

**HUBUNGAN ASPEK SWITCHING BARRIER DENGAN LOYALITAS PASIEN  
DI INSTALASI RAWAT INAP RSUD LABUANG BAJI MAKASSAR  
TAHUN 2024**



**NURUN NISAA  
K011201067**



**PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT  
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**HUBUNGAN ASPEK *SWITCHING BARRIER* DENGAN LOYALITAS PASIEN  
DI INSTALASI RAWAT INAP RSUD LABUANG BAJI MAKASSAR  
TAHUN 2024**

**NURUN NISAA  
K011201067**



**PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT  
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**HUBUNGAN ASPEK *SWITCHING BARRIER* DENGAN LOYALITAS PASIEN  
DI INSTALASI RAWAT INAP RSUD LABUANG BAJI MAKASSAR  
TAHUN 2024**

NURUN NISAA  
K011201067

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Kesehatan Masyarakat

pada

**PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT  
DEPARTEMEN ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN  
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**SKRIPSI****HUBUNGAN ASPEK SWITCHING BARRIER DENGAN LOYALITAS PASIEN  
DI INSTALASI RAWAT INAP RSUD LABUANG BAJI MAKASSAR  
TAHUN 2024****NURUN NISAA  
K011201067**

Skripsi,

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Kesehatan Masyarakat  
pada tanggal 18 April 2024 dan dinyatakan telah  
memenuhi syarat kelulusan  
pada

Program Studi S1 Kesehatan Masyarakat  
Fakultas Kesehatan Masyarakat  
Universitas Hasanuddin  
Makassar

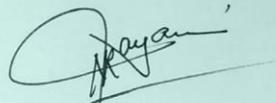
Mengesahkan:

Pembimbing 1,



Prof. Dr. Darmawansyah, SE., MS  
NIP. 19640424 199103 1 002

Pembimbing 2,



Ir. Nurhayani, MS  
NIP. 19610729 198702 2 001

Mengetahui:  
Ketua Program Studi,



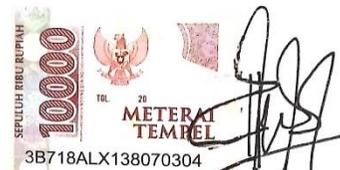
Dr. Hasnawati Amqam, SKM., M.Sc.  
NIP. 19760418 200501 2 001

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul “Hubungan Aspek *Switching Barrier* dengan Loyalitas Pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2024” adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing (Prof. Dr. Darmawansyah, SE., MS sebagai Pembimbing Utama dan Ir. Nurhayani, MS sebagai Pembimbing Pendamping). Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 18 April 2024



NURUN NISAA  
K011201067

## Ucapan Terima Kasih

Penelitian yang saya lakukan dapat terlaksana dengan baik dan lancar serta skripsi ini dapat terampungkan atas bimbingan, diskusi, dan arahan dari Bapak Prof. Dr. Darmawansyah, SE., MS sebagai dosen pembimbing I, Ibu Ir. Nurhayani, MS sebagai dosen pembimbing II, Bapak Dian Saputra Marzuki, SKM., M.Kes sebagai dosen penguji I, dan Ibu Adelia Undangsari Ady Mangilep, S.KM., MARS sebagai dosen penguji II. Saya mengucapkan banyak terima kasih kepada mereka. Penghargaan yang tinggi juga saya sampaikan kepada Ibu Direktur RSUD Labuang Baji Makassar yang telah mengizinkan saya untuk melaksanakan penelitian di lapangan, dan kepada para pegawai medis maupun non medis di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar atas bantuannya dalam pelaksanaan penelitian.

Kepada Bapak/Ibu dosen Departemen AKK, saya mengucapkan terima kasih atas ilmu dan pengajaran yang diberikan selama menempuh program studi kesehatan masyarakat jurusan administrasi dan kebijakan kesehatan. Ucapan terima kasih juga saya ucapkan kepada pimpinan Universitas Hasanuddin dan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Hasanuddin yang telah memfasilitasi saya menempuh program sarjana serta para dosen maupun staf dan rekan-rekan mahasiswa seperjuangan.

Akhirnya, kepada kedua orang tua tercinta saya mengucapkan banyak terima kasih dan rasa syukur atas doa, pengorbanan, dan motivasi mereka selama saya menempuh pendidikan. Penghargaan yang besar juga saya sampaikan kepada seluruh keluarga saya (kakak, nenek, paman, dan tante) atas motivasi dan dukungan yang tak ternilai.

Penulis,

Nurun Nisaa

## ABSTRAK

NURUN NISAA. **Hubungan aspek *switching barrier* dengan loyalitas pasien di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024** (dibimbing oleh Prof. Dr. Darmawansyah, SE., MS dan Ir. Nurhayani, MS).

**Latar belakang.** Fenomena penurunan jumlah kunjungan pasien menunjukkan kurangnya loyalitas pasien terhadap rumah sakit dan menyebabkan rumah sakit tidak dapat mengoptimalkan utilitasnya sendiri. RSUD Labuang Baji Makassar mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien di instalasi rawat inap dari tahun 2021 yaitu 8.730 pasien menjadi 6.850 pasien pada tahun 2022. Salah satu strategi untuk mempertahankan loyalitas pasien yaitu dengan menerapkan strategi *switching barrier*. *Switching barrier* adalah rintangan yang dirasakan oleh seorang konsumen saat mereka mencoba beralih dari suatu *provider* ke *provider* lainnya. **Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan aspek *switching barrier* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar. **Metode.** Penelitian ini merupakan penelitian analitik observasional dengan desain *cross sectional study kuantitatif*. Sampel pada penelitian ini adalah pasien rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar yang berjumlah 182 orang yang diambil dengan metode *accidental sampling*. Analisis data yang dilakukan adalah univariat dan bivariat dengan uji *Chi-Square*. **Hasil.** Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara *switching cost* dengan loyalitas pasien dengan nilai *p-value* sebesar 0.065, ada hubungan antara *interpersonal relationship* dengan loyalitas pasien dengan nilai *p-value* sebesar 0.014, ada hubungan antara *attractiveness of alternative* dengan loyalitas pasien dengan nilai *p-value* sebesar 0.000, dan ada hubungan antara *switching barrier* dengan loyalitas pasien dengan nilai *p-value* sebesar 0.000. **Kesimpulan.** Pada penelitian ini diperoleh fakta bahwa tingkat *switching cost* pasien rawat inap tidak memiliki hubungan dengan loyalitas pasien terhadap RSUD Labuang Baji Makassar. Sedangkan aspek *interpersonal relationship* dan *attractiveness of alternative* memiliki hubungan dengan loyalitas pasien dan kedua aspek tersebut yang memicu sehingga adanya hubungan antara *switching barrier* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.

Kata kunci: hambatan berpindah; biaya perpindahan; hubungan interpersonal; daya tarik alternatif; loyalitas pasien

## ABSTRACT

NURUN NISAA. **The relationship between switching barrier aspects and patient loyalty in the inpatient installation at RSUD Labuang Baji Makassar in 2024** (supervised by Prof. Dr. Darmawansyah, SE., MS and Ir. Nurhayani, MS).

**Background.** The phenomenon of decreasing number of patient visits shows a lack of patient loyalty towards hospitals and causes hospitals to be unable to optimize their own utilities. Labuang Baji Hospital Makassar experienced a decrease in the number of patient visits in inpatient installations from 8,730 patients in 2021 to 6,850 patients in 2022. One strategy to maintain patient loyalty is to implement a switching barrier strategy. Switching barriers are obstacles felt by a consumer when they try to switch from one provider to another. **Aim.** This research aims to determine the relationship between the switching barrier aspect and patient loyalty in the Inpatient Installation of Labuang Baji Hospital, Makassar. **Method.** This research is observational analytical research with a quantitative cross sectional study design. The sample in this study was 182 inpatients at Labuang Baji Hospital, Makassar, taken using the accidental sampling method. Data analysis carried out was univariate and bivariate with the Chi-Square test. **Results.** The research results show that there is no relationship between switching costs and patient loyalty with a p-value of 0.065, there is a relationship between interpersonal relationships and patient loyalty with a p-value of 0.014, there is a relationship between the attractiveness of alternatives and patient loyalty with a p-value of 0.000, and there is a relationship between switching barriers and patient loyalty with a p-value of 0.000. **Conclusion.** In this research, the fact was obtained that the level of switching costs for inpatients had no relationship with patient loyalty to the Labuang Baji Hospital, Makassar. While the interpersonal relationship aspect and the attractiveness of alternatives have a relationship with patient loyalty and these two aspects trigger a relationship between switching barriers and patient loyalty in the Inpatient Installation of Labuang Baji Hospital, Makassar.

Keywords: switching barrier; switching cost; interpersonal relationship; attractiveness of alternative; customer loyalty

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Kajian Teori.....	4
1.3 Landasan Teori.....	19
1.4 Kerangka Konseptual .....	20
1.5 Definisi Operasional dan Kriteria Objektif .....	22
1.6 Rumusan Masalah.....	24
1.7 Tujuan Penelitian .....	24
1.8 Manfaat Penelitian .....	24
BAB II METODE PENELITIAN .....	25
2.1 Jenis Penelitian.....	25
2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	25
2.3 Populasi dan Sampel.....	25
2.4 Pengumpulan Data .....	27
2.5 Pengolahan dan Analisis Data.....	28
2.6 Penyajian Data.....	29
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....	30
3.1 Hasil Penelitian .....	30
3.2 Pembahasan.....	43
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	53
4.1 Kesimpulan .....	53
4.2 Saran .....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	60

## DAFTAR TABEL

Nomor urut	Halaman
1. Sintesa penelitian.....	13
2. Penentuan jumlah sampel isaac dan michael dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%.....	26
3. Distribusi responden berdasarkan umur di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	30
4. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	30
5. Distribusi responden berdasarkan pekerjaan di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	31
6. Distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	31
7. Distribusi responden berdasarkan sumber biaya pengobatan di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024.....	31
8. Distribusi responden berdasarkan ruangan rawat inap di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	32
9. Distribusi responden berdasarkan jumlah kunjungan di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	32
10. Distribusi responden berdasarkan aspek <i>switching cost</i> di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	33
11. Distribusi responden berdasarkan pernyataan pada aspek <i>switching cost</i> di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	33
12. Distribusi responden berdasarkan aspek <i>interpersonal relationship</i> di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	35
13. Distribusi responden berdasarkan pernyataan pada aspek <i>interpersonal relationship</i> di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	35
14. Distribusi responden berdasarkan aspek <i>attractiveness of alternative</i> di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	36
15. Distribusi responden berdasarkan pernyataan pada aspek <i>attractiveness of alternative</i> di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024.....	37
16. Distribusi responden berdasarkan <i>switching barrier</i> di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	38
17. Distribusi responden berdasarkan loyalitas pasien di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	39
18. Distribusi responden berdasarkan pernyataan pada loyalitas pasien di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	39
19. Hubungan antara <i>switching cost</i> dengan loyalitas pasien di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	40
20. Hubungan antara <i>interpersonal relationship</i> dengan loyalitas pasien di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	41
21. Hubungan antara <i>attractiveness of alternative</i> dengan loyalitas pasien di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	42
22. Hubungan antara <i>switching barrier</i> dengan loyalitas pasien di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2024 .....	42

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Nomor urut</b>	<b>Halaman</b>
1. Kerangka teori.....	19
2. Kerangka konsep .....	20

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Nomor urut</b>	<b>Halaman</b>
1. Kuesioner penelitian .....	61
2. Surat permohonan izin penelitian .....	64
3. Surat izin penelitian.....	65
4. Surat rekomendasi pengambilan data awal/penelitian .....	66
5. Surat keterangan telah melaksanakan penelitian.....	67
6. Surat rekomendasi persetujuan etik .....	68
7. Master tabel .....	69
8. Hasil uji statistik .....	77
9. Dokumentasi penelitian.....	87
10. Daftar riwayat hidup .....	88

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Rumah sakit adalah salah satu pihak yang memiliki tanggung jawab untuk memberikan layanan kesehatan kepada masyarakat luas. Situasi ini membuat rumah sakit memperhatikan kualitas layanan yang mereka berikan kepada pasien sehingga pasien yang menggunakan layanan rumah sakit dapat merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan (Rizkiawan, 2019). Dalam perkembangannya, rumah sakit yang dulu memiliki kecenderungan fungsi sosial kini mengarah ke fungsi ekonomi untuk mendapatkan keuntungan. Rumah sakit mencari laba secukupnya agar dapat memberikan pelayanan terbaik kepada pasien sehingga kini rumah sakit juga disebut sebagai organisasi semi bisnis (Safi'i, 2022).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah rumah sakit di Indonesia sudah mencapai 3.072 unit pada tahun 2022 (BPS, 2023). Untuk wilayah Provinsi Sulawesi Selatan sendiri jumlah rumah sakit menurut data dari Ditjen Bina Upaya Kesehatan Tahun 2023 telah mencapai 121 unit rumah sakit. Adapun kota dengan jumlah rumah sakit paling banyak di Sulawesi Selatan adalah Kota Makassar dengan jumlah rumah sakit sebanyak 53 unit. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi, jumlah ini dapat terus meningkat. Hal ini menyebabkan rumah sakit bersaing ketat antara satu sama lain.

Semakin meningkatnya jumlah rumah sakit, fenomena penurunan jumlah kunjungan pasien pada rumah sakit adalah masalah yang tidak boleh diabaikan begitu saja oleh para pimpinan rumah sakit. Jumlah kunjungan pasien yang menurun dapat mengurangi pendapatan rumah sakit dan menyebabkan rumah sakit tidak dapat mengoptimalkan utilitasnya sendiri. Padahal dalam realitasnya pemasaran kunjungan ulang dihasilkan dari pasien lama yang ingin membeli kembali, dan manajemen pemasaran cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk pasien baru daripada untuk pasien lama. Kunjungan lama menunjukkan minat pasien untuk memanfaatkan kembali pelayanan kesehatan yang telah mereka rasakan atau loyalitas pasien terhadap fasilitas kesehatan tersebut, sementara kunjungan baru menunjukkan minat pasien untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan yang ada di fasilitas tertentu (Trimurthy, 2019 dalam Indraswati et al., 2023).

Sebagai penyedia jasa, keuntungan yang diperoleh rumah sakit dari adanya loyalitas pasien bersifat jangka panjang dan berkelanjutan. Dengan kata lain, semakin lama rumah sakit mempertahankan loyalitas pasien, semakin banyak keuntungan yang diperoleh rumah sakit dari pasien tersebut (Nurulhuda, 2021). RSUD Labuang Baji Makassar merupakan salah satu rumah sakit pemerintah tipe B yang ada di Makassar yang juga bersaing dengan rumah sakit lain untuk meningkatkan loyalitas pasien. Berdasarkan data rekam medik rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2023, jumlah kunjungan pasien di Instalasi Rawat Inap pada tahun 2022 menunjukkan lebih banyak pasien baru yang berkunjung dibandingkan dengan pasien lama. Jumlah pasien baru yang berkunjung sebanyak 4.137 pasien, sedangkan jumlah pasien lama sebanyak 2.713 pasien. Rendahnya jumlah kunjungan pasien lama ini menunjukkan bahwa kurangnya minat pasien

untuk memanfaatkan kembali pelayanan kesehatan atau kurangnya loyalitas pasien terhadap rumah sakit tersebut.

Loyalitas pasien dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya kepuasan pasien, penanganan keluhan, *switching barrier*, kualitas layanan, citra merek, kepercayaan, dan komitmen (Fornell, 1992; Tjiptono, 2011; Lepojevic dan Dukic, 2018). Di RSUD Labuang Baji Makassar, telah dilakukan beberapa penelitian terkait faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap, seperti hasil penelitian oleh Azhari et al. (2020) yang menunjukkan bahwa citra rumah sakit berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat inap di RSUD Labuang Baji ( $p < 0,05$ ).

Pada awal tahun 2022, beberapa penelitian juga kembali dilakukan di RSUD Labuang Baji diantaranya penelitian oleh Alrahmi et al. (2022) yang menunjukkan hasil bahwa kepuasan pasien dan penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat inap di RSUD Labuang Baji dengan nilai *p-value* masing-masing ( $p = 0,00$ ). Kemudian hasil penelitian oleh Mangindara et al. (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat inap di RSUD Labuang Baji. Selain itu, penelitian oleh Bakri et al. (2022) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan dan komitmen berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pasien rawat inap di RSUD Labuang Baji. Namun dari adanya beberapa hasil penelitian tersebut, RSUD Labuang Baji khususnya di Instalasi Rawat Inap belum memanfaatkan faktor-faktor tersebut dengan baik untuk dapat meningkatkan loyalitas pasien. Hal ini karena jumlah kunjungan pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji sampai pada akhir tahun 2022 masih menunjukkan jumlah yang lebih rendah dibandingkan pada tahun sebelumnya.

Berdasarkan data rekam medik rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2023, RSUD Labuang Baji Makassar mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien di instalasi rawat inap dari tahun 2021 ke tahun 2022. Pada tahun 2021, jumlah kunjungan pasien rawat inap sebanyak 8.730 pasien, sedangkan pada tahun 2022 jumlah kunjungan pasien rawat inap sebanyak 6.850 pasien. Penurunan jumlah kunjungan menunjukkan bahwa kurangnya minat pasien untuk kembali memanfaatkan pelayanan kesehatan dan oleh karena itu pasien cenderung tidak loyal (Engka, 2021).

Penelitian terkait pengaruh *switching barrier* terhadap loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji belum pernah dilakukan sebelumnya. Menurut teori Fornell (1992), hambatan pindah (*switching barriers*) adalah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien. Hambatan pindah yang lebih besar, membuat pasien lebih sulit untuk pindah ke rumah sakit lain dan menjadikan mereka tetap setia. Sehingga dalam mempertahankan loyalitas pasien, rumah sakit dapat menerapkan strategi *switching barrier*. Proses yang sistematis, terstruktur, dan menyeluruh diperlukan untuk mengembangkan strategi tersebut. Proses ini mempertimbangkan hubungan atau interaksi antara komponen internal, eksternal, dan konsumen rumah sakit (Tampubolon, 2020).

Hasil penelitian oleh Lestari dan Hernita (2020) juga menunjukkan bahwa semakin tinggi *switching barriers* maka pelanggan semakin dipaksa untuk tetap pada penyedia layanannya saat ini. Sehingga dengan adanya hambatan untuk berpindah ke *provider* baru membuat pelanggan loyal terhadap *provider* lama yang kemudian

meneruskan hubungan pembelian dengan membeli ulang suatu produk atau jasa dan enggan berpindah ke *provider* yang lain. Loyalitas tersebut kemudian ditunjukkan dengan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Menurut Tung et al. (2011) *switching barrier* terdiri dari tiga aspek yakni *switching cost*, *interpersonal relationship*, dan *attractiveness of alternative*. Hambatan pindah yang dialami oleh pasien dapat terjadi karena adanya biaya perpindahan yang lebih besar, pasien telah terikat oleh hubungan baik yang dijalin dengan pegawai rumah sakit maupun sesama pasien, dan pasien memiliki ketertarikan tertentu terhadap rumah sakit tersebut (Nisa, 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nisa dan Aristi (2023) mengenai Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit menunjukkan bahwa hambatan pindah merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pasien ( $p=0,00$ ). Pada penelitian ini hambatan pindah dilihat berdasarkan biaya pindah (*switching cost*), daya tarik alternatif, dan hubungan interpersonal.

Salim dan Puspitasari (2022) dalam hasil penelitiannya mengemukakan beberapa permasalahan yang ada di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar dan permasalahan tersebut berkaitan dengan aspek *switching barrier* yang dikemukakan oleh Tung et al. (2011). Permasalahan tersebut diantaranya, sering terjadi ketidakpastian jam kunjungan dokter dan ketidakefektifan jam besuk pasien. Adanya kepastian pada prosedur pelayanan merupakan salah satu indikator *switching cost* yang termasuk dalam hambatan waktu yang membuat pasien tidak ingin berpindah rumah sakit. Ketidakpastian pada prosedur pelayanan yang terjadi di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji dapat menyebabkan pasien tidak ingin memanfaatkan kembali pelayanan tersebut.

Dalam hasil penelitian Salim dan Puspitasari (2022) juga dikemukakan bahwa Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar mengalami kekurangan fasilitas, seperti fasilitas penunjang berupa tempat duduk yang tidak disediakan di depan ruangan perawatan masing-masing. Salah satu aspek *switching barrier* adalah *attractiveness of alternative*, dimana fasilitas yang dimiliki oleh rumah sakit dapat menjadi daya tarik pasien untuk kembali memanfaatkan pelayanan rumah sakit. Apabila pasien RSUD Labuang Baji tidak ingin memanfaatkan kembali pelayanan tersebut karena kurangnya fasilitas, maka kemungkinan pasien akan beralih ke rumah sakit lain karena ketertarikan atas fasilitas yang tidak dimiliki oleh RSUD Labuang Baji.

Lebih lanjut dalam hasil penelitian oleh Salim dan Puspitasari (2022) bahwa antara pegawai rumah sakit dengan pasien sering terjadi *miss communication*, terutama mengenai pemindahan ruang perawatan pasien. Ini menunjukkan bahwa kurangnya komunikasi yang baik antara perawat dan pasien. Selain itu, pada tahun 2021 hasil survei kepuasan pasien yang dilakukan oleh RSUD Labuang Baji menunjukkan persentase sebesar 70,83% (tidak mencapai target SPM yaitu  $\geq 90\%$ ). Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa salah satu penyebabnya adalah perawat kurang komunikatif terhadap pasien rawat inap (Zulkhulaifah et al., 2022). Salah satu

aspek *switching barrier* adalah *interpersonal relationship*. Apabila interaksi antara pasien dan pegawai rumah sakit tidak menyebabkan hubungan pribadi yang mengikat pasien dan penyedia layanan kesehatan, maka tidak ada pula hambatan bagi pasien jika ingin berpindah rumah sakit atau pasien tidak ingin memanfaatkan kembali pelayanan kesehatan tersebut.

Oleh karena itu berdasarkan latar belakang diatas, peneliti berinisiatif untuk melakukan penelitian tentang "Hubungan Aspek *Switching Barrier* dengan Loyalitas Pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar". Peneliti beranggapan bahwa dengan mengetahui serta melakukan perbaikan pada aspek *switching barrier*, maka dapat memberi pengaruh yang besar terhadap peningkatan loyalitas pasien khususnya pada instalasi rawat inap.

## 1.2 Kajian Teori

### 1.2.1 Tinjauan Umum tentang *Switching Barrier*

Ada banyak alasan mengapa pelanggan tetap setia pada merek tertentu selain kepuasan, yang dianggap dapat mempertahankan hubungan perusahaan dengan pelanggan. Salah satu faktor tersebut adalah hambatan beralih (*switching barrier*), yang didefinisikan sebagai penilaian sumber daya konsumen dan kesempatan untuk melakukan perubahan. Dengan kata lain, hambatan beralih mencegah tindakan beralih (Ranaweera dan Prabhu, 2003).

Supriyanto dan Ernawaty (2010) mengatakan bahwa hambatan berpindah adalah rintangan yang dirasakan oleh seorang konsumen saat mereka mencoba beralih dari satu penyedia layanan ke penyedia layanan lainnya. Sementara itu, Bansal dan Taylor (2012) mengatakan bahwa hambatan berpindah adalah penilaian konsumen terhadap sumber daya dan kesempatan yang diperlukan untuk melakukan perpindahan atau opsi alternatif, dalam batas-batas yang mencegah perpindahan tersebut.

Selain itu, Jones et al. (2000) menyatakan bahwa *switching barrier* merupakan setiap komponen yang menyulitkan pelanggan untuk beralih dari satu merek ke merek lain. *Switching barrier* ini dapat menjadi strategi untuk mencegah pelanggan berpindah merek.

Tung et al. (2011) mengategorikan *switching barrier* menjadi tiga aspek yakni:

#### a. *Switching Cost*

Morgan dan Hunt (1994) mendefinisikan biaya perpindahan sebagai biaya pemutusan hubungan (*relationship termination cost*). Ini dihitung dengan mempertimbangkan semua kerugian yang mungkin terjadi karena mengakhiri hubungan atau beralih ke opsi lain. Menurut Julander dan Soderlund (2003), biaya perpindahan mencakup waktu dan usaha yang diperlukan untuk memperoleh merek suatu produk, serta perjuangan untuk melakukan perubahan.

Biaya yang menghalangi pelanggan untuk beralih dari produk atau jasa perusahaan saat ini ke produk atau jasa kompetitor disebut *switching cost*. Dengan kata lain, satu pihak akan menjadi lebih bergantung pada pihak

lainnya ketika sebuah hubungan dimulai. Ini menunjukkan bahwa biaya perpindahan meningkat. Selain itu, karena biaya perpindahan yang tinggi, konsumen kadang-kadang menjadi terikat dengan penyedia layanan mereka saat ini (Lee dan Cunningham, 2001).

Burnham et al. (2003) membagi *switching cost* menjadi tiga kategori, yaitu:

1) *Procedural switching cost* (terkait dengan waktu)

Aspek-aspek dari *procedural switching cost*:

- a) *Economic risk cost*, yakni biaya atas risiko ketidakpastian akibat efek negatif dari penyedia layanan yang baru dengan informasi yang terbatas.
- b) *Evaluation cost*, yakni biaya atas usaha dan waktu yang dihabiskan untuk mencari informasi serta proses analisis saat membuat keputusan *switching*.
- c) *Learning cost*, yang berarti menghabiskan waktu dan usaha untuk mempelajari keterampilan dan pengetahuan baru yang diperlukan untuk menggunakan barang atau jasa yang baru.
- d) *Set-up cost*, yakni biaya atas waktu dan usaha yang diperlukan untuk memulai hubungan dengan *service provider* atau produk baru.

2) *Financial switching cost* (terkait dengan keuntungan moneter)

Aspek-aspek *financial switching cost*:

- a) *Benefit loss cost*, biaya yang terkait dengan kontrak yang meningkatkan nilai perpanjangan dengan penyedia layanan.
- b) *Monetary loss cost*, biaya yang muncul ketika pelanggan beralih ke penyedia yang baru, tidak seperti ketika mereka membeli barang baru.

3) *Relational switching cost* (terkait dengan faktor emosional)

Aspek-aspek *relational switching cost*:

- a) *Personal relational loss cost*, yakni hilangnya perasaan konsumen saat harus memutuskan hubungan dengan orang yang biasanya berinteraksi dengan mereka.
- b) *Brand relationship loss cost*, yakni hilangnya perasaan (*emotional loss*) yang dialami oleh pelanggan saat mereka melepaskan ikatan emosional mereka dengan merek atau perusahaan yang mereka ikuti.

b. *Interpersonal Relationship*

Hubungan interpersonal mencakup hubungan antara sesama pelanggan itu sendiri, serta hubungan antara pelanggan dan karyawan (Parasuraman dan Wilson, dalam Jones et al., 2000). Kekuatan pribadi atau ikatan yang terbentuk antara pelanggan dan karyawan mereka disebut sebagai hubungan interpersonal. Individu lebih mungkin berhubungan dengan kelompok yang memiliki hubungan yang kuat, sehingga hubungan interpersonal sangat penting untuk memberikan status yang tinggi dari interaksi yang dibangun (Rusbult et al., dalam Julander dan Soderlund, 2003).

Gwinner (dikutip dalam Jones et al., 2000) menyatakan bahwa pelanggan dapat memperoleh manfaat psikososial dari hubungannya dengan karyawan atau *supplier* serta hubungannya dengan sesama pelanggan. Selain itu, pelanggan mendapat manfaat sosial sebagai bagian dari biaya yang dibayarkan, menurut Ulaga dan Eggert (2003). Jika hubungan antara pelanggan dan *supplier* kuat, kemungkinan mereka akan terus menggunakan produk juga tinggi. Hubungan ini dapat dibangun selama transaksi.

c. *Attractiveness of Alternative*

Daya tarik alternatif mencakup seberapa banyak sesuatu yang lebih baik atau lebih buruk bagi pelanggan dalam berbagai aspek produk yang ditawarkan (Julander dan Soderlund, 2003). Daya tarik alternatif dapat meningkatkan layanan yang tidak mudah ditiru oleh pesaing. Ini mengacu pada reputasi, gambaran, dan kualitas yang berbeda dari persaingan yang ada di pasar. Sebaliknya, ketika ada sedikit pilihan sehat, atau ketika seseorang merasa bahwa produk tidak bekerja dengan baik atau memiliki manfaat dari fiturnya, kemungkinan mereka akan tetap mengonsumsi produk tersebut juga rendah. Konsumen cenderung mengurangi risiko yang dianggap terlalu besar (Mowen dan Minor, 2002). Konsumen membandingkan standar kepribadian mereka tentang seberapa besar risiko yang dapat mereka terima dengan persepsi jumlah risiko yang muncul saat mereka membuat keputusan pembelian (Donal, dalam Mowen dan Minor, 2002). Konsumen cenderung mengurangi risiko dengan mencari merek alternatif yang lebih baik dari beberapa merek yang tersedia di pasar jika risiko yang dirasakan lebih besar dari risiko yang dapat diterima.

Daya tarik alternatif berfokus pada cara pelanggan melihat pilihan alternatif yang ditawarkan oleh persaingan yang saat ini ada di pasar. Daya tarik alternatif produk merupakan faktor penting dalam pertimbangan pelanggan terhadap perpindahan *supplier* yang heterogen. Oleh karena itu, merek harus meningkatkan pemahaman tentang manfaat perpindahan dalam kaitannya dengan hasil alternatif sehingga pelanggan tidak merasa ada manfaat dari perpindahan merek ketika alternatif yang disediakan oleh pesaingnya sama (Jones dan Burnham, dalam Balabanis et al., 2006).

## 1.2.2 Tinjauan Umum tentang Loyalitas

Loyalitas konsumen merupakan perilaku yang lebih dari sekedar puas dan bukti kesetiaan terhadap suatu produk atau jasa. Loyalitas konsumen menunjukkan komitmen psikologis terhadap merek dari produk tersebut. Kesetiaan konsumen dapat muncul ketika pelanggan mendukung suatu perusahaan atau organisasi tanpa dorongan dari perusahaan atau organisasi tersebut.

Griffin (2005) menyatakan bahwa loyalitas adalah perilaku membeli, berbeda dengan kepuasan konsumen sebagai sikap. Pelanggan yang loyal adalah mereka yang: membeli secara berulang; sering membeli barang dan jasa

antar lini; memberi tahu orang lain tentang mereka; dan menahan diri dari daya tarik pesaing.

Loyalitas, menurut Hasan (2013), adalah kondisi psikologis (*attudinal dan behavioral*) yang berkaitan dengan sikap terhadap produk. Konsumen akan membuat keyakinan, menetapkan suka dan tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk tersebut atau tidak.

Menurut Fornell (1992), loyalitas sebagai variabel endogenous disebabkan oleh:

a. Hambatan Berpindah (*Switching Barrier*)

*Switching barrier* ialah rintangan yang menghalangi pelanggan untuk beralih ke perusahaan lain, baik karena faktor teknologi, psikologis, atau ekonomi.

b. Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan sebagai tanggapan terhadap barang atau jasa yang telah mereka gunakan. Itu diukur dengan membandingkan kualitas yang dirasakan pelanggan dengan kualitas yang diharapkan. Jika kualitas yang dirasakan lebih baik daripada yang diharapkan, pelanggan akan puas, dan sebaliknya.

c. Keluhan (*Voice*)

Keluhan adalah apabila pelanggan tidak puas dengan suatu barang atau jasa. Kotler (2005) menyatakan bahwa keluhan pelanggan umumnya terdiri dari dua jenis: keluhan yang disampaikan secara lisan (secara langsung atau melalui telepon) dan keluhan yang disampaikan secara tertulis (melalui *guest complaint form*).

Griffin (2005) menyatakan bahwa pelanggan yang loyal adalah orang yang:

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur
- b. Membeli antar lini produk dan jasa
- c. Merekomendasikan kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing

Menurut Buttle (2007), ada dua cara untuk mengukur loyalitas pelanggan yakni berdasarkan perilaku dan sikap pelanggan.

- a. Perilaku konsumen yang loyal (*behavioral loyalty*) diukur melalui perilaku beli konsumen dengan melihat seberapa sering konsumen membeli produk tertentu. Perilaku loyal memiliki dua aspek yang harus dipertimbangkan. Pertama-tama, apakah pelanggan masih terlibat dalam bisnis? Apakah pelanggan terus membayar untuk barang atau jasa kita?. Konsumen membeli berbagai barang dan jasa dari *supplier* yang sebanding, dalam konteks yang disebut portofolio pembelian. Dalam konteks ini, pertanyaan tentang berapa banyak uang yang dihabiskan konsumen untuk setiap *supplier* itu menjadi lebih penting. Metode RFM digunakan oleh banyak perusahaan yang bergerak di bisnis *direct marketing* untuk mengukur perilaku loyal konsumen. Konsumen yang paling setia menerima skor tertinggi dari tiga variabel: *recency of purchase* yakni kapan terakhir kali mereka membeli (R), *frequency of purchase* yakni seberapa sering mereka

membeli (F), dan *monetary value of purchase* yakni seberapa banyak yang mereka belanjakan (M).

- b. Sikap loyal (*attitudinal loyalty*) dapat diukur dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti keyakinan, perasaan, dan keinginan untuk melakukan pembelian. Konsumen yang bersikap loyal adalah mereka yang lebih menyukai salah satu *supplier* dan berkomitmen untuk berbelanja disana.

Menurut Aaker (2007), loyalitas pelanggan terhadap suatu merek akan sangat bermanfaat bagi perusahaan, seperti berikut:

- a. Mengurangi biaya pemasaran. Pelanggan yang setia pada merek tertentu mungkin lebih murah untuk mempromosikan bisnis tersebut kepadanya karena calon pelanggan baru biasanya tidak termotivasi untuk beralih dari merek yang sudah mereka gunakan sebelumnya.
- b. Meningkatkan perdagangan. Peningkatan perdagangan penting dalam rangka memperkenalkan ukuran baru, jenis baru dan perluasan merek.
- c. Menarik minat pelanggan baru. Sejumlah pelanggan yang cukup puas akan menunjukkan bahwa merek tersebut adalah produk yang diterima luas, berhasil, beredar di pasaran, dan siap untuk mendukung layanan dan peningkatan kualitas produk.
- d. Mengambil waktu yang cukup untuk menanggapi ancaman dari persaingan. Seorang pengikut setia akan memberi waktu kepada perusahaan untuk memperbarui produknya dengan menyesuaikannya jika pesaing mengembangkan produk baru yang lebih baik.

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan yang menyediakan barang atau jasa. Setiap penyedia barang dan jasa sangat mengharapkan dapat mempertahankan pelanggannya untuk waktu yang lama, bahkan jika itu tidak mungkin. Dalam jangka panjang, upaya ini akan menghasilkan hasil yang signifikan. Kecenderungan untuk meninggalkan merek (*switching*) lebih rendah pada pelanggan yang loyal. Loyalitas pelanggan akan mengurangi upaya untuk mendapatkan pelanggan baru, yang berdampak positif pada organisasi.

Menurut Griffin (2005), peningkatan loyalitas dapat mengurangi biaya perusahaan setidaknya pada enam bidang:

- a. Biaya pemasaran menjadi lebih rendah karena biaya pengambilalihan pelanggan lebih tinggi daripada biaya mempertahankan pelanggan.
- b. Biaya transaksi menjadi lebih rendah, seperti negosiasi kontrak dan pemrosesan pesanan.
- c. Biaya perputaran pelanggan (*customer turnover*) menjadi lebih rendah karena lebih sedikit pelanggan hilang yang harus digantikan.
- d. Tingkat keberhasilan *cross-selling* yang meningkat, yang menghasilkan pangsa pelanggan yang lebih besar.
- e. Berita dari mulut ke mulut yang lebih baik, dengan asumsi pelanggan yang setia juga merasa puas.
- f. Biaya yang terkait dengan kegagalan dikurangi melalui pengurangan biaya pengerjaan ulang, klaim garansi, dan sebagainya.

Ada beberapa langkah yang harus dilewati sebelum seorang calon pelanggan berubah menjadi pelanggan yang loyal kepada perusahaan. Griffin (2007), membagi tingkat loyalitas pelanggan menjadi tujuh tahap, yaitu:

- a. *Suspects*. Melibatkan semua orang yang mungkin ingin membeli barang atau jasa perusahaan tetapi tidak tahu apa yang mereka jual.
- b. *Prospects*. Orang-orang yang memiliki kemampuan untuk membeli barang atau jasa tertentu karena mereka membutuhkannya.
- c. *Disqualified Prospects*. Prospek yang mengetahui bahwa barang atau jasa tertentu ada, tetapi tidak membutuhkannya atau tidak mempunyai kemampuan untuk membelikannya.
- d. *First Time Customers*. Pelanggan yang membeli untuk pertama kalinya. Mereka masih menjadi pelanggan yang baru.
- e. *Repeat Customers*. Pelanggan yang telah membeli suatu produk dua kali atau lebih adalah mereka yang membeli produk yang sama dua kali atau dua jenis produk yang berbeda pada dua kesempatan yang berbeda.
- f. *Clients*. Klien membeli semua barang dan jasa yang ditawarkan dan mereka butuhkan. Mereka membeli secara teratur, memiliki hubungan yang kuat dan bertahan lama dengan jenis pelanggan ini, sehingga tidak terpengaruh oleh produk pesaing.
- g. *Advocates*. Sama seperti *clients*, mereka juga membeli barang dan jasa yang ditawarkan dan yang mereka butuhkan, dan mereka melakukannya secara teratur. Mereka juga mendorong teman-teman mereka untuk membeli barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut atau merekomendasikan kepada orang lain, yang secara tidak langsung melakukan pemasaran untuk perusahaan dan menghasilkan pelanggan baru.

### 1.2.3 Tinjauan Umum tentang Instalasi Rawat Inap

Rawat inap didefinisikan sebagai pemeliharaan kesehatan rumah sakit di mana pasien tinggal atau menginap selama paling tidak satu hari berdasarkan rekomendasi dari pelaksana pelayanan kesehatan lain. Pelayanan kesehatan perorangan termasuk observasi, diagnosis pengobatan, keperawatan, rehabilitasi medik, dan menginap di ruang inap rumah sakit pemerintah dan swasta, serta rumah bersalin di mana pasien harus menginap karena penyakitnya (Simbolon dan Sipayung, 2022).

Salah satu bagian dari pelayanan klinis adalah unit rawat inap, yang melayani pasien karena keadaannya yang tidak memungkinkan untuk mendapatkan perawatan di rumah (Putri dan Sonia, 2021). Menurut Rustiyanto (2010), unit rawat inap adalah pelayanan kepada pasien yang memerlukan observasi, diagnosis, terapi, atau rehabilitasi yang perlu menginap dan menggunakan tempat tidur mereka serta mendapatkan perawat terus menerus.

Menurut Kartikasari (2019), unit rawat inap adalah bagian dari rumah sakit yang memberikan pelayanan berupa tindakan/perawatan dan pengobatan kepada pasien, serta melakukan pencatatan/perekaman kondisi pasien dan

bertanggung jawab atas segala kegiatannya di unit rawat inap. Ciri-ciri unit rawat inap:

- a. Buka 24 jam.
- b. Terdiri dari dua orang perawat jaga untuk tiap kelas.
- c. Melayani pasien yang di rawat inap termasuk memberikan perawatan dan pengobatan.

Menurut Kartikasari (2019), tugas pokok unit rawat inap ialah sebagai berikut:

- a. Mempersiapkan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan di Unit Rawat Inap (ruang perawat).
- b. Memberikan pengawasan, perawatan, dan pengobatan secara intensif kepada pasien.
- c. Memberikan informasi kesehatan yang jelas dan transparan kepada pasien atau orang yang bertanggung jawab terhadap pasien dan kepada dokter penanggung jawab pasien.
- d. Melakukan pencatatan/perekaman kondisi pasien ke DRM Rawat Inap, dan rencana penatalaksanaan/tindak lanjut pasien.
- e. Melakukan registrasi pasien ke dalam buku register.
- f. Membuat surat pengantar rujukan, Instalasi Pemeriksaan Penunjang, surat keterangan sehat, *informed consent*, *visum et repertum* (bila perlu).
- g. Setiap ada mutasi pasien melaporkan ke TPPRI.
- h. Membuat Sensus Harian Rawat Inap (SHRI).
- i. Melakukan kontrol pendapatan jasa pelayanan bersama dengan Kassa.

Dokumen-dokumen yang harus ada di Unit Rawat Inap:

- a. DRM rawat inap yang sesuai dengan jenis penyakitnya.
- b. Sensus Harian Rawat Inap (SHRI).
- c. *Informed consent*, surat-surat persetujuan, surat pengantar rujukan dan dirujuk, serta surat keterangan sehat.
- d. Formulir laporan penyakit menular.
- e. Formulir laporan individual pasien.
- f. Buku laporan perawatan.
- g. Buku resep.

#### 1.2.4 Tinjauan Umum tentang Rumah Sakit

Istilah "hospital" berasal dari kata Latin "hospes", yang berarti "tuan rumah". Istilah ini juga berasal dari kata "hotel" dan "hospitality", yang berarti "keramahan". Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, rumah sakit adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perseorangan secara paripurna melalui pelayanan kesehatan promotif, preventif, kuratif, rehabilitatif, dan/atau paliatif dengan menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat.

Menurut *World Health Organization* (WHO), definisi rumah sakit adalah integral dari satu organisasi sosial dan kesehatan dengan fungsi menyediakan

pelayanan paripurna (komprehensif), penyembuhan penyakit (kuratif) dan pencegahan penyakit (preventif) kepada masyarakat. Rumah sakit memiliki karakteristik unik sebagai suatu organisasi, seperti: 1) pasien adalah bahan baku yang akan menjalani proses, 2) dapat menjadi pelanggan yang bukan sebagai orang yang menerima layanan, tetapi mereka mendapatkan karena keputusan orang lain, seperti dokter atau asuransi, 3) profesionalisme dokter sangat penting dan otonomi (Calundu, 2019).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, rumah sakit menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. Rumah sakit menyelenggarakan fungsi pelayanan kesehatan perseorangan dalam bentuk spesialisik dan/atau subspecialistik.
- b. Rumah sakit dapat memberikan pelayanan kesehatan dasar.
- c. Rumah sakit dapat menyelenggarakan fungsi pendidikan dan penelitian di bidang kesehatan.
- d. Setiap rumah sakit harus menyelenggarakan tata kelola rumah sakit dan tata kelola klinis yang baik.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, setiap rumah sakit mempunyai hak sebagai berikut:

- a. menentukan jumlah, jenis, dan kualifikasi sumber daya manusia sesuai dengan klasifikasi Rumah Sakit;
- b. menerima imbalan jasa pelayanan serta menentukan remunerasi, insentif, dan penghargaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- c. melakukan kerja sama dengan pihak lain dalam mengembangkan pelayanan;
- d. menerima bantuan dari pihak lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- e. menggugat pihak yang mengakibatkan kerugian;
- f. mendapatkan perlindungan hukum dalam melaksanakan Pelayanan Kesehatan; dan
- g. mempromosikan layanan Kesehatan yang ada di Rumah Sakit sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, setiap rumah sakit mempunyai kewajiban sebagai berikut:

- a. memberikan informasi yang benar tentang pelayanan Rumah Sakit kepada masyarakat;
- b. memberikan Pelayanan Kesehatan yang aman, bermutu, antidiskriminatif, dan efektif dengan mengutamakan kepentingan Pasien sesuai dengan standar pelayanan Rumah Sakit;
- c. memberikan pelayanan Gawat Darurat kepada Pasien sesuai dengan kemampuan pelayanannya;
- d. berperan aktif dalam memberikan Pelayanan Kesehatan pada bencana sesuai dengan kemampuan pelayanannya;
- e. menyediakan sarana dan pelayanan bagi masyarakat tidak mampu atau miskin;

- f. melaksanakan fungsi sosial antara lain dengan memberikan fasilitas pelayanan bagi Pasien tidak mampu atau miskin, pelayanan Gawat Darurat tanpa uang muka, ambulans gratis, pelayanan bagi korban bencana dan KLB, atau bakti sosial bagi misi kemanusiaan;
- g. membuat, melaksanakan, dan menjaga standar mutu Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit sebagai acuan dalam melayani Pasien;
- h. menyelenggarakan rekam medis;
- i. menyediakan sarana dan prasarana umum yang layak, antara lain sarana ibadah, tempat parkir, ruang tunggu, sarana untuk penyandang disabilitas, wanita menyusui, anak-anak, dan lanjut usia;
- j. melaksanakan sistem rujukan;
- k. menolak keinginan Pasien yang bertentangan dengan standar profesi dan etika serta ketentuan peraturan perundang-undangan;
- l. memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai hak dan kewajiban Pasien;
- m. menghormati dan melindungi hak-hak Pasien;
- n. melaksanakan etika Rumah Sakit;
- o. memiliki sistem pencegahan kecelakaan dan penanggulangan bencana;
- p. melaksanakan program pemerintah di bidang Kesehatan, baik secara regional maupun nasional;
- q. membuat daftar Tenaga Medis yang melakukan praktik kedokteran atau kedokteran gigi dan Tenaga Kesehatan lainnya;
- r. menyusun dan melaksanakan peraturan internal Rumah Sakit;
- s. melindungi dan memberikan bantuan hukum bagi semua petugas Rumah Sakit dalam melaksanakan tugas; dan
- t. memberlakukan seluruh lingkungan Rumah Sakit sebagai kawasan tanpa rokok.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, rumah sakit dapat diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, atau masyarakat.

- a. Rumah sakit yang diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah dalam memberikan layanan kesehatan dapat menerapkan pola pengelolaan keuangan badan layanan umum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b. Rumah sakit yang didirikan oleh masyarakat harus berbentuk badan hukum yang kegiatan usahanya hanya bergerak di bidang pelayanan kesehatan, dikecualikan bagi rumah sakit yang diselenggarakan oleh badan hukum yang bersifat nirlaba.

Tabel 1. Sintesa Penelitian

No.	Peneliti (Tahun) dan Sumber Jurnal	Judul dan Nama Jurnal	Desain Penelitian dan Metode Analisis	Sampel	Temuan
1.	Murdayah dkk (2023) <a href="http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm">http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm</a>	Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Dan <i>Switching Barriers</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Steak Moen-Moen Malang)  <i>e-Jurnal Riset Manajemen</i>	<i>Explanatory research</i> dengan pendekatan kuantitatif	75 Pelanggan di Restoran Steak Moen-Moen Malang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, <i>Switching Barriers</i> berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Restoran Steak Moen-Moen Malang.</li> <li>2. Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.</li> <li>3. <i>Switching Barriers</i> berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.</li> </ol>
2.	Nisa dan Aristi (2023) <a href="https://jsemesta.iakmi.or.id/index.php/jm">https://jsemesta.iakmi.or.id/index.php/jm</a>	Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit  <i>Jurnal Semesta Sehat</i>	<i>Cross Sectional</i>	165 Pasien Instalasi Rawat Jalan RSUD Jampang Kulon tahun 2022	Kepuasan bukti fisik, kepuasan kehandalan, kepuasan daya tanggap, kepuasan jaminan, kepuasan empati, kemudahan akses, dan hambatan pindah memiliki hubungan dengan loyalitas pasien Instalasi Rawat Jalan RSUD Jampang Kulon tahun 2022.
3.	Rahman dan Juwita (2023)	Dampak Kepercayaan Pelanggan,	Penelitian kuantitatif	310 Pelanggan Indomaret	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan, Suasana Toko dan <i>Switching Barrier</i> secara simultan</li> </ol>

	<a href="https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4248">https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4248</a>	Kepuasan, Suasana Toko, <i>Switching Barrier</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret  <i>2<sup>nd</sup> MDP Student Conference (MSC) 2023</i>		Demang Lebar Daun Palembang yang mempunyai I-Saku	berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret. 2. Kepercayaan Pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret. 3. Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret. 4. Suasana Toko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret. 5. <i>Switching Barrier</i> secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret.
4.	Umar dkk (2022)  <a href="https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2200">https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2200</a>	Pengaruh Kepuasan dan <i>Switching Barrier</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo	Penelitian kuantitatif	96 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo tahun 2018 yang menggunakan	1. Kepuasan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel. 2. <i>Switching Barrier</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel. 3. Kepuasan dan <i>Switching Barrier</i> memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel pada

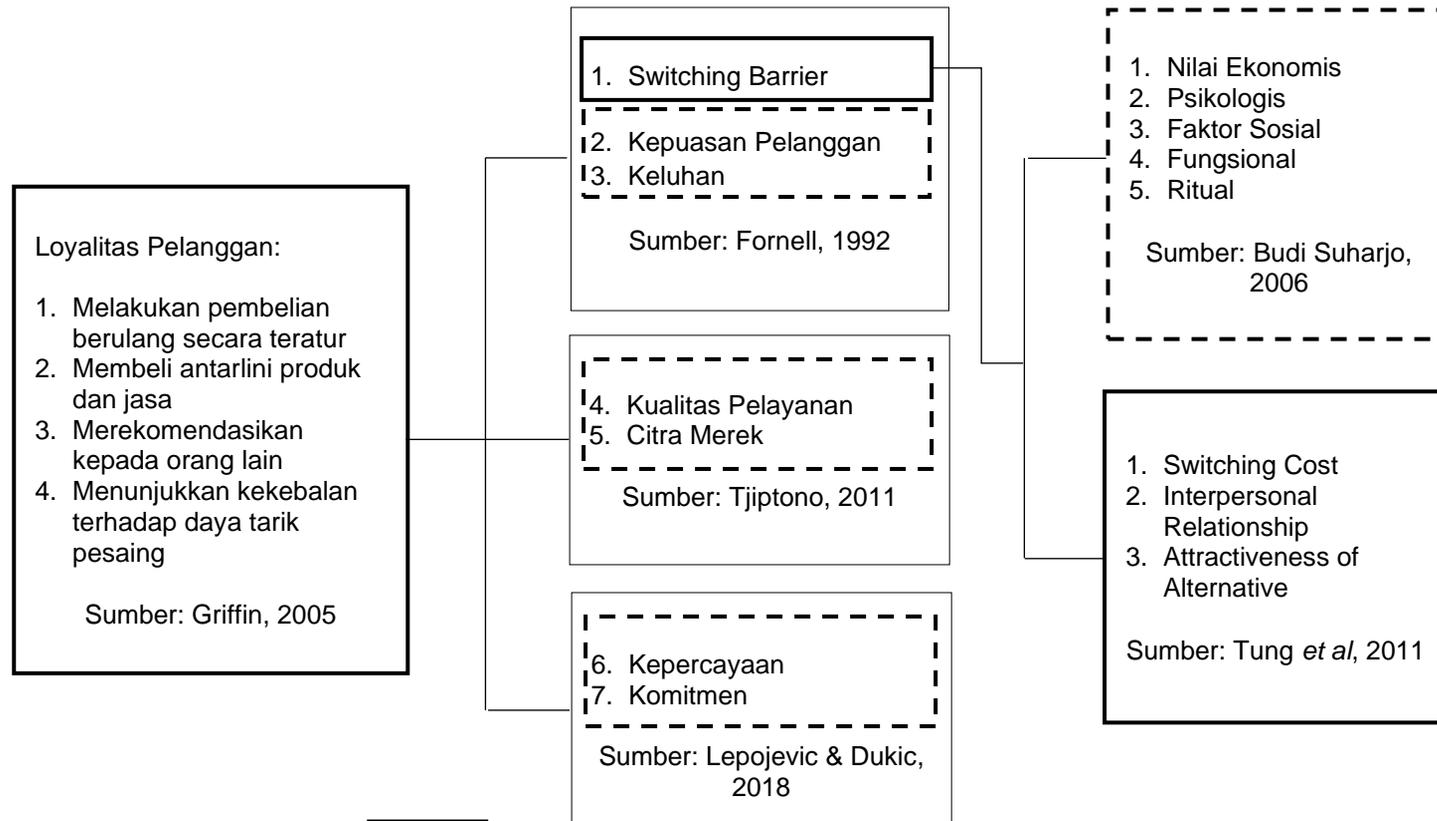
		<i>SEIKO: Journal of Management &amp; Business</i>		kartu Telkomsel	Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo.
5.	Zayana (2022) <a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">http://repository.ar-raniry.ac.id</a>	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Switching Barriers</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)  <i>Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry</i>	Penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif	336 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh tahun ajaran 2021-2022	1. <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Bank Syariah. 2. <i>Switching Barriers</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Bank Syariah. 3. <i>Customer Satisfaction</i> , dan <i>Switching Barriers</i> secara simultan berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Bank Syariah.
6.	Hafiz (2022) <a href="http://repository.uir.ac.id/id/eprint/12600">http://repository.uir.ac.id/id/eprint/12600</a>	Pengaruh Hambatan Berpindah Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Perdana Internet Telkomsel Pekanbaru  <i>Skripsi Universitas Islam Riau</i>	Penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif	96 Pelanggan Kartu Perdana Internet Telkomsel di Pekanbaru	1. Hambatan Berpindah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Perdana Internet Telkomsel. 2. Variabel Hambatan Berpindah yang paling dominan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Kartu Perdana Internet Telkomsel terdapat pada indikator Fungsional.
7.	Sopiyan (2021)	Pengaruh Kepercayaan dan Hambatan Berpindah	Metode <i>survey</i> dengan pendekatan	100 Pelanggan Skincare	1. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

	<a href="https://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur">https://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur</a>	Terhadap Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Produk Skincare Garnier di Majalengka Kota)  <i>Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan</i>	analisis deskriptif dan verifikatif	Garnier di Kota Majalengka Kelurahan Majalengka Wetan dan Kelurahan Majalengka Kulon	Loyalitas Pelanggan Skincare Garnier di Kota Majalengka. 2. Hambatan Bepindah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Skincare Garnier di Kota Majalengka.
8.	Handayani dkk (2021)  <a href="https://doi.org/10.47233/jebd.v23i2.262">https://doi.org/10.47233/jebd.v23i2.262</a>	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra dan Rintangan Beralih Terhadap Loyalitas Siswa SMA pada Lembaga Bimbingan Belajar <i>Ganesha Operation</i> di Kota Padang  <i>Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas</i>	Penelitian deskriptif kausatif	167 siswa SMA di Kota Padang yang mengikuti bimbingan belajar pada Bimbel <i>Ganesha Operation</i>	1. Kualitas Pelayanan dan Citra berpengaruh signifikan terhadap Rintangan Beralih pada lembaga Bimbel di Kota Padang. 2. Kualitas Pelayanan lembaga Bimbel tidak berpengaruh signifikan dan langsung terhadap Loyalitas siswa SMA di Kota Padang akan tetapi secara tidak langsung Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap pembentukan Loyalitas siswa melalui Rintangan Beralih. 3. Citra dan Rintangan Beralih lembaga Bimbel memiliki pengaruh yang signifikan dan langsung terhadap pembentukan Loyalitas siswa SMA di Kota Padang.
9.	Naim dan Victor (2021)	The Effects of Switching Barrier on	Penelitian kuantitatif	385 Pelanggan	1. <i>Switching cost</i> sebagai indikator <i>switching barrier</i> berpengaruh

	<p><a href="https://www.turcomat.org/index.php/turkbilmata/article/view/5478">https://www.turcomat.org/index.php/turkbilmata/article/view/5478</a></p>	<p>Customer Loyalty in Telecommunication Services in Kingdom of Bahrain</p> <p><i>Turkish Journal of Computer and Mathematics Education</i></p>		<p>Telekomunikasi Batelco, Stc dan Zain di Kerajaan Bahrain</p>	<p>signifikan terhadap loyalitas pelanggan.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Daya tarik alternatif sebagai indikator <i>switching barrier</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.</li> <li>3. Hubungan interpersonal sebagai indikator <i>switching barrier</i> berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.</li> <li>4. Biaya kerugian sebagai indikator <i>switching barrier</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.</li> <li>5. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.</li> </ol>
10.	<p>Lestari dan Hernita (2020)</p> <p><a href="https://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur">https://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur</a></p>	<p>Pengaruh Kepuasan dan <i>Switching Barriers</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel Pada Karyawan PT. Gistek Majalengka</p> <p><i>Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan</i></p>	<p>Metode <i>survey</i> dengan pendekatan analisis deskriptif dan verifikatif</p>	<p>100 Karyawan PT. Gistek Majalengka</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel.</li> <li>2. <i>Switching barriers</i> secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel.</li> <li>3. Kepuasan dan <i>switching barriers</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel.</li> </ol>

11.	<p>Somnaikubun <i>et al</i> (2020)</p> <p><a href="https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30691">https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30691</a></p>	<p>The Influence of Switching Barriers and Inertia on Customer Loyalty of Maybelline Beauty Product</p> <p><i>Jurnal EMBA</i></p>	<p>Penelitian kuantitatif</p>	<p>96 Pengguna produk Maybelline di Manado</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Switching Barriers</i> dan Inertia berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Maybelline Beauty Produk secara bersamaan.</li> <li>2. <i>Switching Barriers</i> dengan indikator nilai ekonomi, psikologis, sosial, dan fungsional, sebagian mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.</li> <li>3. Inersia, dengan waktu konsumsi, keakraban dan biaya peralihan sebagai indikator, secara parsial bernilai positif hubungan dan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.</li> </ol>
-----	---	---	-------------------------------	--	---

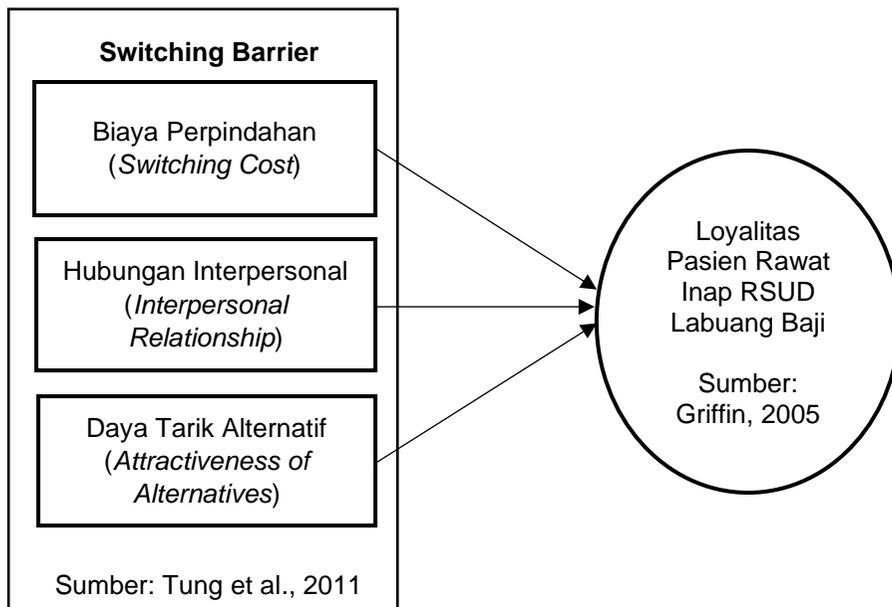
1.3 Landasan Teori



Gambar 1. Kerangka Teori

## 1.4 Kerangka Konseptual

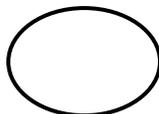
### 1.4.1 Kerangka Konsep



Keterangan:



: Variabel independen



: Variabel dependen



: Arah yang menunjukkan kemungkinan terjadinya hubungan

**Gambar 2. Kerangka Konsep**

#### 1.4.2 Hipotesis Penelitian

1.  $H_0$  = Tidak ada hubungan antara *switching cost* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.  
 $H_a$  = Ada hubungan antara *switching cost* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.
2.  $H_0$  = Tidak ada hubungan antara *interpersonal relationship* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.  
 $H_a$  = Ada hubungan antara *interpersonal relationship* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.
3.  $H_0$  = Tidak ada hubungan antara *attractiveness of alternative* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.  
 $H_a$  = Ada hubungan antara *attractiveness of alternative* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.
4.  $H_0$  = Tidak ada hubungan antara *switching barrier* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.  
 $H_a$  = Ada hubungan antara *switching barrier* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.

### 1.5 Definisi Operasional dan Kriteria Objektif

Variabel	Definisi Operasional	Alat dan Cara Pengukuran	Kriteria Objektif	Skala
<i>Switching cost</i>	Pernyataan responden mengenai waktu (misalnya; waktu untuk mengevaluasi dan membiasakan diri dengan layanan rumah sakit lain), mengenai uang (misalnya; uang pendaftaran dan uang transportasi), dan mengenai upaya (misalnya; upaya untuk mengevaluasi, mengawali, dan membiasakan diri dengan layanan rumah sakit lain) yang dikeluarkan apabila berpindah rumah sakit.	Kuesioner terdiri dari 6 pernyataan skala Likert yakni: Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Setuju (3), Sangat Setuju (4).  Skor tertinggi: $6 \times 4 = 24$ Skor terendah: $6 \times 1 = 6$ Range = $24 - 6 = 18$ Interval = $18/2 = 9$ Skor standar = $24 - 9 = 15$	Tinggi = Jika total skor responden $\geq 15$  Rendah = Jika total skor responden $< 15$	Ordinal
<i>Interpersonal relationship</i>	Pernyataan responden tentang hubungan yang dijalin dengan pegawai medis atau non medis (misalnya; komunikasi yang baik, interaksi yang menyenangkan, selalu menyapa, dan ramah) maupun hubungan antara sesama pasien (misalnya; komunikasi yang baik, interaksi yang menyenangkan, dan sering bertukar pikiran).	Kuesioner terdiri dari 7 pernyataan skala Likert yakni: Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Setuju (3), Sangat Setuju (4).  Skor tertinggi: $7 \times 4 = 28$ Skor terendah: $7 \times 1 = 7$ Range = $28 - 7 = 21$ Interval = $21/2 = 10,5$ Skor standar = $28 - 10,5 = 17,5 \rightarrow 18$	Baik = Jika total skor responden $\geq 18$  Kurang baik = Jika total skor responden $< 18$	Ordinal
<i>Attractiveness of alternative</i>	Pernyataan responden tentang ketertarikan atas reputasi yang baik, citra atau kesan (misalnya; merek yang terkenal, layanan lengkap, dan keramahan pegawai), serta kualitas suatu jasa layanan (misalnya; pengobatan yang baik, kemudahan	Kuesioner terdiri dari 7 pernyataan skala Likert yakni: Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Setuju (3), Sangat Setuju (4).  Skor tertinggi: $7 \times 4 = 28$	Tinggi = Jika total skor responden $\geq 18$  Rendah = Jika total skor responden $< 18$	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Alat dan Cara Pengukuran	Kriteria Objektif	Skala
	prosedur layanan, serta fasilitas dan peralatan yang lengkap dan modern).	Skor terendah: $7 \times 1 = 7$ Range = $28 - 7 = 21$ Interval = $21/2 = 10,5$ Skor standar = $28 - 10,5 = 17,5 \rightarrow 18$		
Loyalitas	Pernyataan responden tentang kesediaan responden untuk tetap menggunakan layanan rawat inap RSUD Labuang Baji di masa yang akan datang, merekomendasikan layanan rawat inap RSUD Labuang Baji kepada keluarga atau orang lain, kekebalan terhadap daya tarik pesaing, membeli layanan lain yang disediakan RSUD Labuang Baji.	Kuesioner terdiri dari 4 pernyataan skala Likert yakni: Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Setuju (3), Sangat Setuju (4).  Skor tertinggi: $4 \times 4 = 16$ Skor terendah: $4 \times 1 = 4$ Range = $16 - 4 = 12$ Interval = $12/2 = 6$ Skor standar = $16 - 6 = 10$	Loyal = Jika total skor responden $\geq 10$  Tidak loyal = Jika total skor responden $< 10$	Ordinal
<i>Switching barrier</i>	Pernyataan responden tentang <i>switching cost</i> (biaya perpindahan), <i>interpersonal relationship</i> (hubungan interpersonal), dan <i>attractiveness of alternative</i> (daya tarik alternatif) dalam penelitian ini.	Skor <i>switching barrier</i> = total skor <i>switching cost</i> + total skor <i>interpersonal relationship</i> + total skor <i>attractiveness of alternative</i>  Skor standar <i>switching barrier</i> = skor standar <i>switching cost</i> + skor standar <i>interpersonal relationship</i> + skor standar <i>attractiveness of alternative</i> = $15 + 18 + 18 = 51$	Tinggi = Jika total skor responden $\geq 51$  Rendah = Jika total skor responden $< 51$	Ordinal

## 1.6 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana hubungan aspek *switching barrier* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar?”.

## 1.7 Tujuan Penelitian

### 1.7.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan aspek *switching barrier* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.

### 1.7.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui hubungan antara *switching cost* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.
2. Untuk mengetahui hubungan antara *interpersonal relationship* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.
3. Untuk mengetahui hubungan antara *attractiveness of alternative* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.

## 1.8 Manfaat Penelitian

### 1.8.1 Manfaat Ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi pemikiran yang signifikan di kalangan para pemikir dan intelektual dalam mengembangkan sikap ilmiah serta menambah dan memperkaya wawasan ilmu pengetahuan, mampu mendorong pengembangan dan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.

### 1.8.2 Manfaat Bagi Institusi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap instansi lokasi penelitian yaitu, RSUD Labuang Baji Makassar dalam rangka peningkatan loyalitas pasien khususnya pada pasien rawat inap.

### 1.8.3 Manfaat Praktis

Sebagai pengalaman belajar yang sangat berharga bagi peneliti dalam melaksanakan dan menyusun penelitian ini. Selain itu, peneliti mempunyai kesempatan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan.