

## **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi terhadap Kepuasan dalam Membangun Loyalitas (Studi pada Pasien Rawat Jalan Umum di Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Achmad Kota Pekanbaru)**

Helwen Heri

Misniari

Program Pascasarjana, Magister Manajemen

Universitas Lancang Kuning, Pekanbaru

---

### **Abstract**

*This study aims to determine the effect of perceptions of service quality and satisfaction within me Mbangun loyalty (study in outpatients common in public hospitals were Arifin Achmad Pekanbaru city. The research was conducted on August - September 20 1 7. using quantitative presented data - data that is found then analyzed using statistical tests ie path analysis . The population in this study were all inpatients in RSUD Arifin Achmad Pekanbaru which amounts to 100 person. The sample of the study was conducted using the convinience sampling method. The results of the research note that partially (1) t erdapat direct influence of service quality to loyalty pasi en RSUD Arifin Achmad Pekanbaru with t value count bigger than t table, that is  $2,324 > 1,661$ . (2) T erdapat direct influence perceptions of patient loyalty Arifin Achmad Pekanbaru. With value t arithmetic greater than t table that is  $1.831 > 1.661$ . (3) Patient satisfaction has influence to patient loyalty of RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. T value is greater than this da t table is  $3.882 > 1.661$  (4) Quality of hospital services has an influence on patient satisfaction Arifin Achmad Pekanbaru to use values t is greater than you e no t table is  $8.791 > 1.661$ , (5) P the perception of the patient has an effect on the satisfaction of the patient of RSUD Arifin Achmad Pekanbaru with n t value bigger than t table that is  $7,894 > 1,661$ . Based on the research conclusions disa rankan things as follows (1) The management of RSUD Arifin Achmad Pekanbaru is advised to deepen the problem - issues related to the marketing of services seen from quality of service and perception as well as identification efforts affecting patient satisfaction and loyalty at the Regional General Hospital (RSUD) Arifin Achmad Pekanbaru , (2) Considering the effect of research variables on improving the quality of health care services to meet patient satisfaction and loyalty, - The next step taken in kebija ksanaan measure in the future, (3) P erlu their advanced research more complete and in a broader scope. With more comprehensive research and in a broader scope is expected to contribute significantly to increase patient loyalty in particular, and hospital / health management in general.*

**Keywords:** Service Quality, Perception, Patient Satisfaction, Patient Loyalty

### **Abstrak**

Struktur modal merupakan masalah penting bagi perusahaan mana pun karena struktur modal yang baik dan buruk akan berdampak langsung pada posisi keuangan perusahaan. Kesalahan dalam menentukan struktur Modal akan berdampak luas. Apalagi dengan hutang yang sangat besar, akan menempatkan beban berat pada perusahaan karena perusahaan harus menanggung beban yang masih lebih besar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Struktur Aset, Perusahaan-CSizte dan Profitabilitas Struktur Modal Pada Perusahaan Pharmaceutical yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu manajemen keuangan, dan sebagai input bagi kepemimpinan perusahaan dalam membuat keputusan terkait dengan

struktur aset, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang digunakan untuk menguji model hipotesis yang secara statistik, serta sejauh mana model yang diusulkan konsisten dengan sampel data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Struktur aset terbukti mempengaruhi struktur Modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009 hingga 2014 periode (2) Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi struktur Modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2009 hingga 2014. (3) profitabilitas menunjukkan pengaruh terhadap struktur Modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009 hingga 2014 (4) bersama dengan struktur aset, ukuran perusahaan dan profitabilitas terbukti mempengaruhi struktur modal pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009 hingga 2014.

**Kata Kunci:** Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal

---

## **A. PENDAHULUAN**

Kesehatan telah menjadi bagian penting bagi masyarakat, dengan kesehatan yang maksimal maka seseorang akan dapat menjalankan aktivitasnya dengan baik. Kesehatan masyarakat yang baik akan tercipta suatu keadaan kehidupan yang tentram. Tubuh yang sehat merupakan sebuah keinginan dari semua orang sehingga dalam upaya mewujudkan suatu kondisi sehat tersebut, maka harus dilakukan beberapa hal. Salah satu diantaranya dengan menyelenggarakan pelayanan kesehatan bagi masyarakat. Upaya yang harus dilakukan oleh pemerintah adalah rumah sakit.

Rumah sakit merupakan salah satu sarana kesehatan yang dapat memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat guna meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat. Rumah sakit diwajibkan untuk memberikan pelayanan yang bermutu sesuai dengan standar yang ditetapkan pemerintah dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Mutu pelayanan rumah sakit mempunyai dua komponen, yaitu pemenuhan terhadap standar mutu yang telah ditetapkan dan pemenuhan akan kepuasan pelanggan. Rumah sakit juga harus memberikan pelayanan yang berfokus pada kepuasan pelanggan. Perbaikan kualitas jasa pelayanan kesehatan dapat dimulai dengan mengevaluasi setiap unsur-unsur yang berperan dalam membentuk kepuasan pasien. Sistem kepedulian kesehatan dapat diperbaiki melalui jalur klinis, layanan, termasuk perspektif pasien seperti seberapa baik jasa pelayanan kesehatan yang mereka butuhkan (Utama dalam Gunawan, 2013).

Rumah sakit sebagai salah satu bentuk organisasi yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan dimana salah satu upaya yang dilakukannya adalah menjadi tujuan rujukan dari pelayanan tingkat bawahnya. Seperti Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas), dokter praktek swasta dan rumah sakit lainnya. Untuk itu, sebagai salah satu tujuan dari rujukan layanan kesehatan, maka rumah sakit perlu menjaga kualitas layanannya terhadap masyarakat yang membutuhkan. Pelayanan kesehatan inilah yang selalu dituntut oleh para pengguna jasa di bidang kesehatan agar selalu bertambah baik dan pada akhirnya tujuan organisasi dalam melakukan pelayanan yang prima dan berkualitas dapat terwujud. Untuk mewujudkan hal ini, tentu saja tidak mudah karena perlu adanya perbaikan manajemen pengelolaan layanan dan sudah pasti terdapat persaingan yang semakin ketat antar rumah sakit. Karena rumah sakit tidak hanya bersaing dengan rumah sakit lain, namun juga bersaing dengan layanan kesehatan yang lain, seperti: rumah bersalin, klinik 24 jam, praktek dokter, praktek bidan swasta, dan pelayanan kesehatan.

Kepuasan yang dirasakan pasien tergantung dari persepsi mereka terhadap harapan dan kualitas pelayanan yang diberikan rumah sakit. Apabila harapan pelanggan lebih besar dari kualitas pelayanan yang diterima maka konsumen tidak puas. Demikian pula sebaliknya, apabila harapan sama atau lebih kecil dari kualitas pelayanan yang diterima, maka pasien

akan puas. Kualitas pelayanan merupakan pengukuran terhadap tingkat layanan yang diberikan atau yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan. Saat ini tingkat persaingan rumah sakit sangat tinggi. Agar rumah sakit dapat bertahan dan berkembang, pihak rumah sakit harus proaktif dan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Dengan cara memahami persepsi konsumen mengenai pelayanan di rumah sakit serta menerapkan sesuai apa yang diinginkan konsumen, rumah sakit akan mampu bertahan dan unggul dalam persaingan di era globalisasi saat ini. Kepuasan yang dirasakan pasien tergantung dari persepsi pasien.

Di Indonesia sendiri khususnya di Provinsi Riau perkembangan industri rumah sakit ini menunjukkan angka pertumbuhan yang pesat. Hal ini dapat dilihat berdasarkan data dari Dinas Kesehatan Riau tahun 2015, terdapat 22 buah rumah sakit yang ada di Kota Pekanbaru diantaranya 4 Rumah Sakit Pemerintah, 2 Rumah Sakit Militer, 1 Rumah Sakit Polisi, 1 Rumah Sakit BUMN dan 14 buah Rumah Sakit Swasta, hanya 4 Rumah Sakit yang sudah terakreditasi.

Rumah sakit merupakan salah satu pelayanan jasa yang dalam melakukan aktivitasnya, tidak boleh lepas dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kedua hal tersebut meningkatkan kesadaran dan tuntutan masyarakat terhadap pelayanan jasa kesehatan yang semakin baik. Hal ini terhadap pelayanan jasa kesehatan yang lebih bermutu. Perubahan ini merupakan tantangan bagi pihak rumah sakit yang dihadapkan pada lingkungan usaha yang berubah.

Fenomena ini dapat dilihat pada tahun 2015, Dinas Kesehatan (Dinkes) Pekanbaru mencatat sebanyak 50.000 warga Pekanbaru pilih berobat ke Malaysia tiap bulan. Tingginya minat warga Pekanbaru berobat ke Malaysia lebih akibat masih rendahnya kualitas pelayanan rumah sakit di daerah Riau, dan kondisi ini tidak bisa dibiarkan karena akan merugikan penerimaan pemerintah kota dari sektor pajak. Selain rendahnya kualitas pelayanan, rumah sakit di Pekanbaru juga tidak bisa menampung pasien gawat darurat di ruang ICU yang cenderung penuh (Sina, 2016). Tentu saja fenomena ini menjadi pemandangan yang buruk ditengah tingginya tingkat persaingan industri rumah sakit di Indonesia, khususnya di Pekanbaru. Kondisi ini menjadi tantangan yang luar biasa bagi RSUD Arifin Achmad Pekanbaru untuk mampu bersaing dengan rumah sakit – rumah sakit yang ada di Pekanbaru bahkan dengan rumah sakit di Malaysia dan Singapura untuk meningkatkan loyalitas dan mendapatkan tempat dihati masyarakat.

Rumah sakit pemerintah khususnya, harus selalu memperhatikan dan meningkatkan kelebihan bersaingnya untuk survive dalam persaingan dan bagaimana agar pasien puas terhadap pelayanan kesehatan di rumah sakit, yang pada akhirnya diikuti dengan tingkat loyalitas yang tinggi dari masyarakat. Persepsi pasien tentang pelayanan memegang peranan yang sangat penting.

Kualitas pelayanan akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada pasien sesuai dengan apa yang dipersepsikan oleh pasien. Menurut Kotler dalam Tjiptono (2007), kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Sedangkan menurut Rifai (2005) menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa persepsi masyarakat tentang jasa pelayanan kesehatan dan pengaruhnya terhadap pemanfaatan jasa pelayanan kesehatan merupakan indikator utama keberhasilan jasa pelayanan kesehatan.

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Arifin Achmad Pekanbaru merupakan rumah sakit pemerintah yang didirikan pada tanggal 24 Mei 1976, yang beralamat di Jl. Diponegoro No. 02 Telp. (0761) 23418 & 21618, Fax No. (0761) 20253 Pekanbaru Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Arifin Achmad Pekanbaru dikelola oleh Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), Kelas B dengan luas tanah 54.965 M<sup>2</sup> dan luas bangunan 41.984 M<sup>2</sup> (berdasarkan *Certificate of appraisal* PT. Winara Sabena 25 Januari 2007) dengan 590 tempat tidur rawat inap yang 120 tempat tidur diantaranya berkelas VIP keatas dan telah dapat memberikan

pelayanan medis diantaranya pelayanan umum dan spesialis kedokteran, pelayanan rawat jalan, pelayanan UGD, Rehabilitasi Medis dan Gigi ([www.rsudpekanbaru.com](http://www.rsudpekanbaru.com)).

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Arifin Achmad Pekanbaru didukung oleh 1.494 orang karyawan dari berbagai disiplin dan jenjang pendidikan, tenaga medis dan para medis berjumlah 1.108 orang dan tenaga non medis berjumlah 386 orang. Berdasarkan data dari rekam medis Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Arifin Achmad Pekanbaru, diketahui bahwa kinerja pelayanan pada rumah sakit ini bervariasi. Nilai BOR (*Bed Occupancy Rate*)  $\pm$  sebesar 87,8%, nilai *Gross Death Rate* (GDR)  $\pm$  sebesar 55%, *Net Death Rate* (NDR)  $\pm$  sebesar 34 % ([www.rsudpekanbaru.com](http://www.rsudpekanbaru.com)).

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa asuransi (kesehatan) yang bersifat umum. BPJS bersifat *corporate* (kumpulan) dan pribadi, yang mana BPJS kumpulan berarti keanggotaan BPJS yang dikeluarkan oleh perusahaan BPJS atas nama suatu perusahaan atau organisasi. Jadi kewajiban yang dibayarkan kepada perusahaan BPJS akan dibayarkan oleh perusahaan atau organisasi tertentu dengan system pemotongan pendapatan dari karyawan ybs sebagai tunjangan kesehatan yang di berikan oleh perusahaan/organisasi tersebut. Sedangkan pribadi lebih kepada keanggotaan BPJS yang diatas namakan individu dengan segala kewajiban dibayarkan secara pribadi kepada perusahaan BPJS. Sehingga masyarakat pengguna BPJS juga tidak mengeluarkan nilai ekonomis secara langsung untuk mendapatkan jasa pelayanan kesehatan. Angka kunjungan BPJS pada tahun awal realisasinya di 2013 mencapai 5.486, namun angka ini terus mengalami penurunan di tahun-tahun berikutnya karena pengguna BPJS dapat bebas menentukan pilihan rumah sakit sesuai dengan keinginan masyarakat.

Jaminan kesehatan daerah (Jamkesda) merupakan jaminan kesehatan yang diberikan pemerintah daerah kepada masyarakat dengan ekonomi kurang mampu. Jamkesda juga sama halnya dengan Askes dan BPJS dimana penggunaanya tidak perlu mengeluarkan nilai ekonomis secara langsung karena sudah dijamin oleh pemerintah. Jadi ketiga fasilitas kesehatan diatas, jelas tidak memberikan pemasukan dana pelayanan kesehatan secara langsung bagi RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Pada tabel 1.2 angka kunjungan Jamkesda terlihat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, karena pengguna Jamkesda hanya dapat menggunakan kartu Jamkesda pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru .

Hal yang menarik untuk diteliti adalah sebagai rumah sakit pemerintah yang harus bersaing dengan rumah sakit swasta yang ada di Pekanbaru, bagaimanakah kualitas pelayanan yang diberikan tenaga medis dan non medis RSUD Arifin Achmad Pekanbaru pada jasa rawat jalan jalur umum, apakah sudah memuaskan harapan pasien atau tidak. Dalam hal ini, tidak dapat dipungkiri bahwa akan banyak persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan jasa rawat jalan jalur umum pada rumah sakit-rumah sakit yang ada di Kota Pekanbaru.

Fluktuasi pertumbuhan jumlah kunjungan pasien rawat jalan jalur umum yang tidak stabil mengarah pada rendahnya kualitas pelayanan yang disediakan oleh pihak rumah sakit menyebabkan turunnya kepuasan dan loyalitas pasien. Dari hasil pengamatan penulis dilapangan banyak ditemukan keluhan pasien terhadap pelayanan yang diberikan pihak manajemen rumah sakit, yang salah satunya adalah pelayanan administrasi petugas non medis yang lamban sehingga menyita banyak waktu pasien maupun keluarga pasien rawat jalan serta kurang ramahnya performance dari petugas non medis sehingga pasien merasa tidak puas terhadap pelayanan tersebut.

Melihat kesenjangan tersebut maka manajemen RSUD Arifin Achmad Pekanbaru harus memberikan perhatian khusus atas masalah yang sedang terjadi. RSUD Arifin Achmad Pekanbaru sebagai penyedia jasa layanan pemerintah terhadap masyarakat haruslah mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan, karena pasien yang menikmati jasa maka pasien pula yang seharusnya menentukan kualitas layanan jasa yang diberikan. Selanjutnya semua itu menjadi patokan bagi pihak rumah sakit di dalam memberikan pelayanan

seterusnya. Untuk dapat meningkatkan kepuasan pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru harus dapat meningkatkan kualitas layanan jasa kesehatan yang diberikan kepada pasien dimana kualitas layanan jasa kesehatan ini didukung oleh beberapa faktor antara lain faktor *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* (Parasuraman, et.al dalam Tjiptono, 2007).

Dari hasil pengamatan penulis dilapangan, adanya fenomena kualitas pelayanan RSUD Arifin Achmad Pekanbaru dalam bidang kesehatan yang ada di Kota Pekanbaru masih memiliki beberapa kekurangan dalam hal pelayanan kepada masyarakat. Beberapa kekurangan RSUD Arifin Achmad Pekanbaru yaitu prosedur pelayanan pasien yang masih terlalu panjang serta masih kurangnya kualitas pelayanan program Jamkesda atau BPJS. Namun, RSUD Arifin Achmad Pekanbaru pada kenyataannya sering mendiskriminasikan dan memberikan pelayanan yang berbeda kepada masyarakat pengguna jasa Jamkesda atau BPJS dibanding pasien umum walaupun pembayarannya sudah dijamin pemerintah. Kekurangan dalam hal pelayanan tersebut dapat menjadi kelemahan bahkan ancaman bagi RSUD Arifin Achmad Pekanbaru dalam memenangkan perhatian masyarakat.

Permasalahan penting yang berkaitan dengan loyalitas pasien yang perlu diperhatikan oleh RSUD Arifin Achmad Pekanbaru adalah kualitas layanan dengan indikator bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati diberikan pada pasien sehingga menciptakan kepuasan pasien.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap tiga orang pasien di RSUD Arifin Achmad, dapat disimpulkan bahwa pada saat ini masyarakat menggunakan jasa RSUD Arifin Achmad Pekanbaru tidak hanya mementingkan hasil akhir saja, berupa kesembuhan dirinya atau keluarga semata, tetapi mereka sudah menilai apa yang mereka lihat dan rasakan saat melakukan rawat jalan. Mengamati permasalahan tersebut, maka dalam memenuhi harapan pasiennya pihak manajemen rumah sakit tidak bisa bertindak sesuai dengan kemauannya sendiri dalam memutuskan semua kebijakan operasionalnya, tetapi harus mampu mewujudkan pelayanan, kepercayaan serta komitmen yang terbaik pada pasiennya jika tidak ingin ditinggalkan oleh masyarakat sebagai pelanggan utamanya di masa yang akan datang.

Dengan begitu kompleksnya masalah kehidupan sekarang ini, menyebabkan masalah kesehatan benar-benar merupakan kebutuhan penting bagi masyarakat pengguna jasa kesehatan. Oleh karena itu, lembaga penyedia jasa kesehatan diharapkan mampu untuk selalu konsisten pada perannya, terutama kuantitas dan kualitas pelayanan dalam upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan pasien. Rasa puas mengindikasikan adanya sikap dan perasaan positif terhadap produk, jika pasien memiliki sikap positif terhadap pelayanan jasa kesehatan yang diberikan oleh RSUD Arifin Achmad Pekanbaru maka dalam diri pasien akan berkembang loyalitas afektif. Pasien yang puas akan berniat untuk menggunakan pelayanan jasa kesehatan yang sama dimasa yang akan datang (loyalitas konatif). Sedangkan pasien yang tidak puas memiliki sikap negatif terhadap suatu jasa, hal ini ditandai dengan adanya kekecewaan.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

Berbagai definisi diberikan para ahli terhadap kualitas pelayanan. Parasuraman (dalam Tjiptono, 2007) mengartikan kualitas sebagai suatu bentuk sikap, berhubungan namun tidak sama dengan kepuasan, yang merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dengan kinerja aktual. Namun kualitas pelayanan dan kepuasan dibentuk dari hal yang berbeda. Selanjutnya disebutkan bahwa pengertian yang paling umum dari perbedaan kualitas pelayanan dan kepuasan adalah bahwa kualitas pelayanan merupakan satu bentuk sikap, penilaian dilakukan dalam waktu lama, sementara kepuasan merupakan ukuran dari transaksi yang spesifik.

Dimensi kualitas pelayanan dapat diidentifikasi melalui penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman et al. yang dikenal sebagai SERVQUAL (Kotler dan Keller, 2007), sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi. Penampilan, sarana, dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, konsisten, dan sesuai dengan harapan. Sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi tinggi.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan pelanggan, misalnya kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan dalam proses transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, misalnya kemampuan karyawan atas: pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dimensi jaminan ini merupakan gabungan dari 3 determinan:

- Kompetensi (*competence*), artinya meliputi keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan.
- Kesopanan (*courtesy*), yang meliputi keramahan, perhatian, dan sikap para karyawan.
- Kredibilitas (*credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan seperti reputasi, prestasi, dan sebagainya.

5. Empati (*Empathy*)

Kesediaan karyawan dan pengusaha memberikan perhatian mendalam dan khusus kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik. Dimensi empati ini merupakan penggabungan dari 3 determinan:

- Akses, meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
- Komunikasi, merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.
- Pemahaman kepada pelanggan, meliputi: usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Menurut Parasuraman (dalam Tjiptono, 2007) penilaian pasien terhadap kualitas ditentukan oleh dua hal, yaitu: harapan pasien terhadap kualitas (*expected quality*) dan persepsi pasien atas kualitas (*perceived quality*). Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka pengukuran keberhasilan suatu perusahaan jasa dalam hal ini rumah sakit, lebih banyak ditentukan oleh penilaian dan persepsi pasien tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit tersebut dengan segala unsur yang ada dalam lingkungan internalnya, dan unsur yang berada di luar perusahaan yang saling berinteraksi dan mempengaruhi keberhasilan perusahaan jasa/rumah sakit tersebut dalam mencapai kepuasan pasien, yang akhirnya dapat menciptakan loyalitas pasien.

Menurut Robbins (2006) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi individu terhadap suatu objek antara lain:

1. Faktor yang ada pada pelaku persepsi (*perceiver*)

Seseorang individu memandang pada suatu target dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, penafsiran itu sarat dipengaruhi oleh karakteristik-karakteristik pribadi dari pelaku persepsi. Faktor yang ada pada pelaku persepsi meliputi sifat, kebutuhan atau motif, kepentingan atau minat, pengalaman atau penghargaan pada individu.

2. Faktor yang ada pada objek atau target yang di persepsikan

Karakteristik-karakteristik dalam target yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Faktor yang ada pada objek yang dipersepsikan meliputi hal-hal baru, gerakan, bunyi, ukuran, latar belakang dan kedekatan.

3. Faktor-faktor situasi dimana persepsi itu dilakukan

Selain kedua hal tersebut situasi berpengaruh pula terhadap persepsi individu. Situasi ini meliputi waktu, keadaan atau tempat kerja atau keadaan sosial.

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2004). Sedangkan Kotler (2004) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu pelayanan jasa kesehatan dengan harapan-harapannya. Dari definisi-definisi tersebut di atas dapat disimpulkan, yaitu adanya perbandingan antara harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan pasien. Harapan pasien dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, diantaranya pengalaman berobat dimasa lampau, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa pada dasarnya kepuasan pasien mencakup antara harapan dari hasil yang dirasakan.

Menurut Anderson (dalam Harcahyani, 2010) kepuasan memiliki suatu posisi sentral dalam praktik bisnis karena manfaat-manfaat yang dihasilkannya bagi perusahaan. Konsekuensi atau keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dari kepuasan pelanggan cukup banyak, antara lain:

1. Sebagian besar peneliti sepakat bahwa adanya pelanggan yang puas bersifat kondusif ke arah loyalitas pelanggan. Para pelanggan yang puas dengan suatu produk atau jasa kemungkinan besar akan membeli kembali jika mereka memiliki suatu kesempatan untuk membeli.
2. Kepuasan pelanggan mungkin juga menghasilkan suatu referral atau komunikasi mulut ke mulut yang positif. Komunikasi dari mulut ke mulut yang positif cukup efektif dalam mempengaruhi calon pelanggan (pelanggan potensial); dengan demikian, perusahaan-perusahaan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan pelanggan akan memetik manfaat dari peningkatan pangsa pasar berikutnya.
3. Para pelanggan yang puas akan bersedia membayar lebih banyak atas manfaat-manfaat yang mereka terima dan kemungkinan besar akan lebih toleran terhadap peningkatan harga. Oleh karena itu, sebuah perusahaan yang dapat memuaskan para pelanggannya dapat mereduksi elastisitas harga dari para pelanggan yang ada dan secara potensial dapat memperoleh profit margin yang lebih tinggi.
4. Kepuasan pelanggan menurunkan biaya yang dilibatkan dalam transaksi-transaksi masa depan perusahaan dan dalam menangani keluhan. Kepuasan pelanggan mengarah kepada pembelian berulang dan referral, oleh karena itu sebuah perusahaan yang mampu memuaskan pelanggan-pelanggannya, besar kemungkinan akan lebih sedikit berbelanja untuk promosi guna menarik pelanggan-pelanggan baru. Dengan adanya pelanggan-pelanggan yang dipuaskan, perusahaan akan menerima lebih sedikit keluhan dan berarti menurunkan biaya untuk menangani keluhan.

Menurut Hurriyati (2005) loyalitas merupakan manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki, *men-support*, mendapatkan rasa aman, dan membangun keterikatan serta menciptakan *emotional attachment*. Sedangkan loyalitas dalam *the oxford english dictionary* adalah : *a strong feeling of support, and allegiance; a person showing firm and constant support* dari definisi tersebut terdapat kata *strong feeling* artinya kedalaman perasaan manusia terhadap suatu hal, apakah keluarga, teman, organisasi, atau merek. Perasaan inilah yang menjadi unsur utama dan menentukan keeratan serta loyalitas pelanggan. Sedangkan Kertajaya (2005) mendefinisikan loyalitas sebagai perilaku pelanggan yang melakukan pembelian ulang (*repeat*), mereferensikan produk atau jasa yang digunakan kepada orang lain (*revere*) dan bersikap kebal terhadap godaan produk lain (*immune*). Konsep lain mengenai loyalitas pelanggan menyebutkan bahwa konsep loyalitas lebih mengarah pada perilaku (*behavior*) dibandingkan dengan sikap (*attitude*) dan seseorang pelanggan loyal memperlihatkan perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama, yang dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambil keputusan (Griffin, 2005).

Lebih lanjut Griffin (2005) menyatakan bahwa ciri-ciri pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi adalah:

1. Memiliki frekuensi kunjungan yang tinggi.
2. Tidak mudah beralih.
3. Melakukan rekomendasi dari mulut ke mulut.
4. Menyampaikan keluhan yang dirasakan (kritik dan saran).
5. Pembelaan.

Griffin (2005) juga menyatakan bahwa keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal terhadap barang dan jasa, antara lain :

1. Mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik konsumen baru lebih mahal).
2. Mengurangi biaya transaksi seperti biaya negosiasi kontrak, pemrosesan, pesanan dan lain-lain.
3. Mengurangi biaya *turn over* konsumen karena penggantian konsumen yang lebih sedikit.
4. Meningkatkan penjualan silang yang akan meningkatkan pangsa pasar.
5. *Word of mouth* yang lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka puas.
6. Mengurangi biaya kegagalan seperti biaya penggantian.

Pelanggan yang loyal merupakan aset bagi perusahaan, dan untuk mengetahui pelanggan yang loyal perusahaan harus mampu menawarkan produk atau jasa yang dapat memenuhi harapan pelanggan serta dapat memuaskan pelanggannya. apabila pelanggan melakukan tindakan pembelian secara berulang dan teratur maka pelanggan tersebut adalah pelanggan yang loyal.

Untuk menjadi pelanggan yang loyal seorang konsumen harus melalui beberapa tahapan. Proses ini berlangsung lama, dengan penekanan dan perhatian yang berbeda-beda. Dengan memperhatikan masing-masing tahap dan memenuhi kebutuhan dalam setiap tahap tersebut, perusahaan mempunyai peluang yang lebih besar untuk membentuk calon pembeli menjadi konsumen loyal dan klien perusahaan. Menurut Griffin (2005), pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal.

Konsumen yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan konsumen baru. Loyalitas konsumen tergantung pada beberapa hal antara lain; persepsi terhadap kualitas layanan dan kepuasan konsumen (Matulessy, 2012).

hipotesis penelitian beserta dukungan teoritis dan empiris sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.
2. Diduga terdapat pengaruh langsung persepsi terhadap loyalitas pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.
3. Diduga terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.
4. Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.
5. Diduga terdapat pengaruh persepsi terhadap kepuasan pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.

### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian konklusif (*conclusive research design*) dalam bentuk penelitian kausal (*causal research*), karena perlu melihat beberapa variabel yang menjadi determinan terhadap variabel lain. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey berupa kuesioner sehingga didapatkan hubungan antar variabel dan wawancara sebagai teknik komunikasi langsung untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Lokasi penelitian dilaksanakan di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Arifin Achmad Pekanbaru yang beralamat di Jl. Diponegoro No. 2 Pekanbaru.

sampelnya adalah

$$n = \frac{23.419}{(23.419 \cdot (0,1^2)) + 1} = 99,5 \text{ maka, dikenakan menjadi 100 orang.}$$

Sedangkan teknik pengambilan sampelnya dengan menggunakan cara *Convenience sampling*, karena populasi yang ada bersifat heterogen.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skor jawaban responden dalam penelitian ini terdiri atas lima alternatif jawaban yang mengandung variasi nilai yang bertingkat dari objek penelitian melalui jawaban pertanyaan yang diberi nilai 1 sampai dengan 5.

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh berdasarkan hasil yang didapatkan langsung dari sumber pertama, baik dari individu maupun perusahaan dan data yang didapatkan merupakan hasil dari wawancara langsung ataupun hasil dari pengisian kuisioner terhadap para responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari responden, tetapi mampu memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan, seperti data yang diberikan oleh perusahaan, maupun sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **Pengujian Hipotesis**

1. Uji Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2011). Kriteria di dalam pengambilan keputusan di dalam uji F ini adalah:  $f_{hitung} > (0,05)$ , maka  $H_0$  ditolak, berarti tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.  $f_{hitung} < (0,05)$ , maka  $H_0$  diterima, berarti ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2011) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Cara melakukan uji t adalah sebagai berikut:

- a. *Quick look*: bila jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5% maka  $H_0$  yang menyatakan  $\beta_i = 0$  dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- b. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Selain dua cara diatas, dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu:
  - 1) Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  Ditolak.
  - 2) Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini untuk

melihat koefisien determinasi menggunakan Nilai Adjusted  $R^2$  untuk mengetahui model regresi yang terbaik.

#### **D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

##### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru**

Hasil penelitian menunjukkan nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel, yaitu  $2,324 > 1,661$  sehingga hipotesis diterima. Kesimpulannya terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Hasil penelitian ini mengandung makna semakin baik Kualitas Pelayanan maka akan semakin tinggi loyalitas pasien. Salah satu indikator yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan atau Rumah Sakit untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, diantaranya adalah ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pasien tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:182).

Kemudian manajemen rumah sakit perlu meningkatkan *keandalan* dalam pelayanan sebagaimana menurut Tjiptono (2006:70) *keandalan (reliability)* merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan atau Rumah Sakit memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan atau Rumah Sakit yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati. Dalam unsur ini, pihak manajemen rumah sakit dituntut untuk menyediakan pelayanan yang handal. Pelayanan jangan sampai mengalami kerusakan / kegagalan.

Dengan kata lain, pelayanan tersebut harus selalu baik. Manajemen rumah Sakit juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pasien tidak merasa ditipu. Selain itu, pihak manajemen rumah sakit harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pasien. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, *time schedule* perlu disusun dengan teliti. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Suwarni (2005) yang menyatakan bahwa *keandalan (reliability)* berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Selanjutnya daya tanggap (*Responsiveness*) juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Daya tanggap merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pasien, dengan penyampaian informasi yang jelas. Daya tanggap (*Daya tanggap (Responsiveness)*) merupakan keinginan para staf untuk membantu para pasien dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat berarti respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pasien dan memberikan pelayanan yang cepat dan, yang meliputi kesiapan karyawan dalam melayani pasien, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan Para anggota perusahaan atau Rumah Sakit harus memperhatikan janji spesifik kepada pasien. Unsur lain yang juga penting dalam elemen cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan atau Rumah Sakit selalu siap membantu pasien. Apa pun posisi seseorang di perusahaan atau Rumah Sakit hendaknya selalu memperhatikan pasien yang menghubungi perusahaan atau Rumah Sakit.

Selanjutnya jaminan (*assurance*) juga merupakan bagian dari peningkatan kualitas pelayanan. Jaminan adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan atau Rumah Sakit untuk menumbuhkan rasa percaya diri para pasien kepada perusahaan atau Rumah Sakit (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:182). Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Menurut Tjiptono (2006:70), jaminan (*assurance*) merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Pada saat persaingan sangat kompetitif, anggota perusahaan atau Rumah Sakit harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. Faktor *security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pasien merupakan hal yang penting pula. Pihak manajemen rumah sakit diharapkan memperhatikan kredibilitas perusahaan atau Rumah Sakit dan bukan justru menipu pasien. Selain itu, anggota perusahaan atau Rumah Sakit harus bersikap ramah dengan menyapa pasien yang datang.

Empati juga merupakan bentuk peningkatan kualitas pelayanan untuk memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pasien dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan atau Rumah Sakit diharapkan memiliki

pengertian dan pengetahuan tentang pasien, memahami kebutuhan pasien secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pasien. Menurut Tjiptono (2006:70), empati (*empathy*) merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan atau Rumah Sakit hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimal tiga kali, lalu segera dijawab. Waktu yang dimiliki pasien sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pasien lebih akrab. Anggota perusahaan atau Rumah Sakit juga harus memahami pasien. Dengan memahami pasien, bukan berarti anggota perusahaan atau Rumah Sakit merasa "kalah" dan harus "menyetujui" pendapat pasien, tetapi paling tidak mencoba untuk melakukan kompromi bukan melakukan perlawanan.

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan atau Rumah Sakit yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik, seperti: gedung, perlengkapan, peralatan yang digunakan serta penampilan pegawai. Bukti fisik (*tangibles*) merupakan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan. Prasarana yang berkaitan dengan layanan pasien juga harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan atau Rumah Sakit. Gedung yang megah dengan fasilitas pendingin (AC), alat telekomunikasi yang canggih atau perabot kantor yang berkualitas, dan lain-lain menjadi pertimbangan pasien dalam memilih suatu pelayanan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Suwarni (2005) yang menyatakan bahwa empati (*empathy*) berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

### **Pengaruh Persepsi pasien Terhadap Loyalitas Pasien Pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru**

Hasil penelitian menunjukkan pada tabel variabel kepuasan Pasien diketahui Nilai  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel yaitu  $1,831 > 1,661$ . Artinya terdapat pengaruh langsung persepsi terhadap loyalitas pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Persepsi pasien berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.

Hipotesis yang diajukan untuk persepsi pasien atas kualitas layanan terhadap loyalitas terbukti signifikan. Keadaan tersebut terjadi karena pertimbangan pasien untuk mengevaluasi suatu rumah sakit ditentukan oleh pengalaman sebelumnya, yaitu saat harapan mereka terpenuhi selama pengalaman dalam pertemuan jasa, maka akan membentuk persepsi mereka yang bagus terhadap rumah sakit tersebut yang kemudian tentu saja akan menghasilkan kepuasan bagi pasien.

Hal tersebut mendukung penelitian dari Flower (2000) yang membuktikan bahwa organisasi layanan kesehatan yang hanya bersaing lewat harga, cepat atau lambat akan mengalami kegagalan, karena yang menjadi penentu evaluasi mereka terhadap rumah sakit adalah pengalaman mereka selama dirawat. Dengan demikian, maka rumah sakit harus membentuk suatu pengalaman layanan kesehatan sehingga menciptakan persepsi yang terbaik dan paling positif bagi pasien.

Dari sudut pandang psikologi, Veitch dan Arkkein (1995) menjelaskan bahwa berdasarkan teori pembelajaran yaitu manusia sejak lahir selalu memiliki persepsi atas sesuatu hal atau rangsang yang ada di sekelilingnya. Kemudian hal ini dipersepsikan sebagai sebuah makna. Menurut mereka berdasarkan model Lensa Brunswick, lingkungan memberikan berbagai macam informasi. Informasi tersebut diproses menjadi persepsi dan membentuk citra. Pembentukan citra tersebut berasal dari kondisi dimana manusia berada untuk selanjutnya terjadi proses kognisi lingkungan (*environmental cognition*). Proses ini berlanjut dengan penilaian terhadap lingkungan (*environmental evaluation*). Penilaian lingkungan ini menyebabkan seseorang menilai apakah lingkungan tersebut menyenangkan atau tidak. Penilaian yang menyenangkan tentu akan menciptakan kepuasan bagi pasien, sebaliknya penilaian yang tidak menyenangkan akan berakibat pada keluhan pasien.

### **Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru**

Hasil penelitian menunjukkan pada tabel variabel kepuasan Pasien diketahui Nilai  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel yaitu  $3,882 > 1,661$ . Sehingga terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Kepuasan pelanggan/pasien merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pasien organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Menurut Schnaars 1991 dalam Tjiptono (2002:24), pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan/pasien yang merasa puas. Definisi kepuasan pelanggan/pasien yang dominan dipakai adalah definisi yang didasarkan pada disconfirmation paradigma (Oliver, 1997). Dalam paradigma diskonfirmasi, kepuasan pelanggan/pasien dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja pelayanan/jasa yang dipilih memenuhi harapan pelanggan/pasien. Kepuasan pelanggan/pasien selalu dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara pelanggan/pasien dan karyawan yang melakukan kontak pelayanan yang terjadi pada saat pelanggan/pasien berinteraksi dengan organisasi yang memperoleh jasa yang dibelinya.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru**

Hasil penelitian menunjukkan pada tabel variabel kepuasan Pasien diketahui Nilai  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel yaitu  $8,791 > 1,661$  sehingga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru. Industri pelayanan kesehatan harus mampu merubah paradigma lama ke paradigma baru kalau ingin maju karena tingkat persaingan yang semakin tinggi dalam memberikan pelayanan kesehatan. Tumbuhnya persaingan antar rumah sakit yang semakin ketat dan tajam sehingga setiap rumah sakit dituntut untuk mempertinggi daya saing dengan berusaha memberikan kepuasan kepada semua pasiennya. Kepuasan pasien merupakan satu elemen yang penting dalam mengevaluasi kualitas layanan dengan mengukur sejauh mana respon pasien setelah menerima jasa. Kualitas pelayanan yang baik di dalam rumah sakit, akan menciptakan kepuasan bagi para pasien. Secara teorinya, kepuasan didefinisikan sebagai suatu reaksi konsumen terhadap pelayanan yang diterima dan ditinjau berdasarkan pengalaman yang dialami. Selain itu kepuasan juga mempertimbangkan tentang apa yang dirasakan oleh konsumen. Konsumen akan memberikan penilaian tentang suatu yang mereka dapatkan.

### **Pengaruh Persepsi Pasien terhadap Kepuasan Pasien Pada RSUD Arifin Achmad Pekanbaru**

Hasil penelitian menunjukkan pada tabel variabel kepuasan Pasien diketahui Nilai  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel yaitu  $7,894 > 1,661$ . Ini berarti bahwa terdapat pengaruh persepsi terhadap kepuasan pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.

Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan/rumahsakit dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pihak manajemen rumah sakitan, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

Faktor utama utama kepuasan pasien adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Zeithamal dan Bitner, 1996). Sebagai contoh pada jasa telekomunikasi telepon genggam, kualitas jasa diukur oleh kualitas panggilan, struktur harga, perangkat telepon genggam, jasa tambahan, kenyamanan prosedur, dan dukungan konsumen (Kim, 2000; Gerpott, dkk, 2001; dan Freick, 2001). Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan. Sebuah perusahaan/rumahsakit perlu mengetahui beberapa faktor yang memengaruhi persepsi dan harapan pelanggan. Menurut Yuliarmi (2003), faktor-faktor yang

memengaruhi persepsi dan Harapan pelanggan terhadap penyediaan jasa, yaitu kebutuhan dan keinginan, Pengalaman masa lalu ketika Mengkonsumsi produk dan layanan, Pengalaman teman-teman, dan komunikasi melalui iklan dan pihak manajemen rumah sakit. Dengan mengubah persepsi pasien mengenai rumah sakit maka kepuasan pasien juga ikut dapat berubah. Oleh karena itu hendaknya rumah sakit menanamkan persepsi yang positif pada pasien.

## **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab lima, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Setelah dilakukan penelitian terbukti bahwa kepuasan pasien terhadap pelayanan rumah sakit dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan persepsi pasien terhadap pelayanan RSUD Arifin Achmad Pekanbaru.
2. Loyalitas pasien RSUD Arifin Achmad Pekanbaru dipengaruhi secara langsung oleh kualitas pelayanan terhadap pasien, persepsi pasien terhadap pelayanan rumah sakit, dan kepuasan pasien terhadap pelayanan pihak rumah sakit.

## **SARAN**

Berdasarkan simpulan penelitian mengenai efek kualitas pelayanan dan persepsi terhadap kepuasan dalam membangun loyalitas pasien, dapat disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Pihak manajemen RSUD Arifin Achmad Pekanbaru melakukan pendalaman terhadap masalah - masalah yang berhubungan dengan pelayanan terhadap pasien dan persepsi pasien terhadap pelayanan serta upaya identifikasi yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Arifin Achmad Pekanbaru. Hal tersebut dapat dilakukan dengan upaya penyebaran angket/kuesioner pelayanan rumah sakit terhadap pasien dan tenaga kesehatan.
2. Mengingat terdapat pengaruh pada variabel penelitian perbaikan kualitas jasa pelayanan kesehatan guna memenuhi kepuasan dan loyalitas pasien, sehingga dapat menentukan langkah - langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan dimasa yang akan datang.
3. Perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih lengkap dan dalam lingkup yang lebih luas yang diharapkan dapat memberikan sumbangan yang besar bagi penelitian di bidang kesehatan pada khususnya dan lingkup manajemen pada umumnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Andri, G. 2011. *Pengaruh Kinerja Pelayanan RS. Islam Ibnu Sina dan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Moderator Terhadap Loyalitas Pasien Pada RS. Islam Ibnu Sina di Sumatera Barat*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.2, No.2p.58.
- Ariadi, H. 2005. *Persepsi Pasien Terhadap Mutu Pelayanan Dokter Ditinjau dari Karakteristik dan Mutu Pelayanan Dokter di Instalasi Rawat Jalan RSI Sunan Kudus Tahun 2005*, Tesis, Program Pascasarjana, Kesehatan Masyarakat, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Asroel, B. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa di Rumah Sakit A Yani Pekanbaru*, Tesis, Program Pascasarjana, Administrasi, Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- Bahia, K., Nantel, J. 2000. *A Reliable And Valid Measurement Scale For The Perceived Service Quality Of Banks*, International Journal of Bank Marketing, Vol.18, No.2p.84-91.
- Barnes. 2003. Dikutip Dalam Griffin. 2005. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan (Terjemahan)*, Erlangga, Jakarta.

- Dalimunthe, R.F., Heldy, B.Z., Yean, P.P. 2008. *Analisis Persepsi Pasien Partikular Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Loyalitas di Ruang Rawat Inap RS Islam Malahayati Medan Tahun 2007*, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol.1, No.1p.18-26.
- Dewi, G.A. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan*, Tesis, Program Pascasarjana, Manajemen, Universitas Udayana, Denpasar.
- Engel, James. 1990. Satis faction: A Behavioral Perspective on The Consumer
- Fornell. C. 1992. A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. Journal of Marketing. Vol. 56. April, Iss. I pp 6 – 21. Chicago
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, BP UNDIP, Semarang.
- Griffin. 2005. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Terjemahan), Erlangga, Jakarta.
- Gronroos, C. 2001. *The perceived service quality concept – a mistake?*, Journal of Managing Service Quality, Vol.11, No.3p. 150-152.
- Gunawan, H. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Medis dan Pelayanan Administrasi Terhadap Loyalitas Pasien (Studi Pada Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Pertamina Cirebon)*, Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Harcahyani, G. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Yang di Moderasi oleh Variabel Nilai (Studi pada Pasien Instalasi Rawat Jalan RSUD Kota Yogyakarta)*, Tesis, Program Pascasarjana, Manajemen, Universitas Pembangunan Veteran Nasional, Yogyakarta.
- Hurriyati, R. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung.
- Jacobalis, S. 2000. *Kumpulan Tulisan Terpilih Tentang Rumah Sakit Indonesia dalam Dinamika Sejarah, Transformasi, Globalisasi dan Krisis Nasional*, Yayasan Penerbit IDI, Jakarta.
- Kertajaya, H. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P. 2004. *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, KL. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Indeks, Jakarta.
- Kotler, Phillip. 2002. **"Manajemen Pemasaran Jilid I (Edisi Bahasa Indonesia)"**. Jakarta: PT. Prenhalindo Indonesia
- Lupiyoadi, Rambat, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat :Jakarta
- Matulessy, A., Zahra, S. 2012. *Persepsi terhadap Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen*, Jurnal Psikologi Indonesia, Vol.1, No.2p.122-129.
- Nostib, A. 2013. *Hubungan Antara Kepuasan Dengan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Andi Sulthan DG. Radja Kabupaten Bulukumba*, Tesis, Program Pascasarjana, Kesehatan Masyarakat, Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Oliver, Richard., 1997, **Satisfaction : A Behavioral Perspective on The Consumer**, The McGraw-Hill Companies, Inc : New York.
- Patterson and Smith. 2003. *CRM dan Teknologi CRM di Indonesia*, Indonesia Infocism Business Community Journal, Vol.I, No.1p. 10-15.
- Puspitasari, M.G., Edris, M. 2011. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas dengan Mediasi Kepuasan Pasien Rawat Inap pada Keluarga Sehat Hospital Pati*, Jurnal Analisis Manajemen, Vol.5, No.2p.49.
- Putra, I., Katili, P.B., Arina, F. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi dan Kepuasan Pasien dalam Meningkatkan Loyalitas Pasien*, Jurnal Teknik Industri, Vol.1, No.1p.41.
- Rangkuti, F. 2002. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Riduwan., Kuncoro, A.E. 2011. *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*, Alfabeta, Bandung.
- Ridwan., Sunarto, H. 2007. *Pengantar Statistik*, Alfabeta, Bandung.
- Robbins, S.P. 2006. *Organizational Behavior*, Tenth Edition, Alih Bahasa Drs. Benyamin Malan, *Perilaku Organisasi*, Edisi Kesepuluh, Indeks, Jakarta.
- Segoro, W. 2011. *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Faktor Penambat dan Kualitas Hubungan Relasional terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: Suatu Penelitian Pada Penyedia Jasa Telepon Selular di Jawa Barat*, Jurnal Telekomunikasi dan Komputer, Vol.2, No.2p.182.
- Sina, H. 2016. *50.000 Warga Pekanbaru Pilih Berobat ke Malaysia*, <http://www.harnas.co/2016/06/15/50000-warga-pekanbaru-pilih-berobat-ke-malaysia>. Juni 2016.
- Sugihartono, dkk. 2007. *Psikologi Pendidikan*, UNY Press, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Sumarni, Murti. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andhi.
- Salim, A. Abbas. 2003. *Asuransi dan Manajemen Risiko*. Jakarta : Rajawali
- Sunaryo, 2004. *Psikologi Untuk Keperawatan*, EGC, Jakarta.
- Thoha, M. 2005. *Perilaku Organisasi, Konsep dasar dan Aplikasinya*, Raja Garfindo Persada, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Cetakan ketiga. Penerbit Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Cetakan ketiga. Penerbit Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Cetakan ketiga. Penerbit Andi: Yogyakarta (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:182).
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Manajemen Jasa*, Andi, Yogyakarta.
- Tse. O.K., dan P.e. Wilton. 1988. "Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension". *Journal of Marketing Research*. Vol. 25. May.
- Veitch, R. dan D. Arkkelin (1995) *Environmental Psychology: An Interdisciplinary Perspective*, New Jersey: Prentices Hall