh persaingan seperti sekarang ini. Seperti yang dikatakan oleh Supriyanto and Ernawaty (2010), pasien merupakan individu yang paling penting. Individu yang tidak bergantung pada rumah sakit. Namun sebaliknya, individu yang membawa rumah sakit pada keinginannya dan harus memenuhi kebutuhan maupun harapannya. Individu yang menentukan pelayanan yang harus disediakan oleh rumah sakit serta merupakan titik tumpu kehidupan rumah sakit. Untuk itu rumah sakit terus dituntut untuk dapat memberikan pelayanan kesehatan yang optimal agar tidak ditinggalkan oleh pasiennya sebagai konsumen, yang secara tidak langsung pula akan memengaruhi pendapatannya.

Brand image atau citra merek merupakan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang berharga dari perusahaan, dalam hal ini rumah sakit. Sebuah citra yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, loyalitas, dan niat pembelian kembali (Paradilla, 2021). Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu perusahaan dan sebaliknya citra yang buruk akan memperburuk kestabilan suatu perusahaan. Citra rumah sakit berdampak pada sikap dan perilaku pasien pada rumah sakit. Dengan demikian, pemahaman hubungan antara citra rumah sakit dan pengaruhnya pada intensi pasien sangat diperlukan.

Faktor lain yang memengaruhi loyalitas pasien adalah pelayanan pelanggan atau pasien (*customer services*) yang baik. Pelayanan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting untuk menumbuhkan kepuasan pasien yang mana pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pada pasien. Kualitas pelayanan merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada pelanggan, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai (Paradilla, 2021). Tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan nyata yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang pasien harapkan. Dengan kata lain kualitas pelayanan merupakan selisih antara pengharapan pelanggan atau keinginan pasien dengan persepsi pasien. Kualitas pelayanan yang baik juga harus dilaksanakan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan, baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki citra rumah sakit di mata konsumen dalam hal ini pasien dan masyarakat yang menggunakan fasilitas kesehatan di rumah sakit (Husaini *et al.*, 2016).

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Bhakti Dharma Husada adalah rumah sakit yang didirikan untuk memenuhi sarana prasarana kesehatan di wilayah Surabaya Barat tepatnya di Jalan Raya Kandung No. 115–117 Kelurahan Sememi, Kecamatan Benowo. RSUD Bhakti Husada hadir sebagai upaya pemerintah kota Surabaya untuk meratakan sarana prasarana kesehatan yang memadai dan sesuai dengan standar pelayanan minimal (SPM) dalam bidang kesehatan. Rumah sakit ini bertujuan untuk meningkatkan akses dan mutu pelayanan kesehatan bagi masyarakat dan sebagai upaya untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. RSUD Bhakti Dharma Husada dibangun di atas tanah milik pemerintah kota Surabaya dengan luas tanah 25.690,30 meter persegi dan luas bangunan 15.733,53 meter persegi. Rumah sakit ini mulai beroperasi pada Agustus 2010 dan saat ini sebagai rumah sakit rujukan tipe B.

Rumah Sakit merupakan fasilitas pelayanan publik yang diperlukan sebagai fasilitas pendukung di bidang kesehatan dalam pembangunan derajat kesehatan dan ujung tombak pelayanan kesehatan. Namun tidak semua rumah sakit memiliki kualitas pelayanan yang sama, begitu pula dengan penilaian masyarakat akan pelayanan suatu rumah sakit akan berbeda antara satu dengan yang lainnya. Dewasa ini rumah sakit yang ada di Surabaya semakin banyak, bahkan tak sedikit masyarakat menengah ke atas memilih memanfaatkan pelayanan rumah sakit luar negeri untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang lengkap.

Hai ini menunjukkan bahwa kesempatan masyarakat untuk memilih pelayanan kesehatan sesuai dengan yang pasien inginkan akan semakin terbuka lebar, dengan begitu bagi sebuah rumah sakit jika tetap ingin mempertahankan eksistensinya pasien harus memperhatikan mutu pelayanan yang diberikan kepada pasien. Bila pelayanan tidak menjadi prioritas utama, maka akan mengakibatkan gagalnya penjualan produk atau jasa, sehingga menurunkan profitabilitas (Rahmayanty, 2010).

Beberapa faktor yang memengaruhi pasien atau keluarga pasien yaitu loyalitas, *brand image*, kepuasan, *brand equity*, *service quality*, *patient experience*, dan sistem rujukan. Terjadinya penurunan jumlah kunjungan pasien lama dan baru menunjukkan bahwa minat kunjungan pasien untuk melakukan kembali pelayanan di rumah sakit juga akan semakin menurun. Hal ini menggambarkan bahwa kepuasan pasien untuk pemanfaatan rawat jalan di RSUD BDH Surabaya masih rendah. Pemanfaatan rawat jalan yang belum optimal oleh masyarakat mengakibatkan utilisasi di rawat jalan belum sesuai dengan harapan manajemen yang berdampak loyalitas pasien untuk berkunjung kembali ke rumah sakit untuk berobat jika dirinya atau keluarganya sakit.

Berdasarkan survei angkat indeks kepuasan di RSUD BDH merupakan rumah sakit yang dinilai masyarakat memiliki kategori mutu pelayanan yang baik, dengan angka indeks kepuasan masyarakat lebih dari 78% baik pada 2016 maupun 2017, walaupun pada tahun 2017 Angka indeks kepuasan sedikit menurun dibandingkan tahun sebelumnya. Angka indeks kepuasan, indeks harapan masyarakat pada pelayanan di RSUD BDH pada aspek prosedur, biaya/tarif, kompetensi pelaksana, maklumat, perilaku pelaksana, persyaratan, produk/hasil, waktu, dan pengaduan/keluhan relatif baik yaitu dengan skor di atas 78, meskipun angka-angka indeks kepuasan itu masih di bawah nilai yang diharapkan oleh masyarakat kota Surabaya yang menggunakan rumah sakit tersebut.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah apakah *brand image* berpengaruh pada loyalitas pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya? Apakah kualitas pelayanan rumah sakit berpengaruh pada loyalitas pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya? Apakah *brand image* berpengaruh pada kepuasan pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya? Apakah kualitas pelayanan rumah sakit berpengaruh pada kepuasan pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya? Apakah *brand image* berpengaruh pada loyalitas pasien melalui kepuasan pasien sebagai variabel *intervening* di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya? Apakah *brand image* berpengaruh pada loyalitas pasien melalui kepuasan pasien sebagai variabel *intervening* di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya? Apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas pasien melalui kepuasan pasien sebagai variabel *intervening* di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya?

Kajian Teoritis dan Hipotesis

Brand Image

Menurut Kotler dan Keller (2013), *brand image* adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. *Brand image* yang kuat dapat memberikan keunggulan utama bagi bank salah satunya dapat menciptakan keunggulan bersaing. *Brand image* merupakan persepsi konsumen pada merek suatu produk yang dibentuk dari informasi yang didapatkan konsumen melalui pengalaman menggunakan produk tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut menunjukkan bahwa suatu merek akan kuat apabila didasarkan pada pengalaman dan mendapat informasi yang banyak.

Brand image adalah persepsi konsumen pada merek suatu produk yang dibentuk dari informasi yang didapatkan konsumen melalui pengalaman menggunakan produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2018), *brand image* adalah tanggapan konsumen akan suatu merek yang didasarkan atas baik dan buruknya merek yang diingat konsumen. *Brand image* merupakan keyakinan yang terbentuk dalam benak konsumen tentang objek produk yang telah dirasakannya.

Kualitas Pelayanan

Lubis dan Andayani (2017) menyatakan kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Definisi pelayanan menurut Gronroos adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh

perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Mulyawan, 2016).

Loyalitas Pasien

Menurut Griffin (2016), pasien yang loyal adalah pasien yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapa pun yang pasien kenal. Dapat dikatakan bahwa loyalitas pasien adalah suatu sikap setia yang dimiliki oleh pasien setelah merasakan atas suatu pelayanan yang diimplementasikan dalam suatu sikap atau tingkah laku yang mana selalu menggunakan jasa pelayanan tersebut dan mencerminkan adanya ikatan jangka panjang antara rumah sakit dan pasien.

Loyalitas pasien adalah keputusan atau komitmen pasien untuk melakukan pemanfaatan ulang di masa yang akan datang pasca penggunaan sebuah pelayanan kesehatan dan pasien tersebut mau untuk mereferensikan atau merekomendasikan pelayanan yang telah dirasakannya kepada orang lain. Faktor-faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan antara lain nilai yang meliputi harga dan kualitas, citra, kenyamanan dan kemudahan, kepuasan pelanggan, pelayanan, dan jaminan atau garansi (Vigretha & Handayani, 2018).

Kepuasan Pasien

Menurut Druker (dalam Supranto, 2011) tugas dalam konsep pemasaran modern yang jadi titik tolak sentral dari kegiatan pemasaran adalah kepuasan konsumen, tugas utama bank adalah memenuhi kebutuhan konsumen sesuai harapannya. Keinginan dan kebutuhan konsumen satu berkembang dan beraneka ragam yang harus diikuti pihak bank dalam memperoleh kepuasan konsumen, sehingga konsumen harus pandai dalam memilih produk dan jasa yang memberikan penawaran nilai tertinggi, tetapi dibatasi oleh biaya pencarian, pengetahuan yang terbatas, mobilitas dan pendapatan pasien dalam mendapatkan produk atau jasa tertentu, konsumen akan membentuk suatu harapan nilai dan bertindak atas dasar harapan nilai tersebut dan selanjutnya konsumen akan tahu apakah tawaran yang diberikan tersebut benar-benar memenuhi harapan. Berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen di antaranya adalah kualitas produk, pelayanan *salesman*, dan ketepatan penyampaian produk.

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara pada rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan kerangka pemikiran, maka hipotesis yang digunakan, sebagai berikut:

- H_1 : *Brand image* berpengaruh positif pada loyalitas pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya.
- H_2 : Kualitas pelayanan rumah sakit berpengaruh positif pada loyalitas pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya.
- H_3 : *Brand image* berpengaruh positif pada kepuasan pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya.
- H_4 : Kualitas pelayanan rumah sakit berpengaruh positif pada kepuasan pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya.
- H_5 : Kepuasan pasien berpengaruh positif pada loyalitas pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya.
- H_6 : *Brand image* berpengaruh positif pada loyalitas pasien melalui kepuasan pasien sebagai variabel *intervening* di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya.
- H_7 : Kualitas pelayanan rumah sakit berpengaruh positif pada loyalitas pasien melalui kepuasan pasien sebagai variabel *intervening* di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. populasi dalam penelitian ini adalah pasien di Instansi Rawat Jalan (IRD) yang ke Rumah Sakit (RS) lebih dari sekali baik dari pihak keluarga maupun dari pihak pasien sendiri pada

bulan Nopember 2021–Januari 2022 sebanyak 172 pasien. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, maka jumlah seluruh sampel dijadikan sampel sebanyak 120 responden. Sumber data ialah responden yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Dalam hal ini sumber data tersebut dapat diperoleh dari pasien dan keluarga pasien. Dokumentasi adalah barang-barang tertulis. Dalam hal ini berupa lembar kuesioner. Model penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah model struktur berjenjang dan untuk menguji hipotesis yang diajukan digunakan teknik analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) yang dioperasikan melalui program AMOS.

Analisis Data dan Pembahasan

Agar data yang diperoleh mempunyai arti dan dapat diinterpretasikan, maka perlu dilakukan analisis pada data tersebut. Dalam analisis data ini dilakukan pengujian hipotesis atas semua variabel yang diteliti. Hal ini dimaksudkan untuk membuktikan pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat secara keseluruhan sebagaimana dinyatakan dalam hipotesis yang dikemukakan.

Reliabilitas adalah ukuran konsistensi dari indikator-indikator sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai. Masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah variabel bentukan umum. Terdapat dua cara yang dapat digunakan, yaitu *composite reliability* dan *variance extracted*. Adapun hasil pengolahan data dengan SEM dilihat pada Tabel 1.

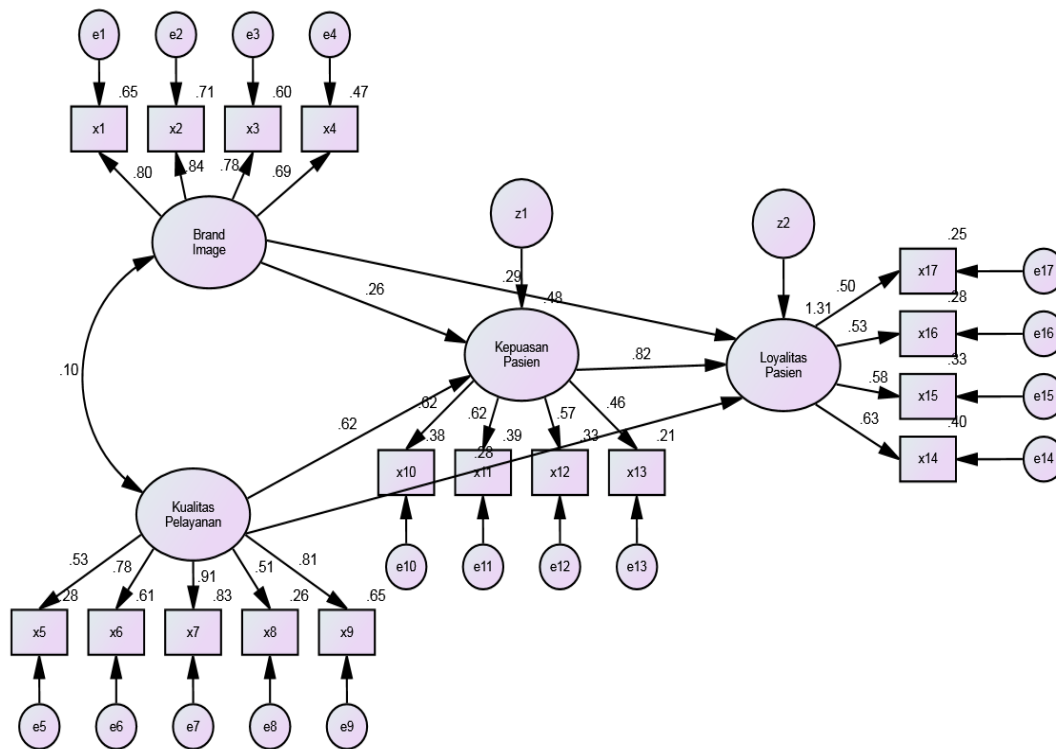
Tabel 1
Composite Reliability dan Variance Extracted

Variabel	<i>item</i>	<i>Std. Loading</i>	<i>Std. Loading Kuadrat</i>	<i>Variance Extracted</i>	Reliabilitas CR	Keterangan
<i>Brand Image</i>	BI1	0,804	0,646	<i>Valid</i>	0,861	Reliabel
	BI2	0,843	0,710	<i>Valid</i>		
	BI3	0,777	0,603	<i>Valid</i>		
	BI4	0,687	0,471	<i>Valid</i>		
Kualitas Pelayanan	KP1	0,533	0,284	<i>Valid</i>	0,842	Reliabel
	KP2	0,782	0,611	<i>Valid</i>		
	KP3	0,912	0,831	<i>Valid</i>		
	KP4	0,511	0,261	<i>Valid</i>		
	KP5	0,807	0,651	<i>Valid</i>		
Kepuasan Pasien	KPS1	0,620	0,384	<i>Valid</i>	0,883	Reliabel
	KPS2	0,625	0,390	<i>Valid</i>		
	KPS3	0,573	0,328	<i>Valid</i>		
Loyalitas Pasien	KPS4	0,455	0,207	<i>Valid</i>	0,645	Reliabel
	LY1	0,629	0,395	<i>Valid</i>		
	LY2	0,575	0,330	<i>Valid</i>		
	LY3	0,527	0,277	<i>Valid</i>		
	LY4	0,501	0,251	<i>Valid</i>		

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh dimensi dan indikator dari konstruksi penelitian memiliki nilai faktor muatan standar *loading* > 0,3, sehingga seluruhnya memiliki validitas yang baik. Adapun *construct reliability (CR)* variabel *brand image* didapatkan nilai CR 0,751, variabel kualitas pelayanan didapatkan nilai CR 0,842 variabel kepuasan pasien didapatkan nilai CR 0,772 dan loyalitas pasien nilai CR 0,645. Dari keempat variabel *brand image*, kualitas pelayanan, kepuasan pasien, dan loyalitas pasien dapat dilakukan penelitian lebih lanjut.

Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Tahapan model struktural berfungsi untuk memastikan model telah sesuai dengan data dan memastikan ada tidaknya pengaruh antara variabel yang diteliti. Pada tahapan ini pertama kali yang dilakukan adalah memastikan bahwa model telah sesuai dengan data atau model telah *fit*. Kemudian apabila model telah *fit*, maka pengujian hipotesis dapat dilakukan. Hasil analisis estimasi model struktural disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Structural equation modeling

Minimum was achieved
 Chi-square = 309,587
 Degrees of freedom = 113
 Probability level = 0,000

Observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim secara *univariate* atau *multivariate* yang muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimilikinya disebut *outlier*. *Outlier* digunakan untuk mengetahui apakah terdapat nilai yang ekstrim dari penelitian, jika terdapat nilai ekstrim, maka perlu dilakukan transformasi data atau mengeluarkan data tersebut dari penelitian agar tidak menyebabkan terjadinya bias pada hasil penelitian. Evaluasi *outlier* dapat dilihat dari jarak Mahalanobis pada hasil *output* program AMOS, apabila nilai Mahalanobis *d-Squared* ada yang lebih besar dari nilai *Chi-square* dengan *degree of freedom (df)* sebesar jumlah variabel pada tingkat signifikansi 0,05, maka data tersebut menunjukkan adanya *outlier*. Besarnya *chi-square* dengan *df* 113 = 309,587 nilai pada Mahalanobis *d-Squared*.

Berdasarkan Gambar 1 dilihat dari *modeling factor* bahwa variabel *brand image* dilihat dari indikator yang memengaruhi loyalitas pelanggan yaitu pada indikator yaitu “Saya percaya bahwa RSUD BDH memberikan pelayanan yang terbaik.” Nilai *modeling factor* sebesar 0,84 dan variabel loyalitas pasien pada *modeling factor* 0,63 yaitu pada indikator “Di kemudian hari memerlukan kembali layanan kesehatan, bersediakah untuk kembali ke RSUD BDH.” Ini mengindikasikan bahwa responden percaya dengan *brand image* RSUD BDH memberikan pelayanan terbaik, sehingga pengaruh pada loyalitas pasien yang akan datang lagi berobat di kemudian hari.

Modeling factor variabel *brand image* dilihat dari indikator yang memengaruhi kepuasan yaitu pada indikator yaitu “Saya percaya bahwa RSUD BDH memberikan pelayanan yang terbaik.” Nilai *modeling factor* sebesar 0,84 dan *modeling factor* kepuasan pasien sebesar 0,62 pada indikator “Saya puas dengan pelayanan kesehatan yang diberikan RSUD BDH kepada saya.” Berdasar *modeling factor* dari *brand image* memengaruhi kepuasan pasien diindikasikan bahwa responden percaya dengan *brand image* RSUD BDH memberikan pelayanan terbaik, sehingga dapat pengaruh pada kepuasan pasien untuk berobat.

Modeling factor bahwa variabel kualitas pelayanan dilihat dari indikator yang memengaruhi loyalitas pelanggan yaitu pada indikator yaitu “Tenaga medis tanggap dan cepat dalam melayani keluhan pasien.” Nilai *modeling factor* sebesar 0,91 dan variabel loyalitas pasien didapatkan *modeling factor* 0,63 yaitu pada indikator “Di kemudian hari memerlukan kembali layanan kesehatan, bersedia untuk kembali ke RSUD BDH.” Ini mengindikasikan bahwa RSUD BDH memberikan pelayanan terbaik, sehingga pengaruh pada loyalitas pasien yang akan datang lagi berobat di kemudian hari.

Modeling factor bahwa variabel kualitas pelayanan dilihat pada indikator yaitu “Tenaga medis tanggap dan cepat dalam melayani keluhan pasien.” Nilai *modeling factor* sebesar 0,91 dan *modeling factor* kepuasan pasien sebesar 0,62 pada indikator “Saya puas dengan pelayanan kesehatan yang diberikan RSUD BDH kepada saya.” Berdasarkan *modeling factor* kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pasien diindikasikan bahwa responden percaya dengan pelayanan petugas kesehatan RSUD BDH cepat dan ramah dapat pengaruh pada kepuasan pasien untuk berobat.

Modeling factor kepuasan pasien sebesar 0,62 pada indikator “Saya puas dengan pelayanan kesehatan yang diberikan RSUD BDH kepada saya.” *Modeling factor* loyalitas pasien sebesar 0,63 pada indikator “Di kemudian hari memerlukan kembali layanan kesehatan, bersedia untuk kembali ke RSUD BDH.” Ini mengindikasikan bahwa kepuasan pasien dikarenakan pelayanan yang diberikan RSUD BDH berpengaruh pada loyalitas pasien dan pasien akan datang lain untuk berobat.

Uji Hipotesis / Kausalitas

Uji hipotesis bertujuan untuk menarik kesimpulan mengenai suatu populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel populasi tersebut. Uji hipotesis kausalitas berguna untuk mengetahui keakuratan variabel dan hubungan timbal balik antar variabel, dalam penelitian ini uji kausalitas diuji menggunakan AMOS. Setelah diketahui bahwa model telah sesuai, maka variabel dapat diinterpretasikan koefisien jalur untuk dapat menjabarkan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen yang saling berpengaruh. Koefisien-koefisien jalur tersebut merupakan hipotesis dalam penelitian ini. Hasil dari AMOS dapat dilihat pada Tabel 2 dan Gambar 2.

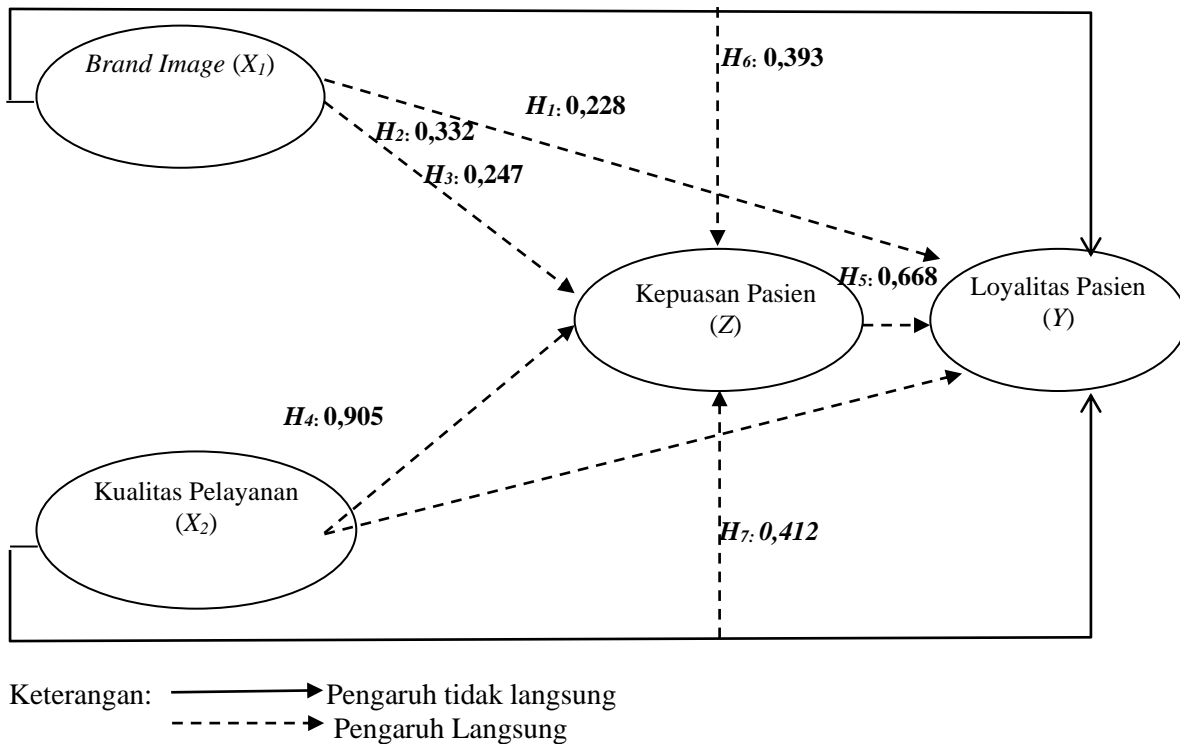
Tabel 2
Hasil Pengujian Koefisien Jalur

	Variabel		<i>Estimate</i>	<i>S.E.</i>	<i>CR</i>	<i>P</i>
Kepuasan_Pasien <---	Kualitas_Pelayanan		0,905	0,222	4,084	0,000
Kepuasan_Pasien <---	<i>Brand_Image</i>		0,247	0,103	2,388	0,017
Loyalitas_Pasien <---	<i>Brand_Image</i>		0,228	0,073	3,140	0,002
Loyalitas_Pasien <---	Kualitas_Pelayanan		0,332	0,164	2,027	0,043
Loyalitas_Pasien <---	Kepuasan_Pasien		0,668	0,164	4,074	0,000
Loyalitas_Pasien <---	Kepuasan_Pasien	<--- <i>Brand_Image</i>	0,393	0,015	5,027	0,015
Loyalitas_Pasien <---	Kepuasan_Pasien	<--- Kualitas_Pelayanan	0,412	0,031	3,009	0,003

Pembahasan

Brand Image Berpengaruh Positif pada Loyalitas Pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya

Hasil pengujian hipotesis variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pasien. Hal dapat dilihat dari nilai *CR* sebesar 3,140 lebih besar dari 1,96. Hasil penelitian sesuai Aminah, Cahyono, dan Herlambang (2017) citra rumah sakit berpengaruh signifikan pada loyalitas pasien di Instalasi Peristi RSD dr. Soebandi Jember.



Gambar 2. Diagram jalur

Citra (*image*) merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan pesan yang dimiliki seseorang pada suatu objek (Sutisna, 2001). Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai *public relations*. Citra rumah sakit memiliki fungsi strategis. Citra dipandang sebagai filter yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas keseluruhan (Hidajahningtyas, Sularso, & Suroso, 2013).

Berdasarkan hasil *modeling factor* bahwa variabel *brand image* dilihat empat indikator didapatkan *modeling factor* sebesar 0,84 yaitu pada pernyataan “Saya percaya bahwa RSUD BDH memberikan pelayanan yang terbaik.” Ini mengindikasikan bahwa responden percaya dengan *brand image* RSUD BDH memberikan pelayanan terbaik, sehingga pengaruh pada loyalitas pasien yang akan datang lagi berobat di kemudian hari. Berdasarkan penyebaran kuesioner didapatkan tanggapan sebagian besar responden perihal *brand image* memberikan penilaian “setuju” karena dari semua pernyataan memiliki nilai rata-rata 3,75. Nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,89 pada pernyataan “RSUD BDH memiliki tarif pelayanan yang terjangkau.” Tanggapan ini mengidentifikasi bahwa *brand image* saat ini diterima baik atau setuju oleh responden, sehingga perlu ditingkatkan citra rumah sakit dengan memberikan pelayanan dengan baik dan tarif terjangkau oleh semua kalangan seluruh masyarakat.

Brand image (citra merek) merupakan elemen pertama yang penting untuk membentuk loyalitas temuan penelitian menunjukkan bahwa citra tidak dapat secara langsung memengaruhi loyalitas, tetapi melalui tahapan-tahapan. Pertama citra secara langsung memengaruhi kepuasan pasien. Pasien RSUD BDH Surabaya secara emosional akan merasa lebih dihargai di mata sosial, sehingga secara psikologis kepuasannya akan meningkat. Pasien lebih bangga dan lebih berharga apabila dibandingkan dengan memperoleh layanan kesehatan di rumah sakit lainnya. Kebanggaan dan rasa apresiasi diri tersebut mengungkit perasaan kepuasan yang dirasakan

Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Berpengaruh Positif pada Loyalitas Pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya

Hasil pengujian hipotesis variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pasien. Hal ini dapat dilihat dari nilai *CR* sebesar 2,027 lebih besar dari 1,96. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Megawati dan Yuniati (2016) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan pada loyalitas Pasien.

Berdasarkan tanggapan responden perihal kualitas pelayanan menunjukkan bahwa perihal kualitas pelayanan rumah sakit memberikan penilaian “setuju” karena dari semua pernyataan memiliki nilai rata-rata 3,97. Nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,21 pada pernyataan “Tenaga pendukung medis lainnya (staf manajemen, kasir, informasi, *security*, dan *office boy/OB*) ramah dan sopan dalam menjelaskan dan membantu kebutuhan pasien.” Berdasarkan hasil pengujian *modeling factor* bahwa variabel kualitas pelayanan dilihat dari indikator yang memengaruhi loyalitas pelanggan yaitu pada indikator yaitu “Tenaga medis tanggap dan cepat dalam melayani keluhan pasien.” Nilai *modeling factor* sebesar 0,91. Ini mengindikasikan bahwa RSUD BDH memberikan pelayanan terbaik, sehingga pengaruh pada loyalitas pasien yang akan datang lagi berobat di kemudian hari.

Hal ini berdasarkan pernyataan yang diajukan kepada seluruh pengguna RSUD BDH Surabaya yang menjadi responden diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan terbukti secara signifikan memiliki pengaruh secara langsung kepada loyalitas. Adanya pengaruh kualitas layanan pada loyalitas pasien akan memberikan umpan balik kepada pasien RSUD BDH Surabaya, pasien akan merasa senang dan ketika memerlukan jasa Rumah Sakit, maka akan kembali lagi menggunakan jasa layanan kesehatan di RSUD BDH Surabaya. Ini mengidentifikasi bahwa pelayanan yang diberikan rumah sakit RSUD BDH sesuai dengan harapan dengan pasien, walaupun masih ada sebagian responden kurang setuju, perihal ruang tunggu dan kantin kurang memadai.

Brand Image Berpengaruh Positif pada Kepuasan Pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya

Hasil pengujian hipotesis variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pasien. Hal dapat dilihat dari nilai *CR* sebesar 2,388 lebih besar dari 1,96. Hasil penelitian sesuai dengan penelitian Aminah *et al.* (2017) citra rumah sakit berpengaruh signifikan pada kepuasan pasien di Instalasi Peristri RSD dr. Soebandi Jember.

Dari hasil analisis deskriptif tanggapan sebagian besar responden perihal *brand image* memberikan penilaian “setuju” karena dari semua pernyataan memiliki nilai rata-rata 3,75. Nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,89 pada pernyataan “RSUD BDH memiliki tarif pelayanan yang terjangkau.” Tanggapan ini mengidentifikasi bahwa *brand image* saat ini diterima baik atau setuju oleh responden, sehingga perlu ditingkatkan citra rumah sakit dengan memberikan pelayanan dengan baik dan tarif terjangkau oleh semua kalangan seluruh masyarakat. Aspek-aspek citra rumah sakit tersebut di antaranya adalah pelayanan yang disediakan, kebijakan perusahaan dan reputasi perusahaan. RSUD BDH Surabaya telah memiliki citra yang baik di mata masyarakat atas pelayanan yang optimal, memiliki fasilitas dan perlengkapan medis yang lengkap, memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, memiliki SDM yang kompeten dalam bidangnya masing-masing dan komunikasi yang baik antar pihak rumah sakit dengan pasien.

Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Berpengaruh Positif pada Kepuasan Pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya

Hasil pengujian hipotesis variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pasien. Hal dapat dilihat dari nilai *CR* sebesar 4,084 lebih besar dari 1,96. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Megawati dan Yuniati (2016) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan pada kepuasan pasien. Penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Wu (2011) menyatakan bahwa kualitas layanan yang tinggi berkorelasi dengan kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pasien berfungsi sebagai medium antara kualitas pelayanan dan niat perilaku.

Kualitas produk baik barang maupun jasa merupakan hal penting dan yang diharapkan oleh para konsumen. Syamsiah (2009) menyebutkan bahwa keterkaitan antara kualitas layanan dengan nilai yang dirasakan adalah bahwa pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan nilai bagi pelanggan, sehingga akan dapat menciptakan kepuasan yang akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan kesehatan tidak hanya berkaitan dengan bagaimana pelayanan dari tenaga medis memberikan pelayanan kepada pasien namun juga bagaimana pasien merasa nyaman dengan kondisi dan situasi yang rumah sakit ciptakan.

Hasil pengujian deskriptif didapatkan bahwa kualitas pelayanan persepsi responden memberikan penilaian “setuju” karena dari semua pernyataan memiliki nilai rata-rata 3,97. Nilai rata-rata tertinggi

sebesar 4,21 pada pernyataan “Tenaga pendukung medis lainnya (staf manajemen, kasir, informasi, *security*, dan OB) ramah dan sopan dalam menjelaskan dan membantu kebutuhan pasien.” Berdasarkan hasil pengujian *modeling factor* bahwa variabel kualitas pelayanan dilihat dari indikator yang memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu pada indikator yaitu “Tenaga medis tanggap dan cepat dalam melayani keluhan pasien.” Nilai *modeling factor* sebesar 0,91. Ini mengindikasikan bahwa RSUD BDH memberikan pelayanan terbaik, sehingga pengaruh pada loyalitas pasien yang akan datang lagi berobat di kemudian hari.

Hal tersebut menunjukkan bahwa atribut-atribut pelayanan di RSUD BDH Surabaya telah sesuai dengan harapan responden atau pasien dengan cara membandingkan persepsi para pasien atas pelayanan yang nyata-nyata pasien terima dengan terpenuhinya harapan pasien, maka akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pasien.

Kepuasan Pasien Berpengaruh Positif pada Loyalitas Pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya

Hasil pengujian hipotesis variabel kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pasien. Hal dapat dilihat dari nilai *CR* sebesar 4,074 lebih besar dari 1,96. Hal tersebut sesuai dengan pandangan Kotler dan Keller (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pasien akan memengaruhi perilaku pasien. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Tumbel (2016) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif pada loyalitas nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Arzena (2013) dengan hasil penelitian kepuasan berpengaruh positif pada loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil pengujian deskriptif didapatkan bahwa tanggapan sebagian besar responden perihal kepuasan pasien memberikan penilaian “setuju” karena dari semua pernyataan memiliki nilai rata-rata 3,84. Nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,90 pada pernyataan “Saya puas dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh RSUD BDH kepada saya.” Tanggapan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pasien di rumah sakit RSUD BDH sesuai dengan harapan pasien, perihal pelayanan *check-up* yang ada di rumah sakit bagi lansia.

Pengujian *modeling factor* kepuasan pasien sebesar 0,62 pada indikator “Saya puas dengan pelayanan kesehatan yang diberikan RSUD BDH kepada saya.” *Modeling factor* loyalitas pasien sebesar 0,63 pada indikator “Di kemudian hari memerlukan kembali layanan kesehatan, bersedia untuk kembali ke RSUD BDH.” Ini mengindikasikan bahwa kepuasan pasien dikarenakan pelayanan yang diberikan RSUD BDH akan berpengaruh pada loyalitas pasien dan pasien akan datang lain untuk berobat.

Berdasarkan hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh pada loyalitas pasien. Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan pasien, maka semakin tinggi loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa apabila harapan pasien telah sesuai dan terealisasi yang mengakibatkan pasien menjadi puas, sehingga akan menciptakan kesan yang menyenangkan dan akan melakukan kunjungan secara berulang.

Brand Image Berpengaruh Positif pada Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya

Berdasarkan pengujian jalur variabel *brand image* secara tidak langsung melalui kepuasan pasien yaitu 0,393 lebih besar bila dibandingkan secara langsung 0,228, maka terbukti ada pengaruh *brand image* pada loyalitas pasien melalui kepuasan pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya, sehingga terbukti kebenarannya. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Fadhila and Diansyah (2018) bahwa secara tidak langsung variabel *brand image* berpengaruh pada loyalitas pasien melalui kepuasan pasien.

Pengujian jalur *brand image* dan kepuasan merupakan variabel *intervening* yang memengaruhi terwujudnya loyalitas melalui proses dan mekanisme yang bertahap, terarah dan berkesinambungan. Dengan kata lain, citra (*brand image*) berdasarkan indikator dikenal masyarakat (populer), kredibilitas rumah sakit diakui/terpercaya, kompetitif dibandingkan rumah sakit lain dan harga/tarif terjangkau dan bersaing memengaruhi loyalitas pasien dengan mekanisme memengaruhi kualitas layanan dan kepuasan pasien lebih dahulu. Berdasarkan hasil pengujian, maka dapat dikembangkan model mekanisme pengaruh *brand image* pada loyalitas yakni melalui variabel kualitas layanan dan kepuasan. Loyalitas

pasien dapat dibentuk dari rasa percaya yang telah diciptakan sebelumnya yang berada dibenak pasien. Hal tersebut menunjukkan apabila pasien loyal, maka pasien tidak akan berpindah ke rumah sakit lain, sehingga dapat menguntungkan ke dua belah pihak.

Kualitas Pasien Pelayanan Rumah Sakit Berpengaruh Positif pada Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya

Hasil perhitungan analisis jalur variabel *kualitas pelayanan* secara tidak langsung melalui kepuasan pasien lebih besar yaitu 0,937 lebih besar bila dibandingkan secara langsung 0,332, maka terbukti ada pengaruh *kualitas pelayanan* pada loyalitas pasien melalui kepuasan pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya, sehingga terbukti kebenarannya.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2013) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan. Hal serupa juga terjadi pada penelitian Rakhman, Farida, dan Listyorini (2014) yang diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Selanjutnya, hasil penelitian yang dilakukan Akbar dan Parvez (2009) juga menunjukkan bahwa, pengaruh kualitas pelayanan, loyalitas, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan.

Adanya keterkaitan antara kualitas pelayanan pada kepuasan dan loyalitas pasien bahwa kepuasan dan loyalitas pasien tergantung kepada tingkat dari kualitas jasa yang diberikan kepada pasien dan pasien meyakini bahwa ada hubungan yang positif antara kualitas jasa pasien dengan loyalitas pasien.

Simpulan, Keterbatasan, dan Saran

Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian yang telah diuraikan simpulan dalam penelitian ini adalah (1) Hasil pengujian variabel *brand image* ada pengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pasien. (2) Hasil pengujian variabel kualitas pelayanan ada pengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pasien. (3) Hasil pengujian variabel *brand image* ada pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pasien. (4) Hasil pengujian variabel kualitas pelayanan ada pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pasien. (5) Hasil pengujian variabel kepuasan pasien ada pengaruh positif dan signifikan pada loyalitas pasien. (6) Pengujian jalur variabel *brand image* secara tidak langsung melalui kepuasan pasien lebih besar bila dibandingkan secara langsung, maka terbukti ada pengaruh *brand image* pada loyalitas pasien melalui kepuasan pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya; (7) Analisis jalur variabel kualitas pelayanan secara tidak langsung melalui kepuasan pasien lebih besar yaitu lebih besar bila dibandingkan secara langsung, maka terbukti ada pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas pasien melalui kepuasan pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang meliputi (1) Penelitian ini hanya mengambil sampel pasien di RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya karena adanya keterbatasan waktu; (2) Variabel yang diteliti *brand image*, kualitas pelayanan, loyalitas pasien, dan kepuasan pasien; (3) Penelitian ini menambahkan sedikit teknik wawancara, sehingga tidak bisa memperoleh informasi secara langsung dari responden. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu yang ada.

Saran

Berdasarkan kesimpulan ada pengaruh antara *brand image* dan kualitas pelayanan pada loyalitas pasien melalui kepuasan pasien pada RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa *brand image* dan kualitas pelayanan mempunyai peran penting pada kepuasan pasien, maka saran-saran yang dapat diberikan, sebagai berikut: (1) Untuk mencapai kepuasan pasien, maka RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya harus lebih meningkatkan citra perusahaan agar dapat mencapai kepuasan masyarakat perihal pelayanan yang ada; (2) RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien agar pasien merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan. Dari penelitian lima indikator *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan dan kepastian), *Empathy*, (perhatian), *Tangibles* (bukti fisik) didapatkan nilai rata-rata tertinggi pada pernyataan "Tenaga pendukung medis lainnya (staf ma-

najemen, kasir, informasi, *security*, dan *OB*) ramah dan sopan dalam menjelaskan dan membantu kebutuhan pasien.” Untuk itu pimpinan mempertahankan dengan tenaga selama ini menunjukkan keramahan dan kesopanan dalam melayani pasien; (3) RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk meningkatkan *brand image* rumah sakit dan kualitas pelayanan. Karena hasil penelitian ini menunjukkan nilai yang positif yang artinya jika *brand image* dan kualitas pelayanan meningkat, maka kepuasan pasien juga akan meningkat.

Referensi

- Akbar, M. M., & Parvez, N. (2009). Impact of service quality, trust, and customer satisfaction on customers loyalty. *ABAC Journal*, 29(1), 24–38.
- Aminah, S., Cahyono, D. C., & Herlambang, T. (2017). Pengaruh mutu pelayanan dan citra rumah sakit pada loyalitas pasien serta kepuasan pasien sebagai intervening di Instalasi Peristi RSD dr. Soebandi Jember. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 232–256.
- Arzena, D. M. (2013). *Pengaruh kepuasan atas kualitas pelayanan dan kepercayaan pada Loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Tbk. Cabang Muaro Padang*. Diakses dari <https://adoc.pub/pengaruh-kepuasan-atas-kualitas-pelayanan-dan-kepercayaan-te.html>
- Fadhila, N. A., & Diansyah. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pada loyalitas dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening di Klinik Syifa Medical Center. *Media Studi Ekonomi*, 21(1), 1–15.
- Griffin, E. M. (2016). *A first look at communication theory*. Fifth Edition. Boston: McGraw-Hill.
- Hidajahningtyas, N., Sularso, R. A., & Suroso, I. (2013). Pengaruh citra, kualitas layanan dan kepuasan pada loyalitas pasien di poliklinik eksekutif rumah sakit daerah Dr. Soebandi Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 12(1), 39–53.
- Husaini, Panghiyangan, R., & Lenie, M. (2016). *Pemasaran lembaga dan layanan kesehatan*. Banjarmasin: Universitas Lambung Mangkurat Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen pemasaran* (Edisi 2). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan (service quality) pada kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243.
- Megawati, E., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3), 1–19.
- Mulyawan, R. (2016). *Birokrasi dan pelayanan publik*. Bandung: Unpad Press.
- Paradilla, M. (2021). *Pengaruh brand image dan marketing mix pada loyalitas melalui kepuasan pasien umum sebagai variabel intervening di rumah sakit Stella Maris Makassar*. Tesis. Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Prasetyo, W. B. (2013). *Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pada loyalitas pelanggan (Studi pada swalayan Luwes Purwodadi)*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang
- Rahmayanty, N. (2010). *Manajemen pelayanan prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rakhman, A., Farida, N., & Listyorini, S. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pada loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening studi pada pelanggan CV. AHASS Brahma Motor. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 57–69.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan: Untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Supriyanto, S., & Ernawati. (2010). *Pemasaran industri jasa kesehatan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sutisna. (2001). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syamsiah, N. (2009). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi nilai yang dirasakan pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan di RSUP dokter Kariadi Semarang*. Tesis. Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Tumbel, A. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pada loyalitas nasabah pada PT Bank BTPN mitra usaha rakyat cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 3(1), 64–79.

- Vigaretha, G., & Handayani, O. W. K. (2018). Peran kepuasan pasien sebagai variabel mediasi pengaruh mutu pelayanan terhadap loyalitas pasien. *HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)*, 2(4), 543–552. <https://doi.org/10.15294/higeia.v2i4.23893>
- Wu, C.-C. (2011). The impact of hospital brand image on service quality, patient satisfaction and loyalty. *African Journal of Business Management*, 5(12), 4873–4882.