

TESIS

**PENGARUH KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS
PASIEN DI SILOAM HOSPITALS BALIKPAPAN**

**THE EFFECT OF PATIENT SATISFACTION ON PATIENT
LOYALTY AT SILOAM HOSPITALS BALIKPAPAN**



MARK GREEN T. ENGKA

K012171188

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KESEHATAN MASYARAKAT

FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2021

HALAMAN PENGAJUAN

**PENGARUH KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS PASIEN
DI SILOAM HOSPITALS BALIKPAPAN**

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Ilmu Kesehatan Masyarakat

Disusun dan diajukan oleh

MARK GREEN T. ENGKA

K012171188

kepada

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KESEHATAN MASYARAKAT

FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2021

LEMBAR PENGESAHAN**PENGARUH KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS
PASIEH DI SILOAM HOSPITALS BALIKPAPAN**

Disusun dan diajukan oleh

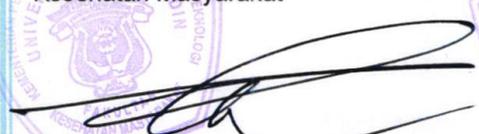
MARK GREEN T. ENGKA
NOMOR POKOK K012171188

Telah dipertahankan di hadapan Panitia ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Ilmu Kesehatan
Masyarakat Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 18 Oktober 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,


Dr. Syahrir A. Pasinringi., MS
NIP. 19650210 199103 1 006
Dr. Suriah, SKM.,M.Kes
NIP. 19740520 200212 2 001
Dr. Aminuddin Syam, SKM.,M.Kes.,M.Med.Ed
NIP. 19670617 199903 1 001
Prof. Dr. Masni, Apt. MSPH.
NIP. 19590605 198601 2 001
Dekan Fakultas
Kesehatan Masyarakat
Ketua Program Studi
Ilmu Kesehatan Masyarakat

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mark Green T. Engka

Nomor Mahasiswa : K012171188

Program Studi : Ilmu Kesehatan Masyarakat

Jenjang : S2

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

Makassar, 18 Oktober 2021



(Mark Green T. Engka)

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas curahan berkat melimpah yang senantiasa dicurahkan kepada semua manusia. Juga atas curahan hikmat akal budi sehingga tesis dengan judul **“PENGARUH KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS PASIEN DI SILOAM HOSPITALS BALIKPAPAN”** bisa selesai untuk memenuhi persyaratan selesainya masa studi pendidikan program studi Magister Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Hasanuddin.

Dalam karya tulis ini menjelaskan faktor kepuasan pasien dalam menentukan loyalitas pasien di Siloam Hospital Balikpapan.

Pada kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya serta penuh kerendahan hati kepada Pembimbing I Bapak Dr. Syahrir A. Pasinringi, MS dan Pembimbing II Ibu Dr. Suriah, SKM, M.Kes selaku pembimbing yang sabar dan tulus memberikan masukan, koreksi, juga arahan hingga selesainya tesis ini. Terima kasih dan penghargaan kepada Bapak Ibu penguji yang telah meluangkan waktu dan banyak memberi masukan untuk perbaikan tesis ini antara lain Bapak Prof. Dr. M Alimin Maidin, MPH, Ibu Dr. Fridawaty Rivai, SKM, M.Kes dan Bapak Prof. Dr. Sangkala, M.Si

Penulis sampaikan pula terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu M.A, selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
2. Dr. Aminuddin Syam, SKM., M.Kes., M.Med.Ed, selaku Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Hasanuddin.
3. Prof. Dr. Masni Apt, MSPH, selaku Ketua Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat Universitas Hasanuddin.

4. Seluruh Dosen pengajar dan staf di Departemen Manajemen Administrasi Rumah Sakit yang telah banyak membantu selama ini.
5. dr. Danie D Poluan, M.Kes, selaku Direktur Rumah Sakit Siloam Hospital Balikpapan yang telah mengizinkan penulis untuk melanjutkan studi S2 ditengah kegiatan dan tanggung jawab penulis saat ini.
6. Keluarga besar Siloam Hospital Balikpapan, beserta seluruh jajarannya yang telah banyak membantu dengan tulus kepada penulis melakukan penelitian di Siloam Hospital Balikpapan.
7. Teman-teman kuliah dan seperjuangan MARS A dan MARS B tahun 2018 yang membantu dalam diskusi dan motivasi selama perkuliahan dan penyelesaian tesis ini.

Teristimewa untuk keluarga terdekat yang selalu memberi dukungan moril dan waktu selama dalam penyelesaian kuliah dan tesis ini. Istri tercinta Jane D Waani, kedua anak Jazzyka dan Jenson yang tidak kurang dalam memberikan dukungannya.

Tulisan dalam tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kami berharap masukan dan kritik membangun dari pembaca sehingga bisa menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Kiranya rahmat Tuhan YME selalu melimpah untuk kita semua. Amin.

Makassar, Oktober 2021

Mark Green T Engka

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR SINGKATAN.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Tinjauan Umum Loyalitas Pasien	14
B. Tinjauan Umum tentang Kepuasan Pasien.....	25
1. Definisi Kepuasan Pasien.....	25
C. Matriks Penelitian Terdahulu	39

E.	Kerangka Teori.....	42
F.	Kerangka Konsep.....	43
G.	Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....		47
A.	Jenis Penelitian.....	47
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
C.	Populasi dan Sampel.....	47
D.	Pengumpulan Data.....	50
E.	Pengolahan dan Analisis Data.....	51
F.	Penyajian Data.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		58
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	58
B.	Hasil Penelitian.....	63
C.	Pembahasan.....	77
D.	Implikasi Manajerial.....	108
BAB V PENUTUP.....		111
A.	Kesimpulan.....	111
B.	Saran.....	113

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel	1 Distribusi Jumlah Pasien Berdasarkan Jenis Pasien di Unit Pelayanan Siloam Hospitals Tahun 2018-2020	4
Tabel	2 Matriks Penelitian Terdahulu	40
Tabel	3 Definisi Operasional dan Kriteria Objektif	45
Tabel	4 Jumlah Pasien di Masing-masing Unit Pelayanan di Siloam Hospitals Tahun 2020	49
Tabel	5 Jumlah Sampel Masing-masing Unit di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2020	51
Tabel	6 Hasil Uji Validitas Kuesioner Pernyataan Kepuasan Pasien	53
Tabel	7 Hasil Uji Validitas Kuesioner Pernyataan Loyalitas Pasien	54
Tabel	8 Hasil Uji Realibilitas Kuesioner Pernyataan Kepuasan Pasien	55
Tabel	9 Hasil Uji Realibilitas Kuesioner Pernyataan Loyalitas Pasien	56
Tabel	10 Interpretasi Tingkat Kekuatan Hubungan	57
Tabel	11 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2021	64
Tabel	12 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2021	68
Tabel	13 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kategori Variabel Kepuasan Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2021	69
Tabel	14 Distribusi Frekuensi Kategori Jawaban Loyalitas Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2021	70

Tabel 15	Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2021	72
Tabel 16	Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kategori Loyalitas Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2021	73
Tabel 17	Hubungan General Satisfaction dengan Loyalitas Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2021	74
Tabel 18	Hubungan Technical Quality dengan Loyalitas Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2021	75
Tabel 19	Hubungan Communication dengan Loyalitas Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2021	76
Tabel 20	Hubungan Interpersonal dengan Loyalitas Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2021	77
Tabel 21	Hubungan Financial Aspect dengan Loyalitas Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2021	77
Tabel 22	Hubungan <i>Time Spent With Doctor</i> dengan Loyalitas Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan Tahun 2021	78
Tabel 23	Hasil Uji Regresi Logistik Sederhana Variabel in the Equation	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kajian Masalah Penelitian	10
Gambar 2. Kerangka Teori Penelitian	43
Gambar 3. Kerangka Konsep Penelitian	43
Gambar 4. Struktur Organisasi Siloam Hospitals	60

DAFTAR SINGKATAN

Singkatan	Keterangan
UGD	Unit Gawat Darurat
AP	Akuisisi Pelanggan
RP	Retensi Pelanggan
COVID-19	<i>Corona Virus Disease 2019</i>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	126
Lampiran 2. Hasil Uji SPSS	130
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	148
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian.....	149
Lampiran 5. Foto saat bersama pasien mengisi kuesioner penelitian.....	150

ABSTRAK

MARK GREEN T E. *Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Di Siloam Hospitals Balikpapan* (dibimbing oleh **Syahrir A. Pasinringi** dan **Suriah**)

Pasien merupakan salah satu target semua layanan yang ada di rumah sakit. Kepuasan pasien adalah salah satu indikator pertama dari standar suatu rumah sakit dan merupakan suatu ukuran dari mutu pelayanan sedangkan loyalitas dianggap sebagai puncak perilaku konsumen yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di Siloam Hospitals Balikpapan.

Jenis penelitian deskriptif analitik dengan desain *Cross Sectional*. Populasi penelitian sebanyak 2.278.802 pasien dengan jumlah sampel sebanyak 357 pasien yang terdiri atas 27 pasien Unit Gawat Darurat, 14 Rawat Inap, dan 316 Rawat Jalan yang diambil dengan teknik proporsional random sampling. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan realibilitas. Analisis data menggunakan uji korelasi dan uji regresi logistik sederhana.

Hasil menunjukkan bahwa ada pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien ($p\text{-value } 0,000 < 0,05$) dimana pasien yang memiliki kepuasan terhadap layanan di Siloam Hospital Balikpapan mempunyai kemungkinan 3,939 kali lebih loyal pada Siloam Hospitals Balikpapan. Selain itu, indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pasien (*General Satisfaction, Technical Quality, Communication, Interpersonal, Financial Aspect, dan Time Spent With Doctor*) memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas pasien dengan kekuatan hubungan yang sangat kuat pada masing-masing indikator kepuasan pasien. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan yang dimiliki pasien dengan didukung oleh indikator-indikator tersebut akan meningkatkan loyalitas pasien. Manajemen rumah sakit harus lebih memperhatikan efektivitas kinerja untuk terus mempromosikan kualitas, mempromosikan budaya yang berpusat pada pelanggan, melakukan survei kepuasan konsumen, dan memberikan pemulihan layanan dengan menanggapi keluhan pasien dan memberikan umpan balik.

Kata Kunci : Pasien, Kepuasan, Loyalitas, Indikator Kepuasan



ABSTRACT

MARK GREEN T E. *The Effect Of Patient Satisfaction On Patient Loyalty At Siloam Hospitals Balikpapan* (Supervised by **Syahrir A. Pasinringi** and **Suriah**)

The patient is one of the targets of all services in the hospital. Patient satisfaction is one of the first indicators of a hospital's standards and is a measure of service quality. Loyalty is considered the pinnacle of expected consumer behavior. This study aims to determine and analyze the effect of patient satisfaction on patient loyalty at Siloam Hospitals Balikpapan.

The type of research is descriptive-analytic with a cross-sectional design. The study population was 2.278.802 patients with a total sample of 357 patients consisting of 27 patients in the Emergency Unit, 14 Inpatients, and 316 Outpatients taken by proportional random sampling technique. The research instrument uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Data analysis used a correlation test and a simple logistic regression test.

The results show there is an effect of patient satisfaction on patient loyalty (p -value $0.000 < 0.05$) where patients who have satisfaction with services at Siloam Hospital Balikpapan have 3,939 times the possibility to be loyal to Siloam Hospitals Balikpapan. In addition, the indicators used to measure patient satisfaction (General Satisfaction, Technical Quality, Communication, Interpersonal, Financial Aspect, and Time Spent With Doctor) have a significant relationship with patient loyalty with a very strong relationship strength on each indicator. patient satisfaction. This study shows that the higher the patient's satisfaction, supported by these indicators, the higher the patient's loyalty. Hospital managers should pay more attention to performance effectiveness to continue to promote quality, promote a customer-centered culture, conduct customer satisfaction surveys, and provide service recovery by responding to patient complaints and providing feedback.

Keywords : Patient, Satisfaction, Loyalty, Satisfaction Indicator



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manajemen rumah sakit di era globalisasi menunjukkan perkembangan yang sangat pesat dan semakin kompleks. Rumah sakit adalah institusi yang kompleks, dinamis, kompetitif, padat modal dan padat karya, multidisiplin, dan sangat mudah berubah karena dampak lingkungan. Namun demikian, rumah sakit tetap harus memenuhi tugas pokoknya sebagai lembaga pelayanan sosial dengan mengutamakan pelayanan kepada masyarakat dan selalu memperhatikan etika pelayanan (Rasidin, 2018).

Pelayanan rumah sakit merupakan pelayanan yang paling dibutuhkan masyarakat. Salah satu tugas umum negara mis. pendidikan, kesejahteraan sosial, kesehatan, perlindungan tenaga kerja, pertanian, keamanan dll untuk memberikan pelayanan publik di bidang. Untuk itu pelayanan rumah sakit harus selalu ditangani dan kualitas pelayanannya harus ditingkatkan. Pelayanan yang dimaksud adalah pelayanan kesehatan yang cepat, tepat, murah dan ramah (Mu'ah and Masram, 2014). Rumah sakit dalam keberadaannya merupakan sebagai satu mata rantai utama pelayanan kesehatan dan mempunyai fungsi dalam usaha

pengecehan (*preventif*), penyembuhan (*kuratif*) dan pemulihan (*rehabilitatif*).

Pasien merupakan salah satu tujuan dari semua pelayanan di rumah sakit. Karena kesehatan merupakan hak asasi setiap masyarakat, maka rumah sakit harus memberikan pelayanan kesehatan kepada semua lapisan masyarakat tanpa diskriminasi sehingga mereka berhak mendapatkan pelayanan kesehatan secara adil, merata, terjangkau dan berkualitas. Pelayanan yang diberikan di rumah sakit dapat dikatakan memuaskan jika memenuhi kebutuhan dan harapan pasien. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan hasil interaksi antara harapan dan pengalaman setelah menggunakan pelayanan rumah sakit.

Kepuasan pasien adalah aset yang sangat penting karena jika pasien puas mereka akan terus menggunakan layanan yang telah mereka pilih, tetapi jika mereka tidak puas mereka dua kali lebih mungkin untuk memberitahu orang lain tentang pengalaman buruk mereka (Noviyanti, 2020). Oleh karena itu, untuk menciptakan kepuasan pasien, rumah sakit harus mampu membuat dan mengelola suatu sistem untuk mendapatkan dan mempertahankan lebih banyak pasien.

Kepuasan pasien merupakan salah satu indikator pertama dari standar rumah sakit dan ukuran kualitas pelayanan. Kepuasan pasien yang rendah akan mempengaruhi kunjungan rumah sakit, dan sikap pegawai terhadap pasien juga akan mempengaruhi kepuasan pasien,

dimana tuntutan kebutuhan pasien dan kualitas pelayanan akan meningkat dari waktu ke waktu (Noviyanti, 2020).

Kepuasan pasien dapat diukur dengan dengan beberapa cara seperti sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, *ghost shopping*, dan *lost costumer analysis* (Shalowitz and Stevens, 2008) Tingkat kepuasan pasien terhadap rumah sakit dan pelayanan rumah sakit dapat sepenuhnya menentukan tingkat mutu mutu pelayanan rumah sakit. Penelitian yang dilakukan (Gumussoy and Koseoglu, 2016) menyatakan bahwa *customer value* berpengaruh terhadap kepuasan pasien dan sebagai prediktor yang secara signifikan dapat meningkatkan kepuasan loyalitas pasien (Ozer and et.al, 2016). Menurut (Rahmani and et.al, 2017), nilai, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap keberhasilan suatu organisasi melalui peningkatan hubungan pelanggan dan pencapaian keunggulan bersaing (*competitive adavntage*).

Siloam Hospitals Balikpapan merupakan rumah sakit swasta yang memiliki visi perawatan kesehatan holistik, pendidikan kesehatan, dan penelitian. Siloam Hospitals Balikpapan memiliki pelayanan gawat darurat, rawat jalan, dan rawat inap. Persentasi jumlah kunjungan pasien masing-masing unit pelayanan berbeda-beda. Berikut adalah jumlah pasien pada unit pelayanan Siloam Hospital Balikpapan berdasarkan jenis pasien.

Tabel 1
Distribusi Jumlah Pasien Berdasarkan Jenis Pasien di Unit
Pelayanan Siloam Hospital Tahun 2018-2020

Unit	Tahun	Distribusi Jumlah Pasien Berdasarkan Jenis Pasien				Total	% Total	AP (%)	RP (%)
		Pasien Baru		Pasien Lama					
		n	%	n	%				
UGD	2018	4087	28%	10441	72%	14528	100	28	72
	2019	4962	26%	14496	74%	19458	100	26	74
	2020	3829	23%	13129	77%	16958	100	23	77
Rawat Inap	2018	2945	29%	7348	71%	10293	100	29	71
	2019	3279	26%	9355	74%	12634	100	26	74
	2020	2317	25%	6787	75%	9104	100	25	75
Rawat Jalan	2018	14614	10%	132739	90%	147353	100	10	90
	2019	15206	9%	158379	91%	173585	100	9	91
	2020	30178	15%	171562	85%	201740	100	15	85

Ket: Ap= Akuisisi Pelanggan, RP= Retensi Pelanggan.

Sumber: Data Sekunder Siloam Hospital Balikpapan

Berdasarkan tabel di atas, persentasi jumlah kunjungan pasien di UGD pada tahun 2018 pasien baru 28%, pasien lama yaitu 72%, pada tahun 2019 mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien baru 26%, pasien lama yaitu 74% sedangkan pada tahun pada tahun 2020 mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien yaitu pasien baru 23% dan pasien lama mengalami peningkatan 74%. Di Rawat inap pada tahun 2018 pasien baru 29%, pasien lama yaitu 71%, pada tahun 2019 mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien baru 26%, dan peningkatan jmlah kunnjungan pasien lama yaitu 74% sedangkan pada tahun pada tahun 2020 mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien yaitu pasien baru 25% dan pasien lama mengalami peningkatan 75%. Di

Rawat Jalan pada tahun 2018 pasien baru 10%, pasien lama yaitu 90%, pada tahun 2019 mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien baru 9%, dan peningkatan jumlah kunjungan pasien lama yaitu 91% sedangkan pada tahun pada tahun 2020 mengalami peningkatan jumlah kunjungan pasien yaitu pasien baru 15% dan penurunan pasien lama 85%

Namun, terlihat pada nilai akuisisi pasien yang mengalami penurunan setiap tahun pada unit layanan UGD dan layanan Rawat Inap. Akuisisi pasien adalah upaya rumah sakit untuk menarik pasien agar mau melakukan pemanfaatan di rumah sakit. Salah satu yang dapat meningkatkan akuisisi adalah publikasi *words of mouth* oleh pasien untuk menceritakan pengalamannya selama mengalami perawatan di rumah sakit. Seseorang yang bercerita terkait pengalaman mereka kepada orang lain dapat menjadi tanda bahwa pasien tersebut memiliki loyalitas untuk terus memanfaatkan layanan rumah sakit. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pasien di Siloam Balikpapan belum memberikan efek yang maksimal terhadap peningkatan akuisisi pasien.

Selain itu, nilai retensi pelanggan yang selalu meningkat setiap tahunnya di unit layanan Siloam Hospital Balikpapan. Retensi pasien adalah upaya yang dilakukan untuk mempertahankan pasien lama agar tetap melakukan pemanfaatan ulang di rumah sakit. Retensi pelanggan dapat memberikan gambaran terkait kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan suatu layanan maka akan mengindikasikan untuk

melakukan pemanfaatan kembali layanan rumah sakit. Hal ini menunjukkan memberikan gambaran terkait bentuk kepuasan pasien di Siloam Hospital Balikpapan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dikatakan bahwa pasien Siloam Hospital telah menunjukkan gambaran kepuasan pasien melalui retensi pelanggan namun belum bisa menggambarkan loyalitas pasien terhadap pelayanan yang diberikan di rumah sakit.

Kebijakan pemerintah terkait Pencapaian Cakupan Sehat Semesta (*Universal Health Coverage*) telah dilaksanakan diberbagai rumah sakit, baik pada rumah sakit pemerintah maupun rumah sakit swasta, dengan tetap menyediakan pelayanan kesehatan bagi pasien umum maupun pasien BPJS dan Asuransi lainnya. Siloam Hospital Balikpapan juga menyediakan layanan untuk pasien BPJS dan Asuransi. Artinya, pasien akan mendapat layanan yang sama ketika berobat di rumah sakit swasta maupun di rumah sakit pemerintah. Secara logika, akan terjadi peningkatan jumlah pasien di rumah sakit swasta dengan alasan sebagian besar pasien umum memilih rumah sakit swasta untuk berobat dibandingkan dengan rumah sakit pemerintah ditambah dengan jumlah pasien yang tergantung pada penyedia provider BPJS dan Siloam Hospital Balikpapan telah menjadi salah salah penyedia layanan untuk pasien BPJS dan Asuransi.

Kecenderungan karakteristik tersebut seperti yang dikemukakan oleh (Radabadi *et al.*, 2017) bahwa rumah sakit swasta cenderung menawarkan kualitas yang relatif lebih baik daripada rumah sakit pemerintah. Lebih lanjut dikemukakan bahwa peran kualitas begitu penting sehingga menyebabkan variabel kepuasan dan loyalitas pasien di rumah sakit swasta lebih tinggi dibandingkan rumah sakit pemerintah (Shabbir, 2016).

Hal tersebut menjadi menarik untuk diteliti apakah terdapat peran kepuasan dan loyalitas pasien dalam keputusan pasien untuk melakukan pemanfaatan ulang di rumah sakit swasta dan apakah ada pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien sehingga rumah sakit dapat meningkatkan akuisisi dan retensi pelanggan setiap tahunnya.

Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan kembali layanan di rumah sakit adalah bagian dari keterlibatan pasien, sementara pengurangan kunjungan dapat dikaitkan dengan pelanggan yang beralih ke fasilitas kesehatan pesaing karena ketidakpuasan pelanggan, dan oleh karena itu pelanggan cenderung tidak loyal (Abdelfattah, Rahman and Osman, 2015)

Loyalitas dianggap sebagai puncak perilaku konsumen yang diharapkan. Beberapa peneliti menjelaskan bahwa ternyata loyalitas pelanggan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan mengurangi biaya terhadap akuisisi pelanggan (Ahmed, Tariqeu and Arif, 2017). Hal

tersebut juga sejalan dalam penjelasan (Priansa, 2017), bahwa penurunan konsumen perusahaan yang beralih 5% mampu meningkatkan laba perusahaan sebesar 25-85% untuk berbagai industri. Dengan demikian, maka menjaga loyalitas konsumen berperan penting dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Sebanyak 70% penjualan berasal dari konsumen yang loyal (Priansa, 2017)

Menurut (Pentescu *et al.*, 2013) loyalitas terbentuk dari kepuasan pelanggan. Kepuasan dianggap sebagai konstruk kognitif dan afektif yang cukup kompleks yang mampu memediasi pengaruh persepsi nilai pelanggan terhadap perilaku pembelian ulang serta *outcome* lainnya seperti loyalitas pelanggan (Ratnam, 2015). Sebagian besar studi empiris dalam pangsa rumah sakit menunjukkan adanya keterkaitan antara nilai pelanggan dan kepuasan (Rahmani and *et.al*, 2017) Lebih lanjut (Ozer and *et.al*, 2016) mengungkapkan bahwa produk yang diharapkan dan sekaligus dapat memuaskan pelanggan adalah produk yang mampu memberi “nilai” bagi pelanggan. Nilai yang tinggi akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan yang mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.

Sebelum mempengaruhi kepuasan, beberapa penulis berpendapat bahwa persepsi kualitas merupakan antesenden utama yang memiliki pengaruh positif terhadap *perceived value* (Fernandez and Bonillo, 2017) sedangkan yang lain berpendapat bahwa kualitas adalah sub komponen

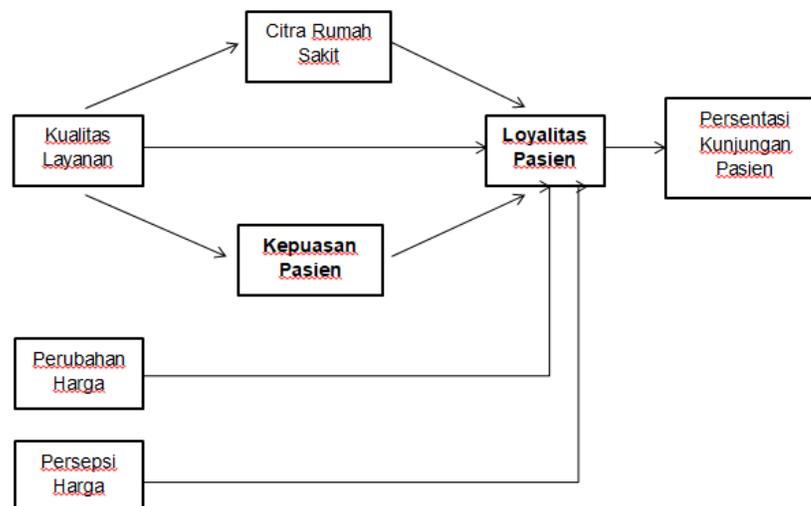
dari nilai secara keseluruhan (Soutar and C J N G, 2001). (Huang and Tai, 2003) menyatakan bahwa nilai lebih penting daripada kualitas, sebab nilai merupakan hal yang secara langsung (segera) dipertimbangkan oleh konsumen.

Beberapa penelitian menjelaskan adanya hubungan nilai kepuasan pelanggan, dan loyalitas pasien (Ozer and et.al, 2016). (Abdelfattah, Rahman and Osman, 2015) Hasil penelitian lainnya kemudian mengkonfirmasi penelitian sebelumnya bahwa faktor nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Gumussoy and Koseoglu, 2016);(Alimudin *et al.*, 2017). Demikian juga kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan kepuasan peserta ketika menggunakan layanan mereka sebagai dasar hubungan jangka panjang mereka dengan perusahaan, seperti pembelian berulang dan membangun loyalitas, juga akan menjadi proposisi yang menguntungkan bagi perusahaan (Ozer and et.al, 2016). Kemudian penelitian (Dubey and Kumar Sahu, 2019) menemukan dalam penelitiannya bahwa dimensi nilai pelanggan ditemukan memiliki efek positif pada kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di sektor perawatan kesehatan Chhattisgarh.

Penelitian lain tentang nilai yang dipersepsikan pasien (*perceived value*) dapat menunjukkan pengaruh terhadap loyalitas baik secara

langsung maupun tidak langsung (Zhang, 2018). Lebih luas lagi penelitian (Jomehri, Javanshir and Nezhad, 2011) menunjukkan bahwa *emotional value* sebagai satu-satunya dimensi yang memiliki hubungan langsung terhadap loyalitas. Dimensi lain seperti *functional value*, *social value*, dan *economic value* hanya memiliki pengaruh tidak langsung, dimana kepuasan sebagai *mediating effect* diantaranya (Jomehri, Javanshir and Nezhad, 2011). Oleh karena itu, unggul tidaknya pelayanan suatu rumah sakit sangat bergantung pada kesesuaian penawaran tersebut dengan preferensi, harapan, dan keinginan yang mengakar dalam diri pasien sebagai kriteria standar (Pansinring, 2008).

Berdasarkan uraian tersebut, timbul kerangka masalah sebagai berikut.



Sumber: Adaptasi dari hasil penelitian Abdelfattah, et al., 2015; Ahmed, et al., 2017, Pentescu, et. al.,2013; Ratnam, 2015; Ozer, et al.,2016 Sweeney, et

al., 2001; Moliner, 2009; Gumussoy Koseoglu, 2016; Zhang, et al., 2018; Jomehri, et al., 2011.

Gambar 1. Kerangka Kajian Masalah Penelitian

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut diatas, rumusan masalah secara umum dalam penelitian ini adalah apakah kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien di Siloam Hospital Balikpapan. Karena terlihat adanya penurunan jumlah kunjungan pasien lama di layanan UGD dan rawat inap.

Selanjutnya rumusan masalah masing-masing variabel secara rinci yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kepuasan pelanggan di Siloam Hospital Balikpapan?
2. Bagaimana loyalitas pasien di Siloam Hospital Balikpapan?
3. Bagaimana pengaruh indikator kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di Siloam Hospital Balikpapan?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di Siloam Hospital Balikpapan?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di Siloam Hospital Balikpapan.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian diuraikan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui gambaran kepuasan pasien di Siloam Hospital Balikpapan.
- b. Untuk mengetahui gambaran loyalitas pasien di Siloam Hospital Balikpapan
- c. Untuk menganalisis pengaruh indikator kepuasan terhadap loyalitas pasien di Siloam Hospital Balikpapan.
- d. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di Siloam Hospital Balikpapan

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian diuraikan sebagai berikut.

1. Manfaat Ilmiah

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan referensi bagi peneliti serta sebagai pengembangan ilmu pengetahuan di bagian ilmu manajemen rumah sakit terkhusus pada manajemen sumber daya manusia terkait hal-hal yang berpengaruh terhadap kinerja perawat.

2. Manfaat Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan dijadikan sebagai salah satu pertimbangan bagi para

pengambil keputusan tentang kebijakan pengembangan perawat pada Rumah Sakit, terkhusus di Siloam Hospital Baikpapan.

3. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan menjadi bahan referensi atau perbandingan bagi peneliti yang ingin mengkaji masalah kualitas kerja, komitmen organisasi, kepuasan kerja dan kinerja perawat di rumah sakit. Selain itu, penelitian ini bermanfaat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister Manajemen Rumah Sakit.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Loyalitas Pasien

1. Pengertian Loyalitas Pasien

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Hurriyati, 2019).

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan inti yang diupayakan pemasar. Hal ini dikarenakan dengan adanya loyalitas pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, dapat dipastikan perusahaan akan meraih keuntungan. Dampak lainnya adalah perusahaan mampu mempertahankan bisnisnya (eksistensi).

Terdapat definisi loyalitas pelanggan menurut para ahli sebagai berikut : (Rachmawati, 2014).

- a. Menurut Griffin (2002:4) "*Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*".

Berdasarkan defenisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengembalian

keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang /jasa suatu perusahaan yang dipilih.

- b. Loyalitas didefinisikan sebagai besarnya kemungkinan pelanggan membeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi partner bagi perusahaan (Kotler, Bowen dan Makens 1999, p. 351)
- c. Menurut Basu 1999, loyalitas pelanggan (customer loyalty) merupakan kekuatan hubungan antara sikap relatif seseorang (individual's relative attitude) dan bisnis berulang (repeat patronage).

Dari berbagai definisi di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah hal terpenting dalam sebuah perusahaan atau organisasi sebab dengan memiliki pelanggan yang loyal suatu perusahaan dapat mempertahankan suatu bisnisnya dan melihat tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk.

2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana di ungkapkan Griffin (2002:31) dalam (Haryanti, 2019) pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Melakukan pembelian secara teratur (*Makes regular repeat purchases*)
- b. Membeli diluar lini produk.jasa (*Purchases across product and service lines*)
- c. Merekomendasikan produk lain (*Refers other*)
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonctrates an immunity to the full of the competition*).

3. Tahap Loyalitas Pelanggan

Loyalitas berkembang melalui tiga tahap: kognitif, afektif, dan emosional. Biasanya, pelanggan menempel pada sisi kognitif terlebih dahulu, kemudian sisi emosional, dan akhirnya sisi persuasif. Ketiga aspek ini biasanya selaras, tetapi tidak dalam semua kasus. (Mardalis, 2005)

a. Tahap pertama: Loyalitas Kognitif

Pelanggan dengan tahap loyalitas pertama ini menggunakan informasi tentang keunggulan satu produk atas produk lainnya. Loyalitas kognitif lebih didasarkan pada fitur fungsional, terutama biaya, manfaat dan kualitas. Jika ketiga faktor ini tidak baik, pelanggan akan dengan mudah beralih ke produk lain. Pelanggan yang hanya mengaktifkan tahap kognitifnya dapat dianggap paling rentan terhadap perubahan karena rangsangan pemasaran.

b. Tahap kedua: Loyalitas Afektif

Sikap merupakan fungsi kognisi pada periode pertama pembelian (periode sebelum konsumsi) dan merupakan fungsi dari sikap sebelumnya ditambah kepuasan pada periode selanjutnya (periode setelah konsumsi). Timbulnya loyalitas emosional didorong oleh faktor kepuasan, yang menyebabkan suka dan tidak suka terhadap objek. Kepuasan pelanggan sangat berkorelasi dengan niat pembelian kembali di masa depan. Dalam loyalitas emosional, kerentanan pelanggan lebih berfokus pada tiga faktor: ketidakpuasan terhadap merek yang ada, persuasi dari pemasar dan pelanggan merek lain, dan upaya untuk mencoba produk lain.

c. Tahap ketiga: Loyalitas Konatif

Conation menunjukkan niat atau komitmen untuk melakukan sesuatu. Niat merupakan fungsi dari niat sebelumnya (pada periode pra konsumsi) dan sikap pada periode pasca konsumsi. Dengan demikian, loyalitas adalah salah satu yang melibatkan komitmen yang mendalam untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian Crosby dan Taylor (1983) yang menggunakan model runtutan sikap: *keyakinan – sikap – niat* memperlihatkan komitmen untuk melakukan (niat) menyebabkan preferensi pemilihan tetap stabil selama 3 tahun.

d. Tahap keempat; Loyalitas Tindakan

Aspek konstruktif atau niat untuk berbuat menjadi perilaku dan tindakan. Motivasi diikuti oleh niat, keadaan siap untuk melakukan tindakan dan keinginan untuk mengatasi hambatan dalam melakukan tindakan. Dengan demikian, loyalitas dapat menjadi kenyataan dengan melalui berbagai tahapan, pertama loyalitas kognitif, kemudian loyalitas emosional dan loyalitas konatif, dan terakhir loyalitas tindakan. Pelanggan yang sepenuhnya terintegrasi ke dalam fase loyalitas tindakan dapat diasumsikan sebagai pelanggan dengan sensitivitas rendah untuk beralih ke produk lain. Dengan kata lain, pelanggan loyalitas tindakan ini memiliki sedikit atau tidak ada kesempatan untuk beralih ke produk lain. Dalam loyalitas hubungan dan tindakan, kerentanan pelanggan lebih berfokus pada faktor persuasi dan keinginan untuk mencoba produk lain. Adapun tahap loyalitas pelanggan menurut Hill (1996:60) dalam (Hurriyati, 2019) loyalitas pelanggan dibagi menjadi enam tahapan, tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Suspect

Ini mencakup semua orang yang diyakini akan membeli (membutuhkan barang/jasa) tetapi belum memiliki pengetahuan tentang barang atau jasa perusahaan.

b. *Prospect*

Adalah orang-orang yang membutuhkan jasa tertentu, dan memiliki kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini, meskipun belum melakukan pembelian, mereka mengetahui keberadaan perusahaan dan layanan yang ditawarkan melalui rekomendasi dari pihak lain.

c. *Customer*

Pada tahap ini, pelanggan telah menjalin hubungan transaksional dengan perusahaan, tetapi tidak memiliki perasaan positif terhadap perusahaan, dan loyalitas belum terlihat pada tahap ini.

d. *Clients*

Ini mencakup semua pelanggan yang secara teratur membeli barang/jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan perusahaan, hubungan ini tahan lama dan memiliki fitur retensi.

e. *Advocates*

Pada tahap ini, klien secara aktif mendukung perusahaan dengan menasihati orang lain agar mau membeli barang atau jasa di perusahaan.

f. *Partners*

Pada tahap ini terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggannya,

dimana pada tahap ini pelanggan mungkin berani menolak produk/jasa perusahaan lain.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Berikut beberapa faktor yang berdasarkan pendapat para ahli serta penelitian-penelitian sebelumnya, yang memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan (Haryanti, 2019).

a. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kegiatan pelayanan yang diberikan oleh pengelola pelayanan publik yang dapat memenuhi keinginan, harapan dan kebutuhan serta memberikan kepuasan bagi masyarakat luas. Pengertian mutu dalam pelayanan kesehatan harus dibatasi secara umum, disebutkan bahwa yang dimaksud dengan mutu dalam pelayanan kesehatan mengacu pada tingkat keunggulan pelayanan kesehatan, dan harapan pelanggan terhadap pelayanan memiliki dua tingkatan, cukup dan layanan yang diinginkan. Memadai adalah tingkat kinerja layanan minimum yang dapat diterima, didasarkan pada perkiraan layanan apa yang dapat diterima dan tergantung pada alternatif yang tersedia. Pelayanan yang diinginkan adalah tingkat kinerja pelayanan yang diharapkan akan diterima oleh pelanggan,

sedangkan kombinasi antara harapan apa yang dapat dan harus diterima (Azwar, 1996).

Menurut Purasuraman (1988) dalam M. Sari (2018) Penentuan mutu pelayanan dapat ditinjau dari lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa yaitu:

1) *Reliability* (kehandalan)

Reliability (kehandalan) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan secara cepat, akurat dan memuaskan. Artinya karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien. Dapat menangani masalah layanan pelanggan, memberikan layanan pertama kali, memberikan tepat waktu seperti yang dijanjikan, dan menyimpan catatan bebas kesalahan.

2) *Responsiveness* (daya tanggap)

Responsiveness (daya tanggap) adalah kesediaan staf dan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan responsif, yaitu motivasi mereka untuk memecahkan masalah yang dihadapi saat menggunakan layanan. *Responsiveness* meliputi pelayanan yang tepat kepada pelanggan, kesediaan untuk membantu pelanggan, dan kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan.

3) *Assurance* (jaminan pelayanan)

Assurance (jaminan pelayanan) adalah mencakup pengetahuan dan ketulusan karyawan dan kemampuan mereka untuk membangun kepercayaan dan keyakinan, dan kesopanan dan keandalan personel jauh dari bahaya, risiko atau keraguan.

4) *Empathy* (sikap petugas)

Empathy (sikap petugas) adalah perhatian yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian secara individual kepada kepada pelanggan dan memahami kebutuhan para pelanggan. Yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian sikap yang tulus dalam melayani pelanggan.

5) *Tangibles* (bukti langsung)

Tangibles (bukti langsung) adalah ini termasuk pengetahuan dan ketulusan karyawan dan kemampuan mereka untuk membangun kepercayaan dan keyakinan, dan kesopanan dan keandalan staf yang bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.

b. Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien adalah perasaan puas atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang

diharapkan seseorang, jika kinerja di bawah harapan pelanggan maka pelanggan tidak puas, jika harapan terpenuhi, pelanggan sangat puas Aji (2016) mengatakan bahwa kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan konsumen setelah mengalami suatu kinerja atau hasil yang memenuhi berbagai harapannya.

c. Citra Rumah Sakit

Pengertian image/citra adalah apa yang dipikirkan konsumen tentang suatu produk. Ini termasuk persepsi dan sikap berdasarkan reaksi dan rangsangan terkait perusahaan yang diterima melalui panca indera. Citra adalah keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap sesuatu. Citra yang baik sangat penting bagi sebuah perusahaan. Arti dari citra sangat penting sehingga perusahaan mengeluarkan uang dan usaha ekstra untuk mencapainya. Citra juga merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan pesan yang dimiliki seseorang tentang suatu objek.

5. Dimensi Loyalitas Pasien

Menurut Sui & Baloglu (2014) dalam (Stephanie and Ratna, 2021) loyalitas dapat dibagi menjadi lima dimensi yang berbeda yaitu:

a. Kepercayaan (*trust*)

Aspek ini merupakan tanggapan kepercayaan pasien terhadap rumah sakit. Berbicara masalah kepercayaan dalam pandangan islam telah disebutkan mengenai kepercayaan.

b. Komitmen psikologi (*psychological commitment*)

Aspek ini merupakan keterikatan psikologis pasien dengan rumah sakit. Loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dimana pelanggan tidak hanya membeli kembali suatu produk atau jasa tetapi juga memiliki komitmen dan sikap yang positif terhadap produk atau jasa tersebut.

c. Perubahan biaya (*switching cost*)

Aspek ini merupakan respon pasien terhadap beban yang diterimanya ketika terjadi perubahan. Jones dkk. (2000) menyatakan bahwa switching cost merupakan faktor penting yang mempengaruhi niat pembelian ulang pelanggan.

Switching Cost sebagai salah satu faktor penentu daya saing perusahaan dalam lingkungan pemasaran harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif atas pesaing dengan memperhatikan switching cost rumah sakit agar konsumen atau pasien tidak beralih ke provider lain (Mu'ah & and Masram, 2014).

d. Perilaku publisitas (*word of mouth*)

Aspek ini merupakan perilaku publisitas yang dilakukan oleh pasien terhadap rumah sakit.

e. Kerjasama (*cooperation*)

Aspek ini merupakan perilaku pasien yang menunjukkan sikap dapat bekerja sama dengan rumah sakit.

B. Tinjauan Umum tentang Kepuasan Pasien

1. Definisi Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien adalah keluaran (*outcome*) dari layanan kesehatan dan satu perubahan dari sistem layanan kesehatan yang ingin di lakukan serta merupakan tujuan akhir dari pemasaran suatu rumah sakit. Kepuasan pasien akan tercapai apabila diperoleh hasil yang optimal bagi setiap pasien atau keluarganya, adanya perhatian terhadap keluhan, kondisi lingkungan disik dan tanggapan atau memprioritaskan kebutuhan pasien (Kotler, dalam (Noviyanti, 2020).

Kepuasan pasien merupakan indikator penting kualitas pelayanan dan berimplikasi pada pemberian pelayanan yang lebih efisien dalam memenuhi kebutuhan pasien. Berdasarkan definisi tersebut, kualitas pelayanan yang baik akan menjamin kepuasan pasien dan kepuasan pasien akan mempengaruhi kembalinya pasien ke rumah sakit bila diperlukan (Kaunang, Citrangingtyas and Lolo,

2020).

Kepuasan pasien dianggap sebagai salah satu ukuran kualitas yang paling penting dan merupakan salah satu indikator kunci dari standar fasilitas kesehatan, dengan dampak dari layanan kesehatan yang ditawarkan oleh rumah sakit, dan inilah yang menjadikannya standar untuk mengukur kepuasan pasien menjadi penting (P *et al.*, 2020).

Kepuasan pasien merupakan aset yang sangat berharga karena jika pasien puas, mereka akan terus menggunakan layanan yang mereka pilih, tetapi jika tidak puas, pasien dua kali lebih mungkin untuk menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Oleh karena itu, membuat dan mengelola sistem untuk mendapatkan dan mempertahankan lebih banyak pasien.

2. Manfaat Kepuasan Pasien

Tjiptono dan Anastasia (dalam (Noviyanti, 2020) mengatakan kepuasan pasien dapat memberikan manfaat, antara lain:

- a) Hubungan antara pemberi layanan dan pasien menjadi harmonis
- b) Memberikan dasar yang baik bagi kunjungan lang pasien.
- c) Dapat mendorong terciptanya loyalitas pasien
- d) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan pemberi pelayanan

- e) Reputasi pemberi pelayanan menjadi baik di mata pasien atau pasien
- f) Dapat meningkatkan jumlah pendapatan.

3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien

Menurut Utama 2005, faktor-faktor berikut mempengaruhi tingkat kepuasan pasien:

- a) Harapan hidup pasien, yang usianya dinyatakan dalam tahun sesuai dengan pernyataan pasien.
- b) Jenis kelamin yang dapat digunakan untuk membedakan pasien laki-laki atau perempuan.
- c) Lama pengobatan adalah jangka waktu yang dihitung sejak pasien resmi terdaftar sebagai pasien rawat inap.
- d) Sumber biaya adalah sumber pembiayaan pasien untuk biaya pelayanan kesehatan rumah sakit seperti uang sendiri, asuransi, tunjangan atau kombinasinya, dan tidak dipungut biaya.
- e) Diagnosis penyakit adalah kegiatan yang dilakukan oleh misi kesehatan untuk menentukan jenis penyakit pasien, penyebabnya, dan cara penyembuhannya.
- f) Pekerjaan adalah status pekerjaan pasien.
- g) Pendapatan adalah jumlah gaji atau pendapatan (diubah menjadi nilai moneter) yang diterima dari pasien dalam bentuk tunai dan barang rata-rata setiap bulan.

- h) Pendidikan adalah status resmi dari tingkat pendidikan terakhir pasien.
- i) Etnisitas adalah identitas sosial budaya berdasarkan pengakuan pasien sehingga dapat dibagi menjadi kelompok etnis tertentu seperti Batak, Jawa atau Melayu.
- j) Tempat tinggal adalah alamat rumah pasien, termasuk jarak antara rumah dan rumah sakit.
- k) Kelas perawatan adalah jenis ruangan yang menampilkan tingkat pelayanan dan fasilitas kesehatan yang diterima dan pasien dapat dilihat lebih awal di rumah sakit.
- l) Status perkawinan adalah identitas pasien yang dapat diklasifikasikan sebagai menikah, lajang, duda dan duda.
- m) Agama adalah identitas pasien untuk mengelompokkan mereka sebagai pemeluk Islam, Kristen Protestan, Katolik, Hindu atau Budha.
- n) Preferensi adalah seperangkat alasan atau alasan pasien untuk memilih, menentukan atau memprioritaskan perawatan di rumah sakit tertentu.

Selanjutnya, menurut (Utama, 2005) indikator pelayanan kesehatan yang dapat menjadi prioritas menentukan kepuasan pasien, diantaranya adalah seperti berikut:

- a) Kinerja dokter adalah perilaku atau pandangan dokter rumah sakit

dalam proses memberikan pelayanan kesehatan kepada pasien, yang meliputi tindakan: pelayanan medis, pelayanan non medis, tingkat kunjungan, sikap, dan pemberian informasi.

- b) Kinerja perawat adalah perilaku atau penampilan perawat rumah sakit dalam proses memberikan pelayanan kesehatan kepada pasien, meliputi tindakan yang berkaitan dengan pelayanan medis, pelayanan non medis, sikap, penyajian informasi, dan tingkat kunjungan.
- c) Kondisi fisik adalah kondisi fisik fasilitas rumah sakit seperti kamar rawat inap, jendela, pengaturan suhu, tempat tidur, kasur dan linen.
- d) Makan dan menu adalah kualitas jenis atau bahan seperti nasi, sayur, ikan, daging, buah-buahan dan minuman yang dimakan atau dikonsumsi pasien setiap hari. Menu makanan adalah pola di mana jenis makanan yang dikonsumsi pasien disesuaikan.
- e) Sistem manajemen pelayanan adalah proses identifikasi atau pengelolaan pasien di rumah sakit (rujukan dan reguler) yang harus diikuti pasien mulai dari pendaftaran hingga rawat inap.
- f) Pembiayaan adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan kepada rumah sakit sesuai dengan biaya dokter, obat-obatan, makanan dan pelayanan kamar yang diterima oleh pasien. Rekam medis adalah catatan atau dokumen perkembangan penyakit.
- g) Keadaan kesehatan pasien, meliputi diagnosa perjalanan penyakit,

proses pengobatan dan intervensi medis, serta hasil pelayanan.

Sedangkan menurut (Simamora, 2003) faktor – faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terbagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal:

a) Faktor internal, faktor yang berasal dari dalam diri individu sendiri, diantaranya adalah :

- 1) Karakteristik individu: a) Usia kebutuhan seseorang akan suatu barang atau jasa akan meningkat seiring bertambahnya usia. Padahal, sesuai dengan kebutuhan akan pelayanan preventif, kebutuhan akan pelayanan terapeutik atau pengobatan semakin meningkat seiring bertambahnya usia (Trisnantoro, 2006). cenderung meningkatkan kesadaran situasi dan implikasinya untuk penggunaan perawatan kesehatan. Tingkat pendidikan yang berbeda akan memiliki kecenderungan yang berbeda untuk mendapatkan manfaat dari layanan kesehatan, d) Pekerjaan secara langsung mempengaruhi situasi ekonomi orang tersebut. Seseorang yang berpenghasilan di atas rata-rata lebih tertarik untuk memilih layanan kesehatan.
- 2) Interaksi sosial seseorang dengan orang lain akan mempengaruhi pilihannya terhadap pelayanan kesehatan, seperti mencari nasihat dari keluarga atau teman dalam memilih pelayanan kesehatan yang berkualitas.

- 3) Faktor emosional seseorang yang yakin bahwa orang lain puas dengan pelayanan yang dipilihnya, maka orang tersebut cenderung memiliki keyakinan yang sama. Pengalaman orang lain dengan perawatan kesehatan juga akan mempengaruhi pandangan mereka.
 - 4) Budaya perilaku pasien sangat dipengaruhi oleh keyakinan dan budaya yang dianutnya, sehingga penyedia layanan kesehatan harus memahami peran pasien.
- b) Faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar individu, diantaranya adalah:
- 1) Keistimewaan produk adalah ciri-ciri pelayanan kesehatan fisik seperti ciri produk yang dimaksud, kebersihan ruang perawatan dan peralatan. Pasien akan puas dengan kebersihan kamar yang disediakan oleh penyedia layanan.
 - 2) Harga, faktor harga memegang peranan penting dalam menentukan kepuasan pasien, karena pasien cenderung memiliki harapan bahwa semakin mahal suatu pelayanan kesehatan maka semakin tinggi mutu pelayanan yang diterimanya.
 - 3) Pelayanan merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan pasien pelayanan. Pelayanan kesehatan khususnya pelayanan keperawatan harus kompeten, memperhatikan

- kebutuhan pasien, dan menghargai pasien. Pelayanan yang meninggalkan kesan baik akan meningkatkan kepuasan pasien.
- 4) Lokasi pelayanan kesehatan, jarak dari pelayanan kesehatan, letak ruangan dan lingkungan. Pasien akan mempertimbangkan jarak dari tempat tinggal pasien ke layanan kesehatan, transportasi yang tersedia ke layanan kesehatan dan lingkungan kesehatan yang baik.
 - 5) Sarana Pelayanan kesehatan perlu memperhatikan sarana prasarana dalam memberikan fasilitas yang baik kepada pasien. Hal ini dilakukan untuk menarik minat pasien dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan.
 - 6) Citra adalah reputasi suatu pelayanan kesehatan, hasil interpretasi dan evaluasi pasien. Pasien akan menerima dan memberikan informasi tentang pelayanan yang telah diterimanya. Informasi yang positif akan memberikan citra yang positif bagi pelayanan kesehatan.
 - 7) Desain Visual Pasien yang menjalani perawatan membutuhkan rasa nyaman selama berada di ruang perawatan. Sebuah ruangan dengan perasaan nyaman harus memperhatikan skema dekorasi yang indah. Ketika pasien merasa lega ketika mereka menerima pengobatan, mereka merasa puas.
 - 8) Lingkungan pelayanan kesehatan yang nyaman dan aman akan

memberikan kesan positif bagi pasien dan pengunjung. Tidak hanya kenyamanan lingkungan fisik, tetapi juga suasana kedekatan antara pasien dan penyedia layanan kesehatan akan mempengaruhi kepuasan pasien.

- 9) Interaksi komunikasi antara pasien dan penyedia layanan kesehatan juga dapat dibangun dari komunikasi yang baik. Agar pasien merasa diperhatikan, setiap keluhan pasien harus diterima dengan cepat oleh penyedia layanan kesehatan. Perasaan diperhatikan oleh pemberi pelayanan kesehatan akan menimbulkan kesan yang positif bagi pelayanan kesehatan tersebut.

4. Dimensi Pengukuran Kepuasan Pasien

Alma (2003:22) dalam (Praptiwi, 2009) mengemukakan beberapa cara yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. *Complaint and Suggestion System* (Sistem Keluhan dan Saran)

Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan, kritik, saran, pendapat, dan sarannya seluas-luasnya, baik melalui kotak saran, kartu komentar, hotline khusus, surat, situs web, atau sarana lainnya.

2. *Consumer Satisfaction Surveys* (Survey Kepuasan Pelanggan)

Survei dapat dilakukan melalui surat, telepon, email atau secara langsung. Melalui survei, perusahaan akan menerima tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan, sebuah tanda positif bahwa perusahaan peduli dengan pelanggan.

3. *Ghost Shopping* (Pembeli Bayangan)

Untuk memperoleh gambaran kepuasan pelanggan dengan merekrut beberapa orang sebagai calon pelanggan jasa perusahaan pesaing. Mereka bertugas untuk mencatat kekuatan dan kelemahan pesaing.

4. *Lost Customer Analysis* (Analisis Konsumen yang Beralih)

Perusahaan menghubungi kembali pelanggan yang telah berhenti bermigrasi ke perusahaan lain untuk memahami mengapa hal ini terjadi dan agar mereka dapat melakukan perbaikan atau peningkatan lebih lanjut.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry 1985 (dalam Cahya, 2008) mengidentifikasi 10 faktor pembentuk kepuasan pasien yaitu: *access, communications, competence, courtesy, credibility, reliability, responsiveness, security, tangibles*, dan *understanding/knowing the customer*. Selanjutnya Parasuraman *et al* melakukan kembali penelitian pada *focus group* baik pengguna maupun penyedia jasa.

Akhirnya ditemukan hasil bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara *communications, competence, courtesy, credibility, security* yang kemudian dikelompokkan menjadi satu dimensi yaitu *assurance*. demikian pula halnya mereka menemukan hubungan yang sangat kuat antara *access* dan *understanding*, yang kemudian digabung menjadi satu dimensi kualitas jasa yaitu: *responsiveness, tangibles, reliability, assurances, dan empathy*.

- a) Realibility mencakup kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan tepat waktu, dalam hal ini harus dipertanggungjawabkan.
- b) Responsiveness adalah kesediaan pegawai untuk melayani dan membantu konsumen dengan cepat, misalnya: ketepatan waktu pelayanan.
- c) Assurance meliputi kemampuan untuk melindungi pengetahuan dan moral karyawan dan kepercayaan konsumen.
- d) Empati merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap konsumen.
- e) Aset berwujud meliputi tanda-tanda fisik suatu produk jasa seperti fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan perlengkapan yang digunakan untuk menyediakan produk atau jasa yang relevan.

Sedangkan menurut (Marshall *et al.*, 1993) dalam penelitiannya menemukan tujuh dimensi dari kepuasan pasien yaitu:

- a) *Communication*, menjelaskan mengenai peranan rumah sakit dalam memberikan treatment, menginformasikan kondisi pasien, prosedur dalam menangani pasien, dan penanganan rawat jalan.
- b) *Technical Quality*, meliputi, persepsi mengenai kebersihan rumah sakit secara umum dan bangsal, kebersihan dan kenyamanan gedung, dekorasi ruang bangsal, dan penampilan staf perawat rumah sakit.
- c) *Interpersonal Manner*, meliputi, sikap peduli staf perawat, perhatian mereka, profesionalisme, efisiensi perawat dalam bekerja, dan sikap ramah perawat.
- d) *Financial Aspect*, Perhatian yang diberikan rumah sakit kepada pasiennya, reputasi rumah sakit dan kenyamanan serta rasa aman yang diberikan.
- e) *General Satisfaction*, kecepatan pelayanan, efisiensi kerja, menyenangkan, dan siap melayani kebutuhan pasien jika diperlukan.
- f) *Accessibility convenience*, fasilitas keamanan yang disediakan oleh rumah sakit, di dalam dan di luar ruangan rumah sakit.
- g) *Time spent with doctor*, dokter hadir ketika pasien membutuhkan ketepatan waktu saat tiba di bangsal sangat dibutuhkan oleh pasien.

5. Aspek-Aspek Kepuasan Penyelenggaraan Pelayanan Kesehatan

Ada beberapa ahli yang melihat kepuasan pasien dan kepuasan penyedia layanan sebagai aspek psikososial dari efektivitas pelayanan kesehatan, dan para ahli menyarankan berbagai indikator sebagai alat ukur. Pengukuran kepuasan kinerja harus selalu dilihat dalam kaitannya dengan harapan. Aspek umum kepuasan dalam pemberian pelayanan kesehatan meliputi:

1. Organisasi dan Manajemen

Ini adalah pepatah umum dan umum bahwa manajemen yang buruk dapat mengecewakan bahkan program terbaik. Semua profesi perawatan kesehatan harus terlibat dan memiliki peran dalam merumuskan rencana organisasi. Rencana tersebut harus fleksibel sehingga dapat mengikuti perubahan kebutuhan dan kebutuhan penyelenggara yang berkembang. Saluran komunikasi harus dibuat antara manajer dan teknisi, dan ini harus dilakukan di semua tingkat organisasi (Khairani, 2017):

- a. Tersedianya suatu lingkungan pembelajaran melalui organisasi
- b. Membantu membangun suatu keyakinan bahwa tujuan organisasi pasti akan dapat diwujudkan.

- c. Untuk mengenalkan bahwa dalam menciptakan keberhasilan berarti harus berani mengambil risiko dan kemudian kelompok mampu menangani konflik dengan berhasil apabila ditangani secara terbuka.

2. Kebutuhan pendidikan

Di tingkat puskesmas, penyedia layanan kesehatan sering mengalami stagnasi dalam pendidikan. Hal ini dapat terjadi di kota-kota di mana penyedia layanan kesehatan sangat terkonsentrasi, baik karena kegiatan teknis pelayanan kesehatan maupun kegiatan administrasi. Sebuah rencana untuk melanjutkan pendidikan profesional perawatan kesehatan harus ditetapkan dan dilaksanakan.

3. Penghargaan, *insentif*, dan promosi

Penghargaan, *insentif* dan promosi sangat berhubungan dengan kineja. Dalam pelaksanaan pendekatan jaminan mutu layanan kesehatan para manajer harus dapat menciptakan berbagai *insentif*.

C. Matriks Penelitian Terdahulu

Tabel 2
Matriks Penelitian Terdahulu

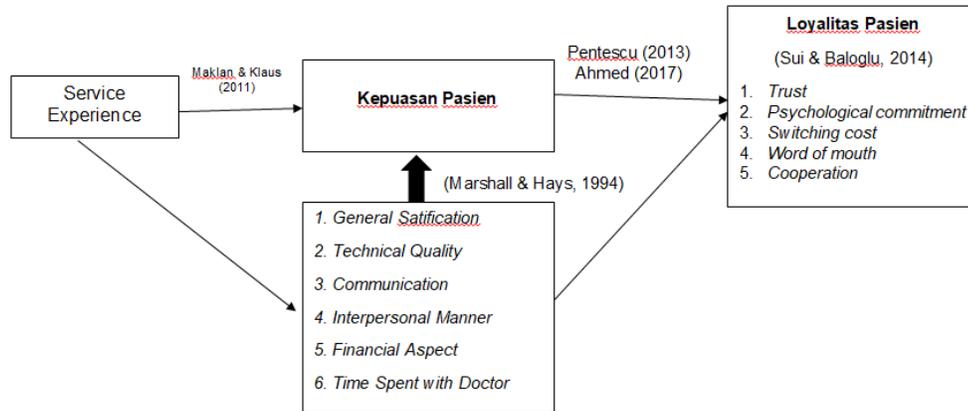
No.	Penulis	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil
1.	(Dubey and Kumar Sahu, 2019)	Effect of Perceived Value on Customer Satisfaction, Loyalty and Service Quality of Selected Hospitals in Chhattisgarh	Untuk mengidentifikasi pengaruh nilai yang dirasakan pelanggan pada kepuasan pelanggan, loyalitas dan kualitas layanan yang dipilih rumah sakit di Negara bagian Chhattisgarh.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi nilai pelanggan ditemukan memiliki efek positif pada kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di sektor perawatan kesehatan Chhattisgarh.
2.	(Laura, 2016)	The Effect Of Trust And Service Quality Toward Patient Satisfaction With Customer Value As Intervening Variable	Untuk mengidentifikasi pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien dengan nilai pelanggan sebagai variabel interveing	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel kepercayaan

				berpengaruh negative tetapi signifikan terhadap kepuasan pelanggan,
3.	(Sutardjo, Sofandi and Elisa, 2021)	The Effect of Pharmaceutical Care against Patient Loyalty with Intervening Variables of Patient Satisfaction at "X" Pharmacy, Sukoharjo Regency	Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pelayanan kefarmasian terhadap kepuasan pasien, untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pelayanan kefarmasian terhadap loyalitas pasien, untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien, dan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kepuasan pasien dalam memediasi secara parsial hubungan antara pelayanan kefarmasian dengan loyalitas pasien	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan kefarmasian berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien (sig 0,000 < 0,05), pelayanan kefarmasian berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien (sig 0,000 < 0,05), kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien (sig 0,000 < 0,05)), dan kepuasan pasien berpengaruh secara parsial memediasi hubungan antara pelayanan kefarmasian dengan loyalitas pasien (sig 0,000 < 0,05)
4.	Alimuddin, et. al., 2017	<i>Model of Consumer Value Approach for</i>	Mengidentifikasi model pendekatan nilai	Terdapat pengaruh langsung antara kualitas

		<i>improving satisfaction of the hospital patients</i>	pelanggan dalam meningkatkan kepuasan pasien	layanan terhadap kepuasan lebih kecil daripada pengaruh tidak langsungnya terhadap kepuasan pelanggan melalui customer value. Sedangkan pengaruh langsung antara kepercayaan terhadap kepuasan lebih kecil daripada pengaruh tidak langsungnya terhadap kepuasan pasien melalui nilai pelanggan.
5.	Ozer, et. al., 2016	<i>The association between perceived value and patient loyalty in public university hospitals in Turkey</i>	Menguji multidimensi perceived value pada rumah sakit dan menilai hubungannya secara langsung maupun tidak langsung antara perceived value dan patient loyalty	Semua dimensi memiliki pengaruh signifikan dalam variabel perceived value dirumah sakit pemerintah di Turki. Variabel service quality, emotional value, dan profesionalisme memiliki pengaruh yang lebih besar.

E. Kerangka Teori

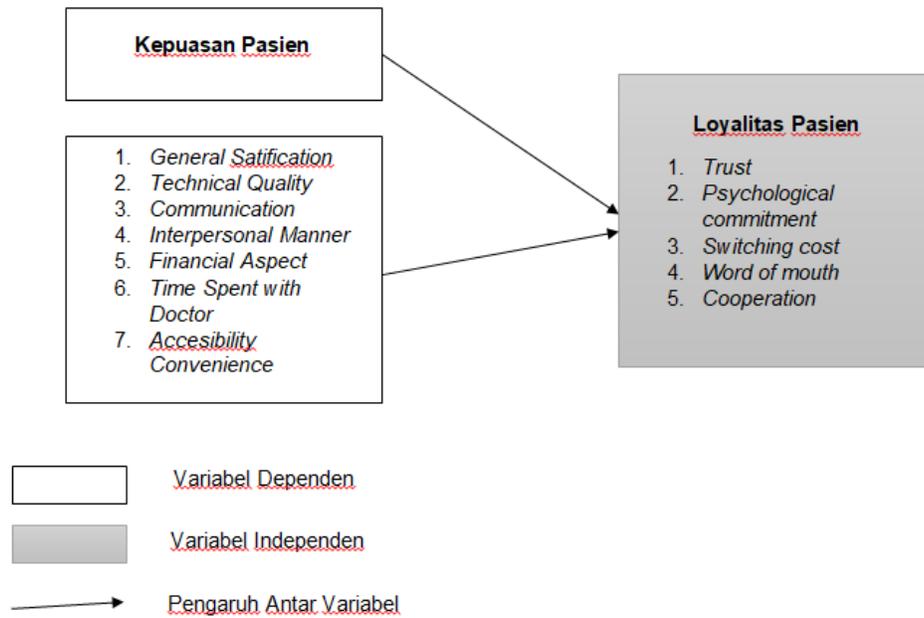
Berdasarkan berbagai teori yang telah dipaparkan, kerangka teori penelitian dapat diuraikan sebagai berikut.



Sumber: Modifikasi Hasil Penelitian Marshal & Hay (2009); Sui & Baloglu (2014), Sweeney & Soutar (2001); dan beberapa penelitian lainnya.

Gambar 2. Kerangka Teori Penelitian

F. Kerangka Konsep



Gambar 3. Kerangka Konsep Penelitian

G. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konsep, maka dikembangkan hipotesis nul (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) penelitian, yaitu:

H_0 : Tidak Ada Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien

H_a : Ada Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien

H. Definisi Operasional dan Kriteria Objektif

Tabel 3
Definisi Operasional dan Kriteria Objektif

No	Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Alat Ukur	Kriteria objektif	Skala
1.	Kepuasan Pasien					Interval
		<i>General Satification</i>	Kepuasan terhadap kecepatan pelayanan, efisiensi kerja, menyenangkan dan siap melayani pasien jika dibutuhkan.	Kuesioner	Puas: Apabila skor \geq 75% dari skor total Kurang Puas: Apabila skor $<$ 75%	Interval
		<i>Technical Quality</i>	Persepsi kepuasan terkait kebersihan sumah sakit, kebersihan dan kenyamanan gedung, dekorasi ruang bangsal, dan penampilan staf perawat rumah sakit	Kuesioner	Puas: Apabila skor \geq 75% dari skor total Kurang Puas: Apabila skor $<$ 75%	Interval
		<i>Communication</i>	Persepsi kepuasan mengenai penjelasan terkait pemberian treatment, menginformasikan kondisi pasien, dan prosedur penanganan pasien.	Kuesioner	Puas: Apabila skor \geq 75% dari skor total Kurang Puas: Apabila skor $<$ 75%	Interval
		<i>Interpersonal Manner</i>	Persepsi kepuasan terkait sikap peduli staf perawat, perhatian perawat, efisiensi perawat dalam bekerja, dan sikap ramah perawat.	Kuesioner	Puas: Apabila skor \geq 75% dari skor total Kurang Puas: Apabila skor $<$ 75%	Interval

Bersambung.....

No	Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Alat Ukur	Kriteria objektif	Skala
		<i>Financial Aspect</i>	Persepsi kepuasan pasien terkait perhatian, kenyamanan serta rasa aman yang diberikan rumah sakit.	Kuesioner	Puas: Apabila skor \geq 75% dari skor total Kurang Puas: Apabila skor $<$ 75%	Interval
		<i>Time Spent With Doctor</i>	Persepsi Kepuasan pasien terkait kehadiran dan ketepatan waktu dokter saat dibutuhkan.	Kuesioner	Puas: Apabila skor \geq 75% dari skor total Kurang Puas: Apabila skor $<$ 75%	Interval
		<i>Accessibility Convenience</i>	Persepsi kepuasan pasien terhadap akses untuk memperoleh pelayanan kesehatan di rumah sakit	Kuesioner	Puas: Apabila skor \geq 75% dari skor total Kurang Puas: Apabila skor $<$ 75%	Interval
2.	Loyalitas Pasien		Tanggapan tentang komitmen pasien untuk setia berobat seta tetap melakukan permintaan jasa perawatan secara konsisten	Kuesioner	Loyal: Apabila skor \geq 75% dari skor total Tidak Loyal: Apabila skor $<$ 75%	Interval
		<i>Trust</i>	Tanggapan kepercayaan pasien terhadap rumah sakit	Kuesioner	Loyal: Apabila skor \geq 75% dari skor total Tidak Loyal: Apabila skor $<$ 75%	Interval
		<i>Psychological commitment</i>	Komitmen pelanggan terhadap produk atau jasa, di mana pelanggan tidak hanya melakukan pembelian ulang suatu produk atau jasa tapi juga mempunyai keterikatan dan sikap positif terhadap	Kuesioner	Loyal: Apabila skor \geq 75% dari skor total Tidak Loyal: Apabila skor $<$ 75%	Interval

Bersambung.....

Sambungan Tabel 3...

No	Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Alat Ukur	Kriteria objektif	Skala
			produk atau jasa tersebut			
		<i>Switching cost</i>	Tanggapan pasien tentang beban yang diterima ketika terjadi perubahan	Kuesioner	Loyal: Apabila skor \geq 75% dari skor total Tidak Loyal: Apabila skor $<$ 75%	Interval
		<i>Word of mouth</i>	Perilaku publikasi pasien dari mulut ke mulut untuk mengajak orang lain menggunakan jasa atau layanan yang ada di rumah sakit.	Kuesioner	Loyal: Apabila skor \geq 75% dari skor total Tidak Loyal: Apabila skor $<$ 75%	Interval
		<i>Cooperation</i>	Perilaku pasien yang menunjukkan sikap dapat bekerjasama dengan rumah sakit.	Kuesioner	Loyal: Apabila skor \geq 75% dari skor total Tidak Loyal: Apabila skor $<$ 75%	Interval

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitik, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan situasi atau peristiwa (Morissan, 2019). Desain penelitian menggunakan desain penelitian *cross sectional*, yaitu penelitian yang mendesain pengumpulan datanya dilakukan pada titik waktu tertentu dan fenomena yang diteliti adalah selama satu periode pengumpulan (Swarjana, 2012).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah Siloam Hospitals Balikpapan, Jl. MT Haryono No.23, Damai, Kecamatan Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan,, Kalimantan Timur. Pengumpulan data, pengolahan dan analisis data hingga penyusunan hasil penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2021 setelah proposal disetujui.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pasien unit pelayanan di Siloam Hospitals yang terdiri dari unit pelayanan UGD, rawat inap, dan rawat jalan yang diuraikan sebagai berikut: