**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN, HARGA,FASILITAS DAN KEPUASAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH SAKIT HERMINA GRAND WISATA DI BEKASI**

**(Studi Kasus Pada Warga Griya Setu Permai)**

***1st* Anggita Tanzania Putri, *2nd* Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta

Perumahan Griya Setu Permai Blok E3

No.03 Rt 012/010 Ds. Ciledug Kec. Setu, Kab. Bekasi, Jawa Barat

[anggitaputri527@gmail.com](mailto:anggitaputri527@gmail.com)

***Abstract -*** *This study aims to aims to determine the relationsip between Service Quality, Price and Facilities on Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variables Hermina Grand Wisata in Bekasi.*

*This research uses the method used in this research is survey research. The population in this study were all customers of t he Hermina Grand Wisata in Bekasi at Griya Setu Permai. The sample in this study was 97 respondents. This research sample uses Microsoft Office Excel software and Statistical Product and Service Solution (SPSS) 20. Analysis tools used are validity test, reliability test, partial and multiplecorrelation coefficient analysis.*

*The conclusion is that partially service quality, price, facilites, and satisfaction variable has a positive relation with consumer loyalty.. Simultaneously the service quality, price, facilities and satisfaction variables have a positive relation with customer loyalty.*

***Keywords: Service Quality, Price, Facilities, Satisfaction, Loyalty Customer***

***Abstrak*–** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Kepuasan dengan Loyalitas Pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata di Bekasi.

Penelitian ini menggunakan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Rumah Sakit Hermina Grand Wisata di Bekasi pada warga Griya Setu Permai . Sampel dalam penelitian ini adalah 97 responden. Sampel penelitian ini menggunakan *software Microsoft Office Excel* dan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) *20*. Alat Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis koefisien kolerasi parsial dan simultan.

Kesimpulannya adalah secara parsial variabel kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan memiliki hubungan yang positif dengan loyalitas pelanggan. Dan secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan memiliki hubungan yang positif dengan loyalitas pelanggan

***Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan***

1. **PENDAHULUAN**

Berkembangnya zaman membawa pengaruh yang sangat besar di dalam kehidupan dan status sosial. Dengan peningkatan pendapatan dan status sosial pada setiap orang pada saat ini, menyebabkan tuntutan dari masyarakat terhadap kualitas pelayanan juga ikut meningkat. Mendapatkan layanan jasa kesehatan yang layak merupakan suatu kebutuhan bagi semua orang. Setiap orang ingin di layani dan di hargai semua orang. Namun pada kenyataannya terdapat hal yang berbeda dalam upaya pelayanan kesehatan yang ada di Indonesia. Ada banyak kejadian yang menggambarkan betapa jeleknya citra pelayanan kesehatan di negara ini. Pemerintah terus mendukung pertumbuhan industri barang maupun jasa. Selain untuk kesejahteraan juga demi peningkatan perekonomian. Begitu pula dengan industri penyedia layanan kesehatan khususnya rumah sakit. Pelanggan atau pasien dalam proses transaksi jasa kesehatan dengan penyedia jasa mempunyai daya posisi tawar yang sangat tinggi.

RS Hermina Grand Wisata merpakan salah satu yang menawarkan jasa kesehatan yang berkualitas disertai dengan harga yang bersaing. Terletak di wilayah Grand Wisata, Bekasi, sejak 2009 RS Hermina Grand Wisata menambah dokter spesialisnya, termasuk spesialis paru, ahli penyakit dalam, dan ahli patologi anatomi. Rumah sakit ini menyediakan layanan pilihan, seperti Spirometri, sebuah fasilitas untuk mengukur fungsi paru-paru, khususnya volume dan/atau kecepatan aliran udara yang masuk dan keluar saat bernafas. Spirometri sangat membantu dalam melihat pola pernapasan untuk mengidentifikasi berbagai kondisi, seperti asma, fibrosis paru, fibrosis sistik, dll

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi” (Studi Kasus Pada Warga Griya Setu Permai).

## Perumusan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah pokok pada penelitian dan fakta-fakta yang sudah dilakukan pada penelitian ini, maka permasalahan pokok pada penelitian ini yang diungkapkan dalam bentuk pertanyaan, berikut ini:

1. Apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi?
2. Apakah ada hubungan harga dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi?
3. Apakah ada hubungan fasilitas dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi?
4. Apakah ada hubungan kepuasan dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi?
5. Apakah ada hubungan kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi?

## Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah pokok diatas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi.
2. Untuk mengetahui hubungan harga dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi.
3. Untuk mengetahui hubungan fasilitas dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi.
4. Untuk mengetahui hubungan kepuasan dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi.
5. Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan secara simultan dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi.
6. **KAJIAN LITERATUR**
   1. **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:180) kualitas pelayanan merupakan suatu patokan sebuah ukuran untuk mengetahui seberapa bagus tingkat layanan mampu sesuai dengan ekspetasi pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono (2014:268) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan yang berpusat pada upaya pemenuhan dalam kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk menyeimbangkan harapan pelanggan pada ketepatan suatu penyampaiannya

* 1. **Harga**

Menurut Swastha (2010:147) menyebutkan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Penetapan harga sangat berpengaruh untuk menetapkan posisi produk berdasarkan kualitasnya,selain itu tujuan lain dari penetapan harga inilah untuk mendapatkan sebuah keuntungan bagi penjual. Sedangkan menurut Fadil dan Utama (2015:139) berpendapat bahwa harga merupakan besaran yang dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual.

* 1. **Fasilitas**

Menurut Zakiah Daradjat (2012:230) mengemukakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memperlancar kinerja sebuah usaha dan mempermudah upaya untuk mencapai sebuah tujuan. Sedangkan menurut Sulistiyono dalam Yunus & Budianto (2014:6) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para konsumen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan yang pasien butuhkan dapat terpenuhi

* 1. **Kepuasan**

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:.35) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan merasakan sangat puas senang atau gembira

* 1. **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2012:207) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan produk pilihan atau jasa di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan konsumen beralih ke produk lain. Sedangkan menurut Griffin (2010:04) mengemukakan pendapat loyalitas pelanggan adalah sebuah konsumen dikaitkan setia atau loyal apabila menunjukan bahwa konsumen tersebut melakukan pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi.

### Hubungan Antara Variabel Penelitian

### Hubungan Kualitas Pelayanan d2e1ngan Loyalitas Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pasien dikarenakan pelanggan yang merasa terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood positif terhadap pelayanan yang memiliki loyalitas tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan. Penelitian yang dlakukan oleh Hygid Starini (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berhubungan positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### Hubungan Harga dengan Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan sangat penting untuk dikenali pemasar dalam rangka menentukan strategi yang diperlukan untuk meraih, memperluas dan mempertahankan pasar. Perusahaan harus memutuskan dimana memposisikan produknya terhadap produk saingannya dalam mutu dan harga Didukung oleh penelitian Lukman, Azis dan Maria (2014) menyatakan harga berpengaruhsignifikan terhadap loyalitas pelanggan dan di dukung oleh penelitian Ria Syaputri (2015) menyatakan bahwa harga berhubungan positif terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan.

### Hubungan Fasilitas dengan Loyalitas Pelanggan

Fasilitas adalah sebagai saran dan prasaranan yang tersedia dilingkungan maupun didalam kantor perusahaan untuk memberikan layanan secara maksimal kepada konsumen agar merasa puas dan nyaman. Jika konsumen mempunyai keinginan penuh untuk membeli produk atau layanan tertentu lagi, pada saat konsumen memenuhi kebutuhan produk dan jasa tersebut maka disitulah yang disebut loyalitas.

### Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas Pelanggan

Konsumen yang loyal belum tentu mereka puas, sebaliknya pelanggan yang puas enderung menjadi konsumen yang loyal. Penelitian Selvy Normasari (2013:3) keterikatan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan menyatakan

bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas dapat memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.

### Hubungan Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Kepuasan dengan Loyalitas Pelanggan

Kualitas pelayanan sangat mempengaruhi harga, fasilitas dan kepuasan. Karena semakin bagus kualitas suatu pelayanan, semakin loyalitas pelanggan menggunakan jasa rumah sakit dan baik untuk meningkatkan citra rumah sakit sehingga memotivasi pihak rumah sakit untuk memperbaiki mutu pelayanan.

### Hipotesis Penelitian

### Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini dapat dikemukakan hipotesis, yaitu:

1. Diduga ada hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi.
2. Diduga ada hubungan harga dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi.
3. Diduga ada hubungan fasilitas dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi.
4. Diduga ada hubungan kepuasan dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi.
5. Dan diduga ada hubungan kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Di Bekasi.

### Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang perumusan masalah diatas, maka penulis dalam penelitian ini dapat menggambarkan konsepsional. Setiap perusahaan apapun jenisnya memiliki tujuan pemasaran agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali.

Maka kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan

(X1), Harga (X2), Fasilitas (X3) dan Kepuasan (X4) sebagai variabel bebas sedangkan Loyalitas Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Berikut ini adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

### Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

Loyalitas Pelanggan (Y)

*Kualitas Pelayanan*

*(X1)*

H1

Harga (X2)

Fasilitas (X3)

Kepuasan (X4)

H4

H5

H3

H2

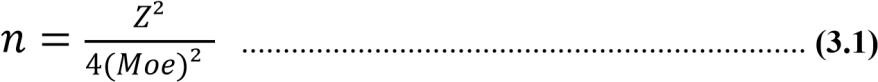
1. **METODA PENELITIAN**
   1. **Strategi Penelitian**

Dalam penelitian ini, strategi penelitian yang digunakan yaitu asosiatif. Asosiatif bertujuan untuk memberikan penjelasan pengaruh serta hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini ada 4 (empat) variabel independen yaitu kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan. Sedangkan variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan.

* 1. **Populasi dan Sampel Penelitian**

Jadi populasi bukan hanya orang, melainkan juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu sendiri. Populasi penelitian ini adalah masyarakat perumahan Griya Setu Permai yang menggunakan jasa kesehatan Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Bekasi dengan jumlah populasi yang masih belum diketahui.

Oleh karena populasi berukuran besar dan tidak diketahui, maka jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Moe sebagai berikut:



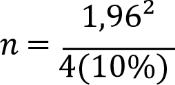
Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95% (maka z 1,96 dan α = 5%)

Moe = *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi dan ditetntukan 10%

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:



= 96,04 (dibulatkan 97)

Dari hasil perhitungan diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini dijadikan 97 responden. Karena jika jumlah populasi yang terwakili semakin banyak sehingga kekuatan statistik semakin baik.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yang merupakan metode penentuan sampel dengan pertimbangan (kriteria) tertentu. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah konsumen yang telah menggunakan jasa kesehatan di Rumah Sakit Grand Wisata Bekasi dengan minimal usia 17 tahun. Dengan usia yang sudah dewasa diharapkan responden dapat menilai secara obyektif mengenai pernyataan dalam kuesioner dengan variabel penelitian. Analisis statistik data dilakukan dengan tujuan untuk menghitung data yang telah diperoleh dalam penelitian ini yaitu dari hasil survei melalui kuesioner, yang akan dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, menstabulasi, menyiapkan data tiap variabel yang diteliti dan setelah itu melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode

* 1. **Alat Analisis data**

Analisis statistik data dilakukan dengan tujuan untuk menghitung data yang telah diperoleh dalam penelitian ini yaitu dari hasil survei melalui kuesioner, yang akan dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, menstabulasi, menyiapkan data tiap variabel yang diteliti dan setelah itu melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis koefisien korelasi dan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

**3.5.1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketepatan pengukuran dapat diandalkan, dan digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan.

Menurut Sugiyono (2016:117) uji validitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, serta mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Sebaiknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah Product Moment dari Karl Person, sebagai berikut:

..................................**(3.2)**

Keterangan:

rxy = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Banyaknya responden yang dicari (sampel)

X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Kemudian hasil dari rxy dibandingkan dengan harga kritis *product moment* (rtabel), apabila hasil yang diperoleh rxy > rtabel, maka instrumen tersebut valid. Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan bantuan *software Microsoft Office Excel* dan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

**3.5.2. Uji reliabilitas**

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat kehandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Menurut Sugiyono (2012:117) uji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini yang gunanya untuk menyatakan bahwa instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,6 atau lebih. Dalam penelitian ini memilih 0,6 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas > 0,6 maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas < 0,6 maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel.

**Tabel 3.7. Tabel Koefisien Korelasi Spearman**

|  |  |
| --- | --- |
| **Kriteria** | **Koefisien Korelasi** |
| Sangat Reliabel | > 0.8 |
| Reliabel | 0.6 - 0.8 |
| Cukup Reliabel | 0.4 - 0.6 |
| Kurang Reliabel | 0.2 - 0.4 |
| Tidak Reliabel | < 0.2 |

*Sumber : Sugiyono (2012:255)*

**3.5.3. Analisis Koefisien Korelasi Parsial**

Menurut Sugiyono (2014:248) Analisis ini untuk mengetahui kekuatan hubungan secara parsial antara korelasi variabel bebas dan terikat dengan asumsi lainnya konstan kedua variabel dimana variabel lainnya dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel kontrol):

1. Jika r mendekati 1, maka hubungan antara variable X dan Y semakin kuat dan positif.
2. Jika r mendekati -1, maka hubungan antara variable X dan Y semakin kuat dan negatif.
3. Jika r mendekati 0, maka hubungan antara variable X dan Y tidak terdapat pengaruh atau sangat lemah.

Oleh karena itu, jika nilai r mendekati -1 atau 1, maka hubungan antara variable semakin kuat. Sebaliknya, jika nilai r semakin jauh dari -1 atau 1 berarti hubungan antar variable akan semakin lemah.

**3.5.4. Analisis Koefisien Korelasi Berganda**

Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan dengan loyalitas pelanggan secara simultan. Analisis korelasi simultan digunakan untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara seluruh variabel independen dengan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1, interprestasi baginilai koefisien (r) tertentu adalah:

1. Jika r mendekati 1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y bersifat positif dan searah.
2. Jika r mendekati -1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y bersifat negatif dan tidak searah.
3. Jika r mendekati 0, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y tidak terdapat hubungan atau sangat lemah.

Sehingga, jika nilai r mendekati -1 atau 1, maka hubungan antara dua variabel semakin kuat. Sebaliknya jika nilai r semakin jauh dari -1 atau 1 artinya hubungan antara dua variabel semakin lemah.

**Tabel 3.8. Pedoman Interprestasi Koefisien Kolerasi**

|  |  |
| --- | --- |
| **Interval Korelasi** | **Tingkat Hubungan** |
| 0,00–0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20–0,399 | Rendah |
| 0,40–0,599 | Sedang |
| 0,60–0,799 | Kuat |
| 0,80–1,000 | Sangat Kuat |

*Sumber : Sugiyono (2012:250)*

**3.5.5. Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis terhadap digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial maupun simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengujian hipotesis sacara parsial
2. Hubungan antara X₁ dengan Y

Ho : ρ1 > 0 (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan).

Ha : ρ1 < 0 (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan).

1. Hubungan antara X₂ dengan Y

Ho : ρ2 > 0 (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan loyalitas pelanggan).

Ha : ρ2 < 0 (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan loyalitas pelanggan).

1. Hubungan antara X3 dengan Y

Ho : ρ3 > 0 (Secara parsial tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara fasilitas dengan loyalitas pelanggan).

Ha : ρ3 < 0 (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara fasilitas dengan loyalitas pelanggan).

1. Hubungan antara X4 dengan Y

Ho : ρ4 > 0 (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan).

Ha : ρ4 < 0 (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas pada variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *Significance* dibandingkan dengan α (5% = 0,05).

Ho ditolak, jika *Significance* *t* < 0,05.

Ha diterima, jika *Significance t* > 0,05.

1. Pengujian hipotesis secara simultan

Ho : ρ1.ρ2.ρ3.ρ4 > 0 (Secara serentak simultan tidak terdapat hubungan antara positif yang signifikan kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan dengan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa kesehatan Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Bekasi).

Ha : ρ1.ρ2.ρ3.ρ4 < 0 (Secara serentak simultan terdapat hubungan antara positif yang signifikan kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan dengan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa kesehatan Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Bekasi).

Adapun untuk menguji hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama), digunakan nilai *Significance F* dibandingkan dengan α (5% = 0,05).

1. Ho ditolak, jika *Significance F* < 0,05.

Ha diterima, jika *Significance F* > 0,05.

1. **HASIL DAN PEMBAHASAN**
   1. **Deskripsi Objek Penelitian**

Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Bekasi adalah salah satu perusahaan yang menawarkan jasa kesehatan yang berkualitas disertai dengan harga yang bersaing. Terletak di wilayah Grand Wisata, Bekasi, sejak 2009 RS Hermina Grand Wisata Bekasi terus menambah dokter spesialisnya, termasuk spesialis paru, ahli penyakit dalam, dan ahli patologi anatomi. Rumah sakit ini menyediakan layanan pilihan, seperti Spirometri, sebuah fasilitas untuk mengukur fungsi paru-paru, khususnya volume dan/atau kecepatan aliran udara yang masuk dan keluar saat bernafas. Spirometri sangat membantu dalam melihat pola pernapasan untuk mengidentifikasi berbagai kondisi, seperti asma, fibrosis paru, fibrosis sistik, dll. RS Hermina Grand Wisata juga membuka pusat rehabilitasi medik dan unit perawatan khusus untuk berbagai jenis luka bakar, didukung dengan fasilitas Hemodialisis, Thalassemia dan Bobath. Jenis layanan RS Hermina ada beberapa macam selain pelayanan 24 jam yang mencakup IGD (Instalasi Gawat Darurat), bidan jaga, dan helpline service. Pelayanan tindakan medis meliputi penyediaan kamar operasi, kamar tindakan, dan kamar bersalin, pelayanan 24 jam, UGD (Unit Gawat Darurat), bidan jaga, helpline service, pelayanan ambulance, home visite. Pelayanan alur rawat jalan dan rawat inap. Rawat jalan terdiri dari pelayanan konsultasi dokter spesialis, sub spesialis kandungan dan penyakit kandungan, kesehatan anak, penyakit dalam, bedah, dll. Fasilitas penunjang medis yaitu laboratorium.

* 1. **Deskripsi Responden**

Berikut ini adalah data responden dalam penelitian yang sudah dilakukan dan di dapat melalui kuesioner yang disebarkan kepada 97 responden. Kuesioner diberikan kepada responden yang menggunakan atau pelanggan Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Bekasi . Data yang berhasil dihimpun disajikan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.1. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Usia** | **Jumlah** | **Presentase** |
| 18-24tahun | 12 | 12,4% |
| 25-35 tahun | 7 | 7,2% |
| 36-45 tahun | 46 | 47,4% |
| ≥ 46 tahun | 32 | 33% |
| **Total** | 97 | 100% |

*Sumber : Data diolah (2020)*

Dalam penelitian ini, jumlah responden tertinggi berdasarkan usia yaitu 3645 tahun sebanyak 46 orang atau 47,4%, karena berdasarkan kuesioner yang disebar dari konsumen Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Bekasi rata-rata usia 36-45 tahun.

**Tabel 4.2. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Jenis Kelamin** | **Jumlah** | **Presentas** |
| Laki-laki | 58 | 59,8% |
| Perempuan | 39 | 40,2% |
| **Total** | 97 | 100% |

*Sumber : Data diolah (2020)*

Dalam penelitian ini, jumlah responden tertinggi berdasarkan jenis kelamin yaitu Laki-laki sebanyak 58 orang atau 59,8%, Karena berdasarkan kuesioner yang disebar dari konsumen Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Bekasi ratarata berkelamin laki=laki.

**Tabel 4.3. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pekerjaan** | **Jumlah** | **Presentase** |
| Pelajar/Mahasiswa | 10 | 10,3% |
| Pegawai | 35 | 36,1% |
| Wiraswasta | 24 | 24,7% |
| Profesi lainnya | 28 | 28,9% |
| **Total** | 97 | 100% |

*Sumber : Data diolah (2020)*

Dalam hasil kuesioner kepada konsumen yang menggunakan jasa Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Bekasi tertinggi berdasarkan jenis pekerjaan yaitu pegawai sebanyak 35 orang atau 36,1%, karena berdasarkan kuesioner yang disebar dari pelanggan Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Bekasi rata-rata berstatus pegawai.

Dari deskripsi responden diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen yang menggunakan layanan jasa Rumah Sakit Hermina Grand Wisata Bekasi yaitu laki-laki usia 36-45 tahun dengan pekerjaan sebagai pegawai dan perempuan usia 36-45 tahun dengan pekerjaan sebagai profesi lainnya.

**4.4. Metoda Analisis Data**

**4.4.1. Uji Validitas**

Uji validitas pada penelitian ini diolah menggunakan komputer dengan program SPSS versi 20. Dimana, instrumen penelitian ini dikatakan valid (akurat) apabila hasil dari penelitian memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel pada taraf signifikan (α=0,05) atau 5%. Berikut ini, hasil data per butir variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel Kualitas Pelayanan terdapat 5 pernyataan yang diberikan kepada 97 responden. Berdasarkan pengelolaan data terdapat pada (lampiran 14) diperoleh hasil perhitungan uji validitas variabel kualitas pelayanan. Berikut ini, hasil data perhitungan uji validitas kualitas pelayanan:

**Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. Pernyataan | r hitung | r tabel (α=5%) | Keputusan |
| 1 | 0.762 | 0.202 | Valid |
| 2 | 0.795 | 0.202 | Valid |
| 3 | 0.830 | 0.202 | Valid |
| 4 | 0.805 | 0.202 | Valid |
| 5 | 0.789 | 0.202 | Valid |

*Sumber : Data diolah (2020)*

Oleh sebab itu, seperti yang terlihat pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan kualitas pelayanan adalah valid.

1. Harga (X2)

Variabel Harga terdapat 5 pernyataan yang diberikan kepada 97 responden. Berdasarkan pengelolaan data terdapat pada (lampiran 15) diperoleh hasil perhitungan uji validitas variabel harga. Berikut ini, hasil data perhitungan uji validitas harga:

**Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. Pernyataan | r hitung | r tabel (α=5%) | Keputusan |
| 1 | 0.801 | 0.202 | Valid |
| 2 | 0.863 | 0.202 | Valid |
| 3 | 0.759 | 0.202 | Valid |
| 4 | 0.706 | 0.202 | Valid |
| 5 | 0.809 | 0.202 | Valid |

*Sumber : Data diolah (2020)*

Oleh sebab itu, seperti yang terlihat pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan harga adalah valid.

1. Fasilitas (X3)

Variabel Fasilitas terdapat 4 pernyataan yang diberikan kepada 97 responden. Berdasarkan pengelolaan data terdapat pada (lampiran 16) diperoleh hasil perhitungan uji validitas variabel fasilitas Berikut ini, hasil data perhitungan uji validitas fasilitas:

**Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. Pernyataan | r hitung | r tabel (α=5%) | Keputusan |
| 1 | 0.804 | 0.202 | Valid |
| 2 | 0.862 | 0.202 | Valid |
| 3 | 0.820 | 0.202 | Valid |
| 4 | 0.867 | 0.202 | Valid |

*Sumber : Data diolah (2020)*

Oleh sebab itu, seperti yang terlihat pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan fasilitas adalah valid.

1. Kepuasan (X4)

Variabel Kepuasan terdapat 3 pernyataan yang diberikan kepada 97 responden. Berdasarkan pengelolaan data terdapat pada (lampiran 17) diperoleh hasil perhitungan uji validitas variabel kepuasan. Berikut ini, hasil data perhitungan uji validitas kepuasan:

**Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. Pernyataan | r hitung | r tabel (α=5%) | Keputusan |
| 1 | 0.923 | 0.202 | Valid |
| 2 | 0.913 | 0.202 | Valid |
| 3 | 0.883 | 0.202 | Valid |

*Sumber : Data diolah (2020)*

1. Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel Loyalitas Pelanggan terdapat 5 pernyataan yang diberikan kepada 97 responden. Berdasarkan pengelolaan data terdapat pada (lampiran 18) diperoleh hasil perhitungan uji validitas variabel loyalitas pelanggan. Berikut ini, hasil data perhitungan uji validitas loyalitas pelanggan:

**Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. Pernyataan | r hitung | r tabel (α=5%) | Keputusan |
| 1 | 0.724 | 0.202 | Valid |
| 2 | 0.761 | 0.202 | Valid |
| 3 | 0.797 | 0.202 | Valid |
| 4 | 0.530 | 0.202 | Valid |
| 5 | 0.741 | 0.202 | Valid |

*Sumber : Data diolah (2020)*

Oleh sebab itu, seperti yang terlihat pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan loyalitas adalah valid.

**4.4.2. Uji Reliabilitas**

Sesudah melakukan uji validitas, maka untuk pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode *split half* atau *cronbach alpha* > 0,60. Menurut Suharsimi Arikunto (2010-239), Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 atau 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian. Berdasarkan pengolah data mengenai *reliability statistics* dapat dilihat bahwa nilai *cronbach’s alpha* sama dengan atau lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan bahwa untuk keseluruhan pernyataan variabel adalah *reliable* (dapat diandalkan). Berikut ini, hasil data uji reliabilitas per butir variabel dalam penelitian ini:

**Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Variabel | Item | Cronbach’s Alpha | Keputusan |
| 1 | Kualitas Pelayanan | 5 | 0.854 | *Reliable* |
| 2 | Harga | 5 | 0.837 | *Reliable* |
| 3 | Fasilitas | 4 | 0.858 | *Reliable* |
| 4 | Kepuasam | 3 | 0.891 | *Reliable* |
| 5 | Loyalitas Pelanggan | 5 | 0.754 | *Reliable* |

*Sumber : Data diolah (2020)*

Berdasarkan data diatas, menggambarkan bahwa pengelolaan data tersebut diperoleh dengan model *cronbach’s alpha* untuk variabel kualitas pelayanansebesar 0.854 yang terdapat pada (lampiran 19), variabel harga sebesar 0.837 yang terdapat pada (lampiran 20), variabel fasilitas sebesar 0.858 yang terdapat pada (lampiran 21), variabel kepuasan sebesar 0.891 yang terdapat pada (lampiran 22) dan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0.754 yang terdapat pada (lampiran 23). Artinya seluruh pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, harga, fasilitas, kepuasan dan loyalitas pelanggan sangat *reliable.*

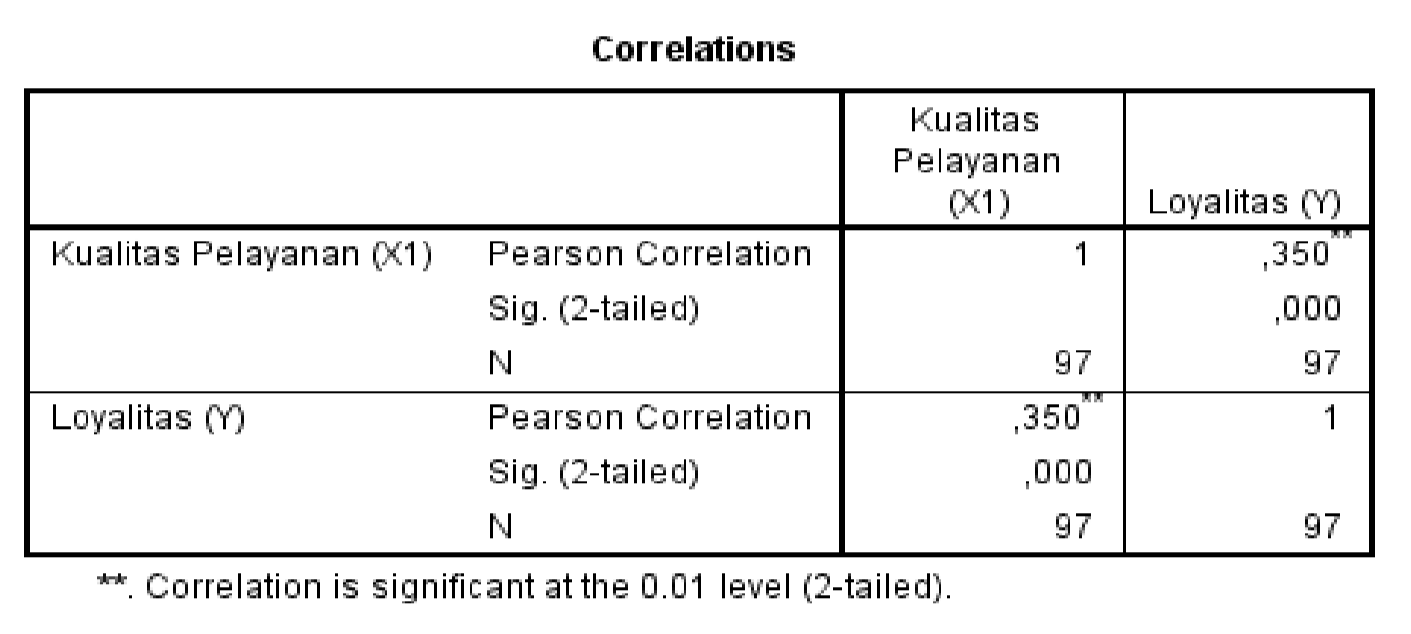
**4.5. Analisis Statistik Data**

**4.5.1. Analisis Koefisien Korelasi Parsial**

Analisis korelasi parsial yaitu untuk mengetahui derajat hubungan linier antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) dengan variabel intervening (campuran) yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Fasilitas (X3) dan Kepuasan (X4) dengan Loyalitas (Y). Berikut ini, hasil pengujian korelasi parsial antara variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Korelasi Parsial Kualitas Pelayanan (X1) dengan Loyalitas (Y)

**Tabel 4.10. Analisis Koefisien Korelasi Parsial Kualitas Pelayanan (X1) dengan Loyalitas (Y)**

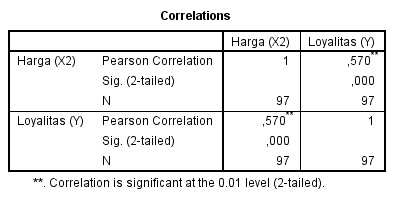


*Sumber : Data diolah (2020)*

Dari hasil pengujian menggunakan software SPSS versi 20 diperoleh nilai koefisien korelasi parsial kualitas pelayanan (X1) dengan loyalitas (Y) sebesar 0,350 (lampiran 24) dengan nilai *significance* tailed 0,000 < 0,05. Maka disimpulkan bahwa ada hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas bersifat positif atau searah. Sementara nilai Correlations masuk dalam kategori hubungan rendah.

1. Korelasi Parsial Harga (X2) dengan Loyalitas (Y)

**Tabel 4.11. Analisis Koefisien Korelasi Parsial Harga (X2) dengan Loyalitas (Y)**

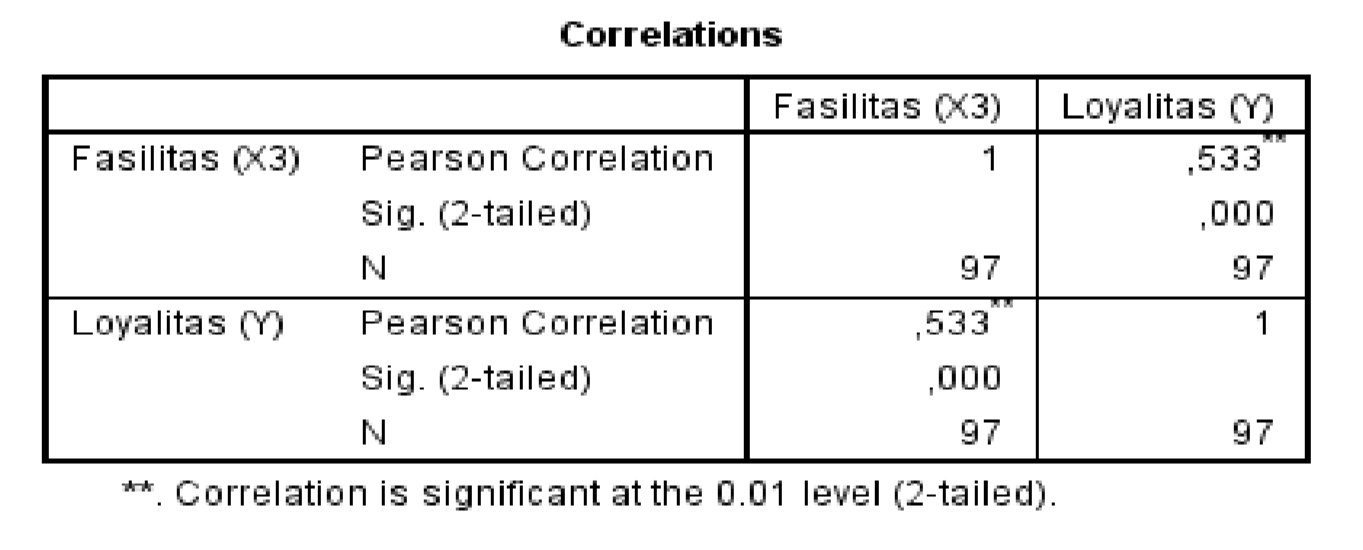


*Sumber : Data diolah (2020)*

Dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien korelasi parsial harga (X2) dengan loyalitas (Y) sebesar 0,570 (lampiran 25) dengan nilai *significance* tailed 0,000 < 0,05. Maka disimpulkan bahwa hubungan harga dengan loyalitas bersifat positif atau searah. Sementara nilai Correlations masuk dalam kategori hubungan sedang.

1. Korelasi Parsial Fasilitas (X3) dengan Loyalitas (Y)

**Tabel 4.12. Analisis Koefisien Korelasi Parsial Fasilitas (X3) dengan Loyalitas (Y)**

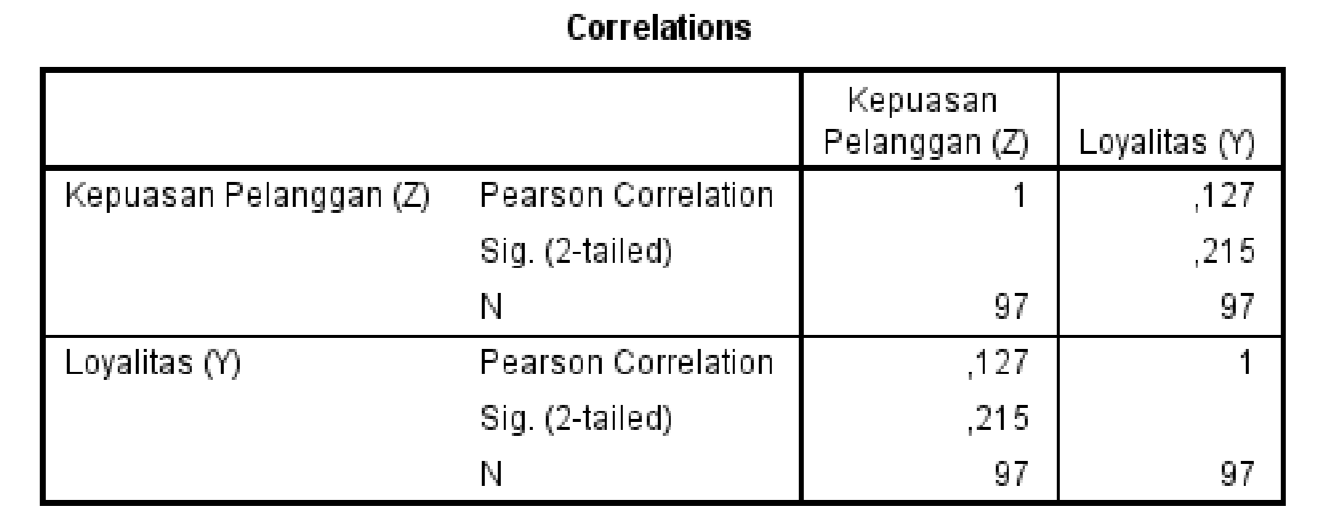


*Sumber : Data diolah (2020)*

Dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien korelasi parsial fasilitas (X3) dengan loyalitas (Y) sebesar 0,533 (lampiran 26) dengan nilai *significance* tailed 0,000 < 0,05. Maka disimpulkan bahwa hubungan fasilitas dengan loyalitas bersifat positif atau searah. Sementara nilai Correlations masuk dalam kategori hubungan sedang.

1. Korelasi Parsial Kepuasan (X4) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)

**Tabel 4.13. Analisis Koefisien Korelasi Parsial Kepuasan (X4) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)**

 *Sumber : Data diolah (2020)*

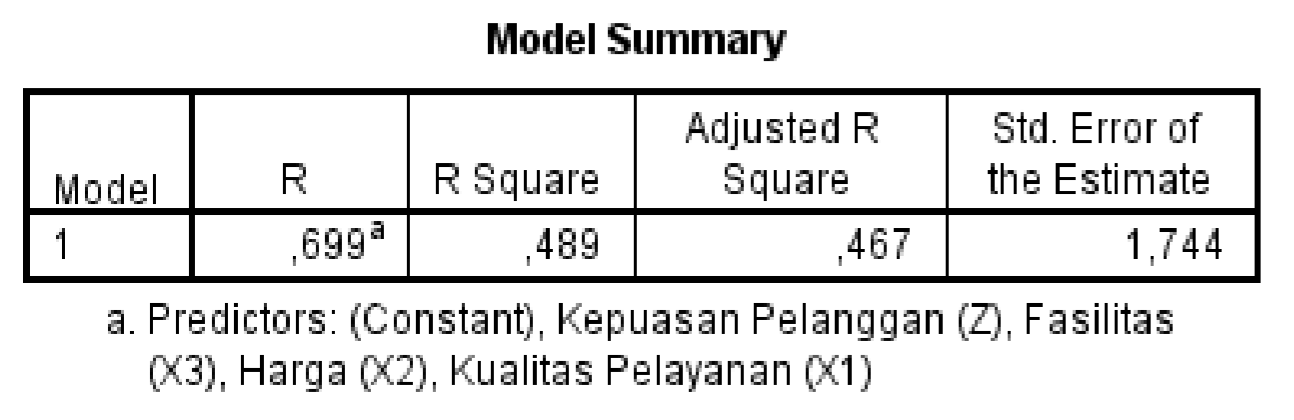
52

Dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien korelasi parsial kepuasan (X4) dengan loyalitas (Y) sebesar 0,533 (lampiran 27) dengan nilai *significance* tailed 0,000 < 0,05. Maka disimpulkan bahwa hubungan fasilitas dengan loyalitas bersifat positif atau searah. Sementara nilai Correlations masuk dalam kategori hubungan sedang.

* + 1. **Analisis Koefisien Kolerasi Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat), yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Fasilitas (X3) dan Kepuasan (X4) dengan Loyalitas Pelanggan (Y). Berikut ini, hasil pengujian korelasi berganda:

**Tabel 4.14. Analisis Koefisien Korelasi Berganda**



*Sumber : Data diolah (2020)*

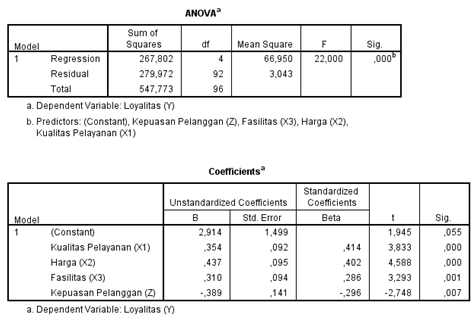
Hasil pengujian data dengan menggunakan program SPSS versi 20 diperoleh nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,699 (lampiran 28). yang berarti bahwa hubungan antara kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan dengan loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Hermina Grand Wisata di Bekasi yaitu ada hubungan yang kuat dan signifikan. Apabila kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan mempengaruhi loyalitas maka akan mengalami peningkatan dan begitu juga sebaliknya. Jika kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan tidak loyalitas maka loyalitas akan menurun.

**4.5.3. Pengujian Hipotesis**

53

Dalam langkah pengujian hipotesis untuk mengetahui signifikansi hubungan variabel (bebas) dengan variabel (terikat) secara parsial maupun simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 4.15. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial**



1. Pengujian hipotesis secara parsial:

1. Hubungan Kualitas Pelayanan (X1) dengan Loyalitas (Y).

Ho: ρ1 ≤ 0 = (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan loyalitas).

Ha: ρ1 > 0 = (Secara parsial terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan loyalitas).

Berdasarkan **Tabel.4.15** diatas hasil pengujian data dengan menggunakan program SPSS versi 20, variabel kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,354, artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1%, maka akan terjadi peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 35,4% dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan. Kesimpulan Ho ditolak atau Ha diterima karena *significance* lebih kecil dari taraf signifikan (α=5%) yaitu 0,000 < 0,05 dan t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 3,833 > 1,985. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial kualitas pelayanan memliki hubungan dengan loyalitas pelanggan RS Hermina Grand Wisata di Bekasi.

1. Hubungan Harga (X2) dengan Loyalitas (Y).

Ho: ρ2 ≤ 0 = (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang kuat antara harga dengan loyalitas).

Ha: ρ2 > 0 = (Secara parsial terdapat hubungan yang kuat antara antara harga dengan loyalitas).

Berdasarkan **Tabel.4.15** diatas hasil pengujian data dengan menggunakan program SPSS versi 20, variabel harga memiliki koefisien regresi sebesar 0,437, artinya setiap kenaikan harga sebesar 1%, maka akan terjadi peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 43,7% dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan. Kesimpulan Ho ditolak atau Ha diterima karena *significance* lebih kecil dari taraf signifikan (α=5%) yaitu 0,000 < 0,05 dan t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 4,588 > 1,985. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan loyalitas.

1. Hubungan Fasilitas (X3) dengan Loyalitas (Y).

Ho: ρ3 ≤ 0 = (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang kuat antara fasilitas dengan loyalitas).

Ha: ρ3 > 0 = (Secara parsial terdapat hubungan yang kuat antara fasilitas dengan loyalitas).

Berdasarkan **Tabel.4.15** diatas hasil pengujian data dengan menggunakan program SPSS versi 20, variabel fasilitas memiliki koefisien regresi sebesar 0,310, artinya setiap kenaikan fasilitas sebesar 1%, maka akan terjadi peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 31,0% dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.Kesimpulan Ho ditolak atau Ha diterima karena *significance* lebih kecil dari taraf signifikan (α=5%) yaitu 0,001 < 0,05 dan t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 3,293 > 1,985. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan fasilitas dengan loyalitas.

1. Hubungan Kepuasan (X4) dengan Loyalitas Pelanngan (Y)

Ho: ρ4 ≤ 0 = (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang kuat antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan).

Ha: ρ4 > 0 = (Secara parsial terdapat hubungan yang kuat antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan).

Berdasarkan **Tabel 4.15** diatas hasil pengujian data dengan menggunakan program SPSS versi 20, variabel kepuasan memiliki koefisien regresi sebesar -0,389, artinya setiap penurunan fasilitas sebesar -1%, maka akan terjadi penurunan loyalitas pelanggan sebesar -38,9% dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.. Kesimpulan Ho ditolak atau Ha diterima karena *significance* lebih kecil dari taraf signifikan (α=5%) yaitu 0,007 < 0,05 dan t hitung lebih besar dari t tabel yaitu -2,748 > 1,985. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial terdapat hubungan yang negatif dan signifikan kepuasan dengan loyalitas pelanggan.

55

1. Pengujian hipotesis secara simultan:

Ho: ρ1ρ2ρ3ρ4 ≤ 0 = (Secara simultan tidak terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan dengan loyalitas pelanggan).

Ha: ρ1ρ2ρ3ρ4 > 0 = (Secara simultan terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan dengan loyalitas pelanggan).

**Tabel 4.19. Hasil Penguji Hipotesis Secara Simultan**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | F |  |  | *Sig* | | Kesimpulan |
| Fhitung | Ftabel | Hasil |  | α = 5% |
| X1, X2,  X3, X4 dengan Y | 22 | > 2,76 | 0,000 |  | < 0,05 | Ho ditolak Ha diterima, terdapat hubungan yang kuat dan signifikan |

Berdasarkan hasil pengujian data menggunakan program SPSS versi 20 diperoleh *significance* variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), fasilitas (X3) dan kepuasan (X4) dengan loyalitas (Y) sebesar 0,000 (lampiran 28). Kesimpulan Ho ditolak atau Ha diterima karena *significance* lebih kecil dari taraf signifikan (α=5%) yaitu 0,000 < 0,05 dan F hitung lebih besar dari F tabel yaitu 22,000 > 2,76. Hal ini membuktikan bahwa secara simultan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan dengan loyalitas pelanggan.

**4.6. Interprestasi Hasil Penelitian**

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan variabel independent meliputi kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan serta variabel dependent yaitu loyalitas pelanggan dengan menggunakan bantuan *software Microsoft Office Excel* dan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 20. Pembahasan mengenai hasil penelitian terhadap masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

56

**4.6.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Pada Loyalitas Pelanggan RS Hermina Grand**

Hasil pengujian hipotesis secara pasial dengan menggunakan program SPSS versi 20 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang diperolah memiliki thitung lebih besar dari ttabel yaitu 3,833 > 1,985 dan Ho ditolak atau Ha diterima karena *significance* lebih kecil dari taraf signifikan (α=5%) yaitu 0,000 < 0,05.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan Salah satu hal penting yang perlu diperlukan oleh pelanggan dalam menggunakan salah satu jasa pelayanan kesehatan yang diberikan kepada pelanggan adalah kualitasnya. Kualitas dikatakan penting karena yang dimanfaatkan dalam suatu jasa dari kebanyakan adalah fungsi pelayanannya.

Hasil peneilitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Adityawarman Adil, Muhammad Syamsun dan Mukhamad Najib (2016) yang menyatakan kualitas pelaynan berhubungan dengan loyalitas pelanggan, yang artinya bahwa pelanggan menggunakan jasa kesehatan dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit. Namun hasil Winarni (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berhubungan dengan loyalitas pelanggan.

**4.6.2. Hubungan Harga Pada Loyalitas Pelanggan RS Hermina Grand Wisata**

Hasil pengujian hipotesis Hasil pengujian hipotesis secara pasial dengan menggunakan program SPSS versi 20 menunjukkan bahwa harga behubungan dengan loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang diperoleh thitung lebih besar dari ttabel yaitu 4,588 > 1,985 dan Ho ditolak atau Ha diterima karena *significance* lebih kecil dari taraf signifikan (α=5%) yaitu 0,000 < 0,05.

57

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berhubungan dengan loyalitas.Harga merupakan aspek penting, namun yang terpenting adalah kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan pasien. Meskipun demikian elemen ini mempengaruhi pasien dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga perawatan maka pasien mempunyai harapan yang lebih besar. Jasa harus dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen karena yang ditawarkan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikkan apapun. Kegiatan jasa tidaklah terlepas dari produsen dan konsumen itu sendiri, jasa yang diberikan oleh produsen kepada konsumen bermanfaat apabila jasa yang diberikan dapat sampai kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Adityawarman Adil, Muhammad Syamsun dan Mukhamad Najib (2016) yang menyatakan harga berhubungan dengan loyalitas pelanggan, yang artinya bahwa harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan dan harga yang terjangkau. Karena elemen ini mempengaruhi pasien dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga perawatan maka pasien mempunyai harapan yang lebih besar.

**4.6.3. Hubungan Fasilitas Pada Loyalitas Pelanggan RS Hermina Grand Wisata**

Hasil pengujian hipotesis secara pasial dengan menggunakan program SPSS versi 20 menunjukkan bahwa fasilitas berhubungan dengan loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil thitung lebih besar dari ttabel yaitu 3,293 > 1,985 dan Ho ditolak atau Ha diterima karena *significance* lebih kecil dari taraf signifikan (α=5%) yaitu 0,001 < 0,05.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa fasilitas berhubungan dengan loyalitas pelanggan. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya adalah fasilitas. Fasilitas yang memadai mendorong minat pelanggan untuk menggunakan jasa tersebut. Bagi pasien, alat-alat medis yang lengkap, serta setiap ruangan bersih dan nyaman. Semakin fasilitas yang diberikan pihak rumah sakit lengkap dan memadai, semakin banyak konsumen yang akan mempertimbangkan tingkat kepuasan dan loyalitas terhadap rumah sakit.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Angga Adi Saputra (2018) yang menunjukan bahwa fasilitas berhubungan dengan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penyedia layanan harus melakukan langkah-langkah kuat untuk memastikan bahwa rumah sakit harus dilengkapi dengan fisik modern fasilitas karena berpengaruh bagi pasien yang sedang menggunakan jasa kesehatan.

**4.6.4. Hubungan Kepuasan Pada Loyalitas Pelanggan RS Hermina Grand Wisata**

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan SPSS versi 20menunukan bahwa kupuasan berhubungan dengan loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil Ho ditolak atau Ha diterima karena *significance* lebih kecil dari taraf signifikan (α=5%) yaitu 0,007 < 0,05 dan thitung lebih besar dari ttabel yaitu -2,748 > 1,985.

Hasil penelitian ini menyatakan pelanggan yang merasa puas terhadap kualitas yang diberikan oleh layanan jasa kesehatan, begitupun harga yang terjangkau dan fasilitas yang memadai untuk pasien dapat memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Yanus Sumitro dan Wahjono (2018) yang menunjukan bahwa kepuasan berhubngan dengan loyalitas pelanggan. Namun hasil Winarni (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berhubungan dengan loyalitas pelanggan.

1. **SIMPULAN DAN SARAN**
   1. **Simpulan**

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diperoleh simpulan, yaitu:

1. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dari RS Hermina Grand Wisata memiliki hubungan yang positif untuk membangun loyalitas pada pelanggan.Pelayanan RS Hermian Grand Wisata memiliki kualitas yang baik dibandingkan dengan pelayanan rumah sakit lainnya.
2. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga dari RS Hermina Grand Wisata memiliki hubungan yang positif untuk membangun loyalitas pada pelanggan. Harga yang terjangkau ketika menggunakan layanan RS Hermina Grand Wisata ketika menggunakan jasa kesehatan ini.
3. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dari RS Hermina Grand Wisata memiliki hubungan yang kuat untuk membangun loyalitas pada pelanggan. Karena tidak semua pelayanan jasa kesehatan dapat memberikan fasilitas yang memadai seperti alat medis yang lengkap, ruangan yang memadai,dan lain sebagainya. Sehingga hal tersebut membuat konsumen merasa puas dengan fasilitas yang diberikan oleh pihak rumah sakit.
4. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kepuasan dari RS Hermina Grand Wisata memiliki hubungan yang positif untuk membangun loyalitas pada pelanggan RS Hermina Grand Wisata sebagai kontrolnya. Karena kepuasan berpengaruh penting dalam membangun rasa loyal.

**5.2. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas,maka saran yang dapat diajukan untuk rumah sakit yang berkaitan dengan penelitian sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan

Pada kuesioner variabel kualitas pelayanan yaitu mengenai pernyataan “Pelayanan RS Hermina Grand Wisata cukup baik”, beberapa responden memberikan tanggan tidak setuju. Peneliti menyarankan agar pihak rumah sakit meningkatkan kualitas pelayanan. Agar pelanggan merasa puas terhadap kualitas yang diberikan.

1. Harga

Pada kuesioner variabel harga yaitu mengenai pernyataan “Harga dengan kualitas pelayanan RS. Hermina Grand Wisata Bekasi sesuai dengan yang ditawarkan”, beberapa responden memberikan tanggapan tidak setuju. Peneliti menyarankan agar pihak rumah sakit memberikan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang telah diberikan kepada pelanggan. Agar pelanggan tidak merasa menjadi beban ketika membutuhkan jasa layanan kesehatan pada rumah sakit.

1. Fasilitas

Pada kuesioner variabel fasilitas mengenai pernyataan “Perlengkapan penunjang medis memadai”, beberapa responden memberikan tanggaan tidak setuju. Peneliti menyarankan agar pihak rumah sakit melengkapi alat penunjang medis, agar pasien yang menggunakan jasa layanan kesehatan tidak merasa khawatir ketika dokter memeriksa pasien dengan alat medis yang diperlukan.

1. Kepuasan

Pada kuesioner variabel kepuasan mengenai pernyata “Pelayanan RS. Hermina Grand Wisata Bekasi cukup baik”, beberapa responden memberikan tanggapan tidak setuju. Peneliti menyarankan agar pihak rumah sakit meningkatkan pelayanan untuk pasien, agar pasien merasakan kepuasan sudah menggunakan jasa kesehatan.

1. Loyalitas Pelanggan

Pada kuesioner variabel loyalitas pelanggan mengenai pernyataan “Saya merasa puas dengan layanan RS. Hermina Grand Wisata Bekasi”, beberapa responden memberikan tanggapan tidak setuju. Peneliti menyarankan agar pihak rumah sakit meningkat pelayanan sehingga pasien merasa puas yang atas layanan jasa kesehatan.

* 1. **Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti selanjutnya diharapkan mampu memberikan hasil penelitian yang lebih berkualias karena penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan diantaranya sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini responden yang diambil hanya dalam skala kecil yaitu 97 responden yang sudah menggunakan jasa rumah sakit untuk peneliti selanjutnya bisa mengambil jumlah responden yang lebih banyak.
2. Peneliti ini hanya berfokus pada warga Griya Setu Permai saja, untuk selanjutnya peneliti dapat memperluas lokasi sebagai objek penelitian, dikarenakan hasil penelitian yang sama belum tentu didapatkan.

**DAFTAR REFERENSI**

Bagus Tuhu Hidayat dan Rois Arifin. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap RSUD Kanjuruhan Kepanjen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma.

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.

Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa.* Jakarta. Gramedia Cawang. Ghozali, Imam, 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analysis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang : UNDIP.

Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Handayani, SB dan Ida Martini. 2015. Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Brand Trust sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Pemakai Motor Matic Merek Yamaha di Kota Semarang). PPJM (Perkumpulan Pengelola Jurnal Manajemen) Management Dynamic Conference – MADIC National Seminar and Call for Paper 2015, 1. Kotler 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium*. Jakarta : Penerbit PT. Prenhallinda.

Kotler, Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran 1. Edisi keduabelas*. Jakarta: PT. Penerbit indeks.

Kotler Philip, 2000. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control. Prentice Hall Int, Inc., Millenium Edition, Englewood Cliffs, New Jersey*.

Kotler, Philip. 2003. *Marketing Insight from* A-Z : 80 Konsep yang Harus dipahami Setiap Manajer, Terjemahan Anies Lastiati. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. 2006. Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, Edisi kesebelas, PT. Indeks, Gramedia. Jakarta.

Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga.

Mirah Ayu Putri Trarintya. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pada Pasien Rawat Inap Kelas I Rumah Sakit Umum Pusat*. Fakultas Ekonomi, Universitas Hindu Indonesia (Unhi) Denpasar.

Mursid. 2014. *Managemen Pemasaran*. Jakarta. Bumi Aksara.

Natarajan, Dr. R dan V. Sudha. 2016. A Relationship Between Brand Image and Brand Loyalty (A Study with Reference to FMCG Costumers in Vollure District). EPRA International Journal Economic and Business Review. 4 (5), pp: 130-145.

Noor, Mitha Fadilla. 2014. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty King Thai Tea Bandung. Electronic Journal of Indonesia University of Educa ton, 3(2), h: 127-140.

Nur Jannah. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Untuk Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit Semen Gresik*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

Putra, Bariocha Benaya Brendana dan Eka Sulistyawati. 2014. Peran Loyalitas Produk Telepon Pintar Merek Apple di Kota Denpasar. EJurnal Manajemen Universitas Udayana, 3 (9), h: 2578-2596.

Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2012, *Manajemen Pemasaran Jasa* Edisi 2, Jakarta. Salemba Empat.

Ritna Rahmawati Dewi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Pengguna Bpjs Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Vol.18, No. 2.

Schiffman dan Kanuk, 2004, Perilaku Konsumen, Edisi 7, Prentice Hall, Jakarta.

Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung. Alfabeta.

Sutisna. 2013.Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran Bandung: PT. Remaja Rosdaka.

Tjiptono, Fandy. 2006. Manajemen Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta.

Upamanyu, Dr. Nischay K, Prof. Chanda Gulati, dan Dr. Garima Mathur. 2014. Effect of Brand Trust, Brand Image on Customer Brand Loyalty in FMCG Sector at Gwalior Region. Scholars World - International Refereed Multidisciplinary Journal of Contemporary Research, 2 (2), pp: 83-93.

William J. Stanton. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. (Jakarta, Erlangga). 70