

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN PENGGUNA BPJS DENGAN KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

*Ritna Rahmawati Dewi*

Program MM Universitas Muhamamdiyah Surakarta.  
Jl. A. Yani pabelan kartasura 57102 Surakarta.

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh 1) kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, 2) kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, dan 3) kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 100 orang responden. Alat analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil pengujian instrumen menyimpulkan bahwa semua variabel valid dan *reliable* sebagai alat pengumpulan data. Hasil analisis data didapatkan bahwa: 1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, 2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, 3) kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

**Kata Kunci:** Kualitas pelayanan, kepuasan pasien, loyalitas pasien.

## Abstract

*This research aims to identify and analyze the effect of: 1) the quality service to satisfaction, 2) quality of service to patient loyalty, 3) patient satisfaction to patient loyalty. The data of this research is the premier data which was obtained from the answers of 100 respondents. Data analysis tools using path analysis. The test results concluded that all variables instrument valid and reliable as a data collection tool. In the data analysis shows that: 1) the service quality has significant and positive effect on patient satisfaction, 2) The service quality has significant and positive effect on patient loyalty, 3) patient satisfaction has positive and significant impact on patient loyalty.*

**Keywords:** Service quality, patient satisfaction, patient loyalty.

## Pendahuluan

Kesehatan merupakan kebutuhan yang penting bagi masyarakat. Meningkatnya status sosial masyarakat pada saat ini mempengaruhi tuntutan masyarakat akan kualitas pelayanan penyedia jasa kesehatan semakin meningkat pula. Hal ini menuntut para penyedia jasa pelayanan kesehatan selalu meningkatkan kualitas pelayanannya untuk lebih baik lagi.

Bagi penyedia jasa kesehatan bukanlah hal yang mudah untuk dapat memberikan

pelayanan serta kualitas pelayanan yang baik karena pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa kesehatan secara langsung dirasakan oleh pasien sehingga bila terdapat sedikit kelalaian dalam menangani pasiennya dapat berdampak buruk bagi pasien dan bagi penyedia jasa kesehatan itu sendiri. Oleh karena itu, tingkat kepuasan penerima layanan dapat diukur dari keberhasilan penyedia pelayanan kesehatan. Kepuasan penerima layanan dicapai apabila penerima

layanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan (Wigati, 2008).

Rawat inap (*opname*) adalah perawatan pasien karena penyakit tertentu yang ditangani oleh ahli tenaga medis yang berada pada penyedia layanan jasa kesehatan. Pasien tersebut diinapkan di ruangan yang berada di rumah sakit guna mendapat perawatan yang lebih baik. Ruang inap adalah sebuah tempat pasien dirawat dan mendapatkan perawatan dari tenaga medis. Menurut Snook dalam Trimumpuni (2009) rawat inap adalah salah satu pelayanan yang ada di suatu rumah sakit untuk merawat pasien. Suatu tempat dapat digunakan sebagai rawat inap diukur dengan jumlah tempat tidur, bila tempat itu dapat menyediakan tempat tidur di atas 6 *bed* digunakan untuk merawat pasien dengan lama perawatannya sampai 24 jam.

Berbagai karakteristik pasien yang akan menggunakan jasa layanan kesehatan, penyedia layanan kesehatan harus senantiasa siap dalam melayani dan merawat pasien serta dapat memberikan respons yang baik terhadap keinginan dan tuntutan para pasien. Menurut Waworuntu (1997) seseorang yang profesional dalam dunia administrasi negara menguasai kebutuhan masyarakat dan mengetahui cara memuaskan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Masyarakat perlu dipuaskan melalui pemenuhan kebutuhannya sehingga masyarakat merasa sebagai seorang raja maka harus dilayani dengan baik.

Setiap pasien menginginkan pelayanan kesehatan yang baik karena pelayanan kesehatan merupakan salah satu kebutuhan setiap orang. Semua orang menginginkan untuk dihargai, dilayani, dan ingin memperoleh kedudukan yang sama di masyarakat. Pada kenyataannya dalam memberikan pelayanan kesehatan di Indonesia sering terdapat perbedaan antara pasien satu dengan pasien yang lainnya. Banyak bukti yang menggambarkan penyedia layanan jasa kesehatan yang kurang baik. Banyak penyedia jasa yang membedakan pasien karena status sosialnya. Perawatan yang baik hanya

diperuntukkan bagi pasien yang mempunyai banyak uang, sedangkan pasien yang kurang mampu belum mendapatkan perawatan yang baik (Efyu, 2011).

Memberikan pelayanan yang terbaik untuk pasien merupakan tuntutan penyedia jasa pelayanan kesehatan. Bagi mereka yang membutuhkan pelayanan kesehatan pasti akan mencari penyedia layanan kesehatan yang baik dan dapat memberikan kepuasan bagi mereka (Assauri, 2003).

Saat ini banyak tempat-tempat yang mulai menyediakan layanan kesehatan. Semakin banyak penyedia layanan kesehatan berarti semakin banyak pula pesaing yang muncul. Menghadapi persaingan di bidang layanan kesehatan ini, penyedia jasa pelayanan kesehatan dituntut untuk selalu memberikan layanan yang baik untuk meningkatkan kualitas pelayanannya supaya kepercayaan pasien selalu diberikan kepada penyedia pelayanan kesehatan sehingga dapat berdampak pada kepuasan pasien dan loyalitas pasien. Pihak penyedia jasa pelayanan kesehatan harus bisa memberikan informasi dan kebutuhan pasien supaya keinginan pasien dapat terpenuhi dan meningkatkan kepuasan pasien tersebut (John H, 1992).

Setiap hari orang yang menggunakan layanan kesehatan semakin bertambah. Pasien yang menggunakan layanan rawat inap secara otomatis juga meningkat, dengan demikian pelayanan di rawat inap menjadi perhatian utama di pangsa pasar jasa yang melayani kesehatan. Pasien rawat inap dapat dikatakan sebagai sumber pendapatan yang besar diperkirakan akan mengalami peningkatan setiap harinya sehingga dapat meningkatkan finansial rumah sakit.

Jaminan sosial adalah hak asasi manusia yang dilindungi baik secara Internasional (*Universal Declaration of Human Rights*) maupun secara nasional. Undang-undang sistem jaminan sosial nasional menjelaskan bahwa dalam rangka pelaksanaan ketentuan hak atas jaminan sosial sebagai hak asasi manusia sebagaimana dimuat dalam pasal 28 H ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945:

setiap orang berhak atas jaminan sosial yang memungkinkan pengembangan dirinya secara utuh sebagai manusia yang bermartabat. Dengan demikian hak atas jaminan sosial merupakan hak konstitusional bagi seluruh rakyat Indonesia yang harus dipenuhi oleh negara.

Menurut Undang-Undang Nomor 40 tahun 2004 dan Undang-Undang Nomor 24 tahun 2011: Badan Penyelenggara Jaminan Sosial atau BPJS merupakan lembaga yang dibentuk untuk menyelenggarakan program jaminan sosial di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 tahun 2004 tentang sistem jaminan Nasional, BPJS merupakan badan hukum nirlaba (Depkes, 2013).

RSU Slamet Riyadi sudah terakreditasi mempunyai visi menjadikan rumah sakit kebanggaan prajurit dan pilihan masyarakat Surakarta dan sekitarnya. Pelayanan rawat inap di RSU Slamet Riyadi terdapat 6 bangsal yang terdiri dari 6 ruang rawat inap paviliun dan 68 ruang rawat inap biasa. Ruang paviliun meliputi 2 ruang Bugenfill dan 4 ruang Melati. Ruang biasa meliputi Anggrek 1, Anggrek 3, Bugenfill 1, Bugenfill 2, Bugenfill 3, Cempaka 3, Dahlia 1, Dahlia 2, dan HCU 5. Penunjang medis yang terdapat di RSU Slamet Riyadi meliputi: laboratorium klinik, radiologi, dan unit farmasi. Sarana rumah sakit meliputi: unit gadar, kamar operasi, CSSD, kamar mayat, dan *ambulance*.

Permasalahan yang berhubungan dengan loyalitas pasien yang harus diperhatikan oleh penyedia layanan jasa kesehatan adalah kualitas layanan dengan melihat sarana dan prasarana fisik, kemampuan dalam memberikan pelayanan kesehatan, kecepatan dalam memberikan pelayanan, jaminan dan kepastian serta empati yang diberikan pada pasien sehingga menciptakan kepuasan pasien. Pada saat ini pengguna jasa pelayanan kesehatan khususnya yang memakai BPJS tidak hanya melihat hasil akhirnya yang berupa kesembuhan, tetapi mereka juga menilai apa yang mereka lihat dan rasakan selama perawatan. Berkaitan dengan permasalahan tersebut, maka penyedia layanan kesehatan

tidak bisa bertindak semauanya sendiri, tetapi harus dapat menciptakan kepercayaan, pelayanan, dan komitmen yang baik untuk pengguna layanan kesehatan sehingga berdampak pada kepuasan dan loyalitas pengguna layanan kesehatan tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pengguna BPJS melalui kepuasan pasien sebagai variabel *intervening* di rawat inap RSU Slamet Riyadi.

## Tinjauan Pustaka

### 1. Loyalitas Pelanggan

#### a. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Pengertian pelanggan yang loyal menurut griffin (2003) adalah *A loyal customer is one who makes regular repeat purchases, purchase across product and service lines, refers others and demonstrates an immunity to the pull of the competition*. Hal ini berarti bahwa ciri-ciri pelanggan yang loyal adalah mereka akan secara berulang-ulang membeli produk atau menggunakan jasa pada perusahaan yang sama, tetap menggunakan produk atau jasa walaupun ada tawaran produk atau jasa dari perusahaan lain, dan ikut mempromosikan kepada orang lain tentang kepuasan yang didapat karena menggunakan produk atau jasa dari perusahaan itu.

Menurut Uncles dalam Tjiptono (2007) loyalitas pelanggan adalah janji para pelanggan dalam suatu merek, jasa, toko/pemasok, kategori produk, serta aktivitas. Loyalitas digunakan untuk menggambarkan kesetiaan para pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa pada perusahaan tertentu secara terus menerus dan pelanggan secara suka rela ikut mempromosikan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain (Christopher, 2005).

#### b. Dimensi Loyalitas Pelanggan

Indikator dari loyalitas pelanggan menurut kotler (2012) adalah *repeat*

*purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk), *retention* (ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan), dan *referalls* (merefereasikan secara total esistensi perusahaan)

Loyalitas pelanggan merupakan janji pelanggan terhadap suatu produk untuk membeli secara berulang-ulang secara terus menerus. Indikator dari loyalitas pelanggan tersebut adalah:

- 1) *Trust*, merupakan kepercayaan seorang pelanggan terhadap perusahaan.
- 2) *Emotion commitment*, merupakan janji psikologi pelanggan terhadap perusahaan.
- 3) *Switching cost*, merupakan tanggapan pelanggan mengenai beban yang akan diterima ketika terjadi perubahan.
- 4) *Word of mouth*, merupakan perilaku untuk merekomendasikan kepada orang lain terhadap perusahaan.
- 5) *Cooperation*, merupakan perilaku pelanggan untuk bekerja sama dengan perusahaan.

## 2. Kepuasan Pelanggan

### a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah suatu perasaan yang menunjukkan kesenangan atau kekecewaan seseorang terhadap kinerja atau produk yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesan. Persepsi/kesan atas suatu kinerja dan harapan merupakan fungsi dari kepuasan. Pelanggan tidak puas apabila kinerja/produk berada di bawah harapan. Pelanggan merasa puas atau senang apabila kinerja/produk dapat melebihi harapan (Kotler, 2004).

Menurut Reilly dalam Tjiptono (2007) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan tanggapan seorang pelanggan yang berkaitan dengan produk atau jasa yang mereka beli dan gunakan. Tanggapan seseorang seorang pelanggan dipengaruhi oleh perilaku kognitif dengan

membandingkan keyakinan terhadap objek, tindakan, kondisi tertentu dengan nilai individual.

Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* dapat berupa hasil produk atau jasa yang bersifat emosional. Jika pelanggan mengatakan produk yang berkualitas adalah *value*, maka kepuasan yang mereka rasakan akan terjadi apabila pelanggan memperoleh produk yang berkualitas. Jika pelanggan mengatakan kenyamanan adalah *value*, maka kepuasan yang mereka rasakan akan terjadi apabila pelanggan memperoleh kenyamanan pada saat menggunakan produk atau jasa. Jika pelanggan mengatakan harga yang murah adalah *value* maka kepuasan yang mereka rasakan akan terjadi apabila pelanggan memperoleh harga yang kompetitif (Irawan, 2003).

Dengan tercapainya sebuah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang maksimal maka sebuah perusahaan akan dapat mencapai loyalitas pelanggan. Perusahaan akan memperoleh banyak manfaat dari kepuasan pelanggan, jika kepuasan pelanggan tinggi maka tingkat loyalitas pelanggan akan tinggi pula (Lovelock dan Wright, 2005). Jika kepuasan pelanggan telah tercapai maka perusahaan dapat mempertahankan pelanggan yang lama dan menarik pelanggan yang baru. Dengan tercapainya sebuah kepuasan pelanggan maka pelanggan tersebut dengan sendirinya akan mempunyai kesan yang baik terhadap produk tersebut dan akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain untuk ikut menggunakan produk tersebut sehingga akan menguntungkan bagi perusahaan.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan dikatakan puas apabila *value* yang mereka peroleh dapat memenuhi harapan yang mereka inginkan.

b. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Terdapat 4 metode yang di gunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan (Kotler, 2004).

- 1) Sistem Keluhan dan Saran. Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan. Pada penyedia layanan jasa kesehatan khususnya rumah sakit sistem keluhan dan saran ini dapat dilakukan dengan cara pihak rumah sakit dapat mempekerjakan staf yang khusus menangani keluhan dan saran dari pasien selain itu dapat juga dengan menyediakan kartu komentar kemudian menempatkan kotak saran di bagian-bagian tertentu.
- 2) *Ghost Shopping*. Suatu perusahaan mempekerjakan orang yang diminta untuk menjadi seorang pembeli di perusahaan atau produk pesaing. Hasil dari pembelian itu dapat diambil kesimpulan tentang kekuatan dan kelemahan dari perusahaan produk pesaing guna untuk menaikkan potensial dari perusahaan sendiri.
- 3) *Lost Customer Analysis*. Bagi para pembeli yang berhenti maupun berganti ke perusahaan atau produk lain secara langsung dihubungi oleh perusahaan supaya dapat segera diambil kebijakan untuk memperbaiki kekurangan ada ada di perusahaan itu.
- 4) Survei Kepuasan Pelanggan. Perusahaan dapat melakukan survei langsung kepada pembeli untuk memperoleh umpan balik dan tanggapan dari pelanggan.

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas produk dan jasa didefinisikan sebagai alat yang digunakan untuk memenuhi keinginan dan harapan

dari pelanggan yang dihasilkan dari produksi barang atau jasa, pemasaran yang dilakukan perusahaan dan pemeliharaan produk atau jasa tersebut (Wijaya, 2011).

Menurut Tjiptono (2007) definisi kualitas jasa berfokus pada ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan keinginan pelanggan serta pemenuhan kebutuhan pelanggan yang sesuai. Menurut Rust dalam Tjiptono (2007) ada tiga macam karakteristik harapan seorang pelanggan. Pertama, *will expectation* yaitu suatu kinerja yang diperkirakan dapat diterimanya dengan semua informasi yang didapat. Ketika menilai kualitas jasa tertentu karakter ini adalah karakter yang sering digunakan pelanggan. Kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima pelanggan. Ketiga, *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimal atau terbaik yang diharapkan dapat diterima pelanggan.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang disertai dengan cara penyampaian yang tepat agar kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Barang atau jasa dikatakan berkualitas ketika barang dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Harapan-harapan pelanggan tersebut dapat dijelaskan pada dimensi kualitas. Ekspektasi pelanggan dapat dijelaskan melalui atribut-atribut kualitas atau hal-hal yang sering disebut dimensi kualitas.

Dalam salah satu studi mengenai SERVQUAL yang diteliti oleh Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013) dapat disimpulkan bahwa ada lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

- 1) Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan perusahaan dalam

menunjukkan keandalannya dalam menghasilkan produk atau jasa pada pihak lain. Bukti nyata dari pelayanan jasa dapat dilihat dari penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana dari penyedia layanan jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik seperti, perlengkapan dan peralatan yang digunakan oleh perusahaan penyedia layanan, serta penampilan dari para pegawainya.

- 2) Reliabilitas, yaitu kemampuan perusahaan produk atau jasa untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang mereka janjikan. Pelayanan harus disesuaikan dengan harapan para pelanggannya seperti pelayanan yang tidak membedakan, ketepatan waktu dalam memberikan layanan, serta tingkat akurasi tinggi.
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu tindakan yang cepat dan tepat serta informasi yang jelas dan akurat dalam memberikan layanan kepada para pelanggan.
- 4) Jaminan dan Kepastian (*assurance*), merupakan cara perusahaan produk atau jasa dalam usaha menciptakan kepercayaan para pelanggan kepada perusahaan dengan pengetahuan yang banyak dan keterampilan para pegawainya. Komponen dari *assurance* ini meliputi komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- 5) Empati (*empathy*), yaitu cara perusahaan dalam memahami keinginan pelanggannya dengan diberikan perhatian yang bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggannya dengan harapan para pelanggan mengetahui bahwa perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan serta perusahaan dapat memahami

kebutuhan pelanggan secara spesifik.

## Metode Penelitian

### 1. Definisi Operasional Variabel

- a. Variabel Independen. Kualitas pelayanan menjadi variabel independen. Kualitas pelayanan meliputi lima variabel yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* (Parasuraman dalam Tjiptono, 2010). Variabel kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan skala *likert*. Malhotra (2004), menyatakan bahwa skala *likert* merupakan skala pengukuran dengan lima kategori yang mengharuskan responden memilih salah satu kriteria yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini skala *likert* diukur dengan pemberian skor dari 1 sampai 5.
- b. Variabel Dependen. Loyalitas pasien sebagai variabel dependen dan diukur menggunakan skala *likert* dengan pemberian skor dari 1 sampai 5 yang meliputi:
  - 1) Pembelian Produk atau Penggunaan Jasa Berulang, variabel pengukurannya meliputi berapa kali pasien menggunakan jasa pelayanan kesehatan.
  - 2) Pembelian Produk atau Penggunaan Jasa Lain, pengukurannya meliputi berapa kali pasien menggunakan jasa pelayanan kesehatan lain yang sejenis.
  - 3) Merekomendasikan Jasa Pelayanan Kesehatan kepada Orang Lain, pengukurannya meliputi pasien pernah tidak merekomendasikan jasa pelayanan kesehatan yang digunakan dan berapa jumlah teman yang diberi rekomendasi.

- c. Variabel *Intervening*. Dalam penelitian ini kepuasan pasien menjadi variabel *intervening*. Kepuasan pasien merupakan evaluasi di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pasien sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pasien (Kotler dalam Tjiptono, 2008). Variabel kepuasan pasien diukur menggunakan skala *likert* dengan pemberian skor dari 1 sampai 5 yang meliputi harapan pasien dan kinerja penyedia layanan kesehatan.

## 2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien pengguna BPJS di Rawat Inap RSUD Slamet Riyadi. Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel penelitian ini adalah 100 pasien yang mempunyai kartu BPJS yang menjalani perawatan Rawat Inap RSUD Slamet Riyadi.

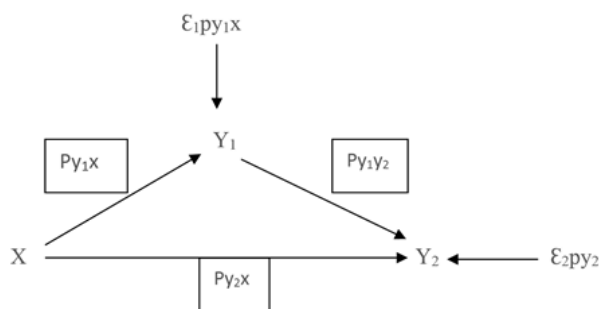
## 3. Data dan Metode Pengumpulan Variabel

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang berasal langsung dari responden yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Responden yang menjawab kuesioner tersebut adalah pasien pengguna BPJS di Rawat Inap RSUD Slamet Riyadi.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan metode-metode kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan daftar angket atau pertanyaan tertulis secara terstruktur yang disebarkan kepada seluruh responden dengan tujuan memperoleh data mengenai obyek penelitian.

## 4. Analisis Data

Teknik analisis jalur ini akan digunakan dalam menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel. Analisis korelasi dan regresi yang merupakan dasar dari perhitungan koefisien jalur. Dalam perhitungan digunakan jasa computer berupa *software* dengan program SPSS (Kuncoro, 2008).



Gambar 1. Diagram Analisis Jalur

Keterangan:

- X = Kualitas Pelayanan
- $Y_1$  = Kepuasan pasien
- $Y_2$  = Loyalitas pasien
- P = Koefisien jalur dihitung dari nilai *Standardized Coefficient (beta)*
- $\epsilon$  = Jumlah *Variance* yang tak dapat dijelaskan (*Unexplained variance*)

## Hasil Penelitian Dan Pembahasan

### 1. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Teknik pengolahan data selanjutnya yaitu dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis ini berfungsi untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung sekumpulan variabel.

- a. Persamaan Analisis Jalur 1.

Nilai koefisien jalur (berdasarkan *estimate*) variabel kualitas pelayanan diolah dengan menggunakan bantuan SPSS 21.

Tabel 1. Koefisien Jalur Persamaan 1

Model	Standardized Coefficients Beta
1 Kualitas Pelayanan	0,745

a. *Dependent Variable*: Kepuasan Pelanggan  
 Sumber: Data Primer Diolah, 2016.

Koefisien-koefisien jalur diperoleh berdasarkan hasil pengolahan adalah sebagai berikut:

$$py_{1x} = 0,745$$

Jadi, fungsi persamaan analisis jalur yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = 0,745 (X)$$

b. Persamaan Analisis Jalur 2

Nilai koefisien jalur (berdasarkan *estimate*) variabel kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan loyalitas pasien diolah menggunakan bantuan SPSS 21.

**Tabel 2. Koefisien Jalur Persamaan 2**

Model		Standardized Coefficients Beta
1	Kualitas Pelayanan	0,379
	Kepuasan Pasien	0,414

a. *Dependent Variable*: Loyalitas Pasien  
Sumber: Data Primer Diolah, 2016.

Koefisien-koefisien jalur yang diperoleh berdasarkan hasil pengolahan adalah sebagai berikut:

$$py_{2x} = 0,379$$

$$py_{1y_2} = 0,414$$

Jadi, fungsi persamaan analisis jalur yang terbentuk adalah

$$Y_2 = 0,379 (X) + 0,414 (Y_1)$$

**2. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung**

a. Persamaan 1

$$Y_1 = 0,745 (X)$$

Pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayan (X) terhadap variabel loyalitas pasien (Y<sub>2</sub>) melalui variabel kepuasan pasien (Y<sub>1</sub>) sebagai variabel *intervening*.

**Tabel 3. Pengaruh Tidak Langsung X terhadap Y<sub>2</sub> melalui Y<sub>1</sub>**

Pengaruh tidak langsung	Besar Kontribusi
X terhadap Y <sub>2</sub> melalui Y <sub>1</sub>	0,745
Total pengaruh X terhadap Y <sub>2</sub> melalui Y <sub>1</sub>	0,745

Sumber: Data Primer Diolah, 2016.

Dari tabel 3 diketahui bahwa pengaruh yang dimiliki variabel kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pasien (Y<sub>2</sub>) melalui variabel kepuasan pasien (Y<sub>1</sub>) sebagai variabel *intervening* adalah sebesar 0,745 atau 74,5%.

**Tabel 4. Hasil Uji Determinasi Persamaan 1**

Model	R	R Square
1	0,745 <sup>a</sup>	0,555

a. *Predictors*: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. *Dependent Variable*: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah, 2016.

Pada tabel 4 didapat satu model analisis jalur dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,745 atau 74,5%. Nilai *R square* sebesar 0,555 atau 55,5% ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) mampu menjelaskan terhadap variasi perubahan variabel kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) sebesar 55,5% sedangkan sisanya (100% - 55,5% = 54,5%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

b. Persamaan 2

$$Y_2 = 0,379 (X) + 0,414 (Y_1)$$

Variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pasien (Y<sub>1</sub>) mempunyai pengaruh langsung terhadap variabel loyalitas pasien (Y<sub>2</sub>).

**Tabel 5. Perngaruh Langsung X dan Y<sub>1</sub> terhadap Y<sub>2</sub>**

	Y <sub>2</sub>
Pengaruh langsung	Besar Kontribusi
X terhadap Y <sub>2</sub>	0,379
Y <sub>1</sub> terhadap Y <sub>2</sub>	0,414
Total Pengaruh X dan Y <sub>1</sub> terhadap Y <sub>2</sub>	0,793

Sumber: Data Primer Diolah, 2016.

Dari tabel 5 dapat diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayan (X) terhadap loyalitas pasien (Y<sub>2</sub>) adalah sebesar 0,379 atau 37,9% dan pengaruh kepuasan pasien (Y<sub>1</sub>) terhadap loyalitas pasien (Y<sub>2</sub>) adalah sebesar 0,414 atau 41,4%, sehingga total pengaruh yang diberikan variabel kualitas



pelayanan (X) dan kepuasan pasien ( $Y_1$ ) terhadap loyalitas pasien ( $Y_2$ ) adalah sebesar 0,793 atau 79,3%.

**Tabel 6. Hasil Uji Determinasi Persamaan 2**

Model	R	R Square
1	0,741 <sup>a</sup>	0,549

a. *Predictors: (Constant)*, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. *Dependent Variable*: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah, 2016.

Pada tabel 6 didapat satu model analisis jalur dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,741 atau 74,1%. Nilai R Square sebesar 0,549 atau 54,9%, ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pasien ( $Y_1$ ) mampu menjelaskan terhadap variasi perubahan variabel loyalitas pasien ( $Y_2$ ) sebesar 54,9%. Sedangkan sisanya sebesar (100% - 54,9% = 55,1%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

### 3. Pembahasan

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien ( $Y_1$ ). Artinya semakin baik kualitas pelayanan sebuah rumah sakit maka semakin tinggi pula kepuasan pasien dan sebaliknya. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini telah terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Singh *et al.* (2013), Mohammad Muzahid (2009), dan K. Ravichandran *et al.* (2010).

b. Pengaruh kualitas pelayan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan sebuah rumah sakit maka semakin tinggi loyalitas pasien dan sebaliknya. Sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini telah terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Loke *et al.* (2011), Mohammad Muzahid (2009), dan Mosahab *et al.* (2010).

c. Pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien. Variabel kepuasan pasien memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Artinya semakin tinggi kepuasan pasien maka semakin tinggi pula loyalitas pasien dan sebaliknya. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini telah terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mosahab *et al.* (2010) dan Loke *et al.* (2011).

### Penutup

Simpulan penelitian ini adalah 1) variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, 2) variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, dan 3) variabel kepuasan pasien memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

### Daftar Pustaka

- Anonim. 2004. Keputusan Menteri Kesehatan RI, No. 1204/MENKES/SK/X/2004, tentang Persyaratan Kesehatan Lingkungan Rumah Sakit.
- Assauri. 2003. *Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction dan Usahawan*, No. 01 Tahun XXXII hal 25-30. Jakarta.
- Depkes. 2013. *Dasar Pembentukan BPJS*. Undang-undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial dan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional, Pasal 5 ayat (1) dan Pasal 52.

- Efyoun. 2011. *Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Ghozali, Imam. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BPFE Undip.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: How to earn it, How to keep it*. USA: A Division of Simon and Schukers Inc.
- Irawan, handi. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Isa, M, 2013. Competitiveness Model of Bioethanol Industry, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 14, No 3, Tahun 2013.
- John, Hopkins. 1992. *Patient Satisfaction: The Impact of Past Exdperience*. JHCM. Vol 12. No. 3. Pp 56-64.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Edisi kesepuluh. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan). Jilid Kedua. Edisi 9. Jakarta: Prehallindo.
- Kuncoro, Riduwan. 2008. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Jakarta: Alfabeta
- Loke, Siew-Phaik, Ayankunle Adegbite Taiwo, Hanisah Mat Salim, and Alan G. Downe. *Service Quality and Customer Satisfaction in a Relecommunication Service Provider. International Conferences on Financial Management and Economics*. IPEDR Vol. 11 (2011) IACSIT Press, Singapore.
- Lovelock, Christopher dan Wright, Lauren. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, Naresh. 2004. *Marketing Research an Applied Orientation*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mohammad Muzahid, Noorjahan Parvez. 2009. Impact of Service Quality, Trust and Customer Satisfaction on Customers Lolyalty. *ABAC Journal Volume 29 No.1*.
- Mosahab, Rahim, Osman Muhamad, and T. Ramayah. 2010. Service quality customer statisfaction and loyalty: a Test of Mediation. *International Business Research*. Vol. 3 No. 4 2010.
- Nasution, Nur. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Galia Indonesia.
- Poppy, Rully. 2014. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Aditama.
- Ravichandran, Tamil Mani, Arum Kumar, Prabhakaran. @010. "Influence of Service Quality on Customer Satisfaction Application of Servqual Model". *International Journal of Business and Management*. Volume 5 Nomor 4.
- .Singh, Ajmer. 2013. *Relationship between service quality and customer satisfaction in organized retail outlets. Developing Country Studies*. Vol. 4 No. 1. 2012.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.

- Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Andi Offset. Yogyakarta.
- Trimumpuni, Ester Nunuk. 2009. *Analisis pengaruh Persepsi Mutu Pelayanan Asuhan Keperawatan Terhadap Kepuasan Klien Rawat Inap di RSUD Puri Asih Salatiga*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Waworuntu, Bob. 1997. *Dasar-dasar Keterampilan Abdi Negara Melayani Masyarakat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- Wigati, Asmita. 2008. *Analisis Pengaruh Pasien Tentang Mutu Pelayanan Dokter terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Umum Wilasa Citarum Semarang*. Tesis Magister Ilmu Kesehatan Masyarakat. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.