

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PASIEN RSIA ERIA BUNDA PEKANBARU

Oleh :

Eko Risky

Erisky31@gmail.com

Pembimbing: Dr. Meyzi Heriyanto. S.Sos. M.Si

Business Administration - Faculty of Social and Political Sciences, University of Riau
Campus Bina Widya Km. 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru 28293

Abstrack

Quality of service is how far the difference between the reality and expectations of consumers for the services they receive or earn. Brand image is a way for companies to introduce their companies to customers and to attract customers to the company. Loyalty is described as the customer's desire to subscribe to the company continuously, buying and using the company's products and services repeatedly, and recommending the product to the company to others. This research was conducted on RSIA Eria Bunda Pekanbaru which is located at JL.K.H.Ahmad Dahlan No.163 Sukajadi-Pekanbaru.

This study aims to determine the effect of service quality and brand image on customer loyalty at RSIA EriaBundaPekanbaru. In this research data analysis used descriptive and quantitative. The sample in this research totaled 100 respondents, with sampling method using a purposive sampling. Data collection techniques used are primary and secondary data through observation, interview, and questionnaire. Method of data analysis used simple linear regression analysis method and multiple linear regression.

From the results of tests conducted indicate that service quality and brand image have a positive and significant impact on customer loyalty in RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

Keywords : Service Quality, Brand Image dan Patient Loyalty.

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Kesehatan merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan kita, oleh karena itu kebutuhan akan pelayanan kesehatan menjadi sebuah kebutuhan yang sangat mendasar untuk dipenuhi. Semakin tinggi tingkat kesejahteraan suatu masyarakat, maka akan semakin besar kebutuhan akan pelayanan kesehatan.

Rumah sakit merupakan salah satu sarana untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat, sehingga rumah sakit harus memberikan pelayanan kesehatan yang memuaskan agar pasien merasa senang

untuk berobat di rumah sakit. Oleh karena itu, untuk menjaga kualitas pelayanan kesehatan maka pihak manajemen rumah sakit harus memenuhi standar kualitas pelayanan yang telah di tentukan atau yang di harapkan oleh pasien, sehingga setiap pasien akan mendapatkan kualitas pelayanan yang sama, yang sebanding dengan apa yang di bayarkan kepada pihak rumah sakit.

Di era persaingan pasar yang semakin ketat, rumah sakit harus berusaha melakukan sebuah strategi bagaimana meningkatkan kualitas jasa yang di hasilkan, sehingga pasien dapat terus mengkonsumsi jasa pelayanan

yang di hasilkan. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2009).

Pada tabel berikut dapat dilihat fasilitas unggulan yang ada di RSIA Eria Bunda :

Tabel 1.2
Daftar Fasilitas Unggulan
RSIA Eria Bunda Pekanbaru

No	Jenis Fasilitas
1	Rumah Sakit dengan suasana
2	Hotel
3	Ambulance 24 jam
4	Laboratorium 24 jam
5	Apotik 24 jam
6	Cafetaria
7	Perawatan kecantikan setelah melahirkan
	Area parkir luas dan Mushalla

Sumber : HRD RSIA Eria Bunda Pekanbaru, 2017

Dari table 1.2 dapat di ketahui bahwa RSIA Eria Bunda sudah berusaha untuk menyediakan fasilitas unggulan yang bisa di gunakan oleh pasien rumah sakit, dimana fasilitas unggulan ini bertujuan untuk menarik minat pasien dan sebagai bentuk pemberian pelayanan yang standar atau lebih. Sehingga akan menimbulkan kesan yang positif terhadap rumah sakit yang dapat mempengaruhi citra merek maupun loyalitas pasien. Menurut **Tjiptono (2006)** desain dan tata letak fasilitas jasa erat juga kaitannya dengan pembentukan persepsi pasien.

Welch dalam Kotler (2002) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan jaminan terbaik untuk menciptakan dan mempertahankan kesetiaan konsumen dan benteng pertahanan dalam menghadapi persaingan global. Pemberian jasa yang buruk kepada pasien akan memberikan kesan negatif terhadap rumah sakit yang

dapat mengarah turunnya citra merek, jika hal ini akan menyebabkan pasien beralih meninggalkan rumah sakit dengan mencari rumah sakit lain yang pemberian jasanya lebih baik, karena keberhasilan rumah sakit juga di pengaruhi oleh pasien.

Salah satu cara untuk meraih keunggulan kompetitif dalam mempertahankan loyalitas pasien adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan citra merek yang positif dan baik di mata konsumen

Tingginya persaingan di antara rumah sakit membuat perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan loyalitas pasien agar tidak berpindah ke rumah sakit yang lainnya. Persaingan yang ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu rumah sakit dalam mempertahankan pangsa pasar, rumah sakit harus bekerja keras dalam mempertahankan loyalitas pasien. Karena hal itulah, upaya menjaga loyalitas pasien merupakan hal penting yang harus selalu dilakukan oleh rumah sakit. Mempertahankan konsumen merupakan hal penting yang harus selalu dilakukan oleh rumah sakit. Loyalitas atau kesetiaan pasien didasarkan pada kepuasan pasien dan prilakunya. Loyalitas pasien terhadap suatu rumah sakit menjadi salah satu hal yang menjadi tolak ukur keberhasilan suatu proses penyediaan jasa kesehatan. Konsumen yang loyal akan membawa konsumen lain untuk menggunakan produk yang sama (Kotler, 2009).

Berdasarkan survei lebih lanjut di lapangan peneliti menemukan masih tingginya harapan akan pelayanan yang memuaskan yang diharapkan pasien pada RSIA Eria Bunda. Juga ditemukan gejala atau fenomena-fenomena yaitu masih adanya dari pihak rumah sakit yang tidak selalu menjalankan prosedur standarisasi pelayanan terhadap pasien

yang datang dan ada kecendrungan fenomena tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pasien yang akhirnya pasien beranggapan pihak rumah sakit tidak memberikan pelayanan yang terbaik kepada pasien. Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi, penulis mencoba mengembangkan fenomena tersebut menjadi suatu penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda Pekanbaru”**

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru?
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap loyalitas pasien pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pasien pada RSIA Eria Bunda?

3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru.
 - b. Untuk mengetahui dan menganalisis citra merek pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru.
 - c. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pasien pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

- d. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan dan citra merek secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pasien pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru.

2. Manfaat Dari Penelitian

a. Manfaat Akademis :

- 1) Penelitian ini berguna untuk pengembangan ilmu terutama pada bidang manajemen pemasaran.
- 2) Sebagai masukan kepada mahasiswa maupun pihak-pihak yang berkepentingan dalam menambah wawasan dan keilmuan khususnya menyangkut tentang kualitas pelayanan, citra merek, dan loyalitas pada rumah sakit.

b. Manfaat Praktis :

- 1) Secara praktis penelitian ini bermanfaat bagi RSIA Eria Bunda Pekanbaru dan bahan masukan dan informasi dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan kualitas pelayanan dan citra merek di masa yang akan datang.
- 2) Hasil penelitian ini merupakan bahan pertimbangan dan informasi bagi pihak perusahaan untuk melakukan penelitian kualitas pelayanan dan citra merek dan juga merupakan bahan masukan dalam meningkatkan loyalitas pasien.

II. Kerangka Teori Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan atau perbuatan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain dalam bentuk bantuan layanan suatu urusan, sehingga orang lain

tersebut mendapatkan keringanan atas urusannya. **Parasuraman** dalam **Lupiyoadi (2006)** merumuskan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang memudahkan dan merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja pelayanan. **Parasuraman** dalam **Lupiyoadi (2006)** menyimpulkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu :

1. Berwujud (*tangible*), Merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Bukti fasilitas fisik yang baik akan menumbuhkan citra penyedia jasa yang positif terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas pelayanan.
2. Keandalan (*reliability*), Merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah di janjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah karena kepuasan konsumen akan menurun jika jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.
3. Daya Tanggap (*responsiveness*), Daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menimbulkan persepsi yang

positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

4. Jaminan (*assurance*), Merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pasien dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.
5. Kepedulian (*empathy*), Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

Citra Merek (*Brand Image*)

Citra merek merupakan kesan psikologis dan gambaran berbagai kegiatan suatu perusahaan di mata khalayak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya. Penilaian tertentu terhadap citra merek oleh publiknya bias berbentuk citra baik, sedang, dan buruk. Citra merek adalah kesan, perasaan, gambaran dari suatu objek orang atau organisasi, **Horrison dalam (Suwandi, 2005)**.

Elemen Citra Merek

Menurut **Horrison dalam (Suwandi, 2005)** citra suatu organisasi terbentuk meliputi empat elemen :

1. *Personality*
Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran (pengetahuan yang dimiliki oleh publik mengenai perusahaan), seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial.
2. *Reputation*

Adalah persepsi publik mengenai tindakan-tindakan organisasi yang telah berlalu dan prospek organisasi dimasa yang akan datang, tentunya dibandingkan dengan organisasi sejenis atau pesaing.

3. *Value*

Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pasien, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pasien.

4. *Corporate Identity*

Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna dan slogan.

Loyalitas Pasien

Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Loyalitas sebagai kondisi dimana pasien mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya dimasa mendatang. Menurut **Griffin (2003)**, adalah *A loyal customer is one who makes regular repeat purchases, purchases across product and service lines, refers others and demonstrates an immunity to the pull of the competition*. Hal ini berarti ciri-ciri pasien yang loyal adalah mereka 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 tersebut.

Teknik Pengukuran

Untuk mengetahui tanggapan dari responden, teknik Penelitian ini diukur dengan menggunakan Skala Likert (5:4:3:2:1). Dimana Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.

III. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru tepatnya pada Rumah Sakit Eria Bunda, yang berlokasi di Jalan KH. Ahmad Dahlan No.163, Kampung Tengah, Sukajadi, Kota Pekanbaru, Riau. Rumah Sakit Eria Bunda Pekanbaru dipilih sebagai lokasi penelitian karena lokasinya yang berada dipusat kota yang pastinya terdapat cukup banyak Rumah Sakit yang fasilitas serta pelayanannya bersaing dengan RSIA Eria Bunda, maka akan semakin sulit untuk mempertahankan tingkat loyalitas pasien.

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data terdiri dari:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari teknik pengumpulan data seperti wawancara, dan kuesioner.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui dokumen atau arsip perusahaan

3. Populasi Dan Sample

a. Populasi

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi populasi yaitu pasien rawat inap RSIA Eria Bunda Pekanbaru. Tercatat pasien yang menginap di awal

tahun 2017 sampai akhir tahun 2017 sebanyak 4.715 orang.

b. Sampel

Merupakan sebagian anggota dari populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu, sehingga diharapkan dapat mewakili populasi, yaitu pasien yang telah rawat inap Rumah Sakit Eria Bunda Pekanbaru. Untuk menentukan ukuran besarnya sampel maka dapat menggunakan rumus Slovin.

Dimana,

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel masih dapat ditolerir atau diinginkan dalam penelitian ini. (dalam penelitian ini digunakan 10% atau 0,1).

Dengan demikian jumlah sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{4.715}{1+4.715 \times 0,01} = 97,9 \text{ (di genapkan menjadi 100).}$$

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dengan syarat lebih dari 1x menggunakan jasa rumah sakit.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini penulis melakukan teknik pengumpulan data yaitu :

a. Kuesioner

Dalam penelitian ini, kuesioner bersifat tertutup, atas pertimbangan antara lain praktis, hasilnya lebih mudah

diolah, respon tidak perlu membuat jawaban berupa kalimat tertulis sehingga mampu menghemat waktu responden dan peneliti, dimana hanya memilih alternatif jawaban yang tersedia dalam kuesioner

b. Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk mengumpulkan data dengan melakukan pertanyaan langsung kepada para responden dan pihak yang berkompeten dalam penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif yaitu dengan mengolah data yang diperoleh dari perusahaan tersebut, kemudian di analisis dengan menggunakan landasan teori sebagai alat untuk memecahkan masalah yang dihadapi kemudian mengambil sebuah kesimpulan.

• Analisis Deskriptif

Adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiono, 2004). Uji deskriptif ini suatu metode analisis dimana data yang mula-mula disusun, diklarifikasi, dan dianalisis sehingga akan memberikan gambaran yang jelas mengenai perusahaan dan masalah yang sedang diteliti.

• Analisis kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang berhubungan dengan perhitungan statistik. Dalam penelitian analisis kuantitatif dengan perhitungan statistik dicari dengan program SPSS

Uji Instrumen

- **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya dengan instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah (Arikunto, 2006).

Dalam menguji validitas pada instrument penelitian berurutan harus menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)\} \{(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel uji coba
 $\sum x$: Skor x
 $\sum y$: Skor y
 $\sum x y$: Skor total hasil kali antara x dan y
 $\sum X^2$: Jumlah kuadrat dari skor x
 $\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dari skor y
 r_{xy} : Nilai koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

- **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Adapun uji reliabilitas dilakukan dengan uji *cronbach alpha*. Penentuan reliabel atau tidaknya suatu instrumen penelitian dapat dilihat dari nilai alpha dan r tabel nya. Apabila nilai *cronbach alpha* > r tabel maka instrumen penelitian tersebut reliabel, artinya alat ukur yang digunakan adalah benar. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60.

Dengan rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(\frac{s_x^2 - \sum_{j=1}^k s^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan:

s^2 = Varians skor item ke-j dengan $j=1,2,\dots,k$
 K = Banyaknya item yang diujikan
 s_x^2 = Varians skor total keseluruhan item

- **Analisis Data Persamaan Linear Sederhana**

Persamaan Linier Sederhana

Rumus:

Keterangan :

$$Y = a + bx$$

Y = variabel terikat
 X = variabel bebas
 a = parameter konstanta
 b = parameter koefisien regresi
 Dimana nilai a dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Dan nilai b dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

- **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat (Riduwan, 2004). Untuk mempermudah dan menghemat waktu maka dalam penelitian ini dibantu dengan program SPSS dalam proses penghitungannya.

Untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan kejadian (variabel Y)

dipengaruhi oleh variabel bebas X_1 , X_2 sehingga rumus umum dari regresi linear berganda ini adalah :

Rumus:

Dimana:

$\hat{Y} =$

Loy

$$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

alitas

$X_1 =$ Kualitas Pelayanan

$X_2 =$ Citra Merek

$b_1 =$ Koefisien regresi variabel antara x_1 dan y

$b_2 =$ koefisien regresi variabel antara x_2 dan y

$a =$ konstanta

$e =$ standart error

$$b_1 = \frac{AB - CD}{F}$$

$$b_2 = \frac{DE - AC}{F}$$

$$a = \frac{\sum Y - b_1 \sum X_1 - b_2 \sum X_2}{n}$$

Dengan:

$$A = n \sum X_1 Y - (\sum X_1)(\sum Y)$$

$$B = n \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2$$

$$C = n \sum X_1 X_2 - (\sum X_1)(\sum X_2)$$

$$D = n \sum X_2 Y - (\sum X_2)(\sum Y)$$

$$E = n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2$$

$$F = EB - C^2$$

• Uji determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) mempunyai *range* antara 0 sampai ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1) maka berarti pengaruh variabel bebas secara serentak dianggap kuat dan apabila (R^2) mendekati nol (0) maka pengaruh

variabel bebas terhadap variabel terikat serentak adalah lemah.

Rumus :

$$R^2 = \frac{b(n \sum XY - (\sum X)(\sum Y))}{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

$$R^2 = \frac{n(a \sum Y + b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y) - (\sum Y)^2}{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

• Uji Signifikan (uji t)

Uji t ini dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X (kualitas pelayanan dan citra merek) dengan variabel Y (loyalitas).

Adapun rumus hipotesis statistiknya adalah :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana : t = nilai thitung

n = Jumlah sample

r =

Koefisien korelasi

• Uji F (Uji Stimulan)

Uji F suatu uji untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek secara bersama-sama terhadap loyalitas pasien.

Rumus:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

IV. HASIL PENELITIAN

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kusioner, maka sesungguhnya responden dalam menjawab pernyataan - pernyataan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Sesuai dengan standar pembuatan instrumen, bahwa sebelum instrumen digunakan sebagai

alat uji penelitian, maka harus di uji cobakan terlebih dahulu. Oleh karena itu, untuk mengetahui tingkat keandalan atau kepercayaan instrumen penelitian ini, penulis melakukan uji coba kepada 100 responden.

- **Uji Validitas**

Uji validitas di gunakan untuk mengukur sah atau valid nya suatu kusioner. Suatu kusioner dikatakan valid jika pernyataan pada kusioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuisisioner tersebut. Suatu pernyataan dikatakan valid jika r_{hitung} yang merupakan nilai dari corrected skor-total lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$). Nilai r hitung dalam uji ini adalah pada kolom **correlations**. Sedangkan nilai r tabel dapat dilihat pada tabel r dengan persamaan $N-2 = 100-2 = 98 = 0,1966$. Dari hasil pengujian validitas dengan pengujian melakukan SPSS menyatakan bahwa butir-butir instrumen pertanyaan dapat digunakan. Hal ini dapat dilihat bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga instrumen pertanyaan dalam kusioner dapat memenuhi syarat.

- **Uji Reliabilitas**

Ujian reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan di susun dalam suatu bentuk kusioner. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Artinya adalah bahwa alat ukur yang digunakan tidak reliable. Nilai reliabilitas dalam uji ini adalah pada kolom **Reliability Statistics (Cronbach's Alpha)**.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa angka pada kolom **cronbach's alpha** lebih besar dari nilai 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

pernyataan yang merupakan dimensi dari variabel-variabel adalah reliabel atau dapat di terima.

- **Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisi regresi sederhana dimaksudkan untuk mengetahui secara parsial (masing-masing) pengaruh variabel indenpenden (kualitas pelayanan, citra merek) terhadap variabel dependen (loyalitas pasien).

$$Y = 5,566a + 0,285X$$

Artinya:

1. Nilai konstanta (a) adalah 5,566 ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan nilainya 0, Maka loyalitas pasien bernilai 5,566
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif, yaitu 0,285, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan loyalitas pasien sebesar 0,285

- **Uji Determinasi (R^2) Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien.**

Uji ini dilakukan untuk meliha presentase bariabel-variabel bebas mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel terikat. Dalam hal ini uji ini dilakukan untuk melihat seberapa besar presentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru. Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel indenpenden dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Diketahui R Square merupakan koefisien determinasi. Dan diperoleh nilai R Square sebesar 0,654. Artinya

adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel Independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 65,4%. Sedangkan sisanya 34.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini

- **Uji Parsial (Uji t) Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien**

Uji t di gunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Jika nilai uji-t lebih besar dari nilai t-tabel dan probabilitas nilai t atau signifikan $<0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapa pengaruh yang signifikan antar variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika nilai uji-t lebih kecil dari t-tabel dan jika probabilitas signifikansi $>0,05$, maka dapat di katakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Diketahui nilai t table pada taraf signifikansi 5 % (2-tailed) dengan Persamaan berikut:

$$\begin{aligned} T_{\text{tabel}} &= n - k : \alpha / 2 \\ &= 100 - 2 : 0,05 / 2 \\ &= 98 : 0,025 \\ &= 1,984 \end{aligned}$$

keterangan: n : jumlah
k : jumlah variable bebas

1. Dengan demikian diketahui t hitung (13,604) $>$ t tabel (1,984) dan Sig.(0,000) $<$ 0,05. Artinya variable kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

- **Analisis Regresi Linear Sederhana Citra Merek Terhadap Loyalitas Pasien.**

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan linear antara

satu variabel independen yaitu citra merek (X2) dengan variabel dependen yaitu loyalitas pasien (Y) pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan spss diperoleh data-data sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut ini.

$$Y = 6,323a + 0,339x$$

Artinya:

1. Nilai konstanta (a) adalah 6,323 ini dapat diartikan jika citra merek nilainya 0, Maka loyalitas pasien bernilai 6,323
2. Nilai koefisien regresi variabel citra merek bernilai positif, yaitu 0,339, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan citra merek sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan loyalitas pasien sebesar 0,339

- **Uji Determinasi (R^2) Citra Merek Terhadap Loyalitas Pasien.**

Uji ini dilakukan untuk melihat presentase variabel-variabel bebas mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel terikat. Dalam hal ini uji ini dilakukan untuk melihat seberapa besar presentase pengaruh citra merek terhadap loyalitas pasien pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikit pun presentase sumbangan penagruh yang di berikan variabel bebas terhadap variabel terikat, atau variasi variabel bebas yang di gunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel terikat. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang di berikan variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sempurna atau sangat kuat. Atau variasi variabel bebas yang di gunakan dalam model menjelaskan variasi variabel terikat.

Hasil hitungan R^2 dapat dilihat pada output olah data SPSS yaitu pada tabel *Model Summary*. Pada kolom *adjusted R²* dapat di ketahui berapa presentase yang dapat di jelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya di pengaruhi atau di jelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak di masukkan ke dalam model penelitian.

Diketahui R Square merupakan koefisien determinasi. Dan diperoleh nilai R Square sebesar 0,479. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel Independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 47,9%. Sedangkan sisanya 52,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

- **Uji Parsial (Uji t) Citra Merek Terhadap Loyalitas Pasien**

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat di lihat pada tabel *coefficients* pada kolom *sig (significanece)*. Jika bilai uji-t lebih besar dari nilai t-tabel dan probabilitas nilai t atau signifikansi $<0,05$, maka dapat di katakan bahwa terdapat pengaruh uang signifikan antar variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika nilai uji-t lebih kecil dari t-tabel dan jika probabilitas signifikansi $>0,05$, maka dpat di katakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Diketahui nilai t table pada taraf signifikansi 5 % (2-tailed) dengan Persamaan berikut:

$$\begin{aligned} T_{\text{tabel}} &= n - k: \alpha/2 \\ &= 99-2: 0,05/2 \\ &= 97 : 0,025 \\ &= 1,984 \end{aligned}$$

keterangan: n : jumlah
k : jumlah variabel bebas

1. Dengan demikian diketahui thitung (15,478) > t tabel (1,984) dan Sig.(0,000) < 0,05. Artinya variable citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien

IV. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada pasien RSIA Eria Bunda Pekanbaru yang di landasi dengan kajian teori dan perumusan masalah yang telah di bahas, selanjutnya dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian dilihat dari 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* kualitas pelayanan berada pada kategori baik. Dimana loyalitas pasien sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dimana semakin tinggi pelayanan yang di berikan oleh RSIA Eria Bunda Pekanbaru kepada pasien maka akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pasien juga.
2. Berdasarkan hasil penelitian citra merek berada pada kategori cukup baik dilihat dari 4 dimensi citra merek yaitu *:personality*, *reputation*, *value*, dan *corporate identy*. Dimana semakin tinggi citra merek RSIA Eria Bunda Pekanbaru maka akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pasien. Hali ini di karenakan citra merek yang positif mampu memberikan

persepsi yang baik kepada pasien, sehingga di pikiran pasien akan tertanam hal-hal yang baik mengenai RSIA Eria Bunda Pekanbaru. Dengan demikian akan timbulnya peningkatan rasa loyalitas pada diri pasien.

3. Analisis dengan SPSS didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh terhadap lioyalitas pasien RSIA Eria Bunda Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas mampu menumbuhkan rasa percaya dan kesetiaan pasien terhadap RSIA Eria Bunda Pekanbaru. Dengan semakin meningkatkan rasa percaya dan kesetiaan, maka akan berdampak pada perkembangan loyalitas pasien.
4. Dari perbandingan hasil penelitian terdahulu di temukan perbedaan variabel X mana yang paling mempengaruhi loyalitas pasien, dimana hasil perhitungan statistik oleh Eka Ruslia (2008) menunjukkan bahwasannya Citra merek merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pasien. Sedangkan dari hasil uji determinasi pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan adalah yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pasien.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas,

maka penulis mencoba memberikan saran yang mungkin dapat di gunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi persuahan di masa yang akan datang. Adapun saran dari penulis adalah sebagai berikut ini:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru sudah bagus. Sesuai dengan jawaban responden yang dominan memberikan respon cukup baik, walaupun masih ada yang menjawab tidak baik dan sangat tidak baik. Akan lebih baik apabila RSIA Eria Bunda Pekanbaru lebih memperhatikan kualitas pelayanannya seperti memberikan pelayanannya yang lebih baik lagi ketika menghadapi pasien yang datang agar persepsi dan harapan pasien akan pelayan dari RSIA Eria Bunda ssuai dengan pemikiran pasien.
2. Dari hasil Kusioner untuk citra merek hasil skor yang diperoleh cukup baik oleh karna itu RSIA Eria Bunda Pekanbaru di harapkan agar lebih meningkatkan citra merek dengan mempertahankan kebaikan dari produk jasa yang di tawarkan kepada konsumen, memberikan inovasi-inovasi baru sesuai dengan kebutuhan pasien agar semakin menarik dan meningkatkan loyalitas pasien.
3. Diharakan agar pihak RSIA Eria Bunda agar ada control dalam pelayanan yang di berikan kepada pasien, mengingat masih ada

responden yang menyatakan kurang baiknya pelayanan pada RSIA Eria Bunda Pekanbaru sehingga dapat menimbulkan kesan bahwa pelayanan yang di terima pasien tidak sesuai dengan harapan pasien.

4. RSIA Eria Bunda Pekanbaru harus memperhatikan permasalahan loyalitas pasien karena jumlah pasien yang tiap tahunnya menggunakan jasa RSIA Eria Bunda mengalami kenaikan dan penurunan. RSIA Eria Bunda agar berusaha untuk lebih mengetahui apa yang diinginkan oleh pasien. Bahkan pihak RSIA Eria Bunda Pekanbaru harus juga mampu menjaga hubungan baik dengan pasien agar pasien merasa lebih di perhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi VI*. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar, Azrul. 1996. *Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Griffin, jill. 2003. *Customer loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarat: Airlangga
- Hasan. 2008. *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Grafiti
- Kotler & keller. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta : Erlangga
- Kotler & Keller. 2006. *Marketing Management*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indeks Kelompok. Jakarta : Gramedia
- Meliana. 2015. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan di RSI Ibnu Sina cabang Bukit tinggi*
- Muninjaya, Gde AA. 2011. *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta : EGC
- Rambat, Lupiyoadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat
- Riduwan. 2004. *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta
- Rusilia, Eka. 2008. *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pelanggan Notebook Toshiba di Semarang*
- Santoso, Budi. 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Citra Rumah Sakit Terhadap Loyalitas Pasien Studi Kasus Pada Rumah Sakit di Bogor, Jawa Barat*
- Sinaga, Alfi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada KFC Metrocity Pekanbaru*
- Sugiono. 2004. *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung :Alfabeta
- Suningsih 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Studi Kasus Pada Rumah Sakit Umum Pusat*

Nasional Dr.
Cipta Mangunkusumo Jakarta
Suwandi. 2005. *Citra Merek*. Jakarta
: Salemba Empat
Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*.
Yogyakarta: Penerbit Andi
Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*.
Bandung: Bayu media
Publishing