

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Muncul krisis kepercayaan terhadap dokter dan meningkatnya ketidakpercayaan terhadap layanan kesehatan seperti rumah sakit di China. Banyak pasien menunjukkan rasa tidak percaya terhadap layanan kesehatan dan tenaga kesehatan di China (Liu et al., 2021). TARP (*Technical Assistance Research Program*) menemukan bahwa terdapat 95% pelanggan yang tidak puas terhadap jasa kesehatan secara diam-diam beralih ke jasa pesaing di Washington DC, Amerika Serikat. Adapun di Indonesia sendiri tercatat kurang lebih 200.000 pasien berobat ke luar negeri seperti Singapura dan Malaysia pada tahun 2020 (Putriadi & Pangkey, 2024).

Rumah sakit di Indonesia sendiri sudah banyak yang memiliki akreditasi internasional sehingga kemampuan dalam memberikan pelayanan tentunya harus sama dengan rumah sakit yang berada di luar negeri, namun masih banyak masyarakat yang memilih untuk berobat ke luar negeri seperti Singapura dan Malaysia. Orang Indonesia yang berobat ke Singapura dan Malaysia menghabiskan pengeluaran sebesar 3–5 miliar dolar AS. Hal ini tentu memberikan dampak kurang baik khususnya bagi rumah sakit di Indonesia. Faktor yang mendasari masyarakat memilih berobat ke luar negeri antara lain pengalaman, kepercayaan, dan pelayanan yang didapatkan belum optimal sehingga mengakibatkan kepuasan yang ikut menurun (Widiyanto et al., 2022).

Jumlah rumah sakit di Indonesia mengalami peningkatan hingga 9,7% dalam kurun waktu 2019 – 2023 (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2023). Persaingan rumah sakit yang semakin ketat menjadikan rumah sakit harus mempunyai strategi untuk dapat bersaing dengan rumah sakit lainnya, salah satunya dengan menciptakan loyalitas pasien. Faktor loyalitas pasien sangat memberikan pengaruh yang besar terhadap rumah sakit, pasien yang loyal akan sangat menentukan eksistensi rumah sakit agar tetap bertahan dari persaingan ketat dengan rumah sakit lainnya (Afidahtin et al., 2024). Manfaat loyalitas pasien dalam jangka pendek adalah memberikan profit pada pelayanan rumah sakit, sementara manfaat jangka panjang yaitu pasien bersedia membayar dengan harga lebih mahal hingga merekomendasikan pelayanan yang dirasakan ke orang disekitarnya (Kamase et al., 2022).

Rumah sakit berfungsi sebagai tempat pemulihan kesehatan dan penyembuhan penyakit sehingga pelayanan yang diberikan berfokus pada adap keinginan dan harapan pasien sebagai konsumen. Hal ini n rumah sakit tidak dapat dilepaskan pada kualitas dan mutu kesempurnaan pelayanan kesehatan yang dapat memberikan la setiap pengguna jasa pelayanan kesehatan (Romero et al.,



Strategi pemasaran yang baik akan membantu rumah sakit dalam meningkatkan kepuasan yang dialami oleh konsumen ketika menggunakan barang atau jasa yang diberikan oleh rumah sakit. Pemenuhan harapan pelanggan dapat menciptakan pelanggan yang setia sehingga sangat penting bagi rumah sakit untuk memilih strategi pemasaran yang tepat (Nurbayty et al., 2022). Rumah sakit harus mampu memberikan produk dan jasa yang berkualitas terhadap pasien seperti peralatan medis hingga kompetensi sumber daya yang baik yaitu dokter dan perawat. Pelayanan yang berkualitas akan berdampak pada keinginan pasien untuk berkunjung ulang (Indraswati & Asrina, 2023).

Citra merek rumah sakit (*hospital brand image*) yang baik juga menjadi salah satu faktor yang dapat mewujudkan loyalitas pasien. Citra merek yang positif dianggap sebagai kemampuan penting perusahaan untuk mempertahankan posisi pasarnya. Citra akan melekat di benak pelanggan apabila pelanggan mempersepsikan suatu merek berbeda dengan pesaingnya dan pada akhirnya akan terbentuk loyalitas terhadap merek tertentu (Sofia, 2023). Sementara itu, harga (*price*) juga menjadi hal yang dipertimbangkan oleh pelanggan untuk membeli atau mendapatkan jasa maupun produk pada perusahaan tertentu. Penetapan harga di rumah sakit yang terjangkau akan berpengaruh pada kemungkinan pasien yang cukup tinggi untuk kembali mendapatkan pelayanan di rumah sakit tersebut (Nurbayty et al., 2022).

Pelayanan memiliki kaitan secara langsung dengan kepuasan pelanggan, semakin baik pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit maka pasien akan semakin puas dan loyal terhadap rumah sakit, sehingga sangat penting untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan pelayanan prima di rumah sakit. Rumah sakit dapat dikatakan telah menerapkan pelayanan prima dengan baik jika mampu meningkatkan kepuasan pasien. Salah satu indikator loyalitas pasien merupakan mutu pelayanan yang baik. Pelayanan prima dapat meningkatkan kepuasan pasien yang akan menumbuhkan loyalitas pasien terhadap rumah sakit (Nurfitriani, 2023)

Pelayanan yang prima berarti pelayanan terbaik yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggannya. Pelayanan prima dapat dilakukan dengan bersikap dan berperilaku sopan, memiliki hati yang tulus dalam membantu pelanggan, memberikan penampilan yang terbaik saat melakukan pekerjaan khususnya saat berinteraksi dengan pelanggan. Dengan melakukan beberapa upaya tersebut maka dapat menciptakan kepuasan pelanggan serta menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan sehingga dapat

anggan yang loyal (Yani & Prasetyo, 2020).
pelayanan di rumah sakit dikatakan kurang jika banyak pasien
lak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Ketidakpuasan
rakibat pada menurunnya kunjungan kembali pasien. Hal ini
penerapan pelayanan prima yang belum optimal (Anonim et
jarang ditemukan kesalahan maupun kelalaian yang terjadi di
ng dilakukan oleh tenaga kesehatan saat melaksanakan



tugasnya yang dapat berakibat fatal bagi pasien. Hal ini terlihat dari banyaknya keluhan-keluhan masyarakat terkait pelayanan yang dilakukan oleh tenaga-tenaga yang ada di rumah sakit, kesalahan fatal tersebut bahkan menyebabkan kematian pasien. Hal ini mengakibatkan kepercayaan dan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan kesehatan menurun (Susiloningtyas et al., 2022).

Pelayanan prima menjadi salah satu kunci untuk memaksimalkan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Pelayanan prima mengupayakan layanan yang terbaik bagi pelanggan sehingga akan berdampak pada keinginan pelanggan untuk kembali mendapatkan produk maupun jasa di perusahaan tertentu (Eliza, 2023). Pelayanan prima akan menumbuhkan rasa puas dan percaya pelanggan terhadap perusahaan sehingga pelanggan akan setia atau loyal terhadap perusahaan (Utami, 2021).

Menurut Barata (2003), pelayanan prima dapat diukur berdasarkan 6 unsur yaitu kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), tindakan (*action*), perhatian (*attention*) dan tanggung jawab (*accountability*). Kemampuan (*ability*) merupakan pengetahuan dan keterampilan yang mutlak diperlukan untuk menunjang pelayanan prima yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni hingga melaksanakan komunikasi yang efektif. Sikap (*attitude*) adalah perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang meliputi penampilan yang sopan dan bersikap menghargai. Penampilan (*appearance*) adalah penampilan seseorang baik fisik maupun nonfisik yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain. Tindakan (*action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan yang meliputi mencatat setiap pesanan pelanggan hingga mewujudkan kebutuhan para pelanggan. Perhatian (*attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritikan yang meliputi mendengarkan dan memahami secara bersungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan hingga mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan. Terakhir yaitu tanggung jawab (*accountability*) yaitu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Adapun dimensi *service excellence* (pelayanan prima) menurut Johnston (2004) yaitu *delivering the promise* (Memenuhi janji), *providing a personal touch* (Memberikan sentuhan personal), *going the extra mile* (Berusaha keras), dan *dealing well with problems and queries* (Menangani pertanyaan dengan baik). Sementara itu, menurut Tjiptono (2002), a dapat diukur berdasarkan 4 dimensi yang terdiri atas yaitu menyelesaikan pelayanan dalam waktu yang telah ditentukan yaitu memberikan layanan yang tepat, keramahan yaitu ramah dan penuh perhatian, dan kenyamanan yaitu memberikan pelayanan yang membuat pelanggan merasa nyaman.



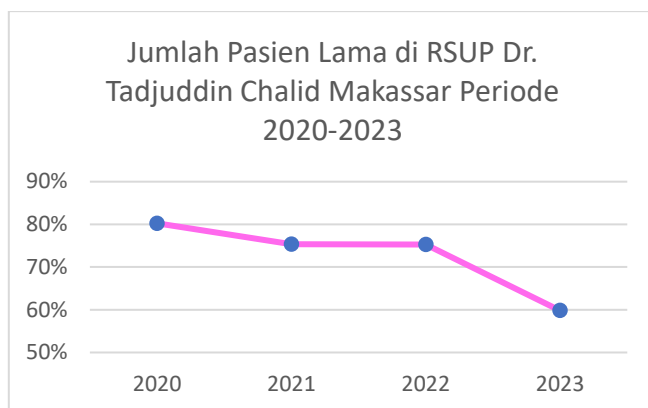
Penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Barata (2003) karena teori ini memberikan pendekatan yang spesifik dalam menjelaskan pelayanan prima untuk membentuk loyalitas pasien. Teori ini dipilih karena lebih sesuai dalam mengukur peran tenaga kesehatan dalam menciptakan loyalitas pasien, kompetensi tenaga kesehatan mempunyai kontribusi yang besar terhadap kepuasan pasien yang dapat mewujudkan pasien yang loyal. Lubis (2022) menemukan bahwa mutu pelayanan dokter berkontribusi terhadap kepuasan pasien yang akan menimbulkan loyalitas pasien. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa mutu pelayanan di RSUD Sarah Medan dinilai kurang baik dan menurun beberapa tahun terakhir oleh kebanyakan pasien. Hal ini menyebabkan menurunnya kunjungan pasien ke rumah sakit.

Penelitian sebelumnya juga telah menunjukkan bahwa teori Barata (2003) efektif dalam melihat hubungan antara pelayanan prima dan loyalitas pelanggan. Kartikasari & Syafitri (2020) menunjukkan bahwa pelayanan prima melalui dimensi sikap (*attitude*) perhatian (*attention*), tindakan (*action*), kemampuan (*ability*), penampilan (*appearance*) dan tanggung jawab (*accountability*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di toko obat dewi farma. Hal serupa juga ditemukan oleh Eliza et al (2023), hasil penelitian mengemukakan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan variabel *attitude*, *attention*, *action*, *ability*, *appearance*, dan *accountability*. Serta secara parsial, pelayanan prima memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Rumah Sakit Umum Pusat (RSUP) Dr. Tadjuddin Chalid Makassar didirikan pada tanggal 24 Desember 1982, sebagai Rumah Sakit Regional Rujukan Kusta. Rumah sakit ini lalu berubah nama menjadi Rumah Sakit Dr. Tadjuddin Chalid pada tahun 2010. Kemudian, resmi berubah status menjadi RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar kelas B pada Tahun 2019. Lalu pada tahun 2020, RSUP Tadjuddin Chalid resmi beroperasi sebagai Rumah Sakit Umum berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (Permenkes RI) No. 47 Tahun 2020 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Tadjuddin Chalid Makassar, hal ini berdasarkan perkembangan kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan kesehatan yang semakin meningkat.

Harapan masyarakat yang tinggi terhadap pelayanan kesehatan yang berkualitas dan tingginya daya saing antar rumah sakit membuat monitoring dan evaluasi mutu pelayanan kesehatan di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar perlu secara rutin dilaksanakan. Data jumlah kunjungan pasien di RSUP Dr. d Makassar pada periode tahun 2020-2023, menunjukkan lapat peningkatan persentase jumlah pasien lama sedangkan baru sudah mengalami peningkatan walaupun peningkatan terjadi pada tahun 2023.

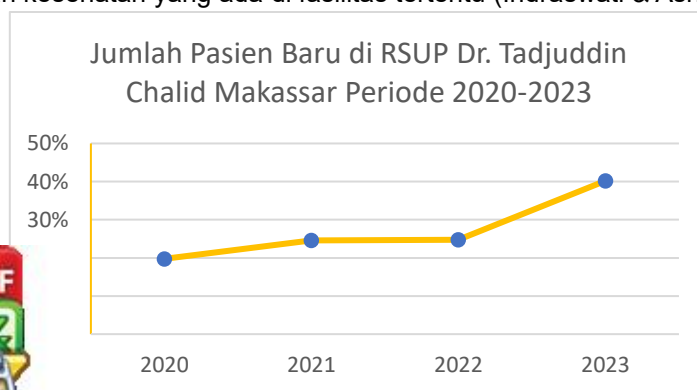




Gambar 1.1 Jumlah Pasien Lama di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Periode 2020-2023 4,86 0,13 15,45

Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah pasien lama di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar pada tahun 2020 mencapai 80,25%, lalu pada tahun 2021 menurun sebesar 75,39% lalu kembali menurun pada tahun 2022 sebesar 75,26% dan pada tahun 2023 menurun secara signifikan sebanyak 59,81%. Data jumlah kunjungan pasien lama di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar yang menurun dalam kurun waktu empat tahun terakhir menandakan bahwa *trend* pasien lama cenderung tidak mengalami peningkatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat loyalitas pasien di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar belum meningkat.

Penurunan jumlah kunjungan pasien merupakan masalah yang tidak dapat dibiarkan saja oleh pimpinan rumah sakit. Jumlah kunjungan ulang pasien yang rendah dapat mempengaruhi pendapatan atau utilitas rumah sakit. Hal ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan bagi pasien baru jauh lebih besar dibanding mempertahankan pasien lama. Kunjungan ulang menunjukkan keinginan pasien untuk kembali mendapatkan pelayanan kesehatan yang telah dirasakan, sementara itu kunjungan baru menunjukkan minat pasien untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang ada di fasilitas tertentu (Indraswati & Asrina, 2023).



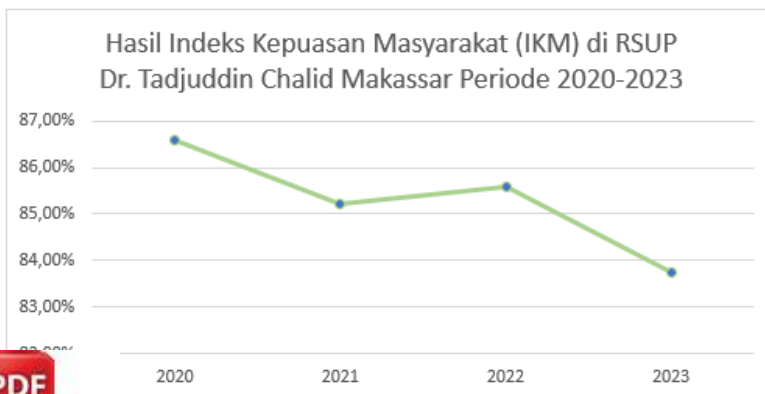
Gambar 1.2 Jumlah Pasien Baru di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Periode 2020-2023



Berdasarkan gambar 1.2 dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan pasien baru di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar mengalami peningkatan dalam *trend* 4 tahun terakhir dan meningkat signifikan pada tahun 2023. Adapun data jumlah kunjungan pasien baru pada tahun 2020 sebanyak 19,75%, kemudian meningkat di tahun 2021 sebanyak 24,60%, lalu kembali meningkat di tahun 2022 sebanyak 24,74% dan pada tahun 2023 meningkat sebanyak 40,19%.

Sementara itu, nilai ulasan RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar di *Google Review* yaitu 4,2 dari 5. Hal ini masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan beberapa rumah sakit pemerintah kelas B di Makassar, khususnya rumah sakit yang memiliki jarak yang cukup dekat dengan RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar seperti RSUD Kota Makassar yang memiliki nilai ulasan 4,5 dan RS Universitas Hasanuddin dengan nilai ulasan 4,7. Adapun beberapa komentar komplain di *Google Review* merupakan beberapa keluhan pasien terkait pelayanan yang didapatkan. Sebagian besar keluhan pasien yaitu pelayanan yang buruk dan tidak memuaskan, waktu tunggu yang lama, petugas yang kurang perhatian ke pasien, sikap petugas yang kurang sopan dan tidak ramah, dan keluhan terkait visite dokter.

Google review adalah salah satu fitur yang memungkinkan pengguna dalam memberikan ulasan berdasarkan pengalamannya berupa kalimat maupun foto. Ulasan pada *google review* menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk mendapatkan layanan maupun produk, termasuk layanan kesehatan di rumah sakit. *Google review* juga menjadi salah satu media yang umum digunakan untuk menunjukkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, ulasan *google review* menjadi penting untuk dipertimbangkan bagi semua institusi tidak terkecuali bagi rumah sakit (Munandar et al., 2024).



gambar 1.3 Hasil Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Periode 2020-2023

Berdasarkan gambar 1.3 diketahui bahwa hasil IKM di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar selama periode 2020-2023 bersifat fluktuatif atau berubah-ubah. Nilai IKM Tahun 2020 sebesar 86,59%, IKM Tahun 2021 sebesar 85,59%, IKM Tahun 2022 sebesar 85,74%, dan IKM Tahun 2023 sebesar 83,74%.



85,23%, IKM Tahun 2022 sebesar 85,59%, dan IKM Tahun 2023 sebesar 83,73%. Menurut Kepmenkes No. 129 Tahun 2008 Tentang Standar Pelayanan Minimal (SPM) untuk standar kepuasan pasien sendiri adalah 90%, sehingga dapat disimpulkan juga bahwa kepuasan pasien atau masyarakat di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar juga belum memenuhi standar.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien belum memenuhi standar yaitu penerapan pelayanan prima yang belum optimal. Pasien dapat menjadi tidak puas dan tidak ingin kembali ke rumah sakit yang sama karena masalah seperti waktu tunggu yang lama, staf medis yang tidak sopan, hingga kurangnya komunikasi yang efektif dengan pasien. Semakin banyak dan tinggi persaingan antar rumah sakit untuk mendapatkan perhatian dan kepercayaan pasien dapat mempengaruhi loyalitas pasien. Rumah sakit harus memastikan untuk memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dan pengalaman yang lebih baik untuk mempertahankan dan menarik pasien (Solehudin & Syabanasyah, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Marwani et al (2020) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh penerapan pelayanan prima terhadap loyalitas pasien rawat jalan di RSUD Labuang Baji Makassar. Kunjungan pasien di RSUD Labuang Baji Makassar mengalami penurunan, salah satu akibatnya yaitu pelayanan prima yang belum optimal dilaksanakan. Hal serupa juga ditemukan oleh Pratiwi & Putra (2021) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pelayanan prima melalui variabel *ability*, *attitude*, *attention*, *action*, *appearance*, dan *accountability* mempengaruhi kepuasan pasien. Kepuasan pasien yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan terhadap rumah sakit sehingga pasien menjadi loyal.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pasien sangat penting bagi rumah sakit, serta terdapat hubungan antara loyalitas pasien dengan pelayanan prima. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Hubungan Pelayanan Prima dengan Loyalitas Pasien Instalasi Rawat Jalan di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Tahun 2025".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara pelayanan prima dengan loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar.

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum



Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan pelayanan prima dengan loyalitas pasien instalasi rawat jalan di r. Tadjuddin Chalid Makassar Tahun 2025.

Khusus

Untuk mengetahui hubungan antara pelayanan prima berdasarkan dimensi kemampuan (*ability*) dengan loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Tahun 2025.

- b. Untuk mengetahui hubungan antara pelayanan prima berdasarkan dimensi sikap (*attitude*) dengan loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Tahun 2025.
- c. Untuk mengetahui hubungan antara pelayanan prima berdasarkan dimensi penampilan (*appearance*) dengan loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Tahun 2025.
- d. Untuk mengetahui hubungan antara pelayanan prima berdasarkan dimensi perhatian (*attention*) dengan loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Tahun 2025.
- e. Untuk mengetahui hubungan antara pelayanan prima berdasarkan dimensi tindakan (*action*) dengan loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Tahun 2025.
- f. Untuk mengetahui hubungan antara pelayanan prima berdasarkan dimensi tanggung jawab (*accountability*) dengan loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Tahun 2025.
- g. Untuk mengetahui hubungan antara pelayanan prima dengan loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUP Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Tahun 2025.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Ilmiah

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen rumah sakit khususnya manajemen mutu rumah sakit tentang peran pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas pasien.

1.4.2 Manfaat Institusi

Sebagai bahan evaluasi kinerja petugas untuk memberikan pelayanan kesehatan yang optimal terhadap pasien dan keberlangsungan operasional rumah sakit di masa mendatang.

1.4.3 Manfaat Bagi Praktisi

Menjadi pengalaman yang sangat berharga bagi peneliti untuk memperluas wawasan dan mengaplikasikan ilmu kesehatan masyarakat.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Tentang Pelayanan Prima

2.1.1 Definisi Pelayanan Prima

Menurut Barata (2004), pelayanan prima merupakan bentuk dan rasa peduli kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang paling baik dalam memberikan fasilitas berupa kelancaran dan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan dan menciptakan kepuasan pelanggan, pelanggan yang merasa puas diharapkan dapat tetap loyal terhadap perusahaan. Pelayanan prima juga dapat dikatakan sebagai tindakan kepedulian kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang paling baik sesuai harapan dan keinginan konsumen. Pelayanan prima diartikan juga sebagai perhatian yang diberikan kepada konsumen dengan menyediakan dan memenuhi kebutuhannya serta mewujudkan kepuasannya yang akan berdampak pula pada perilaku konsumen yang akan loyal terhadap perusahaan (Bilqis & Nunung, 2021).

Pelayanan prima atau *service excellent* yaitu tindakan dalam menjaga konsumen dengan memberikan pelayanan yang paling baik untuk mencapai kepuasan konsumen guna mencapai rasa setia terhadap perusahaan. Pelayanan prima juga biasa dikatakan pelayanan yang luar biasa yang menjadi metode perusahaan dalam memberikan fasilitas terbaik kepada konsumennya yang akan berdampak pada terciptanya kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tercipta ketika layanan yang didapatkan telah sesuai dengan kebutuhan dan harapannya (Sinulingga et al., 2021).

Kepedulian suatu perusahaan terhadap para pelanggan dengan senantiasa memberikan pelayanan terbaiknya dikatakan sebagai usaha dalam menciptakan pelayanan yang prima. Pelayanan prima dilaksanakan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan menjaga agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Kepuasan konsumen yang tercipta akan berdampak pada loyalitas konsumen yang tinggi (Premana, 2022).

Kualitas pelayanan prima menjadi hal yang penting untuk memenuhi harapan para pengguna jasa agar merasakan pelayanan yang berkualitas dan merasa puas di suatu rumah sakit. Kepuasan akan berdampak pada timbulnya rasa setia atau loyal terhadap rumah sakit dan senantiasa ingin mendapatkan layanan di rumah sakit. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit serta pertugasnya dapat ditandai dengan tingginya tingkat loyalitas terhadap layanan di rumah sakit tersebut. Kualitas pelayanan



prima sangat mempengaruhi keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan (Sinollah, 2020).

Pelayanan prima atau *service excellence* yaitu cara perusahaan untuk memberikan layanan terbaik bagi pelanggan yang juga berfokus pada kepentingan pelanggan. Pelanggan akan mendapatkan kepuasan atas pelayanan terbaik yang diberikan kepadanya. Penerapan pelayanan prima yang maksimal akan berdampak pada kepuasan pelanggan sehingga dapat menciptakan pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Loyalitas pelanggan menjadi bentuk dari kesetiaan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh suatu perusahaan (Eliza, 2023).

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan Prima

Mutu pelayanan menjadi faktor yang memiliki kaitan secara langsung dengan kepuasan atau emosi positif yang diberikan oleh pasien, semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pasien yang akan berdampak pada kesetiaan pasien pada rumah sakit. Oleh karena itu, sangat penting untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat membentuk mutu pelayanan yang baik (Sodik et al., 2021). Menurut Rizky et al (2020), berikut ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan prima antara lain:

1. Faktor individual

Faktor individual yang dapat mempengaruhi kinerja pegawai dalam menerapkan pelayanan prima terdiri dari usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, masa kerja, dan status pernikahan.

2. Faktor pekerjaan

Faktor pekerjaan yang dapat mempengaruhi pelayanan prima terdiri dari ragam keahlian, identitas tugas, signifikasi tugas, otonomi, dan umpan balik.

3. Faktor organisasi

Faktor organisasi yang dapat mempengaruhi kinerja pegawai dalam memberikan pelayanan prima yaitu komitmen organisasi, hubungan rekan kerja, dan kepemimpinan.

2.1.3 Dimensi Pelayanan Prima

Menurut Barata (2003), dalam memberikan pelayanan prima perlu memperhatikan beberapa pokok yaitu sebagai berikut:

1. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan khusus yang diperlukan untuk mendukung program layanan prima termasuk keahlian dalam bidang kerja, komunikasi yang efektif, pengembangan motivasi, dan penggunaan public relations sebagai alat untuk membangun hubungan di dalam dan di luar perusahaan.



2. Sikap (*attitude*)

Sikap yaitu perilaku yang harus ditunjukkan saat berinteraksi dengan pelanggan, yang meliputi berpikir positif, sehat dan rasional serta bersikap menghargai

3. Penampilan (*appearance*)

Penampilan dalam hal ini yaitu penampilan seseorang, baik secara fisik maupun non fisik yang dapat menunjukkan kredibilitas dan kepercayaan diri kepada orang lain.

4. Perhatian (*attention*)

Perhatian merupakan kepedulian penuh pada pelanggan termasuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memahami kritik dan saran, termasuk mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku pelanggan dan mencurahkan perhatian penuh pada pelanggan.

5. Tindakan (*action*)

Tindakan yang dimaksud yaitu berbagai aktifitas nyata yang perlu dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, memenuhi kembali kebutuhan para pelanggan, dan mengucapkan terima kasih dengan harapan pelanggan akan kembali.

6. Tanggung jawab (*accountability*)

Tanggung jawab yaitu suatu perilaku kepedulian terhadap pelanggan yang bertujuan untuk mengurangi atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Service excellence merupakan proses yang memudahkan suatu organisasi dalam menjalankan bisnis dan diakui sebagai metode dalam memuaskan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan membangun hubungan jangka panjang. Adapun dimensi pelayanan prima menurut Johnston (2004) yaitu:

1. *Delivering the promise* (Memenuhi janji), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang telah dijanjikan secara cepat agar menghasilkan kepuasan pelanggan.
2. *Providing a personal touch* (Memberikan sentuhan personal), yaitu melayani pelanggan tanpa diskriminasi, menunjukkan perhatian dan memahami kebutuhan pelanggan, senantiasa tersenyum dan mampu membangun hubungan erat dengan pelanggan.

Going the extra mile (Berusaha lebih keras), yaitu menyediakan layanan tambahan seperti sentuhan-sentuhan sederhana yang mampu menciptakan kesan berbeda dengan layanan di tempat lain.

Dealing well with problems and queries (Menangani masalah dan pertanyaan dengan baik), yaitu bersedia menyelesaikan masalah



dengan senang hati serta memiliki rasa tanggung jawab untuk menyelesaikan masalah dengan cepat dan mudah.

Sementara itu, menurut Tjiptono (2002), pelayanan prima memiliki 4 unsur penting yaitu:

1. Kecepatan yaitu menyelesaikan pelayanan dalam waktu yang telah ditentukan.
2. Ketepatan yaitu memberikan layanan yang tepat.
3. Keramahan yaitu bersikap ramah dan penuh perhatian
4. Kenyamanan yaitu memberikan layanan yang membuat pelanggan merasa nyaman

2.2 Tinjauan Umum Tentang Loyalitas Pasien

2.2.1 Definisi Loyalitas

Menurut Tjiptono (2006), loyalitas adalah suatu komitmen dan perasaan positif pelanggan terhadap merek, toko, pemasok maupun jasa dan dapat dilihat melalui frekuensi pembelian ulang yang konsisten. Loyalitas juga diartikan sebagai rasa setia pelanggan atas produk maupun jasa tertentu yang merupakan lanjutan dari kepuasan yang didapatkan saat menggunakan fasilitas atau jasa pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan jasa agar tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut (Purba et al., 2021).

Adapun dimensi loyalitas menurut Griffin (2003) , yaitu sebagai berikut:

1. *Repeat purchase* yaitu pelanggan melakukan pembelian ulang secara teratur terhadap produk dan jasa.
2. *Pay more* yaitu pelanggan tidak hanya membeli satu macam produk, tetapi ketika ada produk baru maka pelanggan yang setia akan membeli produk tersebut atau membeli antar lini produk dan jasa.
3. *Retention* yaitu pelanggan yang setia akan merekomendasikan produk dan jasa kepada orang terdekatnya atau orang lain.
4. *Advocate* yaitu pelanggan yang setia akan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk dan jasa sejenis dari pesaing.

Secara umum, membentuk loyalitas pasien dianggap sebagai tugas utama manajemen rumah sakit. Loyalitas pasien menjadi kunci dalam keberhasilan rumah sakit dalam mendapatkan pengakuan pasien terhadap pelayanan yang diberikan serta mendorong persaingan yang

antara penyedia layanan kesehatan. Loyalitas merupakan bukti sian yang senantiasa menjadi pelanggan dengan kekuatan dan sitif terhadap rumah sakit. Loyalitas pasien didapatkan dengan atkan kepuasan pasien dan mempertahankan kepuasan dalam jangka waktu yang lama. Adapun beberapa indikator nentukan tingkat loyalitas konsumen menurut Sari et al (2020), berikut:



1. *Trust* atau kepercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan atau merek.
2. *Emotion commitment* atau komitmen psikologis yang kuat terhadap merek atau perusahaan.
3. *Switching cost* atau biaya dikenal dengan tanggapan konsumen terhadap beban yang akan diterima jika terjadi perubahan harga.
4. *Word of mouth* atau perilaku konsumen dalam menyampaikan kesannya terhadap merek atau perusahaan hingga merekomendasikan produk atau jasa dari merek atau perusahaan tersebut kepada orang lain.
5. *Cooperation* atau perilaku konsumen dalam bekerja sama dengan perusahaan.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien

Loyalitas pasien dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti mutu pelayanan, kepuasan pasien, *price*, *brand* atau citra rumah sakit, serta kenyamanan. Adapun karakteristik pelanggan yaitu berupa jenjang pendidikan, status ekonomi, serta jarak tempuh pasien ke fasilitas kesehatan. Loyalitas pasien didefinisikan tidak hanya dalam pembelian ulang jasa maupun produk, namun juga memiliki komitmen untuk berkunjung atau menggunakan kembali layanan yang telah diterima (Meidara & Sukmasari, 2020).

Menurut Tjiptono (2006) faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan, yaitu ukuran antara harapan dan kenyataan yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan. Jika pelanggan merasa harapan dan kenyataan yang didapatkannya telah sesuai atau lebih, maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan pelanggan akan mewujudkan kunjungan kembali atau berulang sehingga pelanggan menjadi lebih loyal.
2. Kualitas produk, yaitu salah satu faktor yang sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan maupun kepuasan pelanggan. Kualitas produk akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang akan berdampak pada pelanggan yang loyal. Kualitas produk yang tinggi akan berdampak pada loyalitas pelanggan yang juga tinggi.
3. Citra merek, yaitu pandangan seseorang terhadap suatu merek. Citra diperoleh dalam melalui proses dan jangka waktu yang cukup lama, namun dapat hilang dengan cepat. Semakin baik citra merek maka semakin baik pula produk yang diberikan sehingga akan memperoleh loyalitas pelanggan dengan mudah.



Rahma & Prayoga (2022) menyatakan bahwa terdapat dua faktor yang paling mempengaruhi loyalitas pasien yaitu kepuasan pasien dan mutu pelayanan. Sementara itu, terdapat beberapa faktor lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pasien yaitu kepercayaan pasien, kenyamanan, kemudahan, garansi dan

jaminan, harga, perilaku *caring* perawat, komitmen, rekomendasi, akses, fasilitas, dan kebersihan.

Menurut Widadi & Wadji (2015), mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan maka perlu dilakukan pengelolaan keluhan atau komplain pelanggan. Keluhan yang diterima dari pelanggan merupakan indikasi yang menunjukkan bahwa pelanggan masih akan setia pada perusahaan. Hadirnya keluhan berarti memberikan kesempatan kepada rumah sakit untuk melakukan perbaikan-perbaikan terhadap pelayanan yang kurang baik.

2.2.3 Pentingnya Loyalitas Pasien

Persaingan rumah sakit yang semakin ketat menjadikan rumah sakit harus mempunyai strategi untuk dapat bersaing dengan baik dengan rumah sakit lainnya salah satunya dengan menciptakan loyalitas pasien (Afidahtin et al., 2024). Perusahaan membutuhkan kepuasan pelanggan guna menciptakan loyalitas pasien, oleh karena itu sangat penting bagi suatu perusahaan untuk memahami proses dan cara untuk mencapai loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat membantu perusahaan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat di masa depan serta membangun citra perusahaan yang lebih baik. Oleh karena itu, sangat penting untuk menjaga pelanggan yang setia terhadap perusahaan (Nasution et al., 2022).

Adapun manfaat dari loyalitas yang meningkat yaitu menghemat biaya perusahaan sedikitnya dalam 6 bidang, yaitu: (Griffin, 2003)

1. Biaya pemasaran menjadi berkurang dikarenakan biaya mencari pelanggan baru lebih tinggi daripada biaya mempertahankan pelanggan lama.
2. Biaya transaksi menjadi lebih rendah, contohnya negosiasi kontrak dan proses order.
3. Biaya perputaran pelanggan (*customer turnover*) menjadi berkurang dikarenakan jumlah pelanggan hilang yang harus digantikan lebih sedikit.
4. Keberhasilan *cross-selling* menjadi meningkat yang menyebabkan pangsa pelanggan menjadi lebih besar.
5. Pemberitaan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) menjadi lebih positif berdasarkan pengalaman pelanggan loyal yang merasa

s.
/a kegagalan menjadi menurun seperti pengurangan
kerjaan ulang, klaim garansi dan sebagainya.

Menurut Utami et al (2020), setidaknya terdapat enam alasan
a rumah sakit sangat penting untuk menciptakan loyalitas
yaitu:



1. Pasien yang sudah ada lebih prospektif yang artinya pasien yang setia dapat memberikan keuntungan yang lebih besar terhadap rumah sakit.
2. Biaya untuk mendapatkan pasien yang baru jauh lebih banyak dibandingkan biaya mempertahankan pasien lama.
3. Pasien yang percaya pada rumah sakit cenderung akan percaya terhadap urusan lainnya.
4. Pasien yang setia juga akan membantu mengefisienkan biaya operasional rumah sakit.
5. Pengalaman yang didapatkan pasien yang lama sehingga setia pada rumah sakit adalah pengalaman yang positif sehingga rumah sakit dapat mengurangi biaya psikologis dan sosialnya.
6. Pasien yang setia akan terus membela rumah sakit dan senantiasa berusaha untuk menarik dan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk mendapatkan layanan kesehatan di rumah sakit tersebut.

2.3 Tinjauan Umum Tentang Rawat Jalan

2.3.1 Definisi Rawat Jalan

Rawat jalan merupakan jenis pelayanan di rumah sakit yang mempunyai peranan penting dalam menyelenggarakan pelayanan kesehatan karena menjadi gerbang bagi pelayanan kesehatan lainnya seperti rawat inap dan lain-lain. Rumah sakit sangat memperhatikan pelayanan rawat jalan karena masyarakat lebih menyukai mendapatkan pengobatan yang cepat dan lengkap. Sebagai bagian dari fasilitas pelayanan kesehatan rumah sakit, pelayanan rawat jalan diharapkan dapat memberikan layanan yang efektif dan efisien, memberikan layanan yang berkualitas sesuai dengan standar yang ditetapkan, menjangkau seluruh lapisan masyarakat, dan memenuhi harapan konsumen dengan layanan yang berkualitas (Ahmad et al., 2022).

Rumah sakit menawarkan berbagai macam layanan yang dapat digunakan untuk mempertahankan pasien yang setia. Pelayanan rawat jalan adalah salah satu jenis pelayanan kesehatan yang ada di rumah sakit. Karena jumlah pasien rawat jalan yang lebih banyak dibandingkan dengan jenis perawatan yang lain, pelayanan rawat jalan menjadi perhatian utama bagi manajemen rumah sakit. Pelayanan rawat jalan merupakan pangsa pasar yang menjanjikan yang dapat menghasilkan

gan finansial bagi rumah sakit (Supartiningsih, 2017).

Pelayanan Medik Rawat Jalan

Pelayanan rawat jalan menjadi salah satu jenis pelayanan yang wajib disediakan oleh rumah sakit. Pelayanan rawat jalan pelayanan rawat jalan spesialisasi yang dilaksanakan di rumah ketersediaan pelayanan rawat jalan untuk rumah sakit khusus kan dengan spesifikasi dari rumah sakit tersebut, Berdasarkan



Keputusan Menteri Kesehatan (Kepmenkes) No. 129 Tahun 2008 tentang Standar Pelayanan Minimal (SPM), pelayanan minimal di rawat jalan yaitu klinik anak, klinik penyakit dalam, klinik kebidanan, dan klinik bedah. Sementara itu, standar untuk dokter pemberi pelayanan di poliklinik spesialis yaitu 100% merupakan dokter spesialis. Klinik spesialis adalah klinik pelayanan rawat jalan di rumah sakit yang dilayani oleh dokter spesialis (untuk rumah sakit pendidikan dapat dilayani oleh dokter PPDS sesuai dengan special privilege yang diberikan)

Adapun standar minimal untuk kepuasan pelanggan di rawat jalan berdasarkan Kepmenkes No. 129 Tahun 2008 adalah $\geq 90\%$. Kepuasan adalah pernyataan tentang persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Survei pengumpulan data kepuasan pelanggan di rawat jalan perlu dilakukan setiap bulan dengan periode analisa yaitu tiga bulan sekali. Serta untuk standar pelayanan minimal waktu tunggu di rawat jalan adalah ≤ 60 menit (1 jam). Waktu tunggu merupakan waktu yang diperlukan mulai pasien mendaftar hingga dilayani oleh dokter spesialis.

2.4 Tinjauan Umum Tentang Rumah Sakit

2.4.1 Definisi Rumah Sakit

Menurut Undang-Undang Nomor 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.

American Hospital Association menyatakan pengertian rumah sakit sebagai suatu alat organisasi yang terdiri dari tenaga medis profesional yang terorganisasi serta sarana kedokteran yang permanen menyelenggarakan pelayanan kedokteran, asuhan keperawatan yang berkesinambungan, diagnosis serta pengobatan penyakit yang diderita oleh pasien. Sementara itu, menurut World Health Organization (WHO), rumah sakit merupakan integral dari satu organisasi sosial dan kesehatan yang mempunyai fungsi menyediakan pelayanan paripurna (komprehensif), penyembuhan penyakit (kuratif) dan pencegahan penyakit (preventif) kepada masyarakat.

an Fungsi Rumah Sakit

Rumah sakit memiliki tugas memberikan pelayanan kesehatan bermutu dan mudah diakses oleh masyarakat dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Berdasarkan Keputusan Kesehatan Republik Indonesia Nomor 983/Menkes/SK/XI/1992 Pedoman Organisasi dan Tatakerja Rumah Sakit Umum, tugas rumah sakit umum yaitu melaksanakan upaya kesehatan secara



berdaya guna dan berhasil guna dengan mengutamakan pelayanan, penyembuhan dan pemulihan yang dilaksanakan secara serasi dan terpadu dengan upaya peningkatan dan pencegahan serta pelaksanaan upaya rujukan.

Berdasarkan UU No. 17 Tahun 2023, rumah sakit menyelenggarakan fungsi pelayanan kesehatan perorangan dalam bentuk spesialisistik dan/atau subspesialisistik, serta pelayanan kesehatan dasar. Selain menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan, rumah sakit juga dapat menyelenggarakan fungsi pendidikan dan penelitian di bidang kesehatan. Rumah sakit dalam menyelenggarakan fungsi penelitian juga dapat membentuk pusat penelitian guna pengembangan dalam layanan kesehatan.



2.5 Sintesa Penelitian

Tabel 2.1 Sintesa Penelitian

No.	Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul dan Nama Jurnal	Desain Penelitian dan Metode Analisis	Sampel	Temuan
1.	Marwani, Reski Dewi Pratiwi, Ryryn Suryaman Prana Putra, Ikhsan Kadir, dan Afriyana Amelia Nuryadin 2020	Pengaruh Penerapan Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Rsud Labuang Baji Makassar <i>Jurnal Penelitian Kesehatan Pelamonia Indonesia</i>	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan pendekatan <i>cross sectional study</i> . Analisis data dalam penelitian ini yaitu univariat dan bivariat dengan menggunakan uji <i>chi square</i> .	361 sampel	Terdapat pengaruh pelayanan prima melalui dimensi kemampuan thitung > ttabel ($3,884 > 1,653$) dan dimensi penampihan thitung > ttabel ($2,025 > 1,653$ terhadap loyalitas pasien rawat jalan RSUD Labuang Baji Makassar.
2.	Zulfi Zakiyah Eliza, Syamsuddin dan Versiandika Yudha Pratama 2023	Pengaruh Pelayanan Prima dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Pekalongan)	Jenis penelitian kuantitatif. Sampel dipilih menggunakan teknik <i>accidental sampling</i> . Adapun teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis jalur (<i>path analysis</i>) dengan sobel test.	100 sampel	Hasil penelitian mengemukakan bahwa secara parsial, baik pelayanan prima maupun kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Pekalongan Kaje. Selain itu, pelayanan prima, kepercayaan, dan kepuasan juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Pekalongan Kaje. Pelayanan prima berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan variabel



No.	Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul dan Nama Jurnal	Desain Penelitian dan Metode Analisis	Sampel	Temuan
					<i>attitude, attention, action, ability, appearance, dan accountability.</i>
3.	Solehudin dan Inas Syabanasyah 2023	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien <i>DIAGNOSA: Jurnal Ilmu Kesehatan dan Keperawatan</i>	Jenis penelitian kuantitatif dengan desain menggunakan analisis korelasi, <i>cross sectional</i> . Analisis data menggunakan regresi linear berganda.	130 sampel	Kualitas pelayanan secara partial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien dengan nilai sig 0,036. Kepuasan secara partial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien dengan nilai sig 0,001. Kualitas pelayanan dan kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien dengan nilai sig 0,001 dan masing-masing pengaruhnya sebesar 94,1%. Kualitas pelayanan di rumah sakit dan kepuasan pasien memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien
4.	Julianti dan Aisyah 2020	Hubungan Kualitas Pelayanan Prima Perawat Dengan Loyalitas Pasien Di Ruang Tanjung Dan Nusa Indah Di Rsud Dr. Rm. Djoelham Binjai	Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif korelasional. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>insidental sampling</i> .	30 orang	Hasil analisis antara variabel kualitas pelayanan prima perawat dengan loyalitas pasien mempunyai hubungan yang bermakna yang ditandai dengan nilai $p < 0,05$ ($p = .000$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yakni ada hubungan antara kualitas pelayanan prima perawat dengan loyalitas pasien di RSUD DR RM Djoelham Binjai.



No.	Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul dan Nama Jurnal	Desain Penelitian dan Metode Analisis	Sampel	Temuan
5.	Iwan Prasetyo & Tri Endang Yani 2020	Strategi Meningkatkan Loyalitas Dengan Pelayanan Prima, <i>Customer Relationship Management</i> dan Kepuasan Pelanggan <i>Jurnal Dinamika Sosial Budaya</i>	Jenis penelitian kuantitatif dengan teknik sampling yaitu <i>purposive sampling</i> .	100 sampel	Pelayanan prima memiliki pengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin baik pelayanan prima karyawan terhadap pelanggan maka pelanggan akan semakin loyal terhadap perusahaan
6.	Dwi Kartikasari dan Dea Ariesta Syafitri 2020	Efektivitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Pada Toko Obat Dewi Farma <i>Jurnal Manajemen</i>	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian (<i>explanatory research</i>) dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur.	250 sampel	Hasil uji t hitung yang diperoleh sebesar 8,714 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) maka pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. T hitung yang diperoleh sebesar -2,149 dengan probabilitas sebesar 0,033 ($p > 0,05$) maka kepuasan pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
7.	Abidah Ismail Lubis	Pengaruh mutu pelayanan dokter dan <i>physical evidence</i> terhadap loyalitas pasien rawat inap <i>Jurnal Ilmiah Indonesia</i>	Jenis penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif, dengan menggunakan pendekatan potong lintang (<i>cross sectional</i>). Metode analisis data dalam penelitian ini adalah	82 sampel	Hasil prediksi nilai odds ratio bertanda positif sebesar 3,860. Artinya semakin baik mutu pelayanan dokter, semakin besar pula peluang peningkatan loyalitas pasien sebanyak 3,8 kali lebih tinggi bila dibandingkan dengan mutu pelayanan dokter yang tidak baik.



No.	Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul dan Nama Jurnal	Desain Penelitian dan Metode Analisis	Sampel	Temuan
			dengan menggunakan analisis regresi logistik		
8.	Sinollah 2020	Service excellent Rumah Sakit Amalia dan HVA Pare, Kediri <i>Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial</i>	Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda	40 sampel setiap rumah sakit	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, ketepatan, dan kenyamanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi pula.
9.	Iis Torisa Utami 2021	Analisis Pelayanan Prima terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA Cabang Green Garden Jakarta <i>Jurnal Sekretaris & Administrasi</i>	Jenis penelitian yaitu kuantitatif dengan teknik sampling yaitu <i>purposive sampling</i> .	30 sampel	Pelayanan prima yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, berdasarkan hasil uji t-test bahwa variabel yang sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah variabel sikap dengan nilai t-hitung 3.844 lebih besar dari nilai t-tabel 1.697 dengan taraf signifikansi sebesar $0.001 < \alpha 0.05$ dapat dinyatakan adanya pengaruh positif antara variabel sikap terhadap loyalitas.
		Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Fast Food Indonesia Tbk KFC Cabang	Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik sampling yaitu nonprobability sampling.	100 sampel	Uji koefisien korelasi diperoleh hasil sebesar 0,771. Dari hasil uji tersebut, dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara pelayanan prima terhadap Loyalitas pelanggan.



No.	Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul dan Nama Jurnal	Desain Penelitian dan Metode Analisis	Sampel	Temuan
		Ramayana cibubur Jakarta Timur <i>Jurnal Khatulistiwa Informatika</i>			
11.	Fifi Endah Irawati, Milad Naufal Akbar & Nur Shabrina Al Baiti 2021	Improving Patient's Engagement and Loyalty by Application Of Excellence And Wow Service In Social Health Insurance Administration In Private Hospitals In Indonesia.	Jenis penelitian kuantitatif. Analisis data menggunakan uji chi square	200 sampel	Pelayanan prima secara signifikan mempengaruhi loyalitas pasien. Pelayanan yang tepat waktu, nyaman, dan tulus adalah komponen utama harapan pasien dalam layanan kesehatan.
12.	Tanya Aya Sofia 2023	The Effect of Patient Satisfaction on Patient Loyalty Mediated By Patient Trust And Hospital Brand Image At The Jakarta Education Dental And Oral Hospital	Jenis penelitian kuantitatif, dengan teknik sampling yaitu <i>purposive sampling</i> .	250 sampel	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai 0,112 dengan p-value $0,017 \leq 0,05$ yang dapat diartikan bahwa kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien. nilai estimasi sebesar 0,418 dengan p-value $0,000 \leq 0,05$ yang dapat diartikan bahwa kepercayaan pasien berdampak positif terhadap loyalitas pasien. nilai 0,292 dengan p-value $0,000 \leq 0,05$ yang dapat diartikan bahwa Citra merek rumah sakit bersifat positif mempengaruhi loyalitas pasien.



No.	Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul dan Nama Jurnal	Desain Penelitian dan Metode Analisis	Sampel	Temuan
13.	Lestari Purba, Edyanus Herman Halim, dan Any Widayatsari 2021	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Poliklinik Bedah Saraf RSUD dr. Doris Sylvanus Palangkaraya	Jenis penelitian kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah <i>non-probability sampling</i>	120 sampel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan dan loyalitas pasien. Semakin tinggi kepuasan dan kepercayaan pasien maka semakin tinggi pula loyalitas pasien.
14.	Adelia Syahfitri Nasution, Zulkarnain Nasution, dan Meisa Fitri Nasution 2022	Analisis Pengaruh Pelayanan Prima dan Citra Lembaga terhadap Loyalitas Melalui Mediasi Kepuasan Siswa pada LKP Fiara Computer	Jenis penelitian kuantitatif, dengan teknik <i>simple random sampling</i> .	52 sampel	Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh angka t hitung sebesar $2.772 > t$ tabel 2.008 sehingga terdapat pengaruh langsung antara pelayanan prima terhadap Loyalitas Siswa. Diperoleh angka t hitung sebesar $4.381 > t$ tabel 2,008 sehingga terdapat pengaruh langsung antara citra lembaga terhadap loyalitas siswa.
15.	Dyah Tri Utami, Hasyim Jan M. ny	Faktor Penentu Loyalitas Pasien di Rumah Sakit <i>Journal of Hospital Management</i>	Eksplanatori kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu <i>purposive sampling</i> .	253 sampel	Citra rumah sakit dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien. Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

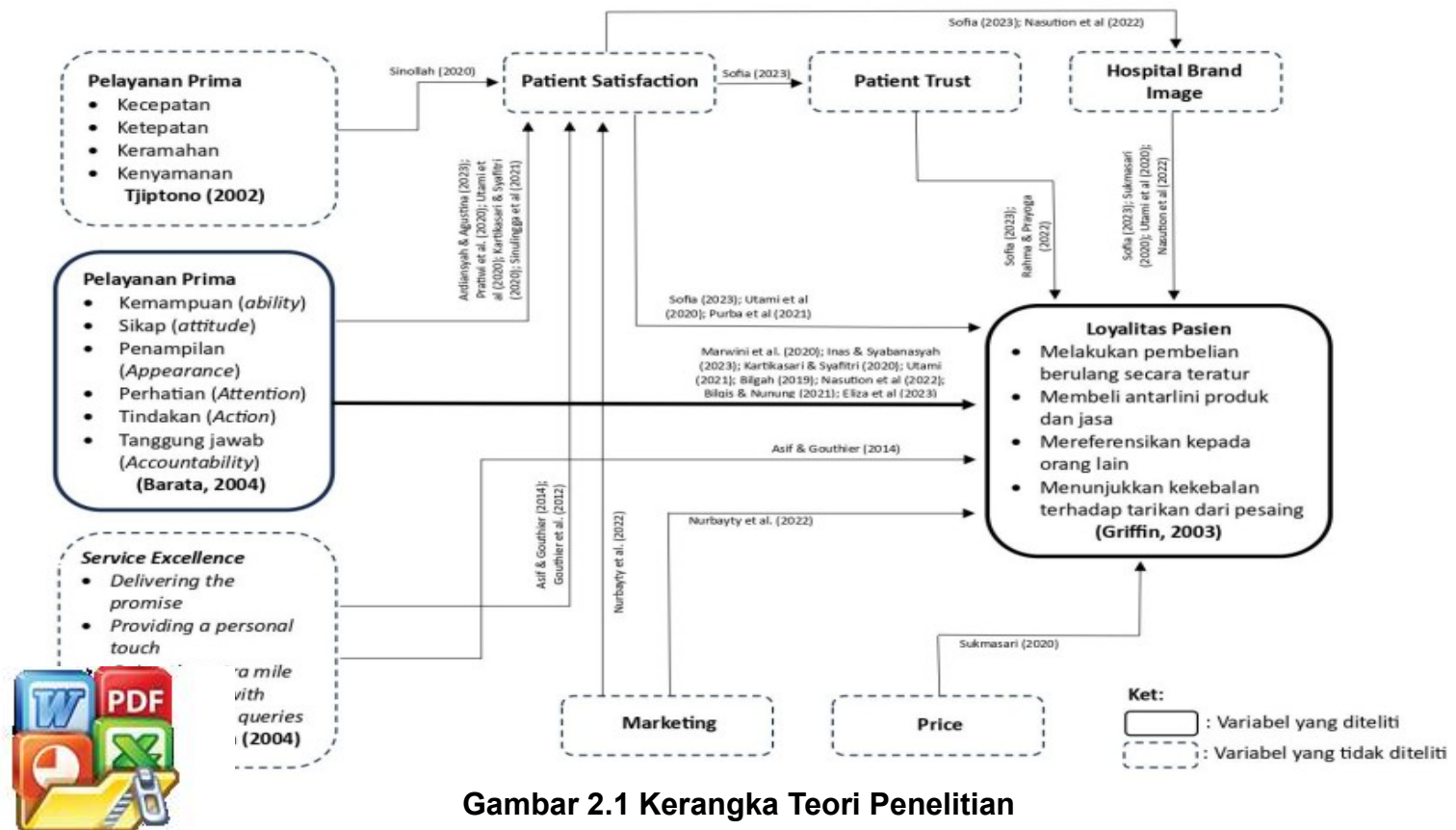


Berdasarkan tabel 2.1 dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya telah banyak membahas tentang loyalitas pasien. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima memiliki hubungan secara langsung yang positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan maupun loyalitas pasien. Dimensi pelayanan prima yang diteliti bervariasi, mencakup kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), dan tanggung jawab (*accountability*), kecepatan, keramahan, citra lembaga dan kepuasan pasien.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian sebelumnya, yaitu berfokus pada hubungan pelayanan prima dengan loyalitas pelanggan pada sebuah perusahaan namun masih sedikit ditemukan pada sektor pelayanan kesehatan khususnya rumah sakit. Populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan pasien rawat jalan berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menggunakan pasien rawat inap dan pelanggan toko maupun perusahaan sebagai populasi.



2.5 Kerangka Teori



Gambar 2.1 Kerangka Teori Penelitian