

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PASIEN, KUALITAS PELAYANAN, HARGA
DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS DI RUMAH SAKIT
PANTI RAPIH YOGYAKARTA**

Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si¹
STIE IEU Yogyakarta

Risela Lomi²
STIE IEU Yogyakarta

ABSTRAK

Persaingan antar rumah sakit untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pasiennya merupakan isu yang menarik untuk dilakukan penelitian. Persaingan ini berdampak pada menumbuhkan loyalitas pasien untuk menggunakan rumah sakit yang sama jika akan berobat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel kepuasan pasien, kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap loyalitas pasien.

Sebanyak 100 kuesioner dibagikan kepada pasien non BPJS yang berobat ke rumah sakit Panti Rapih secara acak. Hasil uji hipotesis menggunakan regresi berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan fasilitas merupakan indikator kuat pembentuk loyalitas pasien, sedangkan kepuasan pasien merupakan indikator yang lemah pembentuk loyalitas pasien.

Kata kunci : kepuasan, kualitas pelayanan, harga, fasilitas, loyalitas, rumah sakit

ABTRACT

Competition between hospitals to provide the best service for their patients is an interesting issue for research. This competition has an impact on growing the loyalty of patients to use the same hospital if they will seek treatment. This study aims to examine the variables of patient satisfaction, service quality, price and facilities on patient loyalty.

A total of 100 questionnaires were distributed to non BPJS patients who went to the Panti Rapih hospital randomly. Hypothesis test results using multiple regression indicate that service quality, price and facilities are strong indicators of patient loyalty, while patient satisfaction is a weak indicator of patient loyalty.

Keywords : satisfaction, service quality, price, facilities, loyalty, hospital

PENDAHULUAN

Di era kompetisi yang semakin kompetitif ini, setiap perusahaan semakin sadar akan pentingnya aspek kesetiaan pelanggan untuk memastikan kelangsungan bisnis mereka. Pearson dalam Akbar dan Parves (2009) mendefinisikan pelanggan yang loyal sebagai himpunan pelanggan yang memiliki sikap mendukung terhadap perusahaan, berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan, dan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Karena itu sekarang banyak perusahaan yang bekerja untuk berkembang strategi yang efektif untuk membangun, memelihara dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan utama para perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan pelanggan sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis. Loyalitas pelanggan adalah sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu objek, mempunyai komitmen dan bermaksud meneruskan pembeliannya dimasa mendatang (Mowen dan Minor, 2007).

Menurut Marcelitha (2013) bahwa loyalitas dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan harga. Sedangkan menurut Michelle dan Siagian (2019) loyalitas dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan fasilitas. Penelitian ini mencoba menggabungkan dua penelitian tersebut untuk menguji industri rumah sakit. Adapun tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh kepuasan pasien, kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap loyalitas pasien non BPJS.

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan menurut Oliver dalam Huriyati (2010) adalah sebagai komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang. Sedangkan menurut Kotler (2008), loyalitas pelanggan merupakan sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan. Berdasarkan beberapa defenisi loyalitas pelanggan diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan dalam pembelian produk atau jasa sepanjang waktu atau konsisten dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk atau jasa.

Indikator dalam pengukuran loyalitas pelanggan tersebut adalah :

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur.

Pelanggan yang loyal adalah mereka yang melakukan pembelian barang ataupun jasa secara teratur bahkan mereka akan tetap membeli meskipun harganya mengalami kenaikan.

2. Membeli antar lini produk dan jasa.

Pelanggan yang loyal bukan hanya membeli satu jenis produk atau jasa saja dari sebuah perusahaan, melainkan mereka juga membeli produk ataupun jasa tambahan yang disediakan oleh perusahaan tersebut.

3. Mereferensikan kepada orang lain.

Pelanggan yang loyal selalu ingin mereferensikan suatu produk atau jasa yang digunakannya kepada orang lain, baik kepada teman maupun saudara. Mereka selalu berusaha mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk atau jasa yang sama dengan selalu menceritakan kelebihan produk atau jasa yang dia gunakan sampai orang tersebut mencoba menggunakannya.

4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Para pelanggan yang loyal selalu menolak apabila ditawari produk atau jasa dari perusahaan lain (pesaing). Mereka sudah memiliki kecintaan tersendiri terhadap produk atau jasa yang telah digunakan.

Kepuasan Pelanggan

Persaingan yang sangat ketat, dengan semakin banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan harus mampu menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Karena kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui penyampaian produk berkualitas dan jasa. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain hubungan yang harmonis antara pelanggan dan perusahaan yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2012) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan performa produk terhadap ekspektasi pelanggan. Jika performa tidak memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas. Jika performa

memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi puas. Jika performa melebihi ekspektasi, maka pelanggan menjadi sangat puas.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016) kualitas tergantung pada bagaimana seseorang menilainya, sehingga jasa yang menurut seseorang tersebut paling memuaskan merupakan jasa yang memiliki kualitas tertinggi. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang memiliki penilaian yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Dengan demikian kualitas merupakan perspektif yang bersifat subyektif. Setiap konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda satu sama lain, sehingga kualitas bagi seseorang sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya. Sesuatu yang dinilai berkualitas baik oleh seseorang individu belum tentu dinilai sama baiknya dengan orang lain. Menurut Parasuraman, et al (1988) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antar kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima atau peroleh.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antar keinginan dan kinerja yang dirasakan pelanggan setelah melakukan jasa tersebut. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2008). Sementara menurut Dharmesta (2008), harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Berdasarkan definisi tersebut disimpulkan bahwa harga merupakan nilai (dinyatakan dengan uang) yang harus dibayarkan konsumen guna mendapatkan atau menggunakan produk dan pelayanannya.

Fasilitas

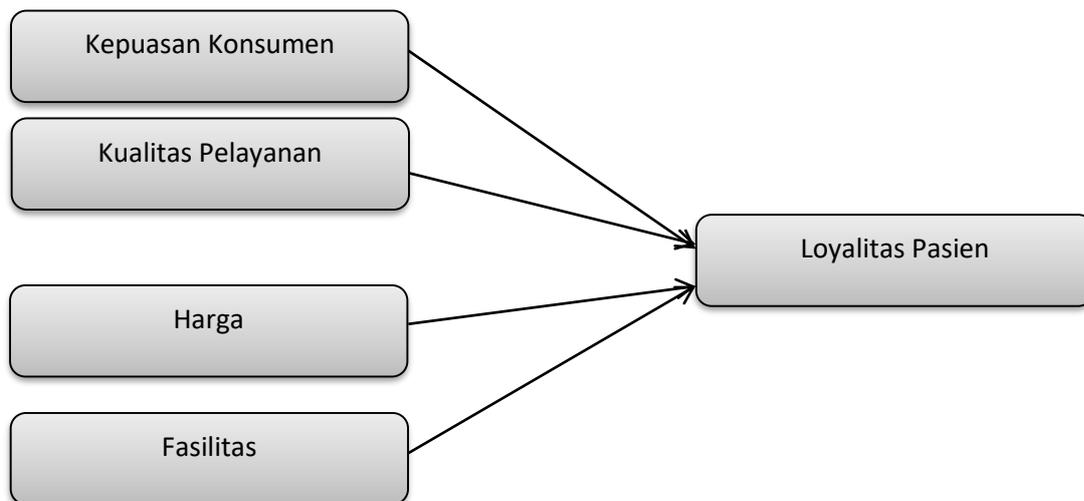
Menurut Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016) fasilitas merupakan bentuk fisik atau atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior yang disediakan perusahaan dalam membangun rasa aman dan nyaman pelanggan. Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau layanan jasa. Dalam

fasilitas layanan jasa terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain kebersihan, kerapian fasilitas, kondisi dan fungsi fasilitas, kemudahan menggunakan fasilitas dan kelengkapan-kelengkapan yang di tawarkan.

Dari defenisi diatas, dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang disediakan untuk dipergunakan dan dinikmati oleh pengunjung selama menggunakan jasa layanan sehingga membuat pengunjung merasa nyaman.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran teoritis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Sumber: Marcelitha (2013), Michille & Siagian (2019)

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang masih akan diuji kebenarannya. Dalam penelitian ini hipotesis yang akan diajukan adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga Kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta

H2 : Diduga Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta

H3 : Diduga Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta

H4 : Diduga Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan (Wijaya, 2013). Populasi dalam penelitian ini yaitu pasien umum atau pasien non BPJS di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil atau ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu (Wijaya, 2013).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampling non probabilitas dengan menggunakan convenience sampling. Sampling non probabilitas adalah semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Wijaya, 2013). Convenience sampling yaitu peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang ditemui untuk dijadikan responden (Wijaya, 2013).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pasien, kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui maka teknik untuk penentuan besarnya sampel menggunakan rumus Lemeshow (1997) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 \approx 100$$

Berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah $96,04 \approx 100$ sehingga jumlah sampel yang digunakan sejumlah 100 orang.

Variabel Operasional Penelitian

Variabel penelitian yaitu digunakan untuk membedakan atau merubah nilai, sebagai sinonim dari konstruk yang dinyatakan dengan nilai atau angka (Wijaya, 2013). Adapun variabel-variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari dua macam, yaitu :

1. Variabel Independen atau bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kepuasan pasien (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X 3) dan fasilitas (X 4).
2. Variabel Dependen atau terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang nilainya tergantung perubahan oleh variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas rumah sakit.

Definisi Konsep dan Operasional

Kepuasan pasien

Kepuasan adalah respon atau tanggapan pasien mengenai pemenuhan kebutuhan dan sejauh mana anggapan kinerja sesuatu memenuhi harapan pasien. Kepuasan pasien menurut Kotler dan Keller (2012) adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”. Dari pengertian tersebut maka definisi operasional kepuasan pasien adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.

Kualitas pelayanan

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi i atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono & Chandra, 2016). Definisi operasional kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan pasien di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.

Harga

Harga merupakan kesesuaian antara sejumlah uang yang dikeluarkan pasien dengan manfaat yang didapat untuk mendapatkan sejumlah pelayanan yang diberikan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016) harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang

memberikan pendapatan bagi organisasi. Definisi operasional harga adalah kesesuaian antara sejumlah uang yang dikeluarkan pasien dengan manfaat yang didapat untuk mendapatkan sejumlah pelayanan yang diberikan oleh Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.

Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan pasien dalam menggunakan jasa rumah sakit tersebut. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di dalam lingkungan rumah sakit untuk memberikan pelayanan maksimal agar pasien merasa nyaman dan puas. Menurut Michille & Siagian (2019) pemberian fasilitas yang memadai akan membantu meningkatkan empati konsumen terhadap setiap kondisi yang tercipta pada saat konsumen melakukan pembelian. Dari pemaparan tersebut maka definisi operasional fasilitas adalah segala sesuatu yang memudahkan pasien dalam menggunakan jasa di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.

Loyalitas

Loyalitas merupakan keputusan pelanggan untuk secara suka rela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Sehingga menurut Tjiptono dan Chandra (2016) loyalitas adalah situasi dimana pasien bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten. Definisi operasional loyalitas pasien adalah keputusan pasien untuk secara suka rela terus berobat dalam jangka waktu yang lama di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah pengukuran terhadap dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen, dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengukuran skala likert. Menurut (Sugiyono, 2017) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena yang terjadi. Untuk mengukur penilaian kepuasan pasien, kualitas layanan, harga dan fasilitas terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta maka menggunakan metode skala likert berikut ini :

Sangat Setuju	(SS)	Diberi skor 5
Setuju	(S)	Diberi skor 4
Ragu-ragu	(RR)	Diberi skor 3
Tidak Setuju	(TS)	Diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	Diberi skor 1

Pengujian Instrumen

Uji instrument digunakan untuk menguji instrument apakah layak digunakan untuk menghimpun data atau tidak yang meliputi :

Uji Validitas

Validitas merupakan proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya, semakin kecil varian kesalahan semakin valid alat ukurnya (Wijaya, 2013). Alat untuk mengukur uji validitas adalah teknik korelasi pearson product momen (Wijaya, 2013).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2011).

Uji Hipotesis

Uji t

Pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen digunakan uji t dengan rumus (Sugiyono, 2011)

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

r = korelasi product moment

n = banyaknya sampel

t = harga t yang dicari

Dengan hipotesis

$t_h > t_t$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

$t_h < t_t$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Nilai tabel dari distribusi t dengan menggunakan tingkat signifikan 5%.

Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen) digunakan uji F dengan rumus (Sugiyono, 2011).

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k-1)}{R^2 / (n-k)}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Banyaknya sampel

Dengan hipotesis

$F_h > F_t$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

$F_h < F_t$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Nilai tabel dari distribusi F dengan menggunakan tingkat signifikan 5% atau 0,05

Koefisien Determinasi

Dilakukan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan pengaruh dari variabel X (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen) dalam bentuk prosentase (%), dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2011).

Nilai R^2 dapat dicari dengan rumus :

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}$$

Dimana :

R = Koefisien Korelasi

b = Koefisien Regresi

$\sum xy$ = Jumlah Perkalian Skor Variabel X Dengan Variabel Y

$\sum y^2$ = Jumlah Kuadrat Skor Variabel

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Berdasarkan data yang didapat saat penyebaran kuesioner, langkah selanjutnya adalah melakukan olah data untuk diuji validitasnya. Adapun hasil uji validitasnya adalah sebagai berikut.

Analisis Pengaruh Kepuasan Pasien, Kualitas Pelayanan, Harga ...
(Petra Surya Mega Wijaya, Risela Lomi)

Tabel 1
 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pasien

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	keterangan
Kepuasan Pasien	1	0,741	0,1966	Valid
	2	0,696	0,1966	Valid
	3	0,661	0,1966	Valid
	4	0,709	0,1966	Valid
	5	0,730	0,1966	Valid

Tabel 2
 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	1	0,680	0,1966	Valid
	2	0,663	0,1966	Valid
	3	0,558	0,1966	Valid
	4	0,798	0,1966	Valid
	5	0,771	0,1966	Valid

Tabel 3
 Hasil Uji Validitas Harga

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	keterangan
Harga (X3)	1	0,680	0,1966	Valid
	2	0,746	0,1966	Valid
	3	0,708	0,1966	Valid
	4	0,702	0,1966	Valid
	5	0,644	0,1966	Valid

Tabel 4
 Hasil Uji Validitas Fasilitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	keterangan
Fasilitas (X4)	1	0,828	0,1966	Valid
	2	0,847	0,1966	Valid
	3	0,695	0,1966	Valid
	4	0,759	0,1966	Valid
	5	0,553	0,1966	Valid

Tabel 5
 Hasil Uji Validitas Loyalitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	keterangan
Loyalitas (Y)	1	0,711	0,1966	Valid
	2	0,638	0,1966	Valid
	3	0,668	0,1966	Valid
	4	0,767	0,1966	Valid
	5	0,688	0,1966	Valid

Berdasarkan pada Tabel 1 hingga Tabel 5 terlihat bahwa semua instrumen yang diuji sudah valid karena nilainya r-hitungnya lebih besar 0.1966.

Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas, selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas dengan standar minimal 0.7 (Sekaran, 2002 & Hair et al., 2009). Tabel 6 menampilkan hasil uji reliabilitas penelitian.

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Kepuasan Pasien	0,750	0.7	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,736	0.7	Reliabel
Harga	0,729	0.7	Reliabel
Fasilitas	0,793	0.7	Reliabel
Loyalitas	0,731	0.7	Reliabel

Berdasarkan Tabel 6 terlihat bahwa semua variabel yang diteliti telah memenuhi batas minimal suatu variabel dinyatakan reliabel yaitu di atas 0.7.

Hasil Uji Regresi Berganda

Setelah semua instrumen dinyatakan valid dan reliabel, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data yang masuk untuk pengujian hipotesis. Berikut ini akan disajikan hasil olah hipotesis.

Tabel 7
Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.325	.465		.698	.487
	Kepuasan pasien	.002	.089	.002	.019	.985
	Kualitas pelayanan	.215	.087	.221	2.465	.015
	Harga	.593	.093	.572	6.392	.000
	Fasilitas	.114	.052	.163	2.170	.033

Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk

Analisis Pengaruh Kepuasan Pasien, Kualitas Pelayanan, Harga ...
(Petra Surya Mega Wijaya, Risela Lomi)

menguji kuat tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individu (X) terhadap variabel dependen (Y), dikatakan signifikan apabila hasil uji sig di bawah atau sama dengan 0.05.

Dari Tabel 7 terlihat bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas memiliki pengaruh yang kuat pada variabel loyalitas pasien karena memiliki nilai sig di bawah 0.05, sedangkan variabel kepuasan pasien memiliki pengaruh yang lemah mempengaruhi variabel loyalitas pasien.

Uji F

Uji F merupakan uji nilai untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen yang ada merupakan penduga yang baik atau tidak bagi variabel dependen secara keseluruhan. Seluruh variabel independen dapat dikatakan memiliki pengaruh yang kuat jika memiliki nilai sig maksimal 0.05. Tabel 8 menunjukkan hasil uji F penelitian.

Tabel 8
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6.383	4	1.596	22.945	.000a
Residual	6.607	95	.070		
Total	12.990	99			

Berdasarkan Tabel 8 terlihat bahwa secara bersama-sama variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel dependen karena memiliki nilai sig sebesar 0.000.

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (X) secara menyeluruh terhadap variabel dependen (Y). Berikut ini adalah hasil uji Koefisien Determinasi (R²).

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701a	.491	.470	.26372

Dari Tabel 9 diketahui Koefisien Determinasi (R^2) dengan melihat nilai R Square sebesar 0,491 artinya variabel independen kepuasan pasien (X_1), kualitas pelayanan (X_2), harga (X_3) dan fasilitas (X_4) terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta (Y) adalah sebesar 49,1% sedangkan sisanya 50,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien

Hasil uji t diperoleh nilai t-hitung sebesar sebesar 0,019 dengan signifikan 0,985. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepuasan pasien memberikan pengaruh yang positif tidak signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.

Tidak signifikan menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pasien bukan berarti tidak berhubungan tetapi tidak selalu meningkatkan loyalitas. Artinya, dengan meningkatnya kepuasan pasien yang besar, tidak selalu menyebabkan peningkatan loyalitas. Hal ini disebabkan karena pelayanan yang dirasakan oleh pasien sudah terbiasa dengan pelayanan sebelumnya. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien terhadap loyalitas tetap memiliki pengaruh namun sangat kecil. Ini berarti bahwa meskipun pasien merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh Rumah Sakit Panti Rapih sudah baik dan kemudian pasien merasa senang namun belum tentu pasien akan tetap menggunakan pelayanan dari Rumah Sakit Panti Rapih serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. Dengan demikian hipotesis ke-1 "Kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta" tidak diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas

Hasil uji t diperoleh nilai t-hitung sebesar sebesar 2,465 dengan signifikan 0,015. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta. Dalam hal ini, pasien berpendapat bahwa Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta mampu memberikan pelayanan yang baik. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Michille dan Siagian (2019) dan Marcelitha (2013).

Hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang signifikan yang berarti semakin tinggi kualitas pelayanan di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta berarti berhubungan dan selalu meningkatkan loyalitas maka akan berdampak tingginya loyalitas Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta. Kondisi ini menjelaskan bahwa untuk menciptakan loyalitas tentu dapat dicapai

melalui kualitas pelayanan yang baik. Dengan demikian hipotesis ke-2 " Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta" diterima.

Pengaruh Harga terhadap Loyalitas

Hasil uji t diperoleh nilai t-hitung sebesar sebesar 6,392 dengan signifikan 0,000. Hasil pengujian menunjukkan harga memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Michille dan Siagian (2019) dan Marcelitha (2013).

Hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang signifikan yang berarti bahwa semakin baik penilaian pasien terhadap harga yang ditawarkan, maka akan semakin meningkatkan loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta. Dengan demikian hipotesis ke-3 " Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta" diterima.

Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas

Hasil uji t diperoleh nilai t-hitung sebesar sebesar 2,170 dengan signifikan 0,033. Hasil pengujian menunjukkan fasilitas memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Michille dan Siagian (2019) dan Marcelitha (2013).

Hasil penelitian ini menunjukkan kondisi yang signifikan yang berarti semakin lengkap fasilitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta berarti berhubungan dan selalu meningkatkan loyalitas maka akan berdampak tingginya loyalitas Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta. Dengan demikian hipotesis ke-4 " Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta" diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Kepuasan Pasien (X1) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.

Kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.

Harga (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.

Fasilitas (X4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan adalah bahwa Kepuasan Pasien memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta. Oleh karena itu, untuk dapat meningkatkan kepuasan pasien sebaiknya Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta perlu meningkatkan dan memfokuskan pada pelayanan yang diberikan agar bisa menjamin para pasien dalam memberikan tanggapan yang baik, empati dan berimbas kepada loyalitas di rumah sakit.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.M & Parves, N., 2009, Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty, *ABAC Journal*, 29(1): 24-38.
- Hair, J.F, Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C., 2009, *Multivariate Data Analysis*. 7th Ed, Prentice-Hall International, Inc.
- Michille & Siagian, H., 2019, Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Cafe Zybrick Coffee & Cantina, *AGORA Journal*, 7(1): 1-6.
- Marcelitha, T.M., 2013, The Impact Of Sevice Quality And Price To Customer Satisfactio And Customer Loyalty In Swiss-Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4): 1491-1498.
- Mowen, J.C., & Minor, M., 2007, *Perilaku Konsumen*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sekaran, U., 2002, *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*, 4th Ed, John Wiley & Sons Inc, Singapore.
- Dharmesta, 2008, *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Hurriyati, R., 2010, *Bauran Pemasaran dan Loyalita Konsumen*, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Kotler P., and Keller K., 2012, *Marketing Management*, 14th Ed. Pearson Prentice Hall.Inc.New Jersey
- Kotler P., 2008, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta:
- Kotler. P., & Armstrong, G., 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid Kedua, Edisi Kedua Belas, Pewnerbit Erlangga, Jakarta.

Analisis Pengaruh Kepuasan Pasien, Kualitas Pelayanan, Harga ...
(Petra Surya Mega Wijaya, Risela Lomi)

Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A., 1988, SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 12-40.

Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, F., & Chandra, G., 2016, *Service, Quality, and Satisfaction*, Edisi Keempat, Penerbit Andi Yogyakarta, Yogyakarta.

Wijaya, T., 2013, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis; Teori Dan Praktik*, Edisi Pertama-Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.