

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS (Studi Kasus pada Pasien RSU. Persahabatan)**

<sup>1st</sup> Alif Adiyatma, <sup>2nd</sup> Dr. Engkur, S.IP., ME.  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta  
Jalan TB Badarudin Kp. Jati Rt. 01 / Rw. 01  
Kel. Jatinegara Kaum Kec. Pulogadung, Jakarta Timur  
alifadiyatma@gmail.com

**Abstract** - This study aims to determine the effect of customer value, service quality, and customer satisfaction on patient loyalty at the Persahabatan General Hospital, East Jakarta.

The strategy used is an associative strategy. The research method used in this research is a survey method, using a questionnaire as a data collection tool. Respondents who were the samples in this study were 100 patients at the Persahabatan General Hospital, East Jakarta. The analytical tool used SPSS with the coefficient of determination analysis techniques and hypothesis testing both partially and simultaneously.

The results showed that the contribution of the influence of customer value to patient loyalty was 20.52%; the contribution of the influence of service quality to patient loyalty was 6.97%; contribution of the influence of customer satisfaction to patient loyalty by 17.98%; the contribution of the influence of brand image to patient loyalty was 17.1% and the contribution of the influence of customer value, service quality, and customer satisfaction to patient loyalty was 91.01%. The result of hypothesis testing partially and simultaneously shows a significant influence on customer value, customer satisfaction, and service quality on patient loyalty at the Persahabatan General Hospital, East Jakarta.

The findings of this study are useful for the East Jakarta Persahabatan General Hospital to always maintain patient loyalty..

**Keywords:** Customer Value, Service Quality, Customer Satisfaction, Patient loyalty

**Abstrak**– Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur.

Strategi yang digunakan adalah strategi asosiatif. Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pasien Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur berjumlah 100 orang. Alat analisis yang digunakan SPSS dengan teknik analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis baik secara parsial dan simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pasien sebesar 20,52% ; kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien sebesar 6,97% ; kontribusi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien sebesar 17,98% ; kontribusi pengaruh citra merek terhadap loyalitas pasien sebesar 17,1% dan kontribusi pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien sebesar 91,01%. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dan simultan nilai pelanggan signifikan, kepuasan pelanggan, dan

kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur.

Temuan hasil penelitian ini bermanfaat untuk Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur untuk senantiasa mempertahankan loyalitas pasien.

**Kata kunci : Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pasien**

## I. PENDAHULUAN

Rumah sakit keberadaannya adalah sebagai satu mata rantai utama bagi pelayanan kesehatan yang mempunyai fungsi utama dalam usaha penyembuhan dan pemulihan. Salah satu langkah yang ditempuh pemerintah untuk mensukseskan program SKN (Sistem Kesehatan Nasional) adalah meningkatkan kuantitas dan kualitas rumah sakit. Sebagai perusahaan jasa, Rumah Sakit harus mampu mengantisipasi setiap perubahan lingkungan agar dapat bersaing dan bertahan dalam persaingan bisnis jasa kesehatan, serta selalu mengarah ujung tombak pemasarannya, yakni kepuasan konsumen dari segala penawaran yang diberikan dengan tingkat pelayanan tinggi dan memadai

Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Dengan meningkatnya kepuasan pelanggan maka pelanggan yang bertahan juga meningkat. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Hal ini diperkuat oleh penelitian Hasan dan Putra (2018), Rif'adarajad *et.al.*, (2016), Wardani (2015), Bukhari *et.al.*, (2018), Sumitro dan Wahjono (2018), Permana *et.al.*, (2019), Jamaluddin dan Ruswanti (2017), yang menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien

### 1.1. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan diteliti oleh peneliti adalah:

1. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur ?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur ?
4. Apakah nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur ?

### 1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur.

4. Untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur.

## **II. KAJIAN LITERATUR**

### **2.1. Pemasaran jasa**

Yazid (2012:13) mengemukakan bahwa pemasaran jasa merupakan penghubung antara organisasi dengan konsumennya. Peran penghubung ini akan berhasil bila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada pasar. Keterlibatan semua pihak, dari manajemen puncak hingga karyawan *non manajerial*, dalam merumuskan maupun mendukung pelaksanaan pemasaran yang berorientasi kepada konsumen tersebut merupakan hal yang tidak bisa ditawar-menawar lagi.

### **2.2. Nilai pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2012:136), nilai pelanggan adalah selisih antara penilaian pelanggan prospektif atas semua manfaat dan biaya dari suatu penawaran terhadap alternatifnya. Nilai total pelanggan (*total customer value*) adalah nilai moneter kumpulan manfaat ekonomi, fungsional, dan psikologis yang diharapkan pelanggan dari suatu penawaran pasar yang disebabkan oleh produk, jasa, personel, dan citra yang terlibat. Total biaya pelanggan (*total customer cost*) adalah kumpulan biaya yang dipersepsikan yang diharapkan pelanggan untuk dikeluarkan dalam mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan menyingkirkan suatu penawaran pasar, termasuk biaya moneter, waktu, energi, dan psikologis

### **2.3. Kualitas pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan untuk mengembangkan loyalitas pelanggannya, karena produk atau jasa yang berkualitas rendah akan membuat pelanggan menjadi tidak setia. Artinya, dapat disimpulkan jika kualitas diperhatikan, maka loyalitas pelanggan akan lebih mudah diperoleh (Lupiyoadi, 2013:97). Adapun menurut Jasfar (2015:47), kualitas jasa/pelayanan adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi dan dirasakan

### **2.4. Kepuasan pelanggan**

Menurut Kotler (2014:138), kepuasan perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Sedangkan menurut Tjiptono (2013:146), kepuasan adalah evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan

### **2.5. Loyalitas pasien**

Hasan (2013:81) mendefinisikan loyalitas konsumen sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan dikatakan loyal bila pelanggan tersebut secara terus menerus atau berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut

### **2.6. Keterkaitan antar Variabel Penelitian**

#### **2.6.1. Pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pasien**

Nilai pelanggan dapat dianggap sebagai konstruk dasar kognisi yang menangkap adanya perbedaan manfaat-pengorbanan, sedangkan loyalitas pelanggan merupakan suatu respon afektif dan evaluatif (Lam *et.al.*, dalam Restiarti, 2014:91). Semakin baik nilai pelanggan, akan berdampak pada terciptanya loyalitas pelanggan. Menurut Hasan

(2013:82), loyalitas dibentuk terlebih dahulu dengan menciptakan nilai pelanggan. Dengan menawarkan nilai yang semakin meningkat kepada konsumen, yaitu nilai yang lebih baik dari apa yang mereka peroleh di tempat lain, berarti perusahaan memberikan kontribusi pada keputusan konsumen untuk tetap loyal kepada perusahaan, dan karena itu mengubah mereka menjadi konsumen yang lebih berharga.

Hal ini diperkuat oleh penelitian Hasan dan Putra (2018), Rif'adarajad *et.al.*, (2016), Permana *et.al.*, (2019), yang menyimpulkan bahwa nilai pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien.

### 2.6.2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam persaingan pasar yang sangat kompetitif seperti saat ini, penampilan, kehandalan dan jaminan rumah sakit dalam memberikan pelayanan kepada pasien merupakan faktor utama terhadap kesan yang akan dirasakan pasien selama memanfaatkan pelayanan yang diberikan rumah sakit, dengan begitu akan muncul persepsi pengguna jasa dalam hal ini pasien terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Persepsi mengenai kualitas pelayanan yang baik akan berakibat pada terciptanya loyalitas pasien.

Hal ini diperkuat oleh penelitian Hasan dan Putra (2018), Rif'adarajad *et.al.*, (2016), Wardani (2015), Bukhari *et.al.*, (2018), Sumitro dan Wahjono (2018), Kesuma *et.al.*, (2013), Jamaluddin dan Ruswanti (2017), yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas pasien.

### 2.6.3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien

Kepuasan pelanggan penting bagi pemasaran karena akan mendorong pembelian ulang. Kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk strategi positioning yang dapat membantu perusahaan mendapatkan pasar. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi perilaku pembelian yang membentuk kecenderungan bahwa pelanggan yang puas akan loyal, namun pelanggan yang loyal belum tentu puas. Fornell dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2013:192) menyatakan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen pelanggan terhadap perusahaan yang tercermin pada sikap positif dengan melakukan pembelian ulang dan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Menurut Kotler dan Keller (2012:139), loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan ketika pelanggan merasa puas setelah melakukan pembelian. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator penting dalam menentukan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan akan terjadi apabila produk yang dipilih melebihi harapan pelanggan atau setidaknya sesuai dengan keinginan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan akan terjadi apabila produk yang dipilih tidak memenuhi harapan yang diinginkan pelanggan.

Hal ini diperkuat oleh penelitian Hasan dan Putra (2018), Rif'adarajad *et.al.*, (2016), Wardani (2015), Bukhari *et.al.*, (2018), Sumitro dan Wahjono (2018), Permana *et.al.*, (2019), Jamaluddin dan Ruswanti (2017), yang menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien.

Identifikasi variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu :

#### 1. Variabel independen (bebas)

Variabel *independent* adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lainnya. Pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu:

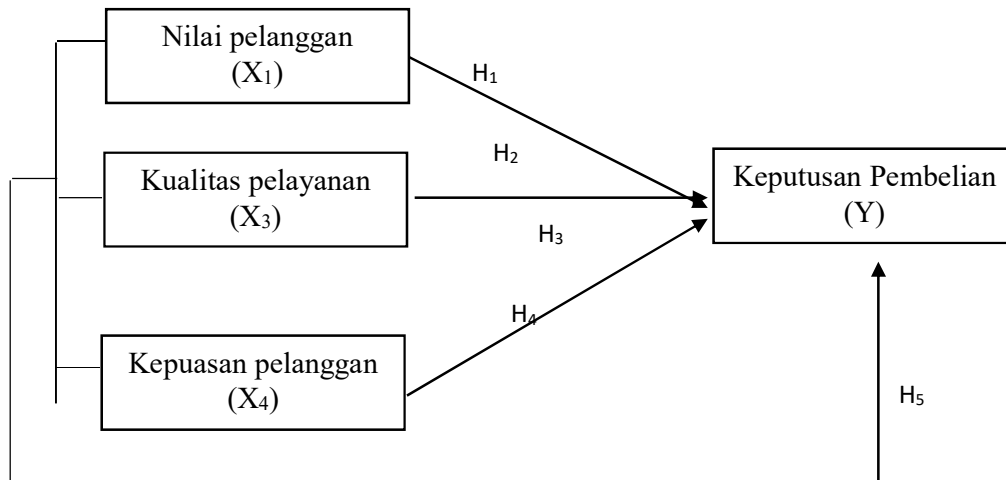
Nilai pelanggan ( $X_1$ ), Kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan Kepuasan pelanggan ( $X_3$ ).

#### 2. Variabel *dependent* (terikat)

Variabel *dependent* pada penelitian ini adalah loyalitas pasien ( $Y$ ).

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting, maka kerangka pemikiran penelitian sebagaimana dapat dilihat pada

Gambar 2.1 berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

### 2.7. Pengembangan Hipotesis

Sugiyono (2016:88), hipotesis adalah suatu pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Berikut ini penulis mengemukakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: Diduga terdapat pengaruh yang nilai pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien
- H<sub>2</sub>: Diduga terdapat pengaruh yang kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas pasien
- H<sub>3</sub>: Diduga terdapat pengaruh yang kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien
- H<sub>4</sub>: Diduga terdapat pengaruh yang nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pasien

## III. METODA PENELITIAN

### 3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Strategi penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2016:12) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Berdasarkan tujuan dan kerangka konseptual penelitian, maka strategi asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

### 3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti. Obyek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda-benda, sistem dan prosedur, fenomena dan lain-lain (Sugiyono, 2016:116). Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh pasien di Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur, sedangkan populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pasien di Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur pada tahun 2019

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Margin of error* (Arikunto, 2014:75), sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

- n = jumlah sampel
  - Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%  
Sehingga nilai sebesar Z 1,96
  - Moe = *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat di ditoleransi, dan dalam penelitian ini digunakan Moe 10%
- Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$
$$n = \frac{3,8416}{0,04} = 96,54 \approx 97$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diperoleh jumlah sampel yang diteliti sebesar 97, atau dilakukan pembulatan menjadi 100 responden, dikarenakan jika jumlah populasi yang terwakili semakin banyak sehingga statistik semakin baik. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 100 orang pasien yang melakukan kunjungan ke Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur lebih dari 1 kali sebagai unit analisis dalam penelitian ini.

### 3.3. Metoda Analisis Data

#### 3.3.1. Metoda pengolahan data

Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat. Dimana dilakukan editing dan coding. *Editing* adalah tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban responden. *Coding* adalah memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti mengenai tabulasi.

#### 3.3.2. Metoda penyajian data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Dimana dilakukan tabulasi. Tabulasi adalah perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dimengerti. Data yang diperoleh, setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

#### 3.3.3. Analisis statistik data

Untuk membahas hasil penelitian, penulis menggunakan data berpasangan berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena terdapat lebih dari satu variabel independen, yaitu tiga buah variabel independen, dan satu buah variabel dependen, maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (parsial dan berganda) sebagai berikut :

##### 3.3.3.1. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis  $R^2$  (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-



1). Jika nilai  $R^2$  mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variabel variabel independen terhadap variabel dependen. sebaliknya, jika  $R^2$  mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen. (Priyatno, 2014:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Kontribusi pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

$$R^2_1 = (r_{Y1.23})^2 \cdot 100\% \dots \dots \dots (3.5)$$

2. Kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

$$R^2_2 = (r_{Y2.31})^2 \cdot 100\% \dots \dots \dots (3.6)$$

3. Kontribusi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

$$R^2_3 = (r_{Y3.12})^2 \cdot 100\% \dots \dots \dots (3.7)$$

4. Kontribusi pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

$$R^2_4 = (r_{Y123})^2 \cdot 100\% \dots \dots \dots (3.9)$$

Keterangan :

$r_{Y1.23}$  = Koefisien korelasi parsial antara  $X_1$  dengan  $Y$  ( $X_2$  dan  $X_3$  = konstan)

$r_{Y2.31}$  = Koefisien korelasi parsial antara  $X_2$  dengan  $Y$  ( $X_3$  dan  $X_1$  = konstan)

$r_{Y3.12}$  = Koefisien korelasi parsial antara  $X_3$  dengan  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_2$  = konstan)

$r_{Y123}$  = Koefisien korelasi berganda

$R^2_1$  = Koefisien determinasi parsial antara  $X_1$  dengan  $Y$

$R^2_2$  = Koefisien determinasi parsial antara  $X_2$  dengan  $Y$

$R^2_3$  = Koefisien determinasi parsial antara  $X_3$  dengan  $Y$

$R^2_4$  = Koefisien determinasi berganda antara  $X_1$   $X_2$   $X_3$  dengan  $Y$

$X_1$  = Nilai pelanggan

$X_2$  = Kualitas pelayanan

$X_3$  = Kepuasan pelanggan

$Y$  = Loyalitas pasien

### 3.3.3.2. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$

$H_0$  :  $\rho_{y1.23} = 0$  (secara parsial nilai pelanggan tidak signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur).

$H_a$  :  $\rho_{y1.23} \neq 0$  (secara parsial nilai pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur).

2. Pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$

$H_0$  :  $\rho_{y2.31} = 0$  (secara parsial kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur).

$H_a$  :  $\rho_{y2.31} \neq 0$  (secara parsial kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur).

3. Pengaruh  $X_3$  terhadap  $Y$

Ho :  $\rho_{y3.12} = 0$  (secara parsial kepuasan pelanggan tidak signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur).

Ha :  $\rho_{y3.12} \neq 0$  (secara parsial kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur).

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *P-value* dibandingkan terhadap  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ )

Ho ditolak, Ha diterima jika *P-value*  $< 0,05$  dan

Ho diterima, Ha ditolak jika *P-value*  $\geq 0,05$  atau

Ho ditolak, Ha diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan

Ho diterima, Ha ditolak jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

#### 4. Pengaruh $X_1, X_2$ dan $X_3$ terhadap Y

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

Ho :  $\rho_{y123} = 0$  (secara simultan nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan tidak signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur).

Ha :  $\rho_{y123} \neq 0$  (secara simultan nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur).

Adapun untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan, digunakan nilai *Significance F* dibandingkan terhadap  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ).

Ho ditolak, Ha diterima jika *Significance F*  $< 0,05$  dan

Ho diterima, Ha ditolak jika *Significance F*  $\geq 0,05$  atau

Ho ditolak, Ha diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan

Ho diterima, Ha ditolak jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Pada awal berdirinya, RS Persahabatan merupakan rumah sakit cabang (satelit) dari RSUP Dr. Cipto Mangunkusumo (RSCM). Tenaga-tenaga medis yang bekerja di RS Persahabatan pada periode ini terdiri atas dokter ahli (spesialis) dan para dokter asisten dari RSCM-FKUI dan dokter ahli dari Rusia. Periode 1975-1992 ditandai dengan adanya perubahan “status” RS Persahabatan menjadi rumah sakit mandiri, lepas dari RSCM, dan selanjutnya menjadi rumah sakit umum (RSU) kelas B-3 wilayah Jakarta Timur.

Pada Tanggal 3 Maret 2011 terjadi peningkatan kelas dan fungsi RSUP Persahabatan menjadi rumah sakit Kelas A oleh karena penilaian yang dilakukan Kementerian Kesehatan menyebutkan bahwa “fasilitas dan kemampuan Rumah Sakit Umum Pusat telah memenuhi persyaratan dan kemampuan pelayanan sebagai Rumah Sakit Umum Kelas A.”, berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 514/MENKES/SK/III/2011. Hal ini tidak hanya merupakan pengakuan dan penghargaan terhadap kemampuan pelayanan kesehatan yang diberikan RSUP Persahabatan tetapi juga merupakan peningkatan beban tanggungjawab kepada masyarakat untuk senantiasa dapat memberikan tingkat pelayanan kesehatan tertinggi dalam skala kelas rumah sakit rujukan di Indonesia.

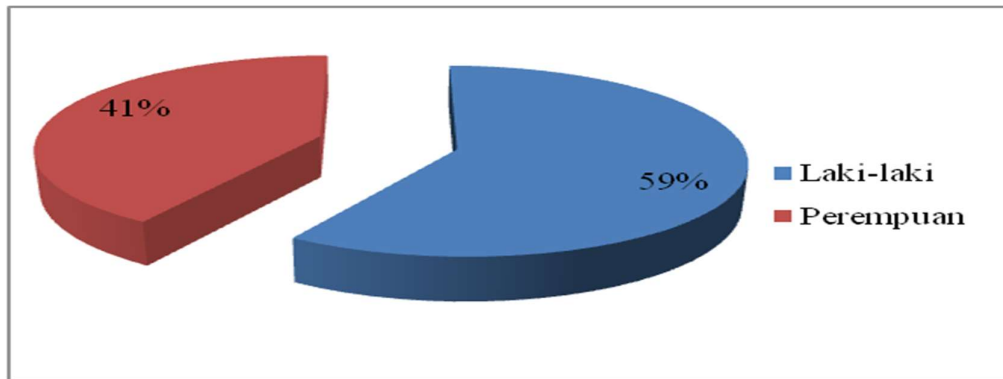
### 4.2. Deskripsi Responden

Identitas responden dalam penelitian dibagi menjadi 6 kategori berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, frekuensi kunjungan di rumah Sakit, pekerjaan dan fasilitas kesehatan yang digunakan

#### 1. Jenis Kelamin



Identitas responden berdasarkan jenis kelamin, ditunjukkan pada Gambar 4.1. berikut :



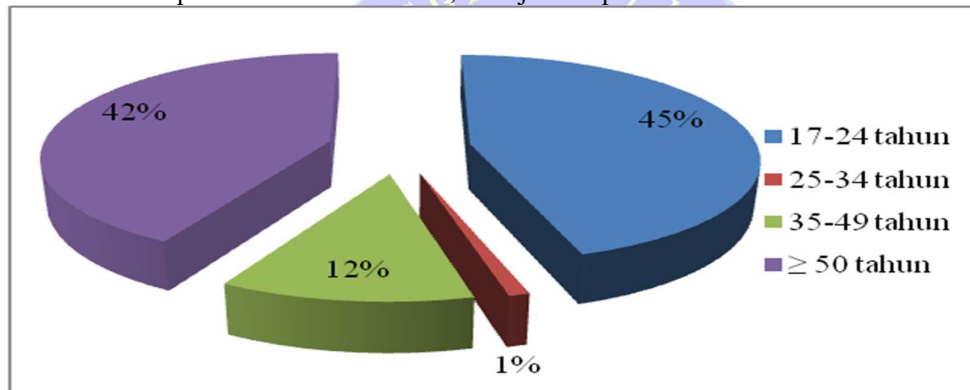
Sumber: Data diolah (2019)

**Gambar 4.1.** Jenis Kelamin Responden

Gambar 4.1. di atas menunjukkan bahwa responden laki-laki sebanyak 59% sedangkan perempuan 41%. Berarti loyalitas pasien di dominasi laki-laki karena karena kecenderungan pasien sakit di Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur umumnya laki-laki.

2. Usia

Identitas responden berdasarkan usia, ditunjukkan pada Gambar 4.2. berikut :



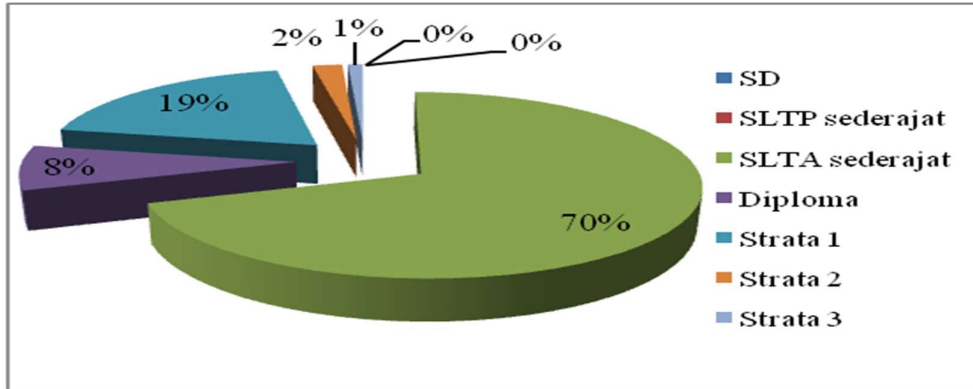
Sumber: Data diolah (2019)

**Gambar 4.2.** Usia Responden

Gambar 4.2. di atas menunjukkan bahwa responden berusia 17-24 tahun sebanyak 45 orang, 25-34 tahun sebanyak 1 orang, 34-49 tahun sebanyak 12 orang dan ≥ 50 tahun sebanyak 42 orang. Berarti pasien didominasi oleh usia responden 17-24 tahun dikarenakan usia yang rentan sakit.

3. Pendidikan

Identitas responden berdasarkan pendidikan, ditunjukkan pada Gambar 4.3. berikut :



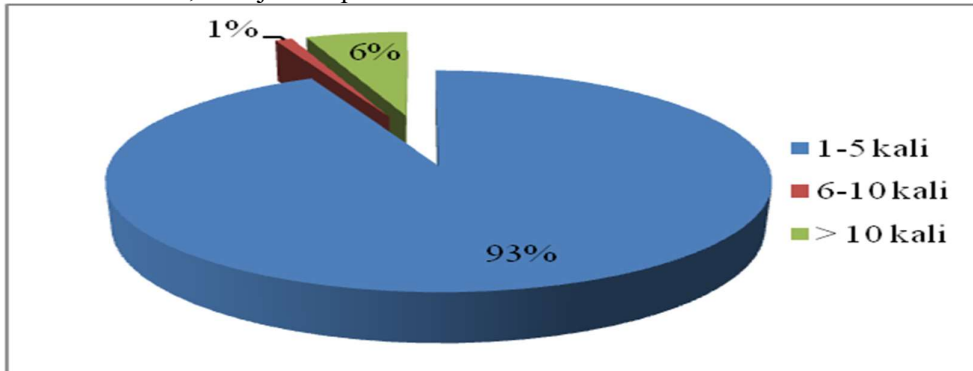
Sumber: Data diolah (2019)

**Gambar 4.3.** Pendidikan Responden

Gambar 4.3. di atas menunjukkan bahwa tidak ada responden berpendidikan SD dan SLTP sederajat, SLTA sederajat sebanyak 70%, Diploma sebanyak 8%, Strata 1 sebanyak 19%, strata 2 sebanyak 2% dan strata 3 sebanyak 1%. Berarti pasien didominasi oleh pasien berpendidikan SLTA/Sederajat dikarenakan kurang memprioritaskan pola hidupnya.

4. Frekuensi Kunjungan di Rumah Sakit

Identitas responden berdasarkan frekuensi kunjungan di Rumah Sakit Umum Persahabatan, ditunjukkan pada Gambar 4.4. berikut :



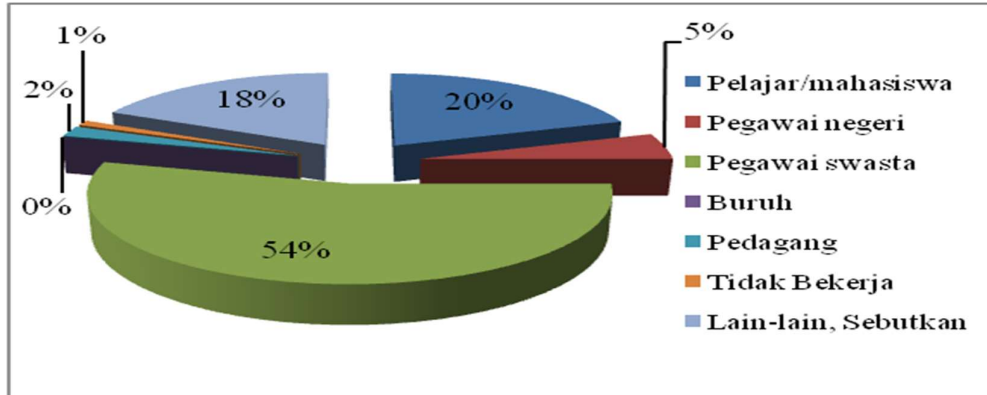
Sumber: Data diolah (2019)

**Gambar 4.4.** Frekuensi Kunjungan Responden

Gambar 4.4. di atas menunjukkan bahwa responden dengan frekuensi kunjungan 1-5 kali sebanyak 93%, 6-10 kali sebanyak 1% dan > 10 kali sebanyak 6%. Berarti mayoritas pasien mayoritas berkunjung di Rumah Sakit Umum Persahabatan 1-5 kali yang umumnya rawat inap.

5. Pekerjaan

Identitas responden berdasarkan pekerjaan, ditunjukkan pada Gambar 4.5. berikut :



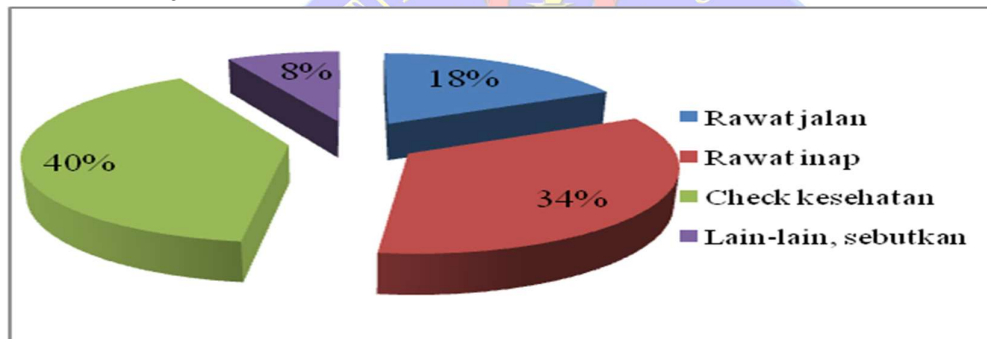
Sumber: Data diolah (2019)

**Gambar 4.5.** Pekerjaan Responden

Gambar 4.5. di atas menunjukkan bahwa responden pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 20 %, pegawai negeri sebanyak 5%, pegawai swasta sebanyak 54%, tidak ada responden dengan pekerjaan buruh, pedagang sebanyak 2%, tidak bekerja sebanyak 1% dan responden dengan pekerjaan lain-lain sebanyak 18%. Berarti mayoritas pasien mayoritas bekerja sebagai pegawai swasta yang berobat di Rumah Sakit Umum Persahabatan.

#### 6. Fasilitas Kesehatan yang Digunakan

Identitas responden berdasarkan fasilitas kesehatan yang digunakan, ditunjukkan pada Gambar 4.6. berikut :



Sumber: Data diolah (2019)

**Gambar 4.6.** Fasilitas Kesehatan yang Digunakan Responden

Gambar 4.6. di atas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan fasilitas kesehatan rawat jalan sebanyak 18%, rawat inap sebanyak 34%, check kesehatan sebanyak 40% dan menggunakan fasilitas lain-lain sebanyak 8%. Berarti secara mayoritas pasien menggunakan fasilitas kesehatan rawat inap.

### 4.3. Hasil Pengujian Instrumen

Penelitian ini menggunakan data primer. Data dikumpulkan dengan teknik penyebaran kuesioner, yaitu dengan memberikan pernyataan tertulis kepada responden. Selanjutnya responden memberikan tanggapan atas pernyataan yang diberikan. Kuesioner ini bersifat tertutup dimana jawabannya sudah tersedia. Pengisian kuesioner ini diharapkan dapat selesai dengan cepat. Untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap pernyataan instrumen penelitian, maka dilakukan uji validitas per butir. Setelah data dinyatakan valid, maka pengujian instrumen dilanjutkan dengan melakukan uji reliabilitas.

#### 4.3.1. Uji validitas dan reliabilitas variabel nilai pelanggan ( $X_1$ )

Berdasarkan hasil pengolahan data (Lampiran 8) untuk uji validitas variabel nilai pelanggan ( $X_1$ ), diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.5.** Hasil Uji Validitas Nilai Pelanggan ( $X_1$ )

No.	No. Item	$r_{hitung}$	$r_{kritis}$	Keputusan
1.	X1.1	0,496	0,197	Valid
2.	X1.2	0,524	0,197	Valid
3.	X1.3	0,628	0,197	Valid
4.	X1.4	0,559	0,197	Valid
5.	X1.5	0,501	0,197	Valid
6.	X1.6	0,494	0,197	Valid
7.	X1.7	0,517	0,197	Valid
8.	X1.8	0,465	0,197	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.5., diperoleh hasil untuk seluruh pernyataan pada variabel nilai pelanggan ( $X_1$ ), memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,197) sehingga sebanyak delapan pernyataan pada variabel nilai pelanggan dinyatakan valid dan seluruh pernyataan dapat diikutsertakan pada uji reliabilitas.

Nilai reliabilitas instrumen variabel nilai pelanggan ( $X_1$ ) sebesar 0,801. Hasil uji reliabilitas untuk variabel nilai pelanggan ( $X_1$ ) menunjukkan nilai  $r_{alpha}$  (0,801) > 0,60, sehingga instrumen variabel nilai pelanggan ( $X_1$ ) dinyatakan reliabel.

#### 4.3.2. Uji validitas dan reliabilitas variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ )

Berdasarkan hasil pengolahan data (Lampiran 9) untuk uji validitas variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.6.** Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

No.	No. Item	$r_{hitung}$	$r_{kritis}$	Keputusan
1.	X2.1	0,463	0,197	Valid
2.	X2.2	0,474	0,197	Valid
3.	X2.3	0,501	0,197	Valid
4.	X2.4	0,402	0,197	Valid
5.	X2.5	0,559	0,197	Valid
6.	X2.6	0,550	0,197	Valid
7.	X2.7	0,571	0,197	Valid
8.	X2.8	0,501	0,197	Valid
9.	X2.9	0,505	0,197	Valid
10.	X2.10	0,468	0,197	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.6., diperoleh hasil untuk seluruh pernyataan pada variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,197) sehingga sebanyak sepuluh pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid dan seluruh pernyataan dapat diikutsertakan pada uji reliabilitas.

Nilai reliabilitas instrumen variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,817. Hasil uji reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) menunjukkan nilai  $r_{alpha}$  (0,817) > 0,60, sehingga instrumen variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dinyatakan reliabel.

#### 4.3.3. Uji validitas dan reliabilitas variabel kepuasan pelanggan ( $X_3$ )

Berdasarkan hasil pengolahan data (Lampiran 10) untuk uji validitas variabel kepuasan pelanggan ( $X_3$ ), diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.7.** Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan ( $X_3$ )

No.	No. Item	$r_{hitung}$	$r_{kritis}$	Keputusan
1.	X3.1	0,541	0,197	Valid

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS (Studi Kasus pada Pasien RSUD. Persahabatan)**

2.	X3.2	0,560	0,197	Valid
3.	X3.3	0,558	0,197	Valid
4.	X3.4	0,574	0,197	Valid
5.	X3.5	0,563	0,197	Valid
6.	X3.6	0,607	0,197	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.7., diperoleh hasil untuk seluruh pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan ( $X_3$ ), memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,197) sehingga sebanyak enam pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid dan seluruh pernyataan dapat diikutsertakan pada uji reliabilitas.

Nilai reliabilitas instrumen variabel kepuasan pelanggan ( $X_3$ ) sebesar 0,806. Hasil uji reliabilitas untuk variabel kepuasan pelanggan ( $X_3$ ) menunjukkan nilai  $r_{alpha}$  (0,806) > 0,60, sehingga instrumen variabel kepuasan pelanggan ( $X_3$ ) dinyatakan reliabel.

**4.3.4. Uji validitas dan reliabilitas variabel loyalitas pasien (Y)**

Berdasarkan hasil pengolahan data (Lampiran 11) untuk uji validitas variabel loyalitas pasien (Y), diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.8.** Hasil Uji Validitas Loyalitas Pasien (Y)

No.	No. Item	$r_{hitung}$	$r_{kritis}$	Keputusan
1.	Y.1	0,491	0,197	Valid
2.	Y.2	0,413	0,197	Valid
3.	Y.3	0,444	0,197	Valid
4.	Y.4	0,451	0,197	Valid
5.	Y.5	0,446	0,197	Valid
6.	Y.6	0,442	0,197	Valid
7.	Y.7	0,521	0,197	Valid
8.	Y.8	0,473	0,197	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.8., diperoleh hasil untuk seluruh pernyataan pada variabel loyalitas pasien (Y), memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,197) sehingga sebanyak delapan pernyataan pada variabel loyalitas pasien dinyatakan valid dan seluruh pernyataan dapat diikutsertakan pada uji reliabilitas.

Nilai reliabilitas instrumen variabel loyalitas pasien (Y) sebesar 0,757. Hasil uji reliabilitas untuk variabel loyalitas pasien (Y) menunjukkan nilai  $r_{alpha}$  (0,757) > 0,60, sehingga instrumen variabel loyalitas pasien (Y) dinyatakan reliabel.

**4.4. Analisis Statistik**

Di dalam melakukan serangkaian analisis statistik data akan terbagi menjadi beberapa bagian yang terdiri dari analisis seperti diuraikan berikut ini:

**4.4.1. Analisis koefisien determinasi**

Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 25.0 (Lampiran 14 dan Lampiran 15), diperoleh hasil analisis koefisien determinasi yang dirangkum dalam Tabel 4.9. dibawah ini:

**Tabel 4.9.** Nilai Koefisien Determinasi Parsial dan Bersama-sama

No.	Keterangan	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	
1.	Pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pasien	$r_{Y1.23} = 0,453$	$KD_{1.23}$	$= r_{Y1.23}^2 \times 100\%$ $= 0,453^2 \times 100\%$ $= 20,52\%$
2.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien	$r_{Y2.13} = 0,264$	$KD_{2.13}$	$= r_{Y2.13}^2 \times 100\%$ $= 0,264^2 \times 100\%$ $= 6,97\%$

3.	Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien	$r_{Y3.12} = 0,424$	$KD_{3.12}$	$= r_{Y3.12}^2 \times 100\%$ $= 0,424^2 \times 100\%$ $= 17,98\%$
4.	Pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien	$r_{Y1.2.3} = 0,954$	$KD_{1.2.3}$	$= r_{Y1.2.3}^2 \times 100\%$ $= 0,954^2 \times 100\%$ $= 91,01\%$

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.9., maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pasien

Berdasarkan perhitungan nilai  $KD_{1.2.3}$ , menunjukkan bahwa pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pasien sebesar 20,52% yang berarti, 20,52% loyalitas pasien merupakan kontribusi dari nilai pelanggan, dan sisanya sebesar 79,48% dipengaruhi faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa  $KD_{1.2.3}$  sebesar 20,52% dapat menjelaskan pengaruh yang nilai pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien yang berarti nilai pelanggan yang dipersepsikan baik akan meningkatkan loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur.
- Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien

Berdasarkan perhitungan nilai  $KD_{2.13}$ , menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien sebesar 6,97% yang berarti, 6,97% loyalitas pasien merupakan kontribusi dari kualitas pelayanan, dan sisanya sebesar 82,86% dipengaruhi faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa  $KD_{2.13}$  sebesar 6,97% dapat menjelaskan pengaruh yang kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas pasien yang berarti kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik oleh pelanggan akan meningkatkan loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur.
- Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien

Berdasarkan perhitungan nilai  $KD_{3.12}$ , menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien sebesar 17,98% yang berarti, 17,98% loyalitas pasien merupakan kontribusi dari kepuasan pelanggan, dan sisanya sebesar 82,02% dipengaruhi faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa  $KD_{3.12}$  sebesar 17,98% dapat menjelaskan pengaruh yang kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien yang berarti semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur.
- Pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien

Berdasarkan perhitungan nilai  $KD_{1.2.3}$ , menunjukkan bahwa pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien sebesar 91,01% yang berarti, 91,01% loyalitas pasien merupakan kontribusi dari nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dan sisanya sebesar 8,99% dipengaruhi faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa  $KD_{1.2.3}$  sebesar 91,01% dapat menjelaskan pengaruh yang nilai pelanggan signifikan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien yang berarti semakin baik nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur.

#### 4.4.2. Pengujian hipotesis

Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 25.0 (Lampiran 14 dan Lampiran 15), diperoleh hasil pengujian hipotesis yang dirangkum dalam Tabel 4.10. dibawah ini:



**Tabel 4.10.** Nilai Pengujian Hipotesis Parsial dan Bersama-sama

<b>Hipotesis</b>	<b>Keterangan</b>	<b>KD</b>	<b>Sig</b>	<b>Keputusan</b>
1.	Pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pasien	20,52%	0,000	Signifikan
2.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien	6,97%	0,009	Signifikan
3.	Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien	17,98%	0,000	Signifikan
4.	Pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien	91,01%	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.10. di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengujian parsial

a. Pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pasien

$H_0: \rho_{y_{1.23}} = 0$  secara parsial nilai pelanggan tidak signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

$H_a: \rho_{y_{1.23}} \neq 0$  secara parsial nilai pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai signifikansi t sebesar  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian  $H_a$  yang menyatakan bahwa “secara parsial, nilai pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur” diterima.

b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien

$H_0: \rho_{y_{2.13}} = 0$  secara parsial kualitas pelayanan tidak signifikan loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

$H_a: \rho_{y_{2.13}} \neq 0$  secara parsial kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai signifikansi t sebesar  $0,009 < 0,05$ , dengan demikian  $H_{a2}$  yang menyatakan bahwa “Secara parsial, kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur” diterima.

c. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien

$H_0: \rho_{y_{3.12}} = 0$  secara parsial kepuasan pelanggan tidak signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

$H_a: \rho_{y_{3.12}} \neq 0$  secara parsial kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai signifikansi t sebesar  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian  $H_{a3}$  yang menyatakan bahwa “Secara parsial, kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur” diterima.

2. Pengujian simultan

Ho :  $\rho_{y_{123}} = 0$  secara simultan nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan tidak signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

Ha :  $\rho_{y_{123}} \neq 0$  secara simultan nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur

Hasil pengujian, diperoleh nilai  $KD_{1,2,3} = 91,01\%$ . Hasil uji hipotesis diperoleh nilai signifikansi F sebesar  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian  $H_{a4}$  yang menyatakan bahwa “Secara simultan, nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur” diterima.

#### 4.5. Temuan Hasil Penelitian

##### 4.5.1. Pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pasien

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa nilai pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik nilai pelanggan, akan berdampak pada terciptanya loyalitas pelanggan. Loyalitas dibentuk terlebih dahulu dengan menciptakan nilai pelanggan. Dengan menawarkan nilai yang semakin baik kepada pasien, yaitu nilai yang lebih baik dari apa yang mereka peroleh di tempat lain, berarti rumah sakit memberikan kontribusi pada keputusan konsumen untuk tetap loyal kepada rumah sakit, dan karena itu mengubah mereka menjadi konsumen yang lebih berharga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasan dan Putra (2018), Rif'adarajad *et.al.*, (2016), Permana *et.al.*, (2019), yang menyimpulkan bahwa nilai pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien.

##### 1.6.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam persaingan pasar yang sangat kompetitif seperti saat ini, penampilan, kehandalan dan jaminan rumah sakit dalam memberikan pelayanan kepada pasien merupakan faktor utama terhadap kesan yang akan dirasakan pasien selama memanfaatkan pelayanan yang diberikan rumah sakit, dengan begitu akan muncul persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Persepsi mengenai kualitas pelayanan yang baik akan berakibat pada terciptanya loyalitas pasien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasan dan Putra (2018), Rif'adarajad *et.al.*, (2016), Wardani (2015), Bukhari *et.al.*, (2018), Sumitro dan Wahjono (2018), Kesuma *et.al.*, (2013), Jamaluddin dan Ruswanti (2017), yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas pasien.

##### 4.5.2. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan penting bagi pemasaran karena akan mendorong pembelian ulang. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi perilaku pembelian yang membentuk kecenderungan bahwa pelanggan yang puas akan loyal, namun pelanggan yang loyal belum tentu puas. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pasien. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator penting dalam menentukan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan akan terjadi apabila produk/jasa yang diberikan melebihi harapan pelanggan atau setidaknya sesuai dengan keinginan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasan dan Putra (2018), Rif'adarajad *et.al.*, (2016), Wardani (2015), Bukhari *et.al.*, (2018), Sumitro dan

Wahjono (2018), Permana *et.al.*, (2019), Jamaluddin dan Ruswanti (2017), yang menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien.

#### **4.5.3. Pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien**

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan signifikan terhadap loyalitas pasien, yang berarti loyalitas pasien di Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur ditentukan oleh nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang dirasakan pasien.

## **V. SIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa :

1. Secara parsial nilai pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur dan kontribusi pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pasien sebesar 20,52%.
2. Secara parsial kualitas pelayanan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur dan kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien sebesar 6,97%.
3. Secara parsial kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur dan kontribusi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien sebesar 17,98%.
4. Secara parsial signifikan citra merek terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur dan kontribusi pengaruh citra merek terhadap loyalitas pasien sebesar 17,1%.
5. Secara simultan nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Persahabatan Jakarta Timur dan kontribusi pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien sebesar 91,01%.

### **5.2. Saran**

1. Berdasarkan kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran sebagai berikut: Nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang cukup dominan terhadap loyalitas pasien. Hendaknya Rumah Sakit tetap mempertahankan nilai yang telah dipersepsikan baik oleh pelanggan serta terus memberikan kepuasan kepada pelanggan agar pasien tetap loyal kepada Rumah Sakit Umum Persahabatan.
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terendah diantara variabel lainnya yang berarti Rumah Sakit Umum Persahabatan perlu lebih mengoptimalkan lagi pelayanan yang diberikan untuk lebih meningkatkan loyalitas pasien kepada Rumah Sakit.

### **5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya**

Penelitian ini telah diupayakan mengikuti prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan dan dapat dilakukan pengembangan penelitian selanjutnya yaitu:

1. Penelitian hanya dilakukan pada satu rumah sakit saja yaitu RSUP Persahabatan Jakarta Timur.
2. Penelitian hanya melibatkan variabel nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang diteliti pengaruhnya terhadap loyalitas pasien.
3. Pengembangan penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan meneliti rumah sakit lain agar hasil penelitian dapat dijadikan perbandingan untuk memperkaya penelitian mengenai pemasaran. Kemudian penelitian menguji variabel-variabel lain yang diduga mempengaruhi loyalitas pasien seperti kualitas produk, citra rumah sakit, harga, dan variabel-variabel lainnya.

#### DAFTAR REFERENSI

- Augusty, Ferdinand. 2011. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bukhari, Imam., Bahri Kamal., Mella Katrina Sari. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Mitra Keluarga Tegal”. *Jurnal Monex Volume 7 Nomor 1 Januari 2018* p-ISSN:2089-5321, e-ISSN:2549-5046.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan 2). Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2013. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasan, Sabri dan Putra, Aditya Halim Perdana Kusuma. “Loyalitas Pasien Rumah Sakit Pemerintah: Ditinjau Dari Perspektif Kualitas Layanan, Citra, Nilai dan Kepuasan”. *Jurnal Manajemen Indonesia Vol. 18 (3)*, pp. 184-196, 2018, ISSN: 1411-7835.
- Ika, S. A. Lulus Prapti. Dan Lilik Kurniawan. 2011. “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus pada Honda Semarang Center”. *Pekan Ilmiah Dosen FEB – UKSW – SALATIGA*: 21-34.
- Jamaluddin, dan Endang Ruswanti. “Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study in a Private Hospital in Indonesia”. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 19, Issue 5. Ver. I (May. 2017), PP 23-33.
- Jasfar, Farida. 2015. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kesuma, Ida Ayu Werdiningsih., Djumilah Hadiwidjojo., Ni Luh Putu Wiagustini dan Fatchur Rohman. “Service Quality Influence on Patient Loyalty: Customer Relationship Management as Mediation Variable (Study on Private Hospital Industry in Denpasar)”. *International Journal of Business and Commerce Vol. 2, No.12: Aug 2013 [01-14]* (ISSN: 2225-2436).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta Erlangga.
- \_\_\_\_\_ dan Kevin L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_ dan A. Hamdani. 2013. *Bauran Pemasaran Bisnis Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Permana, Agus Wahyu., I Nengah Suardika, Wayan Sujana, Anik Yuesti. “Analysis of Service Quality and Value Effect on Patient Satisfaction and Its Effect on Loyalty of Hospital Patients in Hospital and Children of Pucuk Permata Hati”. *International Journal of Contemporary Research and Review Volume 10, Issue 02, February, 2019, ISSN 0976-4852*.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Restiarti, Maria Resina, “Pengaruh Kepuasan Pelanggan yang Disebabkan oleh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Citra Perusahaan Kasus Pada Apotek X Yogyakarta”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 8, No. 2, Juli 2014: 89-101, ISSN: 1978-3116*.

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS (Studi Kasus pada Pasien RSU. Persahabatan)**

---

- Rif'adarajad S, Buyung Sarita, dan Muhammad Yani Balaka. "Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Loyalitas Pengguna Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Buton". *Jurnal Progres Ekonomi Pembangunan* Volume 1, Nomor 2, 2016 e-ISSN : 2502-5171.
- Saidani dan Samsul Arifin. 2012. "*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No.1, 2012.
- Setiawan, Supriadi. 2011. *Loyalitas Pelanggan Jasa*. Bogor: Penerbit IPB Press.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sumitro, Yanus dan Wahjono. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap di RS. Bhakti Rahayu Surabaya". *Majalah Ekonomi* Vol. XXIII No. 1, Juli 2018, ISSN No. 1411-9501.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- \_\_\_\_\_ dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta. Andi.
- Wardani, Nina. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Tiara Pematangsiantar". *Jurnal Sultanist* ISSN: 2338-4328 Vol. 3, No. 2, Desember 2015.
- Yang, Z., and Robin T. Peterson. 2014, "Customer Perceived Value, Satisfaction and Loyalty: The Role of Switching Costs". *Journal Psychology & Marketing*, 21(10): 799-822
- Yazid. 2012. *Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.

