



PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Rumah Sakit Umum Daerah Pandan Arang Boyolali)

Indah Retno Wulandari
Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Email: indahrw52@gmail.com



ABSTRACT

This research intended to empirically examine the whether 1.) the hospital's image affects positively toward costumers' loyalty, 2.) the quality of service affects positively toward costumers' loyalty, and, 3.) the costumers' satisfaction affects positively toward costumers' loyalty. The samples of the research were 100 patients who were being hospitalized in, and/or had ever been hospitalized in the RSUD PandanArangBoyolali. The data was collected by employing questionnaire, and then was analyzed by using multiple linear regression analysis method. The samples were determined by using purposive sampling method. The data quality test was performed by using both data validity test and data reliability test. The result of the research indicated that 1.) the variable of hospital's image affected positively toward costumers' loyalty, as seen by the coefficient value result was 0,370 and sig 0,001, 2.) the variable of quality of service affected positively toward costumers' loyalty, as seen by the coefficient value result was 0,183 and sig 0,009, and, 3.) the variable of costumers' satisfaction affected positively the costumers' loyalty, as seen by the coefficient value result was 0,177 and sig 0,005.

Keywords: Hospital's Image, Service Quality, Costumers' Satisfaction, Costumers' Loyalty

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan hal yang sangat penting, oleh karena itu kebutuhan akan pelayanan kesehatan akan menjadi sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan, dimana fungsinya untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat

Layanan kesehatan merupakan salah satu layanan yang penting bagi masyarakat. Pelayanan kesehatan diperlukan pada pelayanan publik seperti rumah sakit. Rumah sakit adalah tempat untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat

Saat ini beberapa lini pelayanan tidak luput dari ketidakpuasan masyarakat, dimulai dari penerimaan pertama saat pasien datang di unit gawat darurat atau poliklinik umum, pelayanan dokter dan asuhan perawatan, sampai pada masalah penebusan biaya selama perawatan dan pelayanan pasien di rumah sakit. Sehingga pihak rumah sakit, termasuk petugas kesehatan yang bekerja didalamnya, harus

mulai menyadari bahwa masyarakat kita saat ini perlahan semakin sadar atas hak untuk mendapatkan "pengobatan yang benar", karenanya otoritas rumah sakit harus giat dalam memperbaiki pelayanan dan keramahannya terhadap pasien di rumah sakit tersebut.

Harapan dari setiap orang saat masuk rumah sakit itu akan mendapatkan pengobatan dan perawatan yang baik sehingga dapat segera sembuh dan sehat kembali. Jika dokter dalam menangani setiap pasiennya itu tidak menunjukkan hasil yang memuaskan, maka pasien dapat berfikir bahwa pelayanan rumah sakit tersebut kurang bagus. Kondisi negatif seperti ini dapat dengan mudah tersulut jika kesan pertama yang diberikan oleh pihak manajemen rumah sakit tidak berkenan di hati pasien yang baru. Harapan pasien bukan hanya untuk kesembuhannya tetapi juga untuk mendapatkan kepuasan selama pengobatan atau perawatan berlangsung.

Citra merupakan yang hal yang sangat penting bagi rumah sakit, karena dengan memiliki citra yang baik maka

akan memberikan peningkatan keuntungan bagi pihak rumah sakit dalam mengembangkan pelayanan dan pelanggan juga akan mempunyai persepsi yang baik mengenai kualitas yang dimiliki oleh pihak rumah sakit. Keberhasilan sebuah rumah sakit membentuk citra masyarakat, dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sejarah rumah sakit, kelengkapan sarana dan prasarana serta keberhasilan dari rumah sakit dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Citra dapat muncul berdasarkan informasi serta pengetahuan yang telah diterima seseorang terhadap obyek tersebut.

Kualitas layanan yang baik diharapkan dapat membantu rumah sakit dalam memperoleh pelanggan baru ataupun mempertahankan pelanggan yang lama, sehingga pelanggan akan loyal pada rumah sakit tersebut. Konsumen rumah sakit bukan hanya mengharapkan pelayanan medis dan keperawatan, tetapi juga mengharapkan dari segi kenyamanan serta hubungan yang baik antara staff dengan pasien.

Kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah mereka membandingkan kinerja atau hasil yang telah dirasakan dengan harapannya, apabila kebutuhan atau keinginan seorang konsumen terpenuhi maka akan timbul suatu kepuasan (Kotler, 2000). Jika kinerja berada dibawah harapan maka penerima layanan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka penerima layanan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka penerima layanan akan amat puas atau senang. Rumah sakit pemerintah dimana penerima layanannya adalah masyarakat secara luas, memiliki tingkat kesulitan tersendiri untuk memberikan kepuasan kepada semua golongan masyarakat. Rumah sakit pemerintah dituntut untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya

Terciptanya suatu kepuasan bagi konsumen akan memberikan beberapa manfaat, yaitu hubungan yang baik antar konsumen dan rumah sakit, pembelian

ulang konsumen serta terciptanya loyalitas pelanggan yang akan menguntungkan bagi pihak rumah sakit. Kepuasan pasien dapat dijadikan salah satu tolok ukur kinerja rumah sakit. Sebagai salah satu institusi yang memiliki tugas dan fungsi utama dalam memberikan pelayanan kesehatan, kepuasan pasien merupakan indikator kunci suatu rumah sakit dapat dianggap berhasil memenuhi tujuannya.

RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

1. Apakah citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?

TINJAUAN PUSTAKA

1. Balanced Scorecard

Ciptani (2000) mengemukakan, *balanced scorecard* dikembangkan untuk melengkapi pengukuran kinerja finansial karena kinerja perusahaan hanya diukur melalui perspektif keuangan, sebagai dampaknya kebanyakan perusahaan hanya mengejar kinerja keuangannya saja dengan mengabaikan potensi kinerja non-keuangan, seperti kepuasan konsumen, brand image, posisi pasar, kepemimpinan biaya (*cost leadership*), pemberdayaan dan komitmen karyawan. Terdapat empat perspektif dalam *balanced scorecard* yaitu Perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif pertumbuhan dan pembelajaran dan perspektif proses bisnis internal.

2. Teori Stakeholder

Teori *Stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder* (Ghozali dan Chariri, 2007). Teori *stakeholder*

berhubungan dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan dimana kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh para *stakeholder*. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas untuk memaksimalkan laba, tetapi juga memperhatikan masyarakat dan pelanggan. Teori ini menjelaskan mengenai pentingnya perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*.

3. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan sebuah teori yang memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan para *stakeholder*. Legitimasi perusahaan akan diperoleh, jika terdapat kesamaan antara hasil dengan yang diharapkan oleh masyarakat dari perusahaan, sehingga tidak ada tuntutan dari masyarakat. Perusahaan memerlukan legitimasi atau pengakuan dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat agar mampu mempertahankan hidupnya.

4. Citra Rumah Sakit

Citra merupakan proses pengintegrasian, penyeleksian dan pengorganisasian stimulasi dari lingkungan dalam suatu pola yang berarti atau bermakna. Stimulasi tersebut dapat berasal dari suatu obyek, kejadian maupun situasi (Tull dan Hawkins, 1980). Citra rumah sakit berdampak pada sikap dan perilaku pasien terhadap rumah sakit. Pemahaman hubungan antara citra merek rumah sakit dan pengaruhnya terhadap intensi pasien sangat diperlukan.

5. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Pelayanan adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan kepada orang lain

untuk memberikan fasilitas, informasi dan motivasi yang digunakan untuk memberikan rasa nyaman sehingga seseorang merasa dihargai (Tahar dan Rachman, 2014).

6. Kepuasan Pelanggan

Salah satu usaha sebuah perusahaan yang ingin berhasil dalam merebut pangsa pasar yakni apabila perusahaan itu mampu mengetahui seberapa besar kepuasan yang diperoleh pasien. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Kepuasan pelanggan sebenarnya sulit untuk didapat jika suatu rumah sakit tersebut tidak mengerti apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan.

7. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan secara umum adalah kesetiaan seseorang terhadap suatu produk. Loyalitas pelanggan merupakan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas dari produk maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit, serta untuk tetap menjadi pelanggan dari rumah sakit tersebut.

HIPOTESIS

1. Citra terhadap loyalitas pelanggan

Citra adalah persepsi konsumen tentang kualitas yang berkaitan dengan merek atau nama perusahaan. Faktor paling penting untuk rumah sakit mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam pembelian ulang ataupun untuk merekomendasikan kepada orang lain yaitu citra. Jadi, semakin tinggi citra rumah sakit maka kepuasan pasien juga akan meningkat dan citra rumah sakit yang baik akan menguntungkan pihak rumah sakit untuk memperkuat niat pasien untuk tetap menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh pihak rumah sakit.

Penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2010) dan Darlina (2016)

menyatakan bahwa citra berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2011) dan Santoso (2010).

H₁ : Citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan

2. Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan rumah sakit agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Jadi, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit kepada pelanggan maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh setiap pelanggan juga akan semakin meningkat, sehingga pelanggan akan tetap menggunakan produk dan jasa rumah sakit untuk jangka panjang.

Penelitian yang dilakukan oleh Darlina (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2011), Sugihartono (2009) dan Santoso (2010). Berbeda dengan Maulana (2010) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan

3. Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009). Beberapa manfaat

terciptanya kepuasan konsumen diantaranya adalah terciptanya hubungan yang baik dan harmonis antara konsumen dengan rumah sakit, memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang konsumen dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 1995). Jadi, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan untuk tetap menggunakan produk dan jasa rumah sakit tersebut di masa mendatang dan merekomendasikan kepada orang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidajahningtyas dkk (2013) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2011), Sugihartono (2009). . Berbeda dengan penelitian Maulana (2010) yang menyatakan bahwa kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

H₃ : Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2016 di Rumah Sakit Umum Daerah Pandan Arang Boyolali. Rumah sakit ini merupakan rumah sakit milik Pemda. Subyek dari penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah atau sedang menjalani rawat inap di rumah sakit

Jenis data yang digunakan yaitu data primer. Teknik Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar pada rumah sakit umum daerah pandan arang boyolali. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 kuesioner.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,411	6,198		1,680	,096
	citrarumahsakit	,370	,107	,317	3,439	,001
	kualitaspelayanan	,183	,068	,253	2,672	,009
	kepuasanpelanggan	,177	,061	,274	2,900	,005

a. Dependent Variable: loyalitaspelanggan

1. Citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan

Hipotesis Pertama yang diajukan dalam penelitian ini yaitu citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini diterima dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,001 < 0,05$) dan nilai koefisien regresi sebesar 0,370 sehingga berarah positif. Dapat disimpulkan bahwa variabel citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, hal ini disebabkan karena rumah sakit Pandan Arang Boyolali memiliki citra yang baik di mata masyarakat atas pelayanan yang baik dan optimal, memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, memiliki fasilitas dan perlengkapan medis yang lengkap, memiliki SDM yang kompeten pada bidangnya masing-masing serta terjalin komunikasi yang baik antara petugas rumah sakit dengan pasien.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2010) dan Darlina (2016)

yang menyatakan bahwa citra berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Dan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2011), Santoso (2010).

Sehingga hipotesis pertama diterima.

2. Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Hipotesis Kedua yang diajukan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini diterima dengan nilai signifikansi sebesar 0,009 lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,009 < 0,05$) dan nilai koefisien regresi sebesar 0,183 sehingga berarah positif. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitaspelayananberpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, hal ini disebabkan karena pihak rumah sakit telah memberikan pelayanan yang terbaik untuk pasien dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan untuk menciptakan loyalitas pada pelanggan, sehingga setiap pasien merasa puas dengan

kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh rumah sakit.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Darlina (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan penelitian yang dilakukan Prasetyo (2011), Sugihartono (2009).

Sehingga, hipotesis kedua diterima.

3. Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Hipotesis Ketiga yang diajukan dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) dalam penelitian ini diterima dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,005 < 0,05$) dan nilai koefisien regresi sebesar 0,177 sehingga berarah positif. Dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, hal ini disebabkan karena pelanggan telah menganggap bahwa pasien telah terpenuhi segala kebutuhan baik pada kualitas pelayanan, produk atau biaya yang harus dikeluarkan sehingga akan meningkatkan kepuasan pasien terhadap rumah sakit tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidajahningtyas dkk (2013) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Dan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2011), Sugihartono (2009).

Sehingga hipotesis ketiga diterima.

KESIMPULAN

1. Citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

SARAN

- Manajemen dan pengelola rumah sakit sebaiknya terus berupaya meningkatkan dan mempertahankan citra rumah sakit, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan agar loyalitas pelanggan selalu terjaga dan semakin tinggi.
- Meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan sehingga pelanggan akan merasa puas dan menjaga loyalitas mereka terhadap RSUD Pandan Arang Boyolali.
- Bagi peneliti yang akan datang hendaknya melakukan penelitian yang sama, dengan sampel pasien yang lebih homogen yaitu misalnya pasien yang berstatus pasien umum serta menambah jumlah sampel yang lebih besar.

KETERBATASAN

- Dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yaitu citra rumah sakit, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel baru.
- Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini cukup heterogen ditinjau dari status pasien, sehingga motivasi mereka untuk melakukan pengobatan di rumah sakit ini berbeda-beda pula.
- Kondisi kesehatan dan psikologis saat pasien dalam menjawab pertanyaan

kuesioner tentu akan mempengaruhi terhadap penilaian jasa rumah sakit ini, sehingga data yang diberikan belum mampu menggali kondisi yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ciptani, Monika Kussetya, 2000. "Balanced Scorecard Sebagai Pengukuran Kinerja Masa Depan: Suatu Pengantar", *Jurnal akuntansi dan keuangan*, Vol.2 ,No.1
- Darlina, Deli, 2016, Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Perhotelan, *JOM FISIP* Vol 1 No. 3
- Ghozali, Imam dan Anis Chariri, 2007, *Teori Akuntansi*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidajahningtyas dkk, 2013, Pengaruh Citra, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah Dr. Soebandi Kabupaten Jember, *JEAM* Vol XII No. 1/2013
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management, The Millenium Edition*, Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2009, *Management Pemasaran*, Erlangga, Jakarta
- Maulana, 2010, Pengaruh Kualitas pelayanan, Kepuasan Dan Citra Terhadap Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Syarif Hidayatullah Jakarta, *Skripsi*, Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Prasetyo, Yanuar Bayu, 2011, Pengaruh Citra dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Sakit Umum Daerah Wates Kabupaten Kulon Progo, *Skripsi*, Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Santoso, M Agus, 2010, Pengaruh Citra Rumah Sakit dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada RSUD Kabupaten Pekalongan, *Skripsi*, Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sugihartono, Joko, 2009, Analisis Pengaruh Citra, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan, *Thesis*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Tahar, Afrizal dan Rachman, Arnain Kartika, 2014, Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, *Jurnal Akuntansi & Investasi*, Vol 15 No 1 Januari 2014
- Tjiptono, Fandy, 1995, *Total Quality Management*, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2001, *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*, Andi Ofset, Yogyakarta.
- Tull, D.S, and Hawkins, D.I, 1980, *Marketing Research, Measurement and Method, 2nd edition*, New York, Macmillan.