

## LOYALITAS PASIEN PENYAKIT JANTUNG RSUD BHAKTI DHARMA HUSADA SURABAYA

Titik Inayati<sup>1\*</sup>, Muhammad Dwi Apriliyanto<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

<sup>2</sup> Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

\*Email: titikinayati@uwks.ac.id

### Abstrak

*Rumah sakit sebagai institusi yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan mengalami perubahan, bergerak dalam bidang pelayanan kesehatan dengan melakukan pengelolaan yang berdasar pada manajemen badan usaha. Pelayanan yang baik akan menentukan loyalitas pasien. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini kuantitatif dengan sampel penelitian sebanyak 82 pasien jantung di Rumah Sakit RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya. Alat analisis menggunakan path analisis untuk menguji hubungan antar variabel dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien., (2) Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien., (3) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, (4) Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, (5) Kepuasan pasien secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, (6) Kepuasan pasien bukan variabel intervening variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pasien.*

**Kata kunci:** *fasilitas, loyalitas, kepuasan dan pelayanan.*

### PENDAHULUAN

Sejak ditetapkan oleh World Health Organization (WHO) bahwa Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) sebagai Global Pandemic per tanggal 11 Maret 2020. Banyak rumah sakit di daerah kewalahan menangani lonjakan pasien yang terinfeksi corona virus, namun tidak sedikit pula Rumah Sakit yang mengalami penurunan jumlah pasien, khususnya RS yang tidak ditunjuk sebagai RS Rujukan COVID-19. Perubahan yang sedemikian cepat dimasa pandemi COVID-19 menuntut respon yang cepat dari manajemen mengenai arah kelangsungan usaha RS agar tidak kolaps ditengah pendemi. Apakah segera merubah RBA/Rencana anggaran tahun 2020 dalam konteks memperkuat *business continuity*? dan apakah akan merubah rencana strategis bisnis RS untuk menyesuaikan dengan situasi COVID-19

*World Health Organization* (WHO) menyebutkan bahwa penyakit jantung koroner (PJK) menjadi salah satu masalah kesehatan dalam system kardiovaskular yang jumlahnya meningkat cepat dengan angka kematian 6,7 juta kasus (WHO, 2017). Perhitungan WHO (*World Health Organization*) yang memperkirakan pada tahun 2020 mendatang, penyakit kardiovaskuler akan menyumbang sekitar 25% dari angka kematian dan mengalami peningkatan khususnya di negara-negara berkembang, salah satu diantaranya berada di Asia Tenggara. Angka kematian yang disebabkan oleh PJK mencapai 1,8 juta kasus pada tahun 2014, yang artinya PJK menjadi penyakit yang mematikan di kawasan Asia Tenggara salah satu negaranya adalah Indonesia (WHO, 2017). Angka kematian yang disebabkan oleh PJK di Indonesia cukup tinggi mencapai 1,25 juta jiwa jika populasi penduduk Indonesia 250 juta jiwa (Kemenkes, 2014). Data dari tahun 2013 menyebutkan bahwa prevalensi PJK di Indonesia sebesar 0,5% atau diperkirakan sekitar 883.447 orang, sedangkan berdasarkan diagnosis dan gejala sebesar 1,5% atau diperkirakan sekitar 2.650.340 orang. Berdasarkan diagnosis dokter penderita PJK meningkat seiring dengan bertambahnya umur. Pada rentang antara 65-75 tahun peningkatan sebesar 2,0% dan 3,6%, sedikit menurun pada

kelompok umur  $2 \geq 75$  tahun. Estimasi jumlah penderita penyakit jantung koroner terbanyak di Jawa Barat sebanyak 160.812 orang, sedangkan di Jawa Tengah menduduki peringkat ketiga dengan jumlah 120.447 orang penderita penyakit jantung koroner (Kemenkes, 2014)

Rumah sakit sebagai institusi yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan mengalami perubahan, pada awal perkembangannya, rumah sakit adalah lembaga yang berfungsi sosial, tetapi dengan adanya rumah sakit swasta, menjadikan rumah sakit lebih mengacu sebagai suatu industri yang bergerak dalam bidang pelayanan kesehatan dengan melakukan pengelolaan yang berdasar pada manajemen badan usaha. Seiring dengan itu, terjadi persaingan antara sesama rumah sakit baik rumah sakit milik pemerintah maupun rumah sakit milik swasta, semua berlomba-lomba untuk menarik konsumen agar menggunakan jasanya. Rumah sakit memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya mempercepat peningkatan derajat kesehatan masyarakat. Paradigma baru pelayanan kesehatan mensyaratkan rumah sakit memberikan pelayanan berkualitas sesuai kebutuhan dan keinginan pasien dengan tetap mengacu pada kode etik profesi dan medis. Dalam perkembangan teknologi yang pesat dan persaingan yang semakin ketat, maka rumah sakit dituntut untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanannya. Menurut Wyock (dalam Lovelock, 1988) yang dikutip oleh Tjiptono (2014) "kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen".. Memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik, bukanlah sesuatu yang mudah bagi pengelola rumah sakit karena pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit menyangkut kualitas hidup para pasiennya sehingga bila terjadi kesalahan dalam tindakan medis dapat berdampak buruk bagi pasien. Dampak tersebut dapat berupa sakit pasien bertambah parah, kecacatan bahkan kematian.

Berdasarkan pengamatan peneliti kepada beberapa tenaga medis Poli Klinik Jantung RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya yang acuh terhadap pasien atau tidak menunjukkan empati pada pasien, kurang cepat dalam melayani pasien, sering penuhnya antrian online, hal tersebut menunjukkan bahwa kurangnya tenaga medis Poli Klinik Jantung RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya dalam melayani pasien, sehingga peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang pengaruh kualitas layanan Poli Klinik Jantung RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya.

Selain meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien, rumah sakit juga memikirkan tentang fasilitas. Menurut Tjiptono (2014) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas yang disediakan oleh Rumah Sakit merupakan sarana untuk melengkapi dan mendukung kelancaran aktivitas pasien dalam menikmati jasa yang diberikan. Lengkapnya fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien itu sendiri. Hal ini mengharuskan Rumah Sakit selaku salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat yaitu dengan meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanannya.

Berdasarkan pengamatan, beberapa fasilitas yang tidak berfungsi diantaranya CT-Scan, belum tersedianya fasilitas untuk operasi jantung, sehingga peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang pengaruh fasilitas di Poli Klinik Jantung RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya. Dokter, perawat, dan tenaga penunjang medis serta nonmedis yang bertugas di rumah sakit harus memahami cara melayani konsumennya dengan baik terutama kepada pasien dan keluarga pasien, karena pasien dan keluarga pasien adalah konsumen utama di rumah sakit. Kemampuan rumah sakit dalam memenuhi kebutuhan pasien dapat diukur dari tingkat kepuasan pasien. Kepuasan pasien adalah respon berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengonsumsi suatu produk atau layanan, atau sebagian kecil dari pengalaman itu, (Buttle, 2007: 29) dalam Sutrisno (2015). Pada umumnya pasien yang merasa tidak puas akan mengajukan komplain pada pihak rumah sakit. Komplain yang tidak segera ditangani akan mengakibatkan menurunnya kepuasan pasien terhadap kapabilitas pelayanan kesehatan di rumah sakit tersebut. Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Konsumen umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Dalam upaya menghasilkan yang baik secara berkelanjutan, orientasi rumah sakit perlu mengarah pada pasien yang adalah pembeli jasa pelayanan (Nurullah dkk, 2013). Salah satu kuncinya ialah berusaha memenuhi kebutuhan

---

kesehatan pasien sehingga pasien puas dan gembira dengan pengalaman dirawat di rumah sakit tersebut. Pasien yang sudah puas perlu dipertahankan. Diperlukan faktor kuat untuk membuat loyal pasien yang puas, mempertahankannya menjadi pelanggan yang loyal.

Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan adalah dua konsep yang berbeda namun saling berkaitan erat. Hal ini menyiratkan bahwa meningkatnya kepuasan pelanggan cenderung diikuti pula dengan meningkatnya persepsi positif terhadap kualitas layanan, dan sebaliknya. (Sureshchandar dikutip dalam Tjiptono & Diana 2015). Peneliti Ika Wahyu Wijayanti dan Wahyono (2015), Erni Setyowati dan Wiyadi (2016), Pramita Enggarwati, Sumiati, Sunaryo (2017), Diah Yulisetiari, Ketut Indraningrat, Hafifatul Hijriah (2018), Ritna Rahmawati Dewi (2016), Lyrisa Gisela Sharon, Suryono Budi Santoso (2017), Natalia Retno Budi Utami (2019) dan Sutrisno (2015) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan.

Fasilitas merupakan alat pendukung yang dipakai perusahaan dengan tujuan menaikkan kepuasan pelanggan. Semakin bagus fasilitas yang disediakan untuk konsumen, maka akan meningkatkan kepuasan dari konsumen. Kotler (2011) berpendapat salah satu cara yang digunakan manajemen perusahaan khususnya yang memiliki hubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan menyediakan fasilitas terbaik untuk menarik serta menjaga konsumen. Maka dari itu Fasilitas termasuk sarana dan prasarana yang tergolong penting dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan seperti kenyamanan pada pemakai jasa, memenuhi kebutuhan dan memberi kemudahan. Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan (Tjiptono, 2014). Salah satu pendukung fasilitas dengan bentuk fasilitas fisik organisasi yang digunakan sebagai alat komunikasi pelayanan terhadap konsumen. Elemen dari desain fasilitas pelayanan meliputi elemen fisik seperti layout, kondisi fasilitas, kelengkapan, penggunaan teknologi sebagai sarana dalam pemberian jasa, dan dekorasi yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Peneliti Lyrisa Gisela Sharon, Suryono Budi Santoso (2017) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan.

Pelanggan yang loyal mempunyai peran yang sangat penting bagi dan menguntungkan bagi perusahaan, karena loyalitas seorang pelanggan bisa meningkatkan laba dan mempertahankan eksistensi sebuah perusahaan (Hurriyati, 2014). Sedangkan, konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku dari pada sikap, pembelian oleh seorang pelanggan bisa dikatakan perilaku dan sikap adalah suatu persaan yang diperlihatkan oleh seorang pelanggan setelah memakai produk atau jasa (Griffin, 2003). Secara empiris telah terbukti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas (Ika Wahyu Wijayanti dan Wahyono, 2015; Erni Setyowati dan Wiyadi, 2016; Pramita Enggarwati, Sumiati, Sunaryo, 2017; Diah Yulisetiari, Ketut Indraningrat, Hafifatul Hijriah, 2018; Ritna Rahmawati Dewi, 2016; Lyrisa Gisela Sharon, Suryono Budi Santoso, 2017; Natalia Retno Budi Utami, 2019; dan Sutrisno, 2015)

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani, (2011) fasilitas dapat ditunjukkan dengan adanya penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan dan peralatan. Sehingga bisa memberikan kemudahan kepada para konsumen dalam melaksanakan aktivitas dan kegiatannya. Peneliti Lyrisa Gisela Sharon, Suryono Budi Santoso (2017) menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas.

Pelanggan yang telah menggunakan sebuah produk berupa barang maupun jasa dapat menilai atau menentukan tingkat kepuasan terhadap penggunaan produk tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan penyedia jasa karena kepuasan dapat membentuk sebuah loyalitas pelanggan terhadap penggunaan jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2018). Secara empiris beberapa penelitian menunjukkan kepuasan pelanggan membentuk loyalitas pelanggan (Suwarni Septina Dwi Mayasari, 2011; Ika Wahyu Wijayanti dan Wahyono, 2015; Erni Setyowati dan Wiyadi, 2016; Dewi Kurniawati Suharyono Andriani Kusumawati, 2014; Pramita Enggarwati, Sumiati, Sunaryo, 2017; Diah Yulisetiari, Ketut



$$Y : \alpha + p1X1 + p3X2 + e2 \quad \text{Persamaan ..... (2)}$$

6. Pengujian hipotesis dengan uji parsial.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Penelitian**

**1. Uji Validitas**

Hasil pengujian validitas semua variabel penelitian dinyatakan valid dengan signifikansi < 0,05 dan korelasinya > 0,4. (Sekaran, 1992).

SD\$

**2. Uji Realibilitas**

Hasil pengujian realibiltas menunjukkan semua variabel reliabel dengan ketentuan nilai cronbach alpha kesemua item kuesioner untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2016).

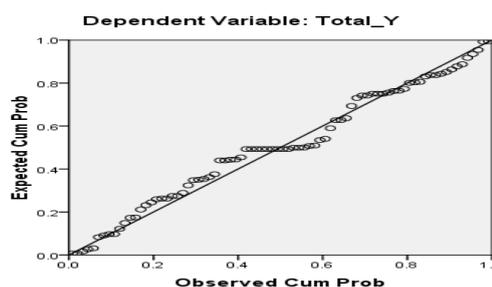
**Tabel 1. Hasil Pengujian Reliablitas.**

Variabel	Cronbach Alpha	Reliabilitas minimum	Keterangan
Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> )	0.945	0,6	Reliabel
Fasilitas (X <sub>2</sub> )	0.829	0,6	Reliabel
Kepuasan pasien (Z)	0.835	0,6	Reliabel
Loyalitas pasien (Y)	0.920	0,6	Reliabel

**3. Uji Normalitas**

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, kedua variabel (bebas atau terikat) memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menganalisis grafik normal probability plot (Ghozali, 2016). Berdasarkan gambar 1 menunjukkan adanya titik penyebaran data dalam penelitian ini berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dengan demikian data berdistribusi normal yang berarti asumsi normalitas terpenuhi

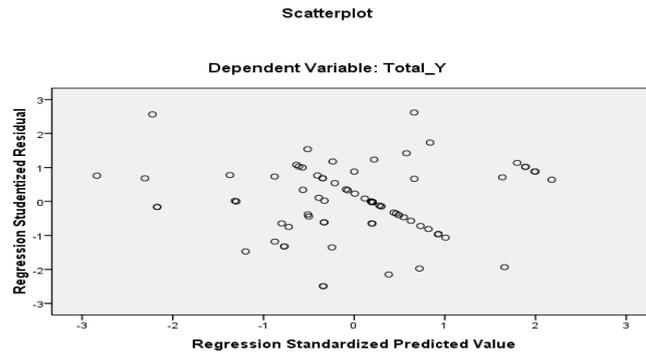
**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



**Gambar 1 Grafik Pengujian Normalitas Data**

**4. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Dari gambar 2 diketahui bahwa titik-titik data tersebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar dengan baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan



**Gambar 2. Grafik Pengujian Heteroskedastisitas**

**a. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model. Kemiripan antar variabel independen dalam satu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antar suatu variabel independen dengan variabel independen lain (Ghozali, 2016). Dari tabel 4.10 di atas diketahui nilai tolerance dari variabel promosi (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) kurang dari 1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan tidak ada gangguan multikolinearitas.

**Tabel 2. Nilai Variance Inflation Factor dan Nilai Tolerance**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Total_X1	.591	1.692
Total_X2	.727	1.376
Total_Z	.607	1.648

Dependent Variable: Total\_Y

**5. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 sebelumnya. Cara yang dapat dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan melihat nilai Durbin Watson dari hasil uji statistik. Dasar pengambilan keputusan dengan uji Durbin Watson (Santoso, 2012). Berdasarkan tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson adalah sebesar 1.973. Dengan demikian model regresi yang digunakan tidak terdapat masalah autokorelasi karena angka Durbin Watson di antar-2 sampai +2.

**Tabel 3 Nilai Durbin-Watson**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.791 <sup>a</sup>	.625	.611	1.59300	1.973

a. Predictors: (Constant), Total\_Z, Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

### 6. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel dependen dan variabel independent. Dari tabel output di atas, diperoleh nilai signifikansi = 0,000 lebih kecil dari 0,05, karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas pelayanan (X1) terdapat hubungan linear secara signifikan

**Tabel 3. Output Uji Linieritas Fasilitas Terhadap Loyalitas Pasien**

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_Y	* Between Groups	((Combined) Linearity	332.353	19	17.492	5.754	.000
Total_X1		Deviation from Linearity	244.498	1	244.498	80.428	.000
			87.855	18	4.881	1.606	.088
	Within Groups		182.397	60	3.040		
	Total		514.750	79			

### 7. Koefisien Determinasi Berganda (R<sup>2</sup>)

Koefisien R sebesar 0.791, hal ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan kepuasan pasien (Z) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pasien (Y) sebesar 79.1%. Koefisien Adjusted R Square sebesar 0.611 atau sebesar 61.1% mengindikasikan bahwa variasi perubahan nilai loyalitas pasien (Y) dapat dijelaskan pengaruhnya secara nyata/bermakna melalui perubahan variasi nilai kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan kepuasan pasien (Z) sebesar 61.1% satuan sisannya sebesar 38.9% satuan dijelaskan oleh variabel lainnya di luar model penelitian.

### 8. Analisis Jalur (Path Analysis)

Penelitian ini menggunakan analisis jalur untuk melihat hubungan antara kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) yang berpengaruh terhadap loyalitas pasien (Y) dalam meningkatkan kepuasan pasien (Z). Sebelum melakukan analisis, terlebih dahulu akan ditentukan koefisien jalur. Ada dua model koefisien jalur

### 9. Sub Struktur Model I

Analisis regresi jalur model I ini guna mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap kepuasan pasien (Z). untuk mengetahui nilai koefisien jalur yang dibutuhkan dalam perhitungan analisis jalur dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Model Summary Variabel X1 dan X2 terhadap Z

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 <sup>a</sup>	.393	.378	2.24777

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

Tabel 5 Coefficients Variabel X1 dan X2 terhadap Z

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.828	1.849		3.692	.000
	Total_X1	.273	.056	.491	4.855	.000
	Total_X2	.257	.117	.221	2.190	.032

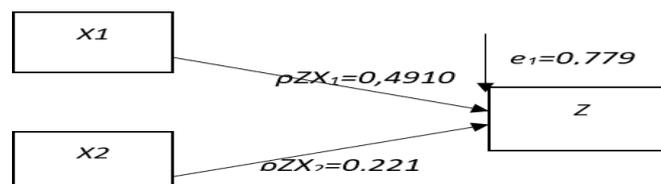
a. Dependent Variable: Total\_Z

Berdasarkan Tabel 5 koeficients, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel yakni kualitas pelayanan (X1) = 0,000 dan fasilitas (X2) = 0,032 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini memberikan informasi bahwa Regresi Model I, yakni variabel kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien (Z). Besarnya nilai R<sup>2</sup> atau R Square yang terdapat pada Tabel 4.20 Model Summary adalah sebesar 0,393, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap kepuasan pasien (Z) adalah sebesar 39,3%. Sementara itu untuk nilai  $\epsilon_1$  dapat dicari dengan rumus:

$$\epsilon_1 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$\epsilon_1 = \sqrt{1 - 0,393} = 0,779$$

Dengan demikian diperoleh diagram jalur model struktur II sebagai berikut:



$$Z = \rho_{ZX1} X1 + \rho_{ZX2} X2 + \epsilon_1$$

$$Z = 0.491X1 + 0.221X2 + 0.779$$

**Gambar 3. Diagram Jalur Model Struktur I**

**10. Koefisien Jalur Model II**

Analisis regresi jalur model II ini guna mengetahui pengaruh ketiga variabel yakni kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) dan kepuasan pasien (Z) terhadap loyalitas pasien (Y). untuk mengetahui nilai koefisien jalur yang dibutuhkan dalam perhitungan analisis jalur dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 6 Model Summary Variabel X1, X2, Z terhadap Y**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.791 <sup>a</sup>	.625	.611	1.59300	1.973

a. Predictors: (Constant), Total\_Z, Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

**Tabel 7 Coefficients Variabel X1, X2, Z terhadap Y**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.061	1.422		2.856	.006
	Total_X1	.183	.046	.367	4.018	.000
	Total_X2	.195	.086	.188	2.277	.026
	Total_Z	.350	.081	.390	4.330	.000

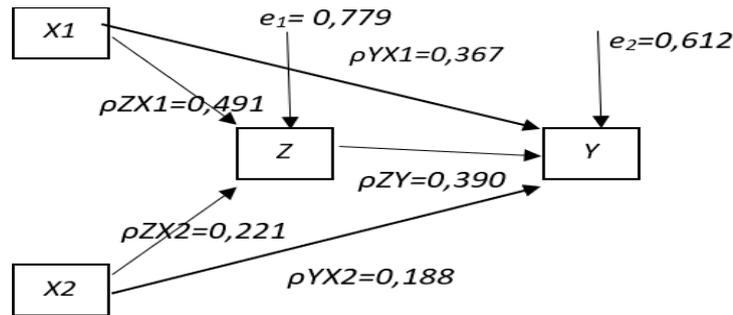
a. Dependent Variable: Total\_Y

Tabel 7 Coefficients, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel yakni kualitas pelayanan (X1) = 0,000, fasilitas (X2) = 0,026 serta kepuasan pasien (Z) = 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini memberikan informasi bahwa Regresi Model II, yakni variabel kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) dan kepuasan pasien (Z) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien (Y). Besarnya nilai R2 atau R Square yang terdapat pada Tabel 4.22 Model Summary adalah sebesar 0,625, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) dan kepuasan pasien (Z) terhadap loyalitas pasien (Y) adalah sebesar 62,5%, sementara sisanya 37,5% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti. Sementara itu untuk nilai E2 dapat dicari dengan rumus:

$$\epsilon_2 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$\epsilon_2 = \sqrt{1 - 0,625} = 0,612$$

Dengan demikian diperoleh diagram jalur model struktur II sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram Jalur Model Struktur II

### 3. Analisis Pengaruh X1 Melalui Z terhadap Y.

Diketahui pengaruh langsung yang diberikan X1 terhadap Y sebesar 0,367, sedangkan pengaruh tidak langsung X1 melalui Z terhadap Y adalah perkalian antara nilai beta X1 terhadap Z dengan nilai Z terhadap Y yaitu  $0,491 \times 0,390 = 0,191$ . Maka pengaruh total yang diberikan X1 terhadap Y adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu  $0,367 + 0,191 = 0,558$ . Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,367 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,191, hal ini berarti bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh tidak langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen (Z) bukan sebagai variabel intervening dalam pengaruh antara kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

### 4. Analisis Pengaruh X2 Melalui Z Terhadap Y

Diketahui pengaruh langsung yang diberikan X2 terhadap Y sebesar 0,188, sedangkan pengaruh tidak langsung X2 melalui Z terhadap Y adalah perkalian antara nilai beta X2 terhadap Z dengan nilai Z terhadap Y yaitu  $0,221 \times 0,390 = 0,086$ . Maka pengaruh total yang diberikan X2 terhadap Y adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu  $0,188 + 0,086 = 0,274$ . Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,188 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,086, hal ini berarti bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh tidak langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien (Z) bukan sebagai variabel intervening dalam pengaruh antara fasilitas (X2) terhadap terhadap loyalitas pasien (Y).

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien.

Variabel kualitas pelayanan (X1) signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05,. Artinya variabel kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien (Y). Hasil ini menjelaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pasien pada Poli Klinik Jantung RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya, maka kepuasan pasien akan meningkat. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan adalah dua konsep yang berbeda namun saling berkaitan erat. Hal ini menyiratkan bahwa meningkatnya kepuasan pelanggan cenderung diikuti pula dengan meningkatnya persepsi positif terhadap kualitas layanan, dan sebaliknya. (Sureshchandar dikutip dalam Tjiptono & Diana 2015). Hasil penelitian ini mendukung peneliti yang dilakukan oleh Ika Wahyu Wijayanti dan Wahyono (2015), Erni Setyowati dan Wiyadi (2016), Pramita Enggarwati, Sumiati, Sunaryo (2017), Diah Yulisetiari, Ketut Indraningrat, Hafifatul Hijriah (2018), Ritna Rahmawati Dewi (2016), Lyrisa Gisela Sharon, Suryono Budi Santoso (2017), Natalia Retno Budi Utami (2019) dan Sutrisno (2015) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan.

### 2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien

Variabel fasilitas (X1) signifikansi sebesar 0,032 yang lebih kecil dari 0,05,. Artinya variabel fasilitas (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien (Y). Hasil ini menjelaskan bahwa semakin bagus fasilitas yang dirasakan oleh pasien pada Poli Klinik Jantung

RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya, maka kepuasan pasien akan meningkat dikarenakan ada peningkatan dari fasilitas rumah sakit. Fasilitas adalah alat pendukung yang dipakai perusahaan dengan tujuan menaikkan kepuasan pelanggan. Semakin bagus fasilitas yang disediakan untuk konsumen, maka akan meningkatkan kepuasan dari konsumen. Kotler (2011) berpendapat salah satu cara yang digunakan manajemen perusahaan khususnya yang memiliki hubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan menyediakan fasilitas terbaik untuk menarik serta menjaga konsumen. Maka dari itu Fasilitas termasuk sarana dan prasarana yang tergolong penting dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan seperti kenyamanan pada pemakai jasa, memenuhi kebutuhan dan memberi kemudahan. Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan (Tjiptono, 2014). Salah satu pendukung fasilitas dengan bentuk fasilitas fisik organisasi yang digunakan sebagai alat komunikasi pelayanan terhadap konsumen. Elemen dari desain fasilitas pelayanan meliputi elemen fisik seperti layout, kondisi fasilitas, kelengkapan, penggunaan teknologi sebagai sarana dalam pemberian jasa, dan dekorasi yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Hasil penelitian ini mendukung peneliti yang dilakukan oleh Lyrissa Gisela Sharon, Suryono Budi Santoso (2017) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien**

Variabel kualitas pelayanan (X1) signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05,. Artinya variabel kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien (Y). Hasil ini menjelaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pasien pada Poli Klinik Jantung RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya, maka loyalitas pasien akan meningkat. Menurut Hurryati (2014) "pelanggan yang loyal mempunyai peran yang sangat penting bagi perusahaan, karena loyalitas seorang pelanggan bisa meningkatkan laba dan mempertahankan eksistensi sebuah perusahaan". Menurut Griffin (2003) "konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku dari pada sikap, pembelian oleh seorang pelanggan bisa dikatakan perilaku dan sikap adalah suatu persaan yang diperlihatkan oleh seorang pelanggan setelah memakai produk atau jasa". Hasil penelitian ini mendukung peneliti yang dilakukan oleh Ika Wahyu Wijayanti dan Wahyono (2015), Erni Setyowati dan Wiyadi (2016), Pramita Enggarwati, Sumiati, Sunaryo (2017), Diah Yulisetiari, Ketut Indraningrat, Hafifatul Hijriah (2018), Ritna Rahmawati Dewi (2016), Lyrissa Gisela Sharon, Suryono Budi Santoso (2017), Natalia Retno Budi Utami (2019) dan Sutrisno (2015) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas

### **4. Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas**

Variabel fasilitas (X2) signifikansi sebesar 0,026 yang lebih kecil dari 0,05,. Artinya variabel fasilitas (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien (Y). Hasil ini menjelaskan bahwa semakin bagus fasilitas yang dirasakan oleh pasien pada Poli Klinik Jantung RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya, maka loyalitas pasien akan meningkat dikarenakan fasilitasnya sesuai dengan manfaat yang didapat oleh pasien. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani, (2011) fasilitas adalah penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan dan peralatan. Sehingga bisa memberikan kemudahan kepada para konsumen dalam melaksanakan aktivitas dan kegiatannya. Hasil penelitian ini mendukung peneliti yang dilakukan oleh Lyrissa Gisela Sharon, Suryono Budi Santoso (2017) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas

### **5. Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien**

Variabel kepuasan pasien (Z) signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05,. Artinya variabel kepuasan pasien (Z) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien (Y). Hasil ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kepuasan pasien pada Poli Klinik Jantung RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya, maka loyalitas pasien akan meningkat. Pelanggan yang telah menggunakan sebuah produk berupa barang maupun jasa dapat menilai atau menentukan tingkat kepuasan terhadap penggunaan produk tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting

yang harus diperhatikan oleh perusahaan penyedia jasa karena kepuasan dapat membentuk sebuah loyalitas pelanggan terhadap penggunaan jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2018). Hasil penelitian ini mendukung peneliti yang dilakukan oleh Suwarni Septina Dwi Mayasari (2011), Ika Wahyu Wijayanti dan Wahyono (2015), Erni Setyowati dan Wiyadi (2016), Dewi Kurniawati Suharyono Andriani Kusumawati (2014), Pramita Enggarwati, Sumiati, Sunaryo (2017), Diah Yulisetiari, Ketut Indraningrat, Hafifatul Hijriah (2018), Ritna Rahmawati Dewi (2016), Lyrisa Gisela Sharon, Suryono Budi Santoso (2017), Natalia Retno Budi Utami (2019) dan Sutrisno (2015) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas

**6. Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Berpengaruh Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening.**

Hipotesis keenam dari penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening tidak terbukti kebenarannya. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,367 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,191, hal ini berarti bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh tidak langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen (Z) bukan sebagai variabel intervening dalam pengaruh antara kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,188 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,086, hal ini berarti bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh tidak langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien (Z) bukan sebagai variabel intervening dalam pengaruh antara fasilitas (X2) terhadap loyalitas pasien (Y).

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan pada bab terdahulu diperoleh beberapa kesimpulan dari penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
2. Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
3. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.
4. Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.
5. Kepuasan pasien secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.
6. Kepuasan pasien bukan variabel intervening variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pasien.

## UCAPAN TERIMA KASIH

1. Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Ka. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Pimpinan Poli Klinik Jantung RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya
5. Pasien Poli Klinik Jantung RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya

## DAFTAR PUSTAKA

*Daradjat, Zakiah, 2012, Ilmu Pendidikan Islam, Cet. X, Jakarta: Bumi Aksara*

Dewi Kurniawati, Suharyono dan Andriani Kusumawati (2014) *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 14 No. 2 September

Pramita Enggarwati, Sumiati, Sunaryo (2017) *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada Butik Zoya Di Kota Malang)*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.1, Januari 2017

Diah Yulisetiari, Ketut Indraningrat, Hafifatul Hijriah (2018) *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan*

- Penumpang Kereta Api Sri Tanjung Jember- Yogyakarta PT. KAI Daop IX Jember. Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3*
- Erni Setyowati dan Wiyadi (2016) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediiasi. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Vol. 18, No. 2, Desember 2016*
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro*
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro*
- Griffin, Jill. 2003. *Customer loyalty. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama*
- Hurriyati Ratih 2014. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung : Alfabeta.*
- Ika Wahyu Wijayanti dan Wahyono (2015) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. Management Analysis Journal 4 (1) ISSN 2252-6552*
- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA) Volume 21 Nomor 01 Tahun 2019*
- Koentjoro, EM & Subagio, H (2013), *'Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction di Coffee Bean Galaxy Mall Surabaya'*, *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.1, No.2, HH 1-6*
- Kotler dan Keller. 2014. *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary. Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga*
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson*
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta : Penerbit Salemba Empat*
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2. Jakarta: PT. Indeks*
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi. Kedua, Salemba Empat, Jakarta*
- Lyrissa Gisela Sharon, Suryono Budi Santoso 2017 *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Citra Rumah Sakit, Kepuasan Pasien Dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas Pasien (Studi Pada Pasien Rawat Inap RSUD Tugurejo Semarang) . Diponegoro Journal Of Management Volume 6, Nomor 3, Tahun 2017, Halaman 2*
- Murni et al., 2018. *Metode Penelitian, FEUWKS, Surabaya*
- Natalia Retno Budi Utami (2019) *Pengaruh Kualitas Layanan Pasien Rawat Inap Terhadap Loyalitas Di Rumah Sakit Sekar Kamulyan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember Vol. 18, No. 2, Desember 2016*
- Ritna Rahmawati Dewi (2016) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Pengguna Bpjs Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertasi:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi*
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20. Jakarta: PT Elex Media. Komputindo*
- Srijani, N dan Achmad Sukma Hidayat. 2017. *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Premiere Skin Center Madiun. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 4, No. 1: 23-37*

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutrisno (2015) *Pengaruh Kualitas Layanan, dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Tingkat II Tentara Nasional Indonesia*. Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen September 2015, Vol. 2 No.2. hal. 27 - 41
- Suwarni dan Septina Dwi Mayasari (2011) *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ekonomi Bisnis, TH. 16, NO. 1, MARET 2011
- Tjiptono Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta
- Tjiptono Fandy dan Anastasia Diana. 2015. *Pelanggan Puas ? Tak Cukup*. Yogyakarta. Andi