

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Rumah Sakit Umum Bali Royal/Bali Royal Hospital adalah salah satu RS milik Perusahaan Kota Denpasar yang berupa RSU, dikelola oleh Swasta perusahaan dan tercantum kedalam RS Kelas C. RS ini telah teregistrasi mulai 05/08/2013 dengan Nomor Surat Izin IJIN NO: 445/02.RS.08.VII/10/Dikes / Penetapan Ke dan Tanggal Surat Izin 26/08/2012 dari Dinas Kesehatan Kota Denpasar / Kementer dengan Sifat Tetap, dan berlaku sampai 2016. Sesudah melakukan Metode AKREDITASI Rumah sakit Seluruh Indonesia dengan proses Pentahapan I (5 Pelayanan) akhirnya ditetapkan status Lulus Akreditasi Rumah Sakit. RSU ini berlokasi di JL. TANTULAR NO. 6, Kota Denpasar, Indonesia.

- a. Direktur : – dr. I Gede Wiryana Patra Jaya,M.Kes
- b. Kode Post : – 80361
- c. Nomor Telp : – 0361-247499/222
- d. Telepon Humas : – 0361-228054 / 2
- e. Fax : – 0361.2260

Mempunyai Layanan Unggulan di Bidang bayi tabung. RSU Kepunyaan Perusahaan Kota Denpasar ini Mempunyai Luas Tanah 4.000 dengan Luas Bangunan 1542,01. Berikut dijelaskan jumlah kamar menurut tipe kamar yang ada di Rumah Sakit Umum Bali Royal/Bali Royal Hospital.

Tabel 3.
Jumlah Kamar Menurut Tipe Kamar

No	Tipe Kamar	Jumlah Kamar
1	VVIP	13
2	VIP	37
3	Kelas I	8
4	Kelas II	2
5	Kelas III	8
6	ICU	7
7	PICU	2
8	NICU	2
9	HCU	5
10	ICCU	-
11	TT di IGD	6
12	TT Bayi Baru Lahir	15
13	TT Kamar Bersalin	3
14	TT Ruang Operasi	4
15	TT Ruang Isolasi	1

B. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

1. Pengujian Instrument

Pengujian instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah alat instrumen yang digunakan layak dan bisa untuk mengukur variabel penelitian atau alat ukur yang valid dan reliabel. Pengujian instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu instrumen dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh instrumen tersebut (Ghozali, 2007). Suatu instrumen juga dikatakan valid apabila instrumen tersebut menghasilkan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Jika suatu instrumen dinyatakan tidak valid maka item tersebut tidak dapat digunakan dalam uji-uji selanjutnya.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment*, yaitu uji dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor jawaban, suatu butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai nilai r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel. Hasil pengolahan uji validitas pada penelitian ini adalah:

1) *Elektronik Word of Mouth*

Tabel 4

Hasil Uji Validitas *Elektronik Word of Mouth*

No. Butir/Dimensi	r Hitung	r Tabel	Keterangan
<i>Concern for Other</i>			
1	0,953	0,146	Valid
2	0,970	0,146	Valid
3	0,960	0,146	Valid
4	0,980	0,146	Valid
<i>Expressing Positif feeling</i>			
1	0,969	0,146	Valid
2	0,963	0,146	Valid
3	0,976	0,146	Valid

<i>Helping the company</i>			
1	0,947	0,146	Valid
2	0,943	0,146	Valid
<i>Platform assistance</i>			
1	0,960	0,146	Valid
2	0,961	0,146	Valid
3	0,967	0,146	Valid
4	0,962	0,146	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 4. dihasilkandari 13 pertanyaan yang diajukan dalam instrumen penelitian variabel *Elektronik Word of Mouth* menunjukkan semua butir pertanyaan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semua butir pertanyaan variabel *Elektronik Word of Mouth* valid.

2) Citra Rumah Sakit

Tabel 5.

Hasil Uji Validitas Citra Rumah Sakit

No. Butir/Dimensi	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Bukti fisik			
1	0,940	0,146	Valid
2	0,945	0,146	Valid
3	0,959	0,146	Valid
4	0,878	0,146	Valid
Kehandalan			
1	0,642	0,146	Valid
2	0,666	0,146	Valid
3	0,551	0,146	Valid
Ketanggapan			
1	0,213	0,146	Valid
2	0,319	0,146	Valid
Jaminan			
1	0,916	0,146	Valid
2	0,872	0,146	Valid
Empati			
1	0,933	0,146	Valid
2	0,850	0,146	Valid

Sumber: Hasil Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 5. dihasilkandari 13 pertanyaan yang diajukan dalam instrumen penelitian variabel citra rumah sakit menunjukkan semua butir pertanyaan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semua butir pertanyaan variabel citra rumah sakit valid.

3) Kepuasan

Tabel 6.

Hasil Uji Validitas Kepuasan

No. Butir/Dimensi	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kesesuaian harapan			
1	0,951	0,146	Valid
2	0,978	0,146	Valid
3	0,940	0,146	Valid
4	0,932	0,146	Valid
Kinerja			
1	0,448	0,146	Valid
2	0,402	0,146	Valid

Penilaian pelanggan			
1	0,162	0,146	Valid
2	0,305	0,146	Valid

Sumber: Hasil Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 6. dihasilkandari 8 pertanyaan yang diajukan dalam instrumen penelitian variabel kepuasan menunjukkan semua butir pertanyaan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semua butir pertanyaan variabel kepuasan valid.

4) Loyalitas

Tabel 7.

Hasil Uji Validitas Loyalitas

No. Butir/Dimensi	r Hitung	r Tabel	Keterangan
<i>Trust</i>			
1	0,9361	0,146	Valid
2	0,384	0,146	Valid
3	0,342	0,146	Valid
<i>Emotion</i>			

<i>commitment</i>			
1	0,149	0,146	Valid
2	0,182	0,146	Valid
<i>Word of Mouth</i>			
1	0,229	0,146	Valid
2	0,212	0,146	Valid

Sumber: Hasil Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 7. dihasilkandari 7 pertanyaan yang diajukan dalam instrumen penelitian variabel loyalitas menunjukkan semua butir pertanyaan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semua butir pertanyaan variabel loyalitas valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keandalan instrumen. Instrumen dikatakan handal jika digunakan beberapa kali pada subyek yang sama maka hasilnya akan relatif sama, jika aspek yang diukur dalam diri subyek tidak berubah. Penelitian ini

menggunakan perbandingan nilai *Cronbach Alpha*. Jika nilai *cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2007).

Tabel 8.

Tabel Hasil Uji reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Nilai <i>Cronbach alpha</i>	Keterangan
<i>Electronic Word of Mouth</i>	<i>Concern for Other</i>	0,976	Reliabel
	<i>Expressing Positive feeling</i>	0,967	Reliabel
	<i>Helping the company</i>	0,921	Reliabel
	<i>Platform assistance</i>	0,973	Reliabel
Citra Rumah Sakit	Bukti fisik	0,946	Reliabel
	Kehandalan	0,926	Reliabel
	Ketanggapan	0,943	Reliabel
	Jaminan	0,743	Reliabel
	Empati	0,956	Reliabel

Kepuasan	Kesesuaian harapan	0,949	Reliabel
	Kinerja	0,814	Reliabel
	Penilaian pelanggan	0,791	Reliabel
Loyalitas	<i>Trust</i>	0,945	Reliabel
	<i>Emotion commitment</i>	0,687	Reliabel
	<i>Word of Mouth</i>	0,881	Reliabel

Sumber: Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian reliabel, hal ini bisa dilihat dari perolehan nilai *Cronbach alphas* dari masing-masing variabel penelitian lebih besar dari 0,60.

Berdasarkan hasil analisis instrumen penelitian yaitu uji validitas dan reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel dalam penelitian ini yaitu gambaran hasil jawaban responden dari kuesioner atau instrumen yang telah disebarkan. Statistik deskriptif hasil penyebaran kuesioner yang meliputi *mean*, standar deviasi, nilai maksimal dan minimal masing-masing variabel penelitian disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 9.

Statistik *Electronic Word of Mouth (eWOM)*

<i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Melalui media sosial saya mendapatkan rekomendasi berkaitan dengan RS BROS	1	6	4,156	1,654
Melalui media sosial saya mendapatkan informasi tentang RS BROS	1	6	4,111	1,737
Melalui media sosial saya dapat merasakan kepedulian orang lain terhadap RS BROS	1	6	3,967	1,620
Melalui media sosial saya dapat mengetahui kualitas RS BROS	1	6	4,050	1,672
Melalui media sosial saya mendapatkan informasi mengenai keunggulan RS BROS	1	6	4,122	1,552
Melalui media sosial, saya mendapatkan informasi bahwa RS BROS merupakan pilihan yang tepat untuk mendapatkan pelayanan kesehatan	1	6	4,017	1,643

Melalui media sosial, saya mendapatkan informasi mengenai pengalaman positif orang lain terhadap RS BROS	1	6	4,178	1,648
Saya memposting di media sosial ketika berkunjung ke RS BROS	1	6	4,006	1,789
Melalui media sosial, saya dapat merasakan kesediaan orang lain dalam membantu publikasi RS BROS	1	6	4,178	1,662
Melalui media sosial, saya dapat merasakan orang lain dapat memicu terjadinya brand awareness(kesadaran terhadap RS BROS)	1	6	4,228	1,620
Melalui media sosial, saya merasakan kemudahan untuk berkoneksi dengan RS BROS	1	6	4,194	1,651
Menggunakan media sosial tidak memakan banyak biaya	1	6	4,217	1,686
Media sosial mempermudah word-of- mouth mengenai RS BROS	1	6	4,106	1,612
Saya dapat merasakan bahwa media sosial adalah alat yang efektif untuk membantu proses promosi RS BROS	1	6	4,172	1,671
Total rata-rata			4,122	

Sumber: Hasil Analisa Deskriptif

Berdasarkan Tabel 9. diatas, variabel *Electronic Word of Mouth (eWOM)* memiliki mean terendah yaitu sebesar 3,967 dan nilai mean tertinggi yaitu sebesar 4,217. Nilai rata-rata total keseluruhan sebesar 4,122.

Tabel 10.

Statistik Deskriptif Citra Rumah Sakit

Citra Rumah Sakit	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kebersihan, kerapian dan kenyamanan RS BROS baik	3	6	5,217	0,917
Tata ruang ekterior dn interior RS BROS baik	2	6	5,133	1,085
Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat alat yang di pakai di RS BROS baik	3	6	5,111	0,939
kebersihan penampilan para medis RS BROS baik	4	6	5,350	0,808
Prosedur penerimaan pasien RS BROS cepat dan mudah	2	6	5,139	1,082
Pelayanan pemeriksaan tepat dan cepat di RS BROS	3	6	5,122	0,937
Jadwal pelayanan RS BROS dijalankan dengan baik	4	6	5,300	0,790
Para medis cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien	2	6	5,122	1,092
Petugas RS BROS memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	3	6	5,117	0,935
Kemampuan dokter RS BROS dalam melakukan diagnosis penyakit yang tepat	2	6	5,056	1,117
Kedatangan pasien untuk berobat dijamin dilayani oleh RS BROS	3	6	5,128	0,928
Memberikan perhatian secara khusus	2	6	5,067	0,955

kepada pasien				
Perhatian terhadap keluhan pasien dan keluarganya	3	6	5,328	0,768
Total rata-rata			5,168	

Sumber: Hasil Analisa Deskriptif

Berdasarkan Tabel 10. diatas, variabel citra rumah sakit memiliki mean terendah yaitu sebesar 5,11 dan nilai mean tertinggi yaitu sebesar 5,350. Nilai rata-rata total keseluruhan sebesar 5,168.

Tabel 11.

Statistik Deskriptif Kepuasan

Kepuasan	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Saya puas dengan pelayanan RS BROS	1	6	5,061	1,300
Saya puas dengan sarana RS BROS	2	6	5,133	1,080
Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat alat yang di pakai di RS BROS baik	3	6	5,111	0,939
Kebersihan penampilan para medis RS BROS baik	3	6	5,383	0,703
Saya puas dengan kinerja para medis RS BROS	3	6	5,122	0,937
Saya puas dengan pelayanan para medis yang cepat dan cekatan	3	6	5,372	0,709

Saya puas dengan suasana lingkungan RS BROS	2	6	5,122	1,081
Saya puas dengan balutan budaya yang ada di RS BROS	3	6	5,122	0,937
Total rata-rata			5,178	

Sumber: Hasil Analisa Deskriptif

Berdasarkan Tabel 11. diatas, variabel kepuasan memiliki mean terendah yaitu sebesar 5,061 dan nilai mean tertinggi yaitu sebesar 5,383. Nilai rata-rata total keseluruhan sebesar 5,178.

Tabel 12.

Statistik Deskriptif Loyalitas

Loyalitas	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Saya akan tetap menggunakan jasa RS BROS	2	6	5,083	1,103
Saya akan kembali ke RS BROS seandainya ada keluarga teman mendapatkan pelayanan kesehatan di RS BROS	3	6	5,117	0,917
Saya menggunakan jasa dan layanan kesehatan di RS BROS karena kualitas yg dimiliki	3	6	4,994	0,912
Saya akan merekomendasikan RS BROS kepada teman atau keluarga saya	2	6	5,106	1,075
Saya sudah puas dengan apa yang diberikan RS BROS tidak akan terpengaruh oleh RS	3	6	5,033	0,968

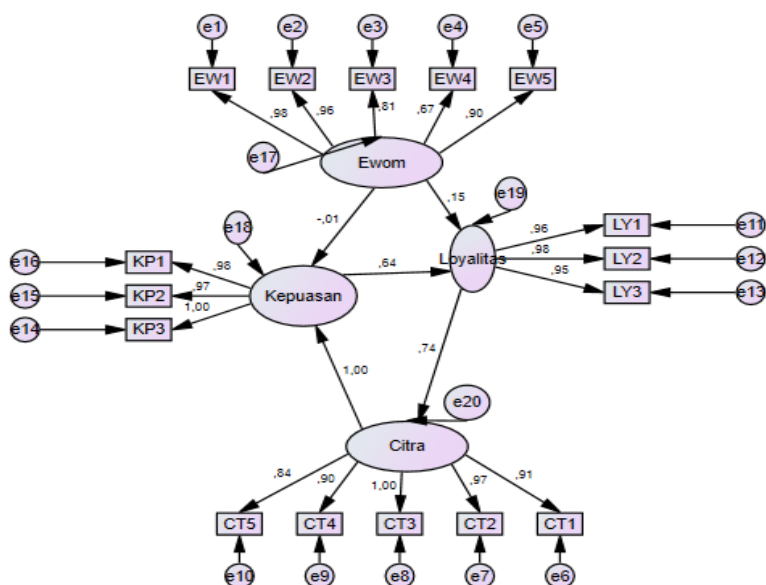
lain				
Saya menceritakan hal yang baik mengenai RS BROS	2	6	5,167	1,049
Saya puas dengan balutan budaya yang ada di RS BROS	3	6	5,161	0,916
Total rata-rata			5,094	

Sumber: Hasil Analisa Deskriptif

Berdasarkan Tabel 12. diatas, variabel loyalitas memiliki mean terendah yaitu sebesar 5,033 dan nilai mean tertinggi yaitu sebesar 5,161. Nilai rata-rata total keseluruhan sebesar 5,094.

3. Hasil Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis model SEM dengan menggunakan perangkat AMOS. Setelah penyusunan model SEM dan juga variabel beserta dimensi-dimensinya tahapan selanjutnya adalah membuat *path diagram*. *Path diagram* yang disusun berdasarkan model yang telah ditentukan berdasarkan hipotesis hasil analisis diperoleh sebagai berikut.

Gambar 4.1. Output *Path Diagram*

Berdasarkan output *path diagram* tersebut, selanjutnya untuk memudahkan rangkuman hasil pengujian sebagai berikut.

Tabel 13.

Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kepuasan <--- Ewom	-,008	,004	-1,860	,063	
Loyalitas <--- Ewom	,080	,023	3,497	***	

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
EW1	<---	Ewom	1,000				
EW2	<---	Ewom	,950	,027	34,587	***	
EW3	<---	Ewom	,917	,052	17,550	***	
EW4	<---	Ewom	,669	,057	11,727	***	
EW5	<---	Ewom	,906	,036	25,062	***	
CT1	<---	Citra	1,000				
CT2	<---	Citra	1,120	,045	24,903	***	
CT3	<---	Citra	1,383	,048	28,517	***	
CT4	<---	Citra	1,209	,061	19,802	***	
CT5	<---	Citra	,933	,055	16,916	***	
LY1	<---	Loyalitas	1,000				
LY2	<---	Loyalitas	1,100	,031	35,988	***	
LY3	<---	Loyalitas	1,055	,036	29,581	***	
KP3	<---	Kepuasan	1,000				
KP2	<---	Kepuasan	,787	,015	52,577	***	
KP1	<---	Kepuasan	,956	,014	66,818	***	
Kepuasan	<---	Citra	1,380	,048	28,517	***	
Loyalitas	<---	Kepuasan	,561	,127	4,409	***	
Citra	<---	Loyalitas	,618	,101	6,125	***	

Sumber: Hasil Analisa Deskriptif

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai C.R. pada Tabel 4.11 dengan nilai kritisnya dengan tingkat signifikansi 5%. Jika nilai CR lebih besar dari pada nilai kritisnya dengan tingkat signifikansi $p < 0,05$, maka hipotesis yang diajukan diterima, tetapi apabila nilai C.R. belum dapat mencapai nilai kritisnya pada tingkat signifikansi $p > 0,05$ maka hipotesis yang diajukan ditolak.

4. Pembahasan

Berikut dijelaskan masing-masing uji hipotesis berdasarkan pengujian yang sudah dirangkum dalam Tabel 4.11.

a. Pengaruh *e-wom* terhadap kepuasan pasien

Berdasarkan hasil *output* AMOS yang terlihat pada Tabel 4.11, diketahui nilai CR. sebesar -1,860, nilai tersebut menunjukkan melebihi dari nilai signifikansi p sebesar $0,063 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini ditolak. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa

variabel *e-wom* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien -0,008.

Dengan *e-wom* tidak mampu langsung memberikan kepuasan kepada pasien tanpa adanya perlakuan atau pelayanan dan juga citra dari rumah sakit tersebut sesuai teori dimana *E-Wom* dilakukan oleh pasien dan didukung oleh citra yang baik sehingga membuat pasien membicarakan rumah sakit tersebut, melakukan pelayanan kembali termasuk merekomendasikan rumah sakit kita ke orang lain (Griffin, 2003:49) *Word of mouth* memiliki kelebihan dari strategi pemasaran lain terbukti *WOM* lebih efektif dan kredibel. *Word of Mouth* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas dan dapat diukur melalui tingkat : *Customer do Talking, Customer do Promoting, Customer do Selling*. (Sumardy, 2011:71) Citra rumah sakit juga menjadi salah satu penyebab konsumen dapat loyal terhadap suatu perusahaan yaitu dapat diukur dengan tingkat : Kesan, Kepercayaan dan sikap. (Kanaidi, 2010:5).

b. Pengaruh citra terhadap kepuasan pasien

Berdasarkan hasil *output* AMOS yang terlihat pada Tabel 4.11, diketahui nilai CR. sebesar 28,517, nilai tersebut menunjukkan melebihi dari nilai signifikansi p sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini diterima. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel citra rumah sakit memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien 1,380.

Citra yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pasien. Kepuasan dan loyalitas konsumen juga didapat dari *pelayanan rumah sakit* (Setiawan *et al.*, 2014). Dampak positif *pelayanan rumah sakit* diwujudkan dalam bentuk kepuasan pasien atau masyarakat yang tinggi dalam pelayanan yang mereka dapatkan, dan di masa yang akan datang, pasien ingin mendapatkan pelayanan kesehatan kembali ke rumah sakit yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa citra yang baik dari suatu

rumah sakit akan memberikan *outcomes* positif dalam bentuk kepuasan dan loyalitas.

c. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pasien

Berdasarkan hasil *output* AMOS yang terlihat pada Tabel 4.11, diketahui nilai CR. sebesar 4,407, nilai tersebut menunjukkan melebihi dari nilai signifikansi p sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini diterima. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pasien memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien dengan nilai koefisien 0,561.

Hasil ini menunjukkan bahwa adanya kepuasan yang didapatkan oleh pasien akan mampu menceiptakan loyalitas terhadap Rumah Sakit. Kepuasan pasien terhadap sebuah pelayanan rumah sakit dilakukan melalui berbagai macam tindakan seperti mempromosikan secara sukarela tentang rumah sakit tersebut kepada orang lain dengan menggunakan media sosial atau internet. Seperti penelitian (Betaineh, 2015 ; Saveri *et al.*, 2014)

menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas. Kepuasan yang didapatkan akan mendorong konsumen untuk melakukan hal positif seperti mempromosikan secara sukarela sebuah onjek kepada orang lain melalui berbagai macam cara termasuk melalui media sosial sebagai bentuk loyalitas.

d. Pengaruh *e-wom* terhadap loyalitas pasien

Berdasarkan hasil *output* AMOS yang terlihat pada Tabel 4.11, diketahui nilai CR. sebesar 3,497, nilai tersebut menunjukkan melebihi dari nilai signifikansi p sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini diterima. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *e-wom* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien dengan nilai koefisien 0,080.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-wom* mampu menciptakan loyalitas sesuai dengan teori Brown et al (2013:356) "*In their empirical study on word of mouth facets in company confirmed that there is a strong relationship between word of mouth and customer*

loyalty.” Yang artinya “Dalam studi empiris tentang *word of mouth* di perusahaan menegaskan bahwa ada hubungan yang kuat antara *word of mouth* dan loyalitas menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan yang erat antara *word of mouth* dengan loyalitas.

e. Pengaruh citra terhadap loyalitas pasien

Berdasarkan hasil *output* AMOS yang terlihat pada Tabel 4.11, diketahui nilai CR. sebesar 6,125, nilai tersebut menunjukkan melebihi dari nilai signifikansi p sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini diterima. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel citra rumah sakit memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien dengan nilai koefisien 0,618.

Dalam penelitian Kanaidi (2010:1) mengatakan bahwa *hospital image/citra* rumah sakit mempunyai pengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap loyalitas.. Menurut Istijanto (2005:185) mengungkapkan bahwa rumah sakit yang memiliki citra yang baik akan

mendorong konsumen melakukan pelayanan berulang ke rumah sakit tersebut, mampu bersaing, memotivasi semangat kerja dan meningkatkan loyalitas pasien.

Berdasar dari beberapa penelitian dan teori diatas terdapat keterkaitan antara citra perusahaan dengan loyalitas pasien

- f. Kepuasan memediasi pengaruh *e-wom* terhadap loyalitas pasien

Berdasarkan hasil *output* AMOS yang terlihat pada Tabel 4.11, diketahui kepuasan mampu memediasi *e-wom* dalam mempengaruhi loyalitas pasien, hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengaruh *e-wom* terhadap kepuasan tidak signifikan, sedangkan ketika kepuasann memediasi *e-wom* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setelah pasien mendapatkan apa yang mereka harapkan menjadi sebuah kepuasan kemudian akan melakukan *e-wom* Pasien yang puas terhadap suatu pelayanan kesehatan akan

memberikan komentar positif bagi rumah sakit bersangkutan kemudian memposting melalui media sosial atau menceritakan terhadap orang lain, perilaku seperti ini sering disebut *elektronik word of mouth*. seperti penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan *et al.*, 2014) memberikan bukti yang nyata bahwa kepuasan dan citra memberikan pengaruh yang positif dan signifikan dalam peningkatan loyalitas

- g. Kepuasan memediasi pengaruh citra terhadap loyalitas pasien

Berdasarkan hasil *output* AMOS yang terlihat pada Tabel 4.11, diketahui kepuasan mampu memediasi citra dalam mempengaruhi loyalitas pasien, hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengaruh citra terhadap kepuasan memiliki nilai C.R lebih tinggi dibandingkan dengan pengaruh langsung citra terhadap loyalitas pasien.

bahwa kepuasan dan citra memberikan pengaruh yang positif dan signifikan dalam peningkatan loyalitas, setelah konsumen mendapatkan kepuasan sesuai harapan maka

akan membuat citra yang baik terhadap sebuah rumah sakit atau objek karena citra baik kemudian akan mempengaruhi tingkat loyalitas seperti penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan *et al.*, 2014)