

PENGARUH BRAND IMAGE DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PASIEN DENGAN KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PASIEN POLIKLINIK RSUD DR.RASIDIN DI KOTA PADANG)

Azizah Febri Yanti¹, Irda²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: ¹⁾azizahfebyanti23@gmail.com, ²⁾irda@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Rumah sakit awalnya adalah suatu lembaga dengan fungsi sosial, namun terdapatnya rumah sakit swasta membuat rumah sakit memiliki acuan menjadi industri bidang pelayanan kesehatan melalui pengelolaan manajemen badan usaha, sehingga menimbulkan persaingan antar rumah sakit yang dimiliki pemerintah ataupun swasta. [1]. Semua rumah sakit berlomba-lomba agar konsumen tertarik menggunakan jasa miliknya (Sanggarwati & Laily, 2023). [2]. cara membandingkan antara barang atau jasa yang mereka peroleh dengan apa yang dikorbankan (biaya) untuk barang atau jasa tersebut (Tama et al., 2024). [3]. Rumah sakit merupakan sarana dan fasilitas kesehatan yang disediakan baik oleh pemerintah maupun lembaga swasta. Rumah sakit menjadi wadah yang memberikan jasa kesehatan bagi pasien dengan memberikan sejumlah ragam pelayanan diantaranya rawat inap, rawat jalan memiliki sejumlah poli khusus, dan instalasi gawat darurat (Nyoman et al., 2023). [4]. Berdasarkan dari data dapat dilihat bahwa kunjungan pasien poliklinik di RSUD dr.Rasidin Kota Padang tahun 2019 cenderung mengalami kenaikan. Namun, sejak tahun 2020 – 2021 kunjungan pasien poliklinik di RSUD dr.Rasidin Kota Padang tersebut mengalami penurunan yang drastis dimana pada tahun 2020 total kunjungan pasien poliklinik 26.749 pasien, kemudian ditahun 2021 total menjadi 31.939 pasien, meskipun ditahun 2022 – 2023 total pasien di RSUD dr.Rasidin Kota Padang mengalami kenaikan Kembali. Selanjutnya, di tahun 2024 pasien poliklinik di RSUD dr.Rasidin menurun sangat drastis dengan total pasien 33.839. oleh karena itu, poliklinik di RSUD dr.Rasidin perlu meningkatkan pelayanannya dengan baik agar pasien merasa puas untuk berkunjung ke RSUD dr.Rasidin Kota Padang. [5]. Untuk mengungkapkan fenomena terkait Loyalitas Pasien pada RSUD dr. Rasidin di Kota Padang, maka dilakukan survey awal mengenai Loyalitas Pasien dengan melibatkan 30 responden bahwa skor rata-rata jawaban responden adalah 2,83 dengan TCR sebesar 56,6%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Loyalitas pasien terhadap RSUD dr.Rasidin di kota Padang masih tergolong ke dalam kategori rendah (Arikunto, 2006). [6]. Brand (merek) menjadi peran terpenting bagi perusahaan dikarenakan merek bisa mengidentifikasi jasa ataupun merek yang hendak

digunakan. Selain itu merek ialah media yang digunakan perusahaan yang akan menyajikan suatu hal untuk konsumen (Sanggarwati & Laily, 2023). [7]. fasilitas merupakan objek penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, kepuasan permintaan dan kenyamanan pengguna jasa. Jika pelayanan yang diberikan memenuhi persyaratan maka pelanggan akan merasa puas (bilal mahardhika ramdhani, 2024). [8]. Kepuasan pelanggan, merujuk pada perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan jasa yang diharapkan dengan kinerja yang sebenarnya diterima (david sebastian, tin agustina karnawati, 2024).

METODE

Objek dalam penelitian ini adalah pasien poliklinik di RSUD dr.Rasidin yang berdomisili di kota padang, provinsi sumatera barat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien Poliklinik di RSUD dr.Rasidin kota padang yang jumlahnya 500 orang. Teknik penelitian ini menggunakan *Probability sampling* yaitu sebuah Teknik *sampling* dengan setiap komponen populasi memiliki sampel penelitian ini menentukan jumlah sampel melalui rumus *slovin* [9]. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 83 sampel. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik analisis data menggunakan *software Smart PLS 3.0* menggunakan uji *Measurement Model Assesment* (MMA) dengan metode *convergent validity* dan *discriminant validity*. Selanjutnya menggunakan analisis *R square*, dan menggunakan uji *Structural Model Assesment* (SMA) untuk uji hipotesis [10].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Structural Model Assesment (SMA) merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Pengujian SMA menggunakan prosedur *bootstrapping*. Hasil pengujian hipotesis dapat dikatakan diterima apabila memiliki *T Statistic* besar dari 1,96 dan *P values* kurang dari 0,05.

Tabel 1. Hasil Analisis *Structural Model Assesment*

	Original Sample	T Statistics	P Values	Ket.
Brand Image -> Loyalitas Pasien	-0,172	1,341	0,090	Ditolak
Fasilitas -> Loyalitas Pasien	0,698	3,109	0,001	Diterima
Brand Image -> Kepuasan Pasien	-0,495	2,421	0,008	Diterima
Fasilitas -> Kepuasan Pasien	1,379	7,558	0,000	Diterima
Kepuasan Pasien -> Loyalitas Pasien	0,403	2,246	0,013	Diterima

Berdasarkan tabel 1 diatas bahwa Pengaruh brand image terhadap loyalitas pasien memiliki original sample 0,172 (bertanda negatif), T statistics 1,341 (kecil dari 1,96) dan P values 0,090 (besar dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa brand image tidak berpegaruh positif terhadap loyalitas pasien (H1 ditolak).

Pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pasien memiliki original sample 0,698 (bertanda positif), T statistics 3,109 (besar dari 1,96) dan P values 0,001 (kecil dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpegaruh positif terhadap loyalitas pasien (H2 diterima).

Pengaruh brand image terhadap kepuasan pasien memiliki original sample 0,495 (bertanda negatif), T statistics 2,421 (besar dari 1,96) dan P values 0,008 (kecil dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa brand image berpegaruh positif terhadap kepuasan pasien (H3 diterima).

Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien memiliki original sample 1,379 (bertanda positif), T statistics 7,558 (besar dari 1,96) dan P values 0,000 (kecil dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpegaruh positif terhadap kepuasan pasien (H4 diterima).

Pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien memiliki original sample 0,403 (bertanda positif), T statistics 2,246 (besar dari 1,96) dan P values 0,013 (besar dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien berpegaruh positif terhadap loyalitas pasien (H5 diterima).

Tabel 2. Hasil Analisis *Structural Model Assesment*

	Original Sample	T Statistics	P Values	Ket.
Brand Image -> Kepuasan Pasien	-0,200	1,805	0,036	Diterima
Fasilitas -> Kepuasan Pasien	0,556	2,271	0,012	Diterima

Berdasarkan tabel 2 diatas Hasil analisis tentang dampak kepuasan pasien sebagai variabel mediasi antara brand image dan loyalitas pasien (BI→KP→LP) memiliki original sample 0,200, T statistics sebesar 1,805 (kecil dari 1,96) dan P values 0,036 (besar dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien terbukti memediasi hubungan antara brand image dan loyalitas pasien, sehingga H6 diterima.

Selanjutnya, Hasil analisis tentang dampak kepuasan pasien sebagai variabel mediasi antara fasilitas dan loyalitas pasien (F→KP→LP) memiliki original sample 0,556, T statistics sebesar 2,271 (besar dari 1,96) dan P values 0,012 (besar dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien terbukti memediasi hubungan antara fasilitas dan loyalitas pasien, sehingga H7 diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini adalah Brand Image tidak berpegaruh positif terhadap Loyalitas Pasien pada RSUD dr.Rasidin di Kota Padang. Fasilitas berpegaruh positif terhadap Loyalitas Pasien pada RSUD dr.Rasidin di Kota Padang. Brand Image berpegaruh positif terhadap Kepuasan Pasien pada RSUD dr.Rasidin di Kota Padang. Fasilitas berpegaruh positif terhadap Kepuasan Pasien pada RSUD dr.Rasidin di Kota Padang. Kepuasan Pasien berpegaruh positif terhadap Loyalitas Pasien pada RSUD dr.Rasidin di Kota Padang. Kepuasan Pasien memediasi hubungan antara Brand Image dan Loyalitas Pasien pada RSUD dr.Rasidin di Kota Padang. Kepuasan Pasien memediasi hubungan antara Fasilitas dan Loyalitas Pasien pada RSUD dr.Rasidin di Kota Padang. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada RSUD di daerah-daerah lainnya. bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya . Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 83 orang

responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] bilal mahardhika ramdhani, dadan ahmad fad. (2024). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Di Klinik Marhamah Bilal Mahardhika Ramdhani 1 , Dadan Ahmad Fadili 2 1,2 Universitas Singaperbangsa Karawang*. 10(2), 236–241.
- [2] david sebastian, tin agustina karnawati, moh bukhori. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Praktek Bidan Megawati Me nu ru t (Fandy Tjiptono & Anastasia*. 15(2), 317–329.
- [3] Nyoman, N., Martini, P., Rokhmah, A., & Susbiyani, A. (2023). *Pengaruh Customer Relationship Management Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pasien Instalasi Hyperbaric Rumah Sakit Paru Jember*. 3, 2023.
- [4] Sanggarwati, A. J., & Laily, N. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 2(4), 368–382. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v2i4.6290>
- [5] Tama, D. R., Hasyim, H., & Hilmy, M. R. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Pelayanan Kesehatan di Instalasi Rawat Inap RSUP Dr Sitanala Tangerang. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(1), 473–488.