

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN SERTA LOYALITAS PADA PASIEN RUMAH SAKIT GIGI DAN MULUT

UNIVERSITAS JEMBER

¹⁾ Satar , ²⁾ Diah Yulisetiari, ³⁾ Handriyono

¹⁾ Program Studi Magister Manajemen FE Universitas Jember

²⁾ Program Studi Magister Manajemen FE Universitas Jember

³⁾ Program Studi Magister Manajemen FE Universitas Jember

ABSTRACT

Competition in the business world today is increasingly tight. All business institution by all means trying to mempertahankan market share that has been achieved. • Under these conditions more difficult • for a company to penetrate the market for all companies trying to retain customers who have been able dirailmya. One way that can be done by the company is to improve the quality of service, satisfaction and loyalty to the product and services to its customers. With the improvement of quality of service, which both will be able to improve customer satisfaction. If customers are satisfied with the overall service, it can create loyal behavior, which is characterized by repeated visits and can recommend the product to others. The purpose of this study are: (1) To test the strong or the weak impact of service quality to satisfaction of patients at the Hospital Dental Jember University. (2) To test the strong or the weak impact of service quality on loyalty of patients at the Hospital of the University Dental Jember (3) To test the strength or weakness of the influence of patient satisfaction with hospital patient loyalty Dental Jember University. The data used in this research is data dalmn Respondents Dental Hospital of the University of Jember. The samples used were 120 respondents. The sampling technique is purposive sampling technique menggunakan sampling technique with a specific purpose in accordance with the criteria set by the researchers. The research model developed is composed da: ri 5 variables consisting of 3 variabel exogenous, 3 variables

Keywords: *Effect of Quality of Service , and Satisfaction and Loyalty*

1. PENDAHULUAN

Pasien atau pelanggan mempunyai daya posisi tawar yang tinggi dalam proses transaksi jasa kesehatan dengan penyedia jasa. Konsumen akan membandingkan satu

produk dengan produk lainnya termasuk faktor-faktor yang menyertainya seperti layanan petugas. Realitasnya saat ini pasien mudah untuk melakukan kritik maupun saran secara terbuka melalui sarana media

masa maupun sarana elektronik (*facebook, twitter*) sehingga kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu layanan atau produk jasa dengan mudah diketahui oleh masyarakat.

Salah satu cara yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan pasien atau pelanggan adalah dengan cara memberikan layanan yang baik pada saat penjualan maupun saat layanan purna jual. Menurut Anderson and Lehman (1994), layanan yang baik adalah layanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan atau mampu memberikan layanan yang melebihi harapan dari pelanggannya.

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1998), menyampaikan bahwa *Service quality* dibangun melalui perbandingan antara dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima (*perceive service*) dan harapan atas layanan yang seharusnya (*expected service*). Pada penelitian tersebut disampaikan bahwa terdapat 5 faktor yang menentukan kualitas jasa yaitu

meliputi (1) bukti langsung (*tangible*), (2) Keandalan (*reliability*), (3) daya tanggap (*responsiveness*), (4) jaminan (*assurance*), (5) Empati (*emphaty*). Pengukuran pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pada penelitian ini, menggunakan *service performance*, yaitu kinerja kualitas layanan diukur dari kinerja personil yang dimiliki oleh perusahaan dan semua fasilitas yang digunakan (Cronin and Taylor, 1994)

Peneliti Boulding *et al.* (1993) dan Zeithaml *et al.* (1996), menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil studi yang dilakukan oleh Anderson and Sullivan (1993), Caruana (2002), Wahyuni (2008), Rahmat (2009), Aryani dan Rosita (2010), yang menemukan kualitas layanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melainkan dengan diperantarai oleh kepuasan pelanggan. Perbaikan pada faktor kualitas layanan, harga dan citra merek diyakini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Zeithaml and Berry (1996:123) juga

membuktikan bahwa kepuasan pelanggan lebih eksklusif dipengaruhi oleh kualitas layanan. Penelitian yang dilakukan Zeithaml *et al.* (1996), menemukan bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi secara langsung terhadap loyalitas. Realita ini menunjukkan bahwa kepuasan dan loyalitas pasien telah diterima secara luas sebagai isu penting bagi semua organisasi, dan digunakan sebagai standar pemasaran untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Bennett *and* Rundle, 2004).

Yulisetiari, Diah (2014) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan, berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Aspek kehandalan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Prasetio (2012) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu dan latar belakang masalah, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk menguji variabel-variabel yang berkaitan dengan kualitas Layanan, kepuasan dan loyalitas pada Rumah Sakit Gigi dan Mulut.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan tersebut diatas, maka rumusan masalah penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut.

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan kepuasan terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pada dasarnya menetapkan dorongan pasien atau pelanggan, hal ini disebabkan karena pasien yang menentukan keputusan akhir akan kualitas produk jasa kesehatan yang ada di rumah sakit. Kualitas layanan merupakan suatu penilaian global yang berdasarkan pada persepsi konsumen akan apa yang mereka pikir dapat membentuk suatu kualitas produk jasa kesehatan dan seberapa baik tingkat merek dalam dimensi tersebut, (Aaker, 1991: 86).

Definisi Kualitas Layanan Kotler, (2008:65) mendefinisikan jasa/ layanan sebagai setiap kinerja atau tindakan yang salah satu pihak dapat menawarkan kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik. tetapi bisa juga tidak terkait dengan produk fisik.

Disisi lain, Parasuraman, Zeithaml and Berry, (1988) mendefinisikan kualitas layanan sebagai suatu bentuk sikap, berkaitan tetapi tidak sama dengan kepuasan, sebagai hasil dari

pembandingan antara harapan dengan kinerja. Kualitas layanan juga didefinisikan sebagai penilaian pasien atau pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk jasa kesehatan atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml, 1988). Parasuraman, et al. (1985) mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian atau sikap menyeluruh yang berkenaan dengan superioritas suatu layanan.

Cronin and Taylor (1992) menegaskan bahwa kualitas layanan adalah anteseden kepuasan konsumen. Hasil ini ditemukan ketika mereka meneliti empat industri jasa yaitu perbankan, pengendalian hama/penyakit, *dry cleaning* dan *fast food* untuk menyelidiki hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Liosa Chandon and Orsingher, (1998) bahwa *service quality* pada dasarnya adalah suatu instrumen yang digunakan oleh pasien atau pelanggan untuk menilai pelayanan atau *service* yang diberikan oleh perusahaan. Berdasarkan dari beberapa hasil studi yang ada kaitannya dengan kualitas layanan, dapat disimpulkan bahwa

kualitas layanan berkaitan dan menentukan kepuasan pasien atau pelanggan, (Anderson Fornel *and* Lehmann, 1994).

Dimensi Kualitas Layanan, Pelayanan yang baik adalah suatu hal yang sangat penting, baik dilihat dari sisi produsen maupun dari sisi konsumen. Pelayanan suatu perusahaan akan selalu diingat sebagai suatu reputasi perusahaan, (Walker, 1997). Berkaitan dengan kualitas pelayanan ini, Parasuraman *et al.* (1985) menemukan 10 faktor utama yang menentukan kualitas layanan jasa yaitu: (1) *Reliability* (2) *Responsiveness* (3) *Conceptance* (4) *Access* (5) *Courtesy*; (6) *Communication*; (7) *Credibility*; (8) *Security*; (9) *Understanding* (10) *Tangibles*. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Parasuraman *et al.* (1998) merangkum 10 dimensi tersebut menjadi 5 dimensi yaitu: Bukti fisik (*Tangibles*), penampilan segala fasilitas fisik yang dimiliki, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi. Pada aspek ini meliputi semua bentuk fisik yang dimiliki oleh perusahaan baik secara langsung

maupun tidak langsung membantu dalam proses operasi perusahaan. Keandalan/ terpercaya (*Reliability*), adalah kemampuan untuk memberikan layanan seperti yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat. Daya tanggap (*Reponsiveness*), yaitu kesediaan kepedulian dan kemampuan membantu pasien atau pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Jaminan (*Assurance*) , pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka meyakinkan pasien atau pelanggan akan produk jasa kesehatan yang digunakan atau yang dibeli. Empati (*Empathy*), kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pasien atau pelanggan secara individu. Bentuk empati kepada pasien atau pelanggan yang melakukan konplain antara lain meliputi.

- a) Meluangkan waktu untuk mendengar dan memahami keluhan pasien atau pelanggan .
- b) Segera tanggap terhadap masalah yang dihadapi pasien atau pelanggan .

- e) Memberikan solusi yang baik dan tepat terhadap masalah yang dihadapi pasien atau pelanggan .

Definisi Kepuasan Pelanggan, Menurut Kamus Bahasa Indonesia kepuasan berasal dari kata puas yang didefinisikan sebagai suatu perasaan yang

menyenangkan, karena terpenuhinya hasrat hati dan kepuasan itu sendiri didefinisikan sebagai perihal yang bersifat puas atau kesenangan jiwa karena telah berkecukupan (Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1990). Tse and Wilton (1988), menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap kesesuaian atau ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual layanan setelah memakai produk yang bertalian. Bila pelanggan merasa puas maka akan menciptakan motivasi untuk melakukan pembelian ulang begitu juga sebaliknya. Menurut Kotler (2008:138-139), kepuasan diartikan sebagai kinerja yang dipersepsikan atas suatu produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi maka pelanggan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan merasa puas dan jika

kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan merasa sangat puas atau senang.

Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, Evaluasi terhadap faktor-faktor yang membentuk kepuasan pasien atau pelanggan perlu dilakukan secara terus menerus untuk memenuhi harapan pasien atau pelanggan agar pasien atau pelanggan merasa puas. Identifikasi terhadap produk dan pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien atau pelanggan menjadi mutlak adanya. Kepuasan pasien atau pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas layanan, kualitas produk, faktor emosi pasien atau pelanggan, harga dan juga faktor biaya (Zeithmal, *et al.* 1990). Hasil penelitian Cronin and Taylor (1994) memperkuat penelitian Zeithmal *et al.* (1990) yang mengungkapkan bahwa kepuasan pasien atau pelanggan ditentukan oleh seberapa besar penilaian pasien atau pelanggan terhadap kualitas layanan yang telah diberikan.

Pasien atau pelanggan yang menemukan penyedia Jasa yang lebih baik sangat mungkin untuk

berpindah ke penyedia jasa tersebut. Indikasi ini disampaikan oleh Tjiptono, (2014:380), yang menyatakan bahwa kepuasan pasien atau pelanggan

saja tidak cukup. Apabila pasien atau pelanggan menemukan ada pemasok atau penyedia jasa yang lebih bagus maka kemungkinan ia kuat.

Dimensi Kepuasan Pasien atau pelanggan, Menurut Kotler (2008:140-142), suatu perusahaan dapat mengukur kepuasan pasien atau pelanggannya dengan beberapa cara yakni : Pertama, sistem keluhan dan saran (*complaint dan suggestion system*). Kedua, survey kepuasan pasien atau pelanggan (*customer sati.sfaction survey*). Ketiga, pembeli bayangan (*ghost shopping*). Keempat, analisis pasien atau pelanggan yang hilang (*loss customer analysis*).

Menurut Fornel, *et al.* (1996), terdapat tiga hal penting yang perlu dikaji lebih mendalam lagi berkaitan dengan cara pengukuran kepuasan pasien atau pelanggan yaitu

akan beralih ke pemasok tersebut. Oleh karena itu kepuasan pasien atau pelanggan harus dibarengi dengan loyalitas pasien atau pelanggan. Hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan dikemukakan oleh Shemwell *and* Bilgin (1998) yang menyatakan bahwa antara kualitas layanan dengan kepuasan mempunyai hubungan yang sangat

(1) kepuasan general atau keseluruhan (*overall sati. faction*), (2) konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*), yakni tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi, dan (3) perbandingan dengan situasi ideal (*comparison to ideal*), yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka pada pcnelitian ini variabel kepuasan pasien atau pelanggan diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang disampaikan oleh Fornel *et al.* (1996) sebagai berikut. (1) Kepuasan general atau menyeluruh;(2) Konfirmasi harapan;(3) Perbandingan situasi ideal.

Definisi Loyalitas Pasien atau pelanggan, Pengertian loyalitas pasien

atau pelanggan menurut Tjiptono (2012:482) adalah komitmen pasien atau pelanggan terhadap suatu merek, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Masih menurut Tjiptono (2012:482), loyalitas pasien atau pelanggan (*customer loyalty*) dalam konteks pemasaran jasa, diartikan sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian secara berulang dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi maupun kendala pragmatis.

Menurut James *et al.* (2003), kesetiaan dan kepuasan adalah hal yang sangat berbeda. Kesetiaan atau loyalitas adalah sebuah aktifitas yang spesifik dari pasien atau pelanggan yang ditandai dengan kemauan untuk membeli produk kita secara berulang. Sementara itu menurut pandangan Oliver (1997), bahwa kepuasan pasien atau pelanggan bukanlah tujuan akhir dan bukan menjadi jaminan bagi perusahaan untuk terus tumbuh dan

berkembang pada kondisi persaingan yang sangat ketat ini, melainkan kesetiaan pasien atau pelangganlah yang dapat menjamin perusahaan dalam mengembangkan usahanya untuk meraih keuntungan yang tentu berlanjut.

Dimensi Loyalitas

Pasien atau pelanggan, Loyalitas pasien atau pelanggan itu dapat terbentuk apabila pasien atau pelanggan merasa puas dengan merk atau tingkat layanan yang diterima dan berniat untuk terus melanjutkan hubungan (Selnes, 1993). Menurut Fornel (1992) loyalitas pasien atau pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan pasien atau pelanggan, rintangan pengalihan dan keluhan pasien atau pelanggan. Loyalitas pasien atau pelanggan itupun juga bisa disebabkan oleh hambatan dari faktor-faktor ekonomis, teknis, atau psikologis yang dirasakan cukup mahal atau sulit untuk pindah ke penyedia jasa lainnya. Sikap pasien atau pelanggan baik loyal maupun tidak loyal merupakan akumulasi masalah-masalah kecil yang ada dalam perusahaan, sehingga perusahaan berusaha untuk menciptakan pengalaman pasien atau pelanggan bermerk" (Kotler dan Keller, 2008:139)

Penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman *et al.* (1988), menemukan hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi kualitas jasa dengan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Sedangkan penelitiannya yang kedua yang dilakukan pada sebuah universitas, menemukan adanya keterkaitan yang kuat antara *service quality* dengan perilaku yang memiliki kepentingan strategi bagi lembaga. Peneliti lain yang tertarik terhadap

1. *Say positive things*, adalah mengatakan sesuatu hal yang positif tentang produk yang dikonsumsi
4. merekomendasikan produk yang telah dikonsumsi kepada teman.
5. *Repurchase intention*, adalah kunjungan pembelian ulang yang dilakukan terhadap produk yang telah dikonsumsi.

Komunikasi yang baik dengan pasien atau pelanggan yang dilakukan oleh seorang pemasar akan dapat menciptakan preferensi pada pasien atau pelanggan, dan preferensi tersebut akan menciptakan pembelian berulang (*repeat buying*). Pembelian secara

loyalitas adalah Bowen *and* Chen (2001), yang menjelaskan indikator-indikator loyalitas yang diteliti yaitu *Behavioral Measurements*, *Attitudinal Measurements* dan *Composite Measurements*. Sementara Zeithaml *et al.* (1996) menyatakan bahwa tujuan akhir perusahaan dalam menjalin *relationship* dengan pasien atau pelanggannya adalah untuk membentuk loyalitas yang kuat, sedangkan indikator dari loyalitas yang kuat adalah.

2. *Say positive things*, adalah mengatakan sesuatu hal tentang produk yang dikonsumsi
3. *Recommend to someone*, adalah

berulang tersebutlah wujud dari kepercayaan dan loyalitas pasien atau pelanggan kepada perusahaan. Loyalitas pasien atau pelanggan sebagai sarana untuk menuju kesuksesan dalam semua bisnis. Pasien atau pelanggan yang loyal adalah pasien atau pelanggan yang sudah jelas merasa puas atas layanan yang diterima melalui penyedia jasa (Jennie Siat, 1997). Hubungan antara kepuasan dengan loyalitas telah diteliti dalam beberapa kajian antara lain

Fornel (1992), Cronin *and* Taylor (!992), Boulding *et al.* (1993) dan Selnes (1993). Pada penelitian tersebut ditemukan adanya pengaruh positif antara kepuasan dengan loyalitas.

Pada penelitian ini variabel loyalitas pasien atau pelanggan diukur dengan tiga indikator seperti yang diungkapkan oleh Zeithaml *et al.* (1996) yaitu.

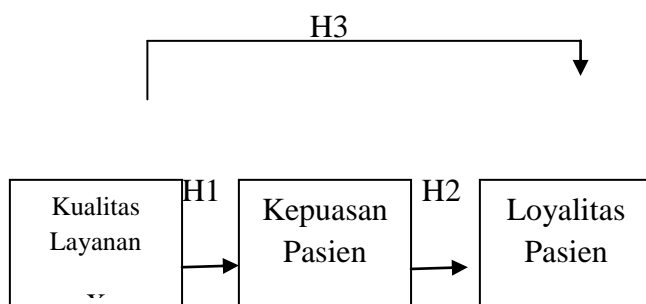
- a. Mengatakan kebaikan suatu produk kepada orang lain.
- b. Merekomendasikan produk kepada orang lain .
- c. Melakukan pembelian ulang.

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan uraian yang ada dalam latar belakang , rumusan

masalah serta tujuan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dilakukan untuk menguji 3 (tiga) variabel penelitian yaitu : kualitas layanan , kepuasan dan loyalitas dengan menggunakan teknik Analisis Path

Kerangka konseptual, disusun untuk menjelaskan variabel-variabel mana yang berkedudukan sebagai variabel eksogen, variabel *intervening* maupun variabel endogen. Dengan preposisi yang didasarkan pada studi teoritik dan studi empirik akan dijelaskan berapa banyak hipotesis yang akan disusun variabel-variabel apa saja yang terkandung dalam hipotesis dan bagaimana hubungan pengaruh antar variabelnya. Adapun hubungan pengaruh antar variabel dapat dijelaskan sebagai berikut.



Xx

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan telaah teori dan kerangka konseptual tersebut diatas maka Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah.

1. Hipotesis 1 : Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.
2. Hipotesis 2 : Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.
3. Hipotesis 3 : Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel eksogen, endogen *intervening* dan variabel endogen terikat. Variabel eksogen

yang diteliti adalah kualitas layanan, sedangkan variabel *endogen intervening-nya* kepuasan pasien atau pelanggan dan variabel *endogen* terikat adalah loyalitas. Hubungan antar variabel tersebut diatas dijelaskan dalam suatu hubungan struktural, dimana hubungan ini bisa secara langsung maupun tidak langsung, baik secara parsial maupun simultan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan di RSGM Universitas Jember pada Klinik Bedah Mulut, Klinik Konservasi Gigi, Klinik Prostodonsia, Klinik Perio dan Klinik *Oral Medicine* yang dirawat oleh mahasiswa tingkat profesi. Jumlah responden yang digunakan sebagai sampel adalah sebanyak 120 orang yang masing-masing Klinik akan diambil secara *Cluster* dan secara proporsional sesuai dengan jumlah pasien.

Teknik pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara *Cluster* dan *purposive*

sampling. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pasien yang telah melakukan kunjungan ke RSGM Universitas Jember minimal 2 kali dan umur minimal 20 tahun.

Teknik Analisis Data

Suatu penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasi yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam mengungkap fenomena sosial tertentu. Metode yang dipilih untuk menganalisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang akan diteliti. Pada penelitian ini analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis *Path* atau diagram alur, menurut Menurut Hoeffler *et al.* (2003), dalam Ghozali (2004: 15), untuk membuat pemodelan dan analisis persamaan terdapat 7

(tujuh) langkah pentahapan yaitu: (1) merancang model berbasis teori, (2) menyusun diagram jalur (*path analysis*), (3) mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural (4) memilih matrik input untuk analisis data, (5) menilai identifikasi model, (6) mengevaluasi estimasi model, (7) interpretasi terhadap model.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Deskriptif Responden

Analisis deskriptif dalam penelitian ini akan mendeskriptifkan data karakteristik berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan serta pekerjaan. Analisis deskriptif didapat dari kuesioner yang disebarakan kepada pasien Rumah Sakit Gigi Mulut Universitas Jember sebanyak 120 kuesioner.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel .1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	57	47,5 %
2	Perempuan	63	52,5 %
Jumlah		120	100 %

Sumber : Data primer, diolah, 2016

Tabel 1 menunjukkan bahwa karakteristik responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 57 responden (47,5%), dan sebanyak 63 responden (52,5%) berjenis kelamin

perempuan. Data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak menjadi pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia Pasien	Jumlah	Persentase
1	< 20 tahun	5	4,2 %
2	20 tahun – 25 tahun	53	44,2 %
3	26 tahun – 30 tahun	10	8,3 %
4	31 tahun – 40 tahun	13	10,8 %
5	41 tahun – 50 tahun	26	21,7 %
6	> 51 th	13	10,8
Jumlah		120	100 %

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 120 responden yang tertinggi adalah responden yang berusia antara 20 sampai dengan 25 tahun yaitu sebesar 44,2 persen sedangkan yang terendah adalah berusia kurang dari 20 tahun yaitu sebanyak 4,2 persen. Hal ini menunjukkan pada usia 20 sampai 25

tersebut merupakan usia yang mempunyai intensitas yang tinggi dalam memutuskan atau menjadi pasien di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Pekerjaan

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Pekerjaan

No.	Bidang Pekerjaan	Jumlah	Persentase
-----	------------------	--------	------------

1	Mahasiswa/Pelajar	56	46,7 %
2	Ibu Ramah Tangga	22	18,3 %
3	Karyawan/Pegawai Swasta	37	30,8 %
4	PNS	4	3,3 %
5	Guru/Dosen	1	0,8 %
Jumlah		120	100 %

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 3 bidang pekerjaan menunjukkan adanya tingkat distribusi yang tidak merata pada lima jenis pekerjaan yang ada. Jumlah terbesar responden adalah bidang pekerjaan Mahasiswa/pelajar yaitu sebanyak 56 orang atau 46,7%, sedangkan yang terendah adalah

responden dengan bidang pekerjaan Guru/dosen yaitu sebanyak 1 orang atau 0,8%. Hal ini menunjukkan bahwa pasien yang menggunakan jasa Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember adalah mahasiswa/pelajar.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD	2	1,7 %
2	SMP/SMU	75	62,5 %
3	Diploma	6	5,0 %
4	Sarjana (S-1)	36	30,0 %
5	Pascasarjana (S-2)	1	0,8 %
Jumlah		120	100 %

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4 bidang pekerjaan menunjukkan adanya tingkat distribusi yang tidak merata pada lima jenjang pendidikan yang ada. Jumlah terbesar responden adalah jenjang pendidikan SMP/SMU yaitu sebanyak 75 orang atau 62,5., sedangkan yang terendah adalah responden dengan jenjang pendidikan Pascasarjana (S-2) yaitu sebanyak 1 orang atau 0,8%. Hal ini menunjukkan bahwa pasien yang menggunakan jasa terbesar Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas

Jember adalah jenjang pendidikan SMP/SMU.

Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian berguna untuk mendukung hasil analisis data. Analisis deskriptif dilakukan dengan mengamati kecenderungan-kecenderungan dan penyimpangan data setiap variabel penelitian (*tendency central*) melalui modus indikator-indikatornya masing-masing. Hasil analisis statistik deskriptif disajikan dalam Tabel 5.5.

Tabel 5. Analisis Deskriptif Skor Jawaban Responden

No	Variabel	Indikator	Modus	Kategori Variabel
1	Kualitas Layanan (X)	X1	4	Baik
		X2	4	
		X3	4	
		X4	4	
		X5	5	
4	Kepuasan Pasien (Z)	Z1	4	Baik
		Z2	4	
		Z3	4	
5	Loyalitas Pasien (Y)	Y1	4	Baik
		Y2	4	

Sumber: Lampiran 4, diolah

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan (X) memiliki nilai modus secara keseluruhan yaitu 4 dan satu bernilai 5. Hal ini berarti pasien mempersepsikan kualitas layanan yang diberikan pihak Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember cukup baik, sesuai dengan harapan dan kebutuhan pasien. Hal ini ditunjukkan dengan ruang tunggu yang nyaman, layanan administrasi cepat dan mudah serta ramah.

Variabel kepuasan pasien (Z) memiliki nilai modus secara keseluruhan bernilai 4. Hal ini berarti kepuasan pasien dalam penggunaan jasa rumah sakit dipersepsikan cukup baik. Hal ini ditunjukkan melalui keluhan dari pasien terhadap pelayanan maupun kenyamanan

Tabel 9 Hasil Uji Kausalitas

layanan yang dirasakan oleh pasien saat melakukan pemeriksaan kesehatan.

Variabel loyalitas pasien (Y) memiliki nilai modus secara keseluruhan bernilai 4 dan nilai 5. Hal ini berarti loyalitas pasien dalam layanan di rumah sakit dipersepsikan cukup baik. Hal ini ditunjukkan melalui peningkatan jumlah pasien dari bulan ke bulan, serta adanya kunjungan kembali dan rekomendasi pasien kepada orang lain.

5. Uji Kausalitas

Setelah dilakukan pengujian kesesuaian model penelitian, maka langkah selanjutnya adalah menguji kausalitas yang dikembangkan dalam penelitian tersebut. Dari model yang sesuai dapat diinterpretasikan masing-masing koefisien jalur. Pengujian koefisien jalur secara rinci disajikan dalam Tabel 9.

Pengaruh	Estimasi	S.E	C.R	P	Label
Z <-- X	0,455	0,085	5,377	0,027	Signifikan
Y <-- X	0,250	0,102	2,449	0,014	Signifikan
Y <-- Z	0,850	0,189	4,506	0,000	Signifikan

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 9 dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian koefisien jalur untuk kualitas layanan (X) terhadap kepuasan (Z) memiliki jalur positif sebesar 0,455 dengan C.R sebesar 5,377 dan probabilitas (p) sebesar 0,027 yang berarti bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Z). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan pasien (Z) Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember terbukti kebenarannya atau H1 diterima.

Berdasarkan Tabel 9 dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian koefisien jalur untuk kualitas layanan (X) terhadap loyalitas (Y) memiliki jalur positif sebesar 0,250 dengan C.R sebesar 2,449 dan probabilitas (p) sebesar 0,014 yang berarti bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap loyalitas pasien (Y) Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember terbukti kebenarannya atau H2 diterima.

Berdasarkan Tabel 9 dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian koefisien jalur untuk kepuasan (Z) terhadap loyalitas (Y) memiliki jalur positif sebesar 0,850 dengan C.R sebesar 4,506 dan probabilitas (p) sebesar 0,000 yang berarti bahwa kepuasan (Z) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kepuasan pasien (Z) berpengaruh terhadap loyalitas pasien (Y) Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember terbukti kebenarannya atau H3 diterima.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pasien

Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember terbukti kebenarannya atau H1 diterima. Hal ini berarti jika kualitas

layanan semakin baik, maka akan meningkatkan kepuasan pasien.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Lili Nurlitasari dan Tantri Yanuar R. Syah (2014), serta hasil penelitian Nurullah Hidajahningtyas (2013), bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

Pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit merupakan faktor yang sangat berperan sebagai dasar bagi pasien untuk memanfaatkan jasa rumah sakit. Kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting dalam persaingan pasar yang sangat kompetitif seperti saat ini, penampilan, kehandalan dan jaminan rumah sakit dalam memberikan pelayanan kepada pasien merupakan faktor utama terhadap kesan yang akan dirasakan pasien selama memanfaatkan pelayanan yang diberikan rumah sakit, dengan begitu akan muncul persepsi pengguna jasa dalam hal ini pasien terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Persepsi mengenai kualitas pelayanan yang baik akan berakibat pada munculnya kepuasan, retensi dan

bahkan loyalitas, dengan demikian akan mendukung terlaksananya strategi perusahaan serta tercapainya tujuan perusahaan.

Secara parsial penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang sama dengan penelitian Munusamy Jayaraman, *et al.* (2010) yaitu kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan. Selain itu penelitian ini juga dikuatkan oleh hasil penelitian yang dilakukan Yunus Nek Kamal Yeop, *et al.* (2009) yakni kualitas pelayanan berkorelasi dan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan. Penelitian yang dilakukan oleh (Gronroos, 1984; Parasuraman *et al.* 1988; Walker *et al.* 2006) dalam Munusamy Jayaraman, *et al.* (2010) juga menghasilkan kesimpulan yang sama dengan penelitian ini yakni kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Dalam usaha jasa khususnya rumah sakit, kualitas pelayanan memainkan peranan penting dalam memberi nilai tambah terhadap pengalaman *service* secara keseluruhan. Sama seperti halnya

kualitas produk, seorang pelanggan akan mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan persepsi mereka.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember terbukti kebenarannya atau H2 diterima. Hal ini berarti jika kualitas layanan semakin baik, maka akan meningkatkan loyalitas pasien. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Yulisetiarni, Diah (2014) bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

Hal ini juga didukung hasil penelitian yang dilakukan Suci Sri Rejeki (2015) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien dan kepuasan pasien berpengaruh pada

pengulangan kunjungan pasien, serta kualitas layanan berpengaruh terhadap pengulangan kunjungan pasien.

Jika proses kualitas pelayanan itu terjadi berulang-ulang, berkelanjutan dan dipupuk secara terus menerus maka akan memberikan kepuasan pada pelanggan sesuai harapan. Diperlukan upaya yang lebih dimana perusahaan melihat lebih jauh ke depan, tidak hanya sekedar memberikan kepuasan kepada pelanggan tetapi juga menciptakan pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan.

Parasuraman *et al.* (1998: 36) menemukan hubungan positif dan signifikan antara persepsi kualitas pelayanan dengan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Unsur loyalitas lain yang diwujudkan dalam komunikasi pengalaman positif seseorang.

3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan kepuasan pasien mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien, sehingga hipotesis yang

menyatakan bahwa kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember terbukti kebenarannya atau H3 diterima. Hal ini berarti jika kepuasan semakin meningkat, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Sukma., dan Massie,. (2015), hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini juga didukung oleh Tuhu (2006) dalam hasil penelitiannya bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Konsumen *Travel Agents* di Yogyakarta.

Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Tjiptono, 2007:348). Lupiyoadi dan Hamdani (2006:193) menyatakan

bahwa dengan meningkatnya kepuasan pelanggan maka pelanggan yang bertahan juga meningkat, sedangkan Fornell (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:192) menyatakan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Hubungan antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen dinyatakan oleh Jayaputra (2005) dalam penelitiannya yang menunjukkan hasil bahwa kepuasan mempengaruhi loyalitas secara positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Sugiharto (2007) juga memberi bukti bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Hasil analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dari penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang telah dilakukan berdampak pada peningkatan kepuasan pasien.
2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang selama ini dilakukan sepenuhnya meningkatkan loyalitas pasien.
3. Kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pasien yang selama ini dirasakan semakin meningkatkan loyalitas pasien.

2. Saran

1. Pihak Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember diharapkan meningkatkan kualitas layanannya bagi para pasiennya baik bagi pasien lama lama ataupun pasien baru, kualitas layanan tersebut bisa diimplementasikan melalui peningkatan mutu kinerja. Dengan pelayanan yang berkualitas ini nantinya persepsi pasien atas layanan yang telah dinikmati bukan hanya berkategori cukup, bisa menjadi baik bahkan sangat baik. Dengan persepsi kategori baik dari pasien maka Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember sendiri telah mendapatkan posisi dihati pasien dan hal tersebut menunjukkan bahwa pasien telah merasa puas atas layanan jasa yang diberikan.
2. Upaya meningkatkan loyalitas pasien pada Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember perlu dilakukan berbagai upaya meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember dengan cara : menyediakan ruang dan kursi tunggu yang dengan baik dan rapi, meningkatkan kebersihan

ruangan, meningkatkan kebersihan toilet, memperhatikan penampilan karyawan yang selalu rapi, tata rias karyawan yang natural, meningkatkan keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani, meningkatkan pengetahuan dan penguasaan produk yang baik, serta cara komunikasi karyawan yang baik dalam mengatasi keluhan pelanggan.

3. Loyalitas pasien, dapat dibangun dengan mempertimbangkan meningkatkan kepuasan pasien karena mempunyai pengaruh besar dibandingkan dengan kualitas layanan. Pihak manajemen harus selalu menjaga kepuasan pasien terhadap system layanan dan selalu merespons jika ada komplain pasien yang menyebabkan ketidakpuasan pasien.
4. Bagi para peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan memasukkan jumlah pendapatan dalam karakteristik responden. Sehingga nantinya hasil penelitian selanjutnya dapat memberikan generalisasi yang lebih kuat dan

memperluas *scope* penelitian yang ada. Sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih dikembangkan dan diperoleh hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Dimiyati, M. 2014. Alat Analisis Data Penelitian. Jember: P3M STIE Mandala

Lili Nurlitasari dan Tantri Yanuar R. Syah (2014), Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas (Kasus : Rumah Sakit Medika Permata Hijau Jakarta Barat), Jurnal Program Studi Magister Management, Universitas Esa Unggul, Jakarta

Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

Suci Sri Rejeki (2015), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Citra Rumah Sakit Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rsud. Mayjen H.A Thalib Kabupaten Kerinci), Tesis (Tidak dipublikasikan), Program

- Pascasarjana, Universitas Bung Hatta, Jakarta.
- Tuhu, 2006, 'Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen *Travel Agents* di Yogyakarta', *Tesis*, M.M., Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Wahyuni, S. 2008. Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Yamaha Motor Kencana Indonesia Semarang. *Jurnal Pengembangan Humaniora* Vol.8 (2).
- Walker. 1997. *Mendahulukan Pelanggan, Strategi untuk Memberikan Pelayanan Bermutu*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Yulisetiari, Diah. 2014. The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Restaurant Business in East Java. *International Journal of Business and Management Invention*. Vol. 3 Issue 5. ISSN (Online): 2319 – 8028, ISSN (Print): 2319 – 801X. www.ijbmi.org Volume 3 Issue 5 // May. 2014 // PP.01-10