

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Endang Megawati
ayuuendang@yahoo.com
Tri Yuniati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research is meant to find out the influence of service quality to the patient loyalty, to find out the influence of service quality to the patient satisfaction, to find out the influence of service quality to the patients loyalty with the patient satisfaction of BPJS as the intervening variable at Rumah Sakit Islam Jemursari. The sample collection method has been done by using non probability sampling method i.e. purposive sampling which is gives it to the respondents which meet the criteria. The determination of samples has been done by using the slovin formula and 100 respondents have been obtained as samples. The population is all patients of BPJS users at hospital who have used it more than once. The analysis technique has been done by using path analysis. The result of t test has been done by using goodness of fit to show that service quality has positive and significant influence to the patient loyalty, service quality has positive and significant influence to the patient satisfaction, service quality has significant influence to the patient loyalty, service quality has significant influence to the patient loyalty, service quality has influence to the patient loyalty with the patients satisfaction of BPJS users as the intervening variable at Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya.

Keywords: Service Quality, Loyalty, Satisfaction, BPJS.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien BPJS sebagai variabel intervening di Rumah Sakit Islam Jemursari. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* tepatnya menggunakan *purposive sampling* yaitu memberikan kepada responden yang memenuhi kriteria. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dan didapatkan hasil sebesar 100 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien pengguna BPJS yang ke Rumah Sakit lebih dari sekali. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis jalur (*path analysis*). Hasil pengujian dengan menggunakan uji *goodness of fit* menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Pasien, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pasien, kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien pengguna BPJS sebagai variabel Intervening pada Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas, Kepuasan, BPJS

PENDAHULUAN

Menghadapi perkembangan rumah sakit saat ini, dimana rumah sakit tidak lagi sebagai badan atau lembaga yang berfungsi sosial melainkan suatu industri yang bertujuan untuk membantu masyarakat banyak dan bergerak dalam melayani kesehatan masyarakat dengan pengelolaan yang berdasarkan manajemen yang sama dengan badan usaha. Rumah sakit yang handal pasti memerlukan teknologi yang mutakhir agar pelayanan yang diberikan bisa sangat memuaskan dan pasti berbiaya tinggi dan memerlukan modal yang sangat besar serta tenaga yang ahli sesuai dengan proposi keahliannya.

Menurut Muninjaya (2011:21), saat ini rumah sakit harus dapat menyesuaikan perkembangan teknologi medis untuk menunjang kemudahan-kemudahan dalam mendeteksi berbagai kemungkinan penyakit yang ada pada pasien. Hal ini juga mempermudah dalam hal pelayanannya. Produk umum industri rumah sakit adalah jasa kesehatan masyarakat.

Rumah sakit harus memberikan pelayanan yang memuaskan seperti yang diharapkan oleh pasien sehingga dapat menciptakan pasien yang loyal. Karena besarnya biaya operasional rumah sakit upaya yang dilakukan adalah dengan meningkatkan pendapatan dari layanan kesehatan yang berasal dari layanan medis, non medis, maupun hal-hal yang berkaitan dengan pelayanan kesehatan. Sehingga rumah sakit harus memberikan kualitas pelayanan guna meningkatkan kunjungan dan memberikan kesan berkualitas dalam menangani setiap pasien.

Menurut Boone dan Kurtz (2010: 439) bahwa kualitas layanan menentukan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Kualitas layanan adalah awal dari kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dijelaskan sebagai berikut: "*if the service perform at the level that is expected or predicted, the satisfaction level is considered to be just OK*" artinya jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai yang diharapkan maka akan memberikan kepuasan. Sehingga untuk mencapai tingkat kepuasan maksimal maka kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan dan diperbaiki.

Menurut Lupiyoadi (2013:232) Signifikansi loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Sehingga pasien yang loyal seperti *asset* bagi rumah sakit dimana dapat pasien akan datang kembali ketika kesehatannya terganggu juga akan memberikan efek yang sangat baik bagi rumah sakit ketika ada isu yang tidak enak didengar, biasanya pasien yang loyal akan menyangkal dan memberi berita yang jelas sehingga nama baik rumah sakit tetap terjaga. Pasien yang loyal dan puas terhadap pelayanan rumah sakit pastinya akan memberitahukan ke setiap orang ketika mereka membutuhkan atau mencari rumah sakit yang handal dan bekerja sama dengan BPJS

Menurut Tjiptono (2011:122) bahwa keuntungan lain dari loyalitas yaitu menurunkan biaya pemasaran. Mempersingkat waktu dan biaya transaksi, menurunkan biaya *turn over* dan *word of much* yang positif. Dengan begini rumah sakit dapat menghemat pengeluaran di divisi pemasaran dan memperkuat di divisi pelayanan pasien untuk memuaskan pasien.

Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktivitas dan suatu produk yang diharapannya (Nursalam, 2011:328), sehingga pasien dapat merasakan bagaimana cara mereka dilayani dan diperlakukan karena sebagian besar rumah sakit milik pemerintah tidak memberikan pelayanan yang manusiawi terkadang semakin menyulitkan pasien dengan banyak alasan yang cukup menyulitkan dan berbelit. Pemenuhan hak dasar dalam pelayanan kesehatan adalah salah satu kebijakan yang dikeluarkan pemerintah dalam strategi penanggulangan kemiskinan. Pada dasarnya ingin mendapatkan pelayanan yang berkualitas yang dapat menimbulkan kepuasan pasien untuk menggunakan jasa layanan kesehatan. Rumah Sakit Islam Surabaya Jemursari sesuai dengan visinya menjadi Rumah Sakit Islam Berstandart Internasional.

Dengan paparan di atas pemerintah ikut berperan dengan adanya layanan BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) adalah badan hukum publik yang dibentuk untuk menyelenggarakan program jaminan sosial. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah: (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien, (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien, (3) Apakah kepuasan pasien BPJS berpengaruh terhadap loyalitas pasien, (4) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas pasien dengan kepuasan pasien pengguna BPJS sebagai variabel intervening Di Rumah Sakit Islam Surabaya Jemursari?

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pasien, (2) mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, (3) mengetahui pengaruh kepuasan pasien BPJS terhadap loyalitas pasien, (4) mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pasien dengan kepuasan pasien pengguna BPJS sebagai variabel intervening Di Rumah Sakit Islam Surabaya Jemursari

TINJAUAN TEORETIS DAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock *et al.* (2010:154) mendefinisikan kualitas layanan berbasis pengguna dimulai dengan premis bahwa kualitas terletak di mata orang yang melihatnya. Definisi ini menyamakan kualitas dengan kepuasan maksimum. Perspektif yang subjektif dan berorientasi pada kebutuhan ini mengakui bahwa pelanggan yang berbeda memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda pula. Kesimpulan yang dapat diambil dari definisi di atas adalah setiap orang membutuhkan kebutuhan dan mempunyai keinginan yang berbeda setiap orangnya tetapi pelanggan tetap ingin mendapatkan pelayanan yang sama dengan kualitas yang terbaik. Bagi pemberi layanan juga harus memberikan pelayanan yang sama tidak perlu membedakan layanan. Biasanya terjadi diantara sikaya dan simiskin. Dengan pelayanan yang baik juga dapat memberikan rasa senang atas keinginan pelayanan yang diharapkan. Seperti memberikan kepuasan atas harapan yang tinggi.

Menurut Boone dan Kurtz (2010: 439) bahwa kualitas layanan menentukan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Kualitas layanan adalah awal dari kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dijelaskan sebagai berikut: "*if the service perform at the level that is expected or predicted, the sarisfaction level is considered to be just OK*" artinya jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai yang diharapkan maka akan memberikan kepuasan. Sehingga untuk mencapai tingkat kepuasan maksimal maka kualitas pelayanan harus terus ditingkat dan diperbaiki.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:681) menyatakan bahwa "*Quality is the totally and characteristics of the product and service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*" maksud dari definisinya adalah kualitas merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung dan tidak langsung.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2008 : 40) mengatakan bahwa ada 5 (lima) dimensi pokok yang dapat digunakan untuk menilai kualitas pelayanan yaitu: (1) *Tangible*, merupakan tampilan fisik. (2) *Reliability*, merupakan Kendalan. (3) *Responsiveness*, merupakan daya tanggap. (4) *Assurance*, merupakan Jaminan. (5) *Emphaty*, merupakan kepedualian.

Prinsip - Prinsip Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan juga mempunyai prinsip agar pelayan yang diberikan tidak menyalahi aturan yang telah ditetapkan. Berikut prinsip kualitas pelayanan (Tjiptono 2011:75) adalah:

Kepemimpinan. Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimin perusahaan untuk meningkatkan strategi kinerja kualitasnya tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak maka usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari manajemen puncak berdampak kecil terhadap perusahaan.

Pendidikan. Semua personil perusahaan mulai dari manajemen puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek perlu mendapatkan penekanan pada pendidikan tersebut. Meliputi konsep kualitas sebagai bisnis,

alat teknik implementasi strategi bisnis kualitas dan perencanaan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

Perencanaan. Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam perusahaan untuk mencapai visinya.

Review. Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjalin adanya perhatian yang konstan dan terus menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

Komunikasi. Implementasi strategi kualitas dalam orang, dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan dan pemilik perusahaan.

Penghargaan dan Pengukuran. Merupakan aspek penting dalam implementasi strategi kualitas setiap karyawan yang berprestasi tersebut diakui agar dapat memberikan kontribusi yang besar bagi perusahaan dan pelanggan yang dilayaninya.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Lovelock (2011:338) loyalitas pelanggan yaitu kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikannya kepada pihak lain. Kesetiaan konsumen tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari konsumen itu sendiri dari pembelian konsisten sepanjang waktu. Bila yang didapat sudah sesuai dikatakan bahwa telah timbul kesetiaan konsumen.

Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (2009:31) karakteristik pembelian yang loyal berdasarkan perilaku konsumen sebagai berikut: (a) Melakukan pembelian berulang secara teratur. (b) Membeli antar lini produk dan jasa. (c) Mereferensikan kepada orang lain. (d) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari perusahaan lain

Pelanggan yang loyal terjadi secara bertahap dan prosesnya berlangsung lama, dengan pelayanan dan perhatian yang berbeda untuk setiap konsumen. Sehingga perusahaan bisa membentuk calon pelanggan yang loyal apabila setiap tahapan dan kebutuhan setiap konsumen terpenuhi dan pelayanan yang diberikan jauh dari keinginan konsumen.

Dimensi Loyalitas Pelanggan

Menurut Lupiyoadi (2013: 239) merumuskan bahwa dimensi loyalitas pelanggan yaitu: (1) Loyalitas atau kesetiaan kepada perusahaan (*Loyalty*), (2) Keinginan untuk beralih produk (*switch*), (3) Kemauan untuk membayar lebih (*willingness to pay more*), (4) Respon lingkungan eksternal pada penyelesaian masalah (*External response to problem*), (5) Respon lingkungan internal pada penyelesaian masalah (*Internal response to problem*)

Keuntungan Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap peningkatan 5% pada kesetiaan pelanggan dapat meningkatkan keuntungan 25%-85%, sehingga bisa dikatakan bahwa keberhasilan perusahaan bisa ditentukan oleh loyalitas pelanggan. Dari penjabaran loyalitas sendiri keuntungannya adalah : (a) Meningkatkan pembelian ulang, (b) Berkurangnya perpindahan pelanggan ke pesaing, (c) Promosi secara positif kepada kerabat dan teman-teman, (d) Meningkatkan Laba perusahaan.

Dapat diambil kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan perusahaan akan memberikan keuntungan yang sangat besar tidak hanya kepada profit perusahaan melainkan juga untuk

kesejahteraan karyawan karena akan merasa nyaman dengan keadaan perusahaan sendiri dan akan memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen. Dan bagi konsumen pasti sangat menyukai jika diberikan pelayanan yang memuaskan dan bagi perusahaan dapat memperbesar *market share* dan bisa melakukan perluasan produk baik secara tempat maupun jumlah produk.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktivitas dan suatu produk yang diharapannya (Nursalam, 2011:328).

Kepuasan pelanggan sebagai suatu pembelian tergantung pada kinerja produk actual, sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Konsumen memiliki berbagai macam tingkatan kepuasan. Jika keberadaan suatu produk berada di bawah harapan pembeli, maka konsumen akan merasa puas. Kepuasan konsumen adalah tingkatan perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapan (Kotler dan Armstrong, 2012: 546)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang yang timbul terhadap aktivitas yang diterima baik berupa produk atau jasa sesuai yang diharapkan dalam upaya memenuhi kebutuhan pelanggan. Sehingga mempengaruhi perilaku konsumen dan dapat memberikan dampak yang bagus bagi perusahaan dan bisa menjadikan atau membentuk calon pelanggan yang loyal.

Faktor Kepuasan Pelanggan

Menurut Swasta (2010:114) menyatakan bahwa 5 (lima) penggerak utama kepuasan pelanggan antara lain:

Kualitas pelayanan. Konsumen akan puas kalau setelah menggunakan jasa tersebut, ternyata sesuai atau malah melampaui harapan. Kualitas layanan di pengaruhi oleh yaitu: sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia mempengaruhi sekitar 70% oleh karena itu kepuasan terhadap kualitas pelayanan sulit ditiru oleh perusahaan lain.

Harga Untuk konsumen yang sensitive terhadap harga. Biasanya harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi.

Faktor Emosional. Faktor emosional adalah rasa bangga, rasa percaya diri, bagian dari kelompok orang penting, contohnya: *emotional value* yang mendasari kepuasan konsumen.

Lokasi. Lokasi (*place*) lebih mengarah pada lokasi pembangunan usaha. Lokasi adalah salah satu faktor yang penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Pada lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama, oleh karyawan yang sama banyak dan terampil, dan sama-sama punya *setting ambience* yang bagus.

Kemudahan untuk mendapat jasa tersebut. Konsumen akan semakin puas apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan pelayanan.

Manfaat Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat antara lain: hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono , 2011: 349)

Kepuasan pelanggan menjadi sangat penting bagi divisi pemasaran karena dapat menjadi tombak dalam dunia pemasaran karena pelanggan yang loyal akan menyebarkan cerita positif sesuai dengan pengalaman yang diterima dan akan menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu perusahaan, dan dapat menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru. Pelanggan baru akan sangat tertarik ketika sang pemberi informasi atau pembawa

berita merasa sangat dipuaskan dengan pelayanan dari perusahaan tersebut sehingga pelanggan baru segera mencoba dengan perusahaan tersebut dan membuktikan apa pelayanannya memang begitu mengesankan dan memudahkan bagi pelanggan. Dan bagi penyedia layanan juga harus siap sedia dalam menanggapi respon yang kurang baik atau yang baik.

Perusahaan juga harus menemukan inovasi-inovasi baru dalam memberikan pelayanan sehingga setiap pelanggan datang dapat menerima sesuatu yang berbeda memberikan pengalaman yang berbeda tapi tetap memuaskan dan menjadikan pelanggan baru menjadi loyal dan pelanggan lama tetap loyal dan tetap memasarkan perusahaan secara tidak langsung.

Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan (BPJS)

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan adalah badan hukum yang didirikan untuk melaksanakan program Jaminan Kesehatan. BPJS Kesehatan mulai beroperasi sejak tanggal 1 Januari 2014 yang sebelumnya dengan nama JAMKESNAS (Jaminan Kesehatan Nasional). Jaminan Kesehatan adalah jaminan berupa perlindungan kesehatan agar peserta memperoleh kebutuhan dasar kesehatan yang diberikan kepada setiap orang yang telah membayar iuran atau iurannya dibayar oleh pemerintah.

Hak peserta BPJS (a) Mendapatkan kartu peserta sebagai bukti sah untuk memperoleh pelayanan kesehatan. (b) Memperoleh manfaat dan informasi tentang hak dan kewajiban serta prosedur pelayanan kesehatan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. (c) Mendapatkan pelayanan kesehatan di fasilitas kesehatan yang bekerjasama dengan BPJS kesehatan. (d) Menyampaikan keluhan atau pengaduan, kritik dan saran secara lisan atau tertulis ke Kantor BPJS Kesehatan.

Kewajiban Peserta BPJS. (a) Mendaftarkan dirinya sebagai peserta serta membayar iuran yang besarnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. (b) Melaporkan perubahan data peserta, baik karena pernikahan, perceraian, kematian, kelahiran, pindah alamat atau pindah fasilitas kesehatan tingkat I. (c) Menjaga Kartu Peserta agar tidak rusak, hilang atau dimanfaatkan oleh orang yang tidak berhak. (d) Mentaati semua ketentuan dan tatacara pelayanan kesehatan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

Pelanggan yang puas akan layanan yang kita berikan akan menjadi loyal terhadap barang atau jasa yang pelanggan gunakan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan sangat memuaskan dan baik dapat bermanfaat untuk perusahaan yaitu memberi keuntungan maksimal bagi pelanggan dan berdampak positif kepada perusahaan dengan menciptakan pelanggan yang loyal.

Menurut Lovelock (2011:338) loyalitas pelanggan yaitu kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikannya kepada pihak lain.

Menurut Hurriyati (2008:127) bahwa komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimana yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Sehingga pelanggan akan melakukan konsumsi yang lebih besar dalam pemakaian jasa atau produk daripada pemakaiannya sebelumnya. Dengan hubungan yang bertahan lama maka akan tercapai hubungan jangka panjang yang akan menolak atau membatasi atas penawaran produk sejenis. Dan akan memberikan referensi kepada orang lain ini adalah dampak

positif yang sangat menguntungkan bagi rumah sakit karena dapat mengurangi biaya promosi.

H₁ : Diduga kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Islam Surabaya Jemursari.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen yaitu kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan, kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dari penjabaran tersebut dapat ditarik kesimpulan kualitas yang dilakukan secara totalitas memang membutuhkan biaya yang cukup besar tetapi juga efek yang ditimbulkan kepada pelanggan juga sangat besar yaitu kepuasan konsumen yang menjadi pokok keinginan setiap rumah sakit. Dengan meningkatkan kinerja yang positif dan menghilangkan kinerja negative dilakukan untuk mendapatkan tujuan rumah sakit yaitu kualitas yang mendukung dengan kebutuhan pasien bahkan melebihi harapan yang diinginkan.

Pada dasarnya kepuasan pasien dan ketidakpuasan pasien akan jasa yang diterima berpengaruh pada perilaku selanjutnya yaitu apabila pasien terpuaskan maka pasien akan melakukan pembelian ulang atau melakukan pemeriksaan ulang atau akan menginap kembali ketika pasien sedang mengalami masalah dengan kesehatan. Sedangkan pelanggan yang tidak terpuaskan juga dapat dilihat dari sikapnya yaitu tidak akan menggunakan jasa rumah sakit itu lagi atau bisa juga melaporkan ke polisi atas ketidakmampuan rumah sakit dalam melakukan pelayanan atau penyalahgunaan jasa seperti keteledoran dokter seperti kasus Malpraktek atau seperti penjualan bayi atau tertukarnya bayi. Sebaliknya untuk pasien yang terpuaskan akan memberikan referensi yang baik kepada orang lain baik kepada teman, sahabat, juga saudara sehingga dapat menjadi peluang bagi rumah sakit untuk mendapatkan pasien yang loyal.

H₂ : Diduga kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien pengguna BPJS di Rumah Sakit Islam Surabaya Jemursari.

Kepuasan pasien pengguna BPJS sebagai variabel intervening.

Menurut Tjiptono (2011: 473) kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis menjadi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Dimana pasien yang akan menjadi asset bagi perusahaan sehingga hubungan yang baik perlu di tingkatkan dan selalu di jalin agar tetap menjadi keuntungan rumah sakit, karena pasien yang kecewa bisa menjadi boomerang bagi rumah sakit. Tidak hanya berpindah rumah sakit juga akan menyebarkan ketidakpuasannya ke khalayak umum. Hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah dimana konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek perusahaan.

Sedangkan melalui kepuasan pasien akan berpengaruh terhadap bertahannya pelanggan pada saat perubahan dilakukan pada tingkat kepuasan rata-rata. Dua rumah sakit mungkin akan memiliki tingkat kepuasan yang sama tetapi hubungan dengan bertahannya pelanggan akan berbeda. Kualitas layanan dan loyalitas pasien melalui kepuasan dapat dipahami dengan melihat daya Tarik masing-masing alternative dan juga kesulitan-

kesulitan yang dihadapi dalam penerapannya. Rumah sakit yang mau berkembang dan yang mau mengikuti perkembangan teknologi yang akan tetap bertahan dan dengan memperbaiki kualitas pelayanan serta menciptakan program-program khusus agar pasien tetap setia pada rumah sakit. Berdasarkan ketertarikan pasien atas pelayanan yang diberikan rumah sakit maka sifat loyalitas dan sikapnya akan dihubungkan dengan pola penggunaan jasa rumah sakit secara berulang. Pasien yang loyal sangat penting keberadaannya karena akan bersedia menggunakan rumah sakit secara berulang dan juga mereferensikan kepada orang lain dan ini akan menjadi keuntungan jangka panjang bagi rumah sakit. Dan dapat mempersingkat waktu pemasaran serta dapat menurunkan biaya bagian promosi, bisa meningkatkan pendapatan rumah sakit.

H₃ : Diduga kepuasan pasien BPJS di Rumah sakit Islam Surabaya Jemursari mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pasien.

H₄ : Diduga kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien pengguna BPJS sebagai variabel intervening pada Rumah sakit Islam Surabaya Jemursari.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien pengguna BPJS yang ke Rumah Sakit Lebih dari Sekali baik dari pihak keluarga maupun dari pihak pasien sendiri. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut: (1) Responden adalah pasien pengguna BPJS. (2) Berumur 17 tahun keatas, (3) Pasien yang berkunjung lebih dari satu kali. Sehingga didapatkan sampel sebanyak 100 responden.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan yaitu tingkat keunggulan yang sangat diharapkan dan Sebagai pengendali atas pelayanan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan sebagai berikut: (a) Bukti Fisik. (b) Keandalan. (c) Daya Tanggap. (d) Jaminan. (e) Kepedulian.

Variabel Dependen

Loyalitas Pasien

Loyalitas Pasien dalam penelitian ini sebagai variabel dependen. Loyalitas Pasien yaitu suatu tingkat kecenderungan psikologis dari sikap dan perilaku konsumen yang positif, konsisten dan berulang-ulang untuk melakukan suatu aktifitas. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pasien sebagai berikut: (a) Berobat Kembali. (b) Merekomendasikan Rumah sakit Kepada Orang Lain. (c) Rumah Sakit Pilihan

Variabel Intervening

Kepuasan Pasien

Kepuasan Pasien dalam penelitian ini sebagai Variabel *Intervening*. Kepuasan Pasien yaitu perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktivitas dan suatu pelayanan yang diharapkan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pasien sebagai berikut: (a) Kinerja Rumah Sakit sesuai Harapan, (b) Merasa nyaman dengan perawatan yang diterima, (c) Puas dengan pelayanan yang di terima.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian akan diuji dengan dua persamaan regresi yang berbeda, yaitu :

- (1) $KPS = a + bKP + e_1$
- (2) $LP = a + bKP + bKPS + e_2$

dalam hal ini:

- KPS : Kepuasan Pasien.
- LP : Loyalitas Pasien.
- KP : Kualitas Pelayanan.
- a : Konstanta.
- $b_1 - b_2$: Koefisien regresi.
- e : Error

Persamaan regresi 1 akan digunakan untuk menguji apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien (H_2).

Persamaan regresi 2 digunakan untuk menguji apakah Kepuasan Pasien berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan Kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien (H_1, H_3). Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur, yaitu dengan membandingkan nilai *standardized coefficient* persamaan regresi 1 dengan *standardized coefficient* persamaan regresi 2. Dimana yang memiliki nilai lebih besar maka pengaruh itulah yang menyatakan hubungan yang sebenarnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan atas item-item pertanyaan pada kuesioner yaitu dengan jalan menghitung koefisien korelasi dari tiap-tiap pertanyaan dengan skor total yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan angka kritis *r product moment*. Tujuan dari uji validitas data adalah untuk melihat apakah variabel atau pertanyaan yang diajukan mewakili segala informasi yang seharusnya diukur atau validitas menyangkut kemampuan suatu pertanyaan atau variabel dalam mengukur apa yang harus diukur.

Menurut sekaran (2011: 22) apakah item-item pertanyaan yang diajukan peneliti memang mengukur 1 *konstruk*, bukannya mengukur *kontruks* yang lain. Jika hasil korelasi antara tiap pertanyaan dengan skor total menunjukkan hasil yang signifikan (signifikan < 0,005 dan korelasi > 0,4).

Tabel 1
Hasil Analisis Uji Validitas

Variabel	Sub Variabel	Indikator	sig	α	Ket
Kualitas Pelayanan (KP)	Bukti Fisik (KP1)	KP1.1	.000	0.05	Valid
		KP1.2	.000	0.05	Valid
		KP1.3	.000	0.05	Valid
		KP1.4	.000	0.05	Valid
	Keandalan (KP2)	KP2.1	.000	0.05	Valid
		KP2.2	.000	0.05	Valid
		KP2.3	.000	0.05	Valid
		KP2.4	.000	0.05	Valid
	Daya Tanggap (KP3)	KP3.1	.000	0.05	Valid
		KP3.2	.000	0.05	Valid
		KP3.3	.000	0.05	Valid
		KP3.4	.000	0.05	Valid
	Jaminan (KP4)	KP4.1	.000	0.05	Valid
		KP4.2	.000	0.05	Valid
		KP4.3	.000	0.05	Valid
		KP4.4	.000	0.05	Valid
	Empati (KP5)	KP5.1	.000	0.05	Valid
		KP5.2	.000	0.05	Valid
		KP5.3	.000	0.05	Valid
		KP5.4	.000	0.05	Valid
Loyalitas Pasien (LP)	Pembelian Uang (LP1)	LP1.1	.000	0.05	Valid
		LP1.2	.000	0.05	Valid
		LP1.3	.000	0.05	Valid
	Rekomendasi (LP2)	LP2.1	.000	0.05	Valid
		LP2.2	.000	0.05	Valid
		LP2.3	.000	0.05	Valid
	Kebal dari Pesaing (LP3)	LP3.1	.000	0.05	Valid
		LP3.2	.000	0.05	Valid
		LP3.3	.000	0.05	Valid
Kepuasan Pasien (KPS)	Nilai Pasien (KPS1)	KPS1.1	.000	0.05	Valid
		KPS1.2	.000	0.05	Valid
		KPS1.3	.000	0.05	Valid
	Respon Pasien (KPS2)	KPS2.1	.000	0.05	Valid
		KPS2.2	.000	0.05	Valid
		KPS2.3	.000	0.05	Valid
	Persepsi pasien (KPS3)	KPS3.1	.000	0.05	Valid
		KPS3.2	.000	0.05	Valid
		KPS3.3	.000	0.05	Valid

Sumber data: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan pada Tabel 1, dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan mengenai dari seluruh variabel 38 item, mempunyai nilai $r_{\text{hasil}} >$ dari r_{tabel} , dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, maka hal ini berarti bahwa seluruh item pertanyaan yang berjumlah 38 item tersebut seluruhnya valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara *one shot methode* atau pengukuran sekali saja. Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat *cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60. (Ghozali, 2011: 42). Dari hasil uji reliabilitas nilai *cronbach alpha* dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 2
Reliability Statistic

Variabel	Cronbach alpha	Koefisien Alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,689	0,60	Reliabel
Loyalitas Pasien	0,749	0,60	Reliabel
Kepuasan Pasien	0,627	0,60	Reliabel

Sumber data: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data kuesioner yang peneliti gunakan dalam penelitian ini sudah sangat representatif dalam arti kata pengukuran datanya sudah dapat dipercaya (*reliabel*). Setelah dilakukan pengujian instrumen yang mana hasilnya menyatakan bahwa data penelitian adalah valid dan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas. Nilai *tolerance* semua variabel bebas lebih besar dari 0,10, demikian pula nilai VIF semuanya kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengindikasikan adanya multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola grafik *scatterplot*. Hasil dari grafik *scatterplot* menunjukkan atas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas pada model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi linier berganda layak digunakan untuk interpretasi dan analisa lebih lanjut.

Uji Normalitas. Hasil uji *normal probably plot* menunjukkan bahwa dalam grafik yang dihasilkan data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas data.

Model Regresi LinierBerganda Tahap Pertama

Tabel 3
Koefisien Regresi Tahap Pertama

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	13.420	4.058		
Kualitas Pelayanan	.301	.048	.533	6.234	.000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pasien

Sumber: Data primer diolah, 2016

Dari Tabel 3 diatas maka persamaan Model regresi yang dibentuk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$KPS = 13.420 + 0.301 KP$$

Berdasarkan pada model persamaan regresi tersebut di atas, dapat diinterpretasikan, yaitu sebagai berikut :

Konstanta. Konstanta merupakan intersep variabel terikat jika variabel bebas sama dengan 0, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model penelitian sebesar konstanta tersebut. Besarnya nilai konstanta adalah 13.420 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan sama dengan 0 atau konstan, maka variabel kepuasan pasien akan sebesar 13.420.

Koefisien regresi Kualitas pelayanan. Koefisien regresi Kualitas pelayanan bernilai 0.301. Variabel ini mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pasien. Dengan adanya hubungan yang positif ini, menunjukkan bahwa antara Kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti jika variabel Kualitas pelayanan semakin meningkat mengakibatkan kepuasan pasien juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya jika pada jika variabel Kualitas pelayanan semakin menurun mengakibatkan kepuasan Pasien juga akan semakin menurun.

Tahap Kedua

Tabel 4
Koefisien Regresi Tahap Kedua

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.134	2.336		-.914	.363
Kepuasan Pasien	.717	.052	.716	13.921	.000
Kualitas Pelayanan	.154	.024	.336	6.523	.001

a. Dependent Variabel: Loyalitas Pasien

Sumber: Data primer diolah, 2016

Dari Tabel 4 diatas maka persamaan model I dapat ditulis sebagai berikut:

$$LP = 2.134 + 0.154 KP + 0.717 KPS$$

Berdasarkan pada model persamaan regresi tersebut di atas, dapat diinterpretasikan, yaitu sebagai berikut :

Konstanta. Konstanta merupakan intersep variabel terikat jika variabel bebas sama dengan 0, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model penelitian sebesar konstanta tersebut. Besarnya nilai konstanta adalah 2.134 menunjukkan bahwa jika variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan dan kepuasan pasien sama dengan 0 atau konstan, maka variabel Loyalitas pasien akan sebesar 2.134

Koefisien regresi Kualitas pelayanan. Besarnya nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0.154 nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel tersebut dengan variabel loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dikembangkan dalam perusahaan, akan semakin meningkatkan loyalitas pasien pada perusahaan tersebut. Dengan kata lain jika kualitas pelayanan naik satu satuan akan mendorong loyalitas pasien meningkat sebesar 0.154 satuan dengan asumsi bahwa variabel lain bersifat konstan.

Koefisien regresi Kepuasan Pasien. Besarnya nilai koefisien regresi Kepuasan Pasien sebesar 0.717, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel tersebut dengan variabel loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi motivasi

karyawan yang bekerja pada perusahaan, akan semakin meningkatkan loyalitas pasien pada perusahaan tersebut. Dengan kata lain jika Kepuasan Pasien naik satu satuan akan mendorong loyalitas pasien meningkat sebesar 0.717 satuan dengan asumsi bahwa variabel lain bersifat konstan.

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Uji Kelayakan Tahap 1

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model penelitian. Model dikatakan layak, jika hasil pengolahan dari SPSS nilai signifikansi < dari 0,05. Hasil uji kesesuaian model adalah sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Kesesuaian Model (*Goodness of fit*)
 ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	837.279	1	837.279	38.857	.000 ^a
1 Residual	2111.691	98	21.548		
Total	2948.970	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variabel: Kepuasan Pasien

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 5 hasil uji kesesuaian model (*Goodness of fit*) menunjukkan bahwa F hitung sebesar 38.857 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 berarti kurang dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi kualitas pelayanan merupakan variabel penjelas kepuasan pasien Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya. Hasil ini mengindikasikan bahwa naik turunnya kepuasan pasien pada Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya ditentukan seberapa baik kemampuan para karyawan dalam memberikan pelayanan.

Uji Kelayakan Model Tahap 2

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model penelitian. Model dikatakan layak, jika hasil pengolahan dari SPSS nilai signifikansi < dari 0,05. Hasil uji kesesuaian model adalah sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Kelayakan Model (*Goodness of fit*)
 ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1119.392	2	559.696	158.700	.000 ^a
1 Residual	338.568	96	3.527		
Total	1457.960	98			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien

b. Dependent Variable: Loyalitas Pasien

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 6 hasil uji kesesuaian model (*Goodness of fit*) menunjukkan bahwa F hitung sebesar 158.700 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 berarti < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi kualitas pelayanan dan kepuasan pasien merupakan variabel penjelas kepuasan pasien Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya. Hasil ini juga menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pasien layak digunakan model penelitian. Kondisi ini juga mengindikasikan bahwa naik turunnya loyalitas pasien ditentukan oleh seberapa baik pelayanan yang diberikan serta seberapa besar tingkat kepuasan pasien Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh langsung atau tidak langsung terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien.

Tabel 7
Analisis Jalur

Variabel	Nilai Standardized Beta	Sig	Keterangan
KP - LP	0,336 (P ₁)	0,001	Signifikan
KP - KPS	0,533 (P ₂)	0,000	Signifikan
KPS - LP	0,716 (P ₃)	0,000	Signifikan

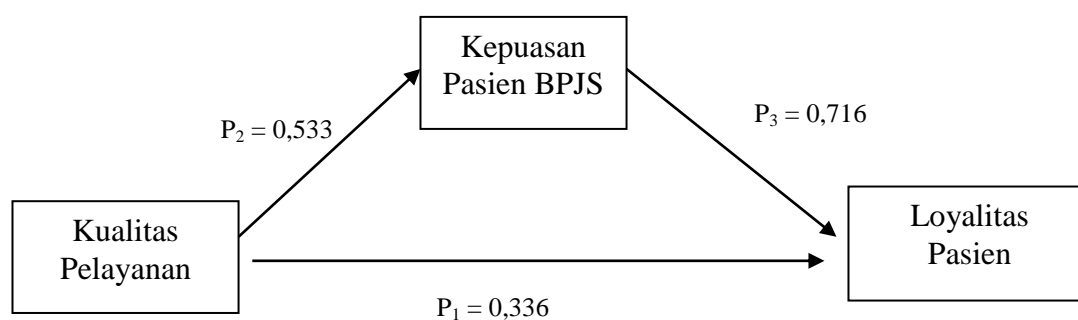
Sumber: Data primer diolah, 2016

Dari Tabel 7 menunjukkan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien pada Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya. Kualitas Pelayanan juga menunjukkan pengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pasien. Kondisi ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dapat berpengaruh langsung signifikan terhadap loyalitas pasien maupun tidak langsung (dimediasi) oleh Kepuasan Pasien.

Besarnya pengaruh langsung antara Kualitas Pelayanan dengan loyalitas pasien sebesar $P_1 = 0,336$. Sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar dihitung dengan mengalikan $P_2 \times P_3 = 0,533 \times 0,716 = 0,381$. Total pengaruh variabel Kualitas Pelayanan secara langsung maupun saat dimediasi oleh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pasien adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Total pengaruh Kualitas Pelayanan} &= (P_1) + (P_2) \times (P_3) \\
 \text{Pengaruh langsung} &= 0,336 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung } (0,533 \times 0,716) &= 0,381 \\
 \hline
 \text{Total pengaruh Kualitas Pelayanan} &= 0,717
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan secara langsung atau tidak langsung terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1
Analisis Jalur Patch

Sumber: Data primer diolah, 2016

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) tahap 1

Koefisien Determinasi (R²) tahap 1 ini berkaitan dengan kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien yaitu sebagai berikut :

Tabel 8
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.533 ^a	.284	.277	4.642

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 8 hasil Koefisien korelasi berganda (R) nilai R sebesar 0.284 terletak diantara -1 sampai dengan 1 dan R mendekati 1 maka dapat dikatakan bahwa memiliki hubungan positif yang sangat erat dan sebaliknya.

Berdasarkan Tabel 8 hasil koefisien determinasi (R²) nilai R square sebesar 0.284, hal ini berarti 28,4% variasi kepuasan pasien Pasien dapat dijelaskan oleh variabel independen (kualitas pelayanan), sedangkan sisanya (100%-28,4% = 71,6%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model misalnya variabel brand dan diskon. Disini hasil R² sebesar 28,4% berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat rendah.

Koefisien Determinasi (R²) tahap 2

Koefisien Derrminasi (R²) tahap 2 ini berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan pasien dengan loyalitas pasien yaitu sebagai berikut :

Tabel 9
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876 ^a	.768	.763	1.878

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 9 hasil Koefisien korelasi berganda (R) nilai R sebesar 0. 768 terletak diantara -1 sampai dengan 1 dan R mendekati 1 maka dapat dikatakan bahwa memiliki hubungan positif yang sangat erat dan sebaliknya.

Berdasarkan Tabel 9 hasil koefisien determinasi (R²) nilai R square sebesar 0. 768, hal ini berarti 76.8% variasi Loyalitas Pasien dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen (Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien), sedangkan sisanya (100%-76.8% = 23.2%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model misalnya variabel brand dan diskon. Disini hasil R² sebesar 76.8% berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variabel dependen sangat tinggi.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t Tahap 1

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variable l dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hasil uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 10
Uji t Tahap 1

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.420	4.058		3.307	.000
Kualitas Pelayanan	.301	.048	.533	6.234	.000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pasien

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 10 hasil nilai signifikan t sebesar 0,000 maka dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima dan dengan demikian menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan Rumah Sakit dapat meningkatkan kepuasan pasien.

Uji t Tahap 2

Hasil uji t tahap 2 adalah sebagai berikut:

Tabel 11
Uji t Tahap 2

Model	Unstandardized		Standardize d	t	Sig
	Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.134	2.336		-.914	.363
Kepuasan Pasien	.717	.052	.716	13.921	.000
Kualitas Pelayanan	.154	.024	.336	6.523	.001

a. Dependent Variabel: Loyalitas Pasien

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan table 11 hasil nilai signifikan t sebesar 0,000 dan 0,001 maka dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima dan dengan demikian menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien dan dapat meningkatkan kepuasan pasien. Pengaruh faktor yang digunakan dalam model penelitian yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pasien terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pasien.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh hasil t sebesar 6,523 dan hasil probabilitas signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa probabilitas signifikan $t < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pasien.

Hal ini berdasarkan pernyataan yang diajukan kepada seluruh pengguna BPJS Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya yang menjadi responden diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan terbukti secara signifikan memiliki pengaruh secara langsung kepada loyalitas. Adanya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pasien akan memberikan umpan balik kepada pasien RSI jemursari Surabaya, pasien akan merasa senang dan ketika memerlukan jasa Rumah Sakit maka akan kembali lagi menggunakan jasa layanan kesehatan di Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya.

Hal penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fatriansah (2014) yang meneliti tentang "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien dan Dampaknya Pada Loyalitas Pasien". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pasien.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh hasil t sebesar 6,234 dan hasil probabilitas signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa probabilitas signifikan $t < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Pasien.

Kualitas pelayanan sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja

jasa yang diterima dan yang diharapkan. Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pasien atas kualitas pelayanan kesehatan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pasien setelah berkunjung ke pelayanan kesehatan. Apabila pasien merasa puas, maka pasien tersebut akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali datang berkunjung ke pelayanan kesehatan. Pasien yang puas, cenderung memberikan referensi yang baik terhadap pelayanan kesehatan yang diterimanya kepada orang lain. Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya telah memenuhi kebutuhan pasien yang menggunakan BPJS dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya sehingga harapan pasien untuk mendapatkan pelayanan yang terbaik sudah terpenuhi.

Dari hasil analisis statistik yang telah dilakukan diatas menunjukkan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien Pasien Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya adalah signifikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa naik turunnya kepuasan pasien Pasien Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya ditentukan oleh seberapa baik kemampuan Rumah Sakit dalam memberikan pelayanan. Kondisi ini diperkuat dengan perolehan koefisien korelasi berganda sebesar 28,4% menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel tersebut secara keseluruhan terhadap kepuasan pasien Pasien Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya memiliki hubungan yang erat.

Hal penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Fatriansah (2014) yang meneliti tentang "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien dan Dampaknya Pada Loyalitas Pasien". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Pengaruh Kepuasan Pasien BPJS terhadap Loyalitas Pasien

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh hasil t sebesar 13,921 dan hasil probabilitas signifikan sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa probabilitas signifikan $t < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima maka dapat disimpulkan Kepuasan Pasien berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien. Berdasarkan Hasil penelitian ini maka Kepuasan Pasien BPJS dapat meningkatkan Loyalitas Pasien, karena pasien yang puas akan melakukan pemeriksaan ulang ke rumah sakit juga akan menjadikan Rumah Sakit tersebut menjadi rumah sakit pilihan keluarga apabila mengalami kecelakaan maupun sakit serta pasien yang puas juga akan merekomendasikan rumah sakit tersebut ke orang lain yang secara tidak langsung akan berdampak baik pada rumah sakit.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitriani (2014) yang meneliti tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Pengguna BPJS Di Rawat Inap RSUD Dr. Moewardi". Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Pasien mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pasien.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien BPJS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara langsung kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pasien sedangkan kepuasan pasien berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pasien. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Penerapan yang harus diperhatikan dari hasil penelitian ini yang berkaitan dengan strategi peningkatan kualitas pelayanan khususnya layanan BPJS Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya, bahwa untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pasien dan loyalitasnya perlu didukung oleh strategi peningkatan kualitas pelayanan rumah sakit yang baik dengan tingkat kualitas yang tinggi.

Bertambahnya peningkatan kualitas pelayanan, menunjukkan kepercayaan pasien terhadap rumah sakit maupun tenaga kesehatan semakin meningkat hal ini disebabkan apa yang diharapkan dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* yang diwujudkan dengan kualitas pelayanan dapat dilaksanakan dengan konsisten sesuai dengan kontribusi personel atau perawat diruang pelayanan pasien BPJS. Keadaan ini menimbulkan kepuasan pasien dan loyalitas yang semakin meningkat. Selain hal tersebut dapat diklatakan bahwa kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas pasien melalui kepuasan pasien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitriani (2014) yang meneliti tentang " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Pengguna BPJS Di Rawat Inap Rsud Dr. Moewardi". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien.

Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien BPJS memiliki nilai koefisien yang lebih tinggi daripada pengaruh langsungnya ($0,381 > 0,336$). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien BPJS mampu menjadi mediasi dengan baik untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Islam Jemursari.

Penerapan yang harus diperhatikan dari hasil penelitian ini yang berkaitan dengan strategi peningkatan kualitas pelayanan khususnya layanan BPJS Rumah Sakit Islam Jemursari Surabaya, bahwa untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pasien dan loyalitasnya perlu didukung oleh strategi peningkatan kualitas pelayanan rumah sakit yang baik dengan tingkat kualitas yang tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitriani (2014) yang meneliti tentang " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Pengguna BPJS Di Rawat Inap Rsud Dr. Moewardi". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien.

SIMPULAN DAN KETERBATASAN

Simpulan

Simpulan hasil penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut : (1) Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien berpengaruh signifikan tidak langsung, (2) Responden setuju bahwa dengan kualitas pelayanan yang baik dapat menambah jumlah pasien yang loyal, (3) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas , (4) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pasien, (5) kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien

Saran

Simpulan hasil penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut : (1) Diharapkan meningkatkan rasa empati tiap pegawai, (2) Diharapkan Rumah Sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan metode *Brainstorming*, (3) Diharapkan keterbukaan akan kondisi kamar yang tersedia di Rumah Sakit, (4) Diharapkan Rumah Sakit memberikan pelayanan yang baik kepada semua pasien, (5) Untuk penelitian yang akan datang sebaiknya menggunakan variabel lebih banyak

DAFTAR PUSTAKA

- Boone, L.E. dan D.L. Kurtz. 2010. *Contemporary Marketing*, Thomson South Western. USA
- Fatriansah. 2014. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien dan Dampaknya Pada Loyalitas Pasien (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Syarif Hidayatullah). *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fitriani, S. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Pengguna BPJS Di Rawat Inap RSUD Dr Moewardi. *Publikasi Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Cetakan kedua. Alfabeta. Bandung.
- Griffin, J. 2009. *Customer Loyalty*. Erlangga. Jakarta.
- Hurriyati, R. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV. Alfabeta, Bandung
- Kotler, K. dan G. Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Erlangga. Jakarta
- Lovelock, C. 2011. *Service Marketing 7 Edition*. Prentice Hall. New Jersey.
- _____, Wirtz, dan Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia Teknologi, Strategi*. Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Muninjaya, G. 2011. *Manajemen Mutu Kesehatan*. Kedokteran EGC. Jakarta.
- Nursalam. 2011. *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Edisi 2. Salemba Medika. Jakarta
- Sekaran, U. 2011. *Research Methods for Business*. Edisi 1. Salemba Empat. Jakarta
- Swasta, B. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisis dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Tjiptono, F. 2008. *Pemasaran Strategik*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- _____. 2011. *Pemasaran Jasa*, Banyumedia, Malang.

