

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

1. Konsep Dan Teori Kualitas Jasa

Kualitas merupakan seluruh tampilan sifat barang atau jasa berdasarkan kesanggupannya dalam harapan yang terlihat maupun tidak terlihat. Adapun sebuah jasa atau pun layanan merupakan sebuah upaya dan pekerjaan dapat dinegosiasi antara penyedia jasa ke pihak yang menggunakan jasa meskipun sebenarnya jasa tersebut tidak terlihat dan tidak memberikan kepemilikan apapun (Kotler, P, 2012)

Secara ringkas, kualitas pelayanan dapat dirumuskan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.(Tjiptono, Fandy, 2016)

Pelayanan adalah sebuah masalah yang penting bagi setiap jasa layanan rumah sakit atau pun klinik, yang menghasilkan sebuah produk apapun itu. Sehingga menimbulkan pertanyaan apa yang dimaksud kualitas pelayanan, secara bahasa, adapun kualitas pelayanan secara

bahasa adalah “ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.(Tjiptono, Fandy, 2016)

Pelayanan yang berkualitas merupakan perbandingan antara kenyataan atas pelayanan yang diterima dengan harapan atas pelayanan yang ingin diterima.(Hardiansyah, 2011)

Bahwa tampilan kualitas layanan yang baik bukanlah menurut pemikiran/ penilaian yang memberi jasa, akan tetapi pemikiran/ penilaian yang memakai jasa tersebut. Karena ini pemakai jasa layananlah yang menikmati jasa tersebut sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Penilaian konsumen terhadap kualitas jasa adalah penilaian yang menyeluruh terhadap kelebihan suatu jasa layanan. Bagi konsumen kualitas pelayanan adalah beradaptasi dengan kebutuhan yang dituntut oleh pelanggan. Pelanggan memilih bagaimana kualitas pelayanan yang diinginkan dan apa yang dianggap penting, kemudian *costomer* mempertimbangkan apakah pelayanan tersebut memberikan hasil yang positif.(Tjiptono, Fandy, 2016)

Dari pengertian diatas tersebut dapat dipahami bahwa masyarakat dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan berdasarkan perbandingan pengalaman yang pernah dirasakan dengan apa yang diharapkan atas pelayanan tersebut. Dalam suatu organisasi, konsep kualitas pelayanan menjadi ukuran keberhasilan organisasi, keberhasilan organisasi yang dimaksud baik itu pada organisasi bisnis maupun juga pada organisasi yang bertugas untuk menyediakan pelayanan publik.

a. Dimensi Kualitas Jasa

Ada beberapa kriteria pelayanan yang harus di penuhi sehingga pelayanan memberikan kepuasan kepada pelanggan adapun kriteria tersebut mempunyai lima tingkatan dalam sebuah pelayanan kesehatan yang telah banyak di adopsi untuk menilai kualitas pelayanan kesehatan yang dikenal sebagai model SERQUAL (*service quality*) yang dikembangkan Zeithaml dan Parasuraman yang telah digunakan sebagai pondasi sebuah konsep penelitian yang dikenal dengan istilah RATER. Lima tingkatan kualitas jasa tersebut disusun sesuai urutan

tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut (Tjiptono, Fandy, 2016)

- 1) Keandalan (*reliability*), berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang tepat ketika pertama kali tanpa kesalahan yang terjadi dan menyiapkan jasa sesuai dengan waktu yang ditentukan.
- 2) Tanggap (*responsiveness*), berkaitan dalam kepedulian para karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon keinginan pelanggan, dan memberitahukan kapan jasa akan mereka peroleh dan setelah itu memberikan tindakan secara cepat dan tepat.
- 3) Jaminan (*assurance*), atau tindakan yang diberikan karyawan dalam menghidupkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan mampu melindungi/ menaungi bagi para konsumennya. Jaminan juga tercermin dari para karyawan selalu mengedepankan etika terhadap pelanggan serta mempunyai skill dan keahlian yang dibutuhkan perusahaan dalam menghadapi setiap permasalahan pelanggan.

- 4) Empati (*empathy*), adalah memahami masalah yang dihadapi para konsumennya dan membantu menyelesaikan masalah tersebut guna kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian khusus kepada para konsumen serta memberikan waktu tindakan medis yang nyaman untuk pelanggan.
- 5) Bukti fisik (*tangibles*), adalah daya tarik yang berupa fasilitas dalam menjalankan pelayanan, dan fasilitas biasanya berbentuk perlengkapan dalam menunjang kegiatan pelayanan, serta material yang digunakan perusahaan, dan penampilan karyawan dalam memberikan jasa. Dimensi kualitas pelayanan berdasarkan uraian diatas maka dapat diberi pengertian bahwa segala sesuatu yang memuaskan pelanggan dengan persyaratan dan kebutuhan sebagai totalitas dari suatu produk baik berupa barang ataupun jasa.

b. Prinsip Kualitas Jasa

Untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa untuk memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu memenuhi

enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa, keenam prinsip tersebut sangat bermanfaat dalam membentuk dan mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh pemasok, karyawan, dan pelanggan.

1) Kepemimpinan

Kualitas sebuah perusahaan merupakan gabungan kemauan dan komitmen dari sebuah manajemen. Kepemimpinan dalam sebuah manajemen merupakan motor dalam perusahaan untuk mengontrol sehingga peningkatan kinerja tetap terjaga dan berjalan dengan tepat. Sehingga adanya kepemimpinan dari suatu manajemen, maka usaha untuk meningkatkan kualitas berdampak besar terhadap perusahaan.

2) Pendidikan

Dalam sebuah perusahaan sumber daya manusia sangatlah penting maka personil perusahaan dari manajer sampai karyawan operasional harus

memperoleh pendidikan mengenai kualitas sebuah pelayanan.

3) Perencanaan

Perencanaan sebuah strategis dalam sebuah perusahaan harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4) *Review*

Proses ini adalah suatu mekanisme yang menjamin adanya ketertarikan yang berkesinambungan dan terus-menerus untuk mencapai sebuah tujuan yang bermutu bagi manajemen.

5) Komunikasi

Penerapan kebijakan yang berkualitas dalam sebuah organisasi dapat dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan.

6) Penghargaan dan pengakuan (*Total Human Reward*)

Penghargaan dan pengakuan adalah bagian yang penting dalam penerapan strategi yang berkualitas. Sehingga setiap karyawan yang mempunyai kinerja bagus perlu

diberi penghargaan dan mengakui kinerjanya. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa besar hati, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan andil besar bagi perusahaan serta bagi konsumen yang dilayani.

2. Konsep dan Teori Kepuasan Pasien

Secara etimologi, kepuasan dapat dimaknai sebagai usaha memenuhi sesuatu atau menciptakan sesuatu yang memadai. Namun dilihat dari pandangan perilaku konsumen, istilah kepuasan pelanggan menjadi sesuatu yang bercabang, sehingga sampai saat ini tidak ada perundingan yang berhubungan dengan konsep kepuasan pelanggan, apakah kepuasan adalah reaksi emosional ataukah evaluasi kognitif. kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.(Kotler, 2009)

Kepuasan adalah evaluasi setelah pembelian produk atau jasa dengan mempertimbangkan harapan. Para peneliti membagi atas kualitas pelayanan dan kepuasan. Sementara

beberapa peneliti percaya bahwa kualitas pelayanan mengarah ke kepuasan, dan orang lain berpikir sebaliknya. (Kotler, 2008)

Kepuasan merupakan penilaian pengguna jasa kesehatan untuk suatu jasa layanan atau layanan dalam kaitanya apakah suatu bentuk layanan jasa itu mencapai keperluan dan keinginan pengguna layanan. Tidak berhasil untuk memenuhi keinginan dan keperluan pengguna jasa suatu layanan dianggap membahayakan ketidakpastian kepada suatu jasa layanan atau kekecewaan pengguna jasa akan disebabkan oleh kelebihan khusus dari produk atau layanan yang diharapkan oleh pengguna jasa layanan. (Zeithaml, Valarie A, 2000)

Pada hakekatnya harapan dari suatu usaha adalah untuk membuat para pelanggan merasa terlayani dengan baik. Terjadinya pelayanan yang baik kepada pengguna jasa sehingga memberikan nilai yang positif, di antaranya perusahaan ataupun pengguna layanan menjadi sesuai dengan yang di harapkan pelanggan, berdampak pada citra yang baik untuk terjadinya loyalitas dan memberikan kepercayaan kepada pengguna layanan, dan membentuk suatu cerita dari

mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
(Tjiptono, Fandy, 2016)

Berdasarkan berbagai pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan merupakan perasaan seseorang setelah membandingkan kesesuaian diantara hasil, kinerja dan sesuatu yang akan diharapkan. Mereka akan merasa puas apabila hasil tersebut sesuai dengan harapan dan kebutuhan.

a. Dimensi Tingkat Kepuasan Pasien

Tingkat kepuasan pelanggan menunjuk pada prioritas indikator kualitas pelayanan didasarkan pada mutu pelayanan yang sifatnya umum oleh (Bob E, 2008).

Dimensi mutu meliputi:

- 1) keberadaan pelayanan (*availability of service*),
- 2) ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*),
- 3) ketepatan pelayanan (*timeliness of service*),
- 4) profesionalisme pelayanan (*professionalism of service*),
- 5) kepuasan keseluruhan dengan pelayanan (*over all satisfaction with service*)
- 6) kepuasan keseluruhan dengan Produk (*over allsatisfaction with product*)

b. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut pendapat (Kotler, 2013) ada lima sebab utama yang harus dipokuskan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan diantaranya:

1) Kualitas produk

Pelanggan akan terpuaskan bila hasil evaluasi mereka, menunjukkan bahwa produk yang mereka pakai berkualitas.

2) Kualitas pelayanan

Pelanggan akan terpuaskan apabila mendapatkan layanan yang baik dalam arti sesuai dengan kebutuhan yang mereka harapkan.

3) Emosional

Konsumen akan merasakan kebanggaan tersendiri apabila memakai produk-produk dengan merek tertentu.

4) Harga

Barang yang memiliki kualitas sama tetapi harga yang relatif murah akan mempengaruhi kepuasan terhadap konsumen.

5) Biaya

Konsumen tidak membutuhkan pengeluaran tambahan maupun membuang waktu untuk memperoleh suatu jasa atau produk.

c. Pengukuran Kepuasan Pasien

Banyak cara yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen pada suatu produk maupun pelayanan. Salah satunya dengan menggunakan kuesioner tingkat kepuasan konsumen. Menurut (Tjiptono, Fandy, 2016) berpendapat, ada 4 metode untuk mengukur kepuasan konsumen antara lain:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang mengarah langsung pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang besar kepada para konsumen untuk menyampaikan pendapat dan keluhan. Dengan cara menyediakan formulir kritik dan saran yang ditempatkan pada unit-unit toko tertentu maupun pada bagian informasi.

2) *Ghost Shopping*

Metode ini diaplikasikan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk bertugas sebagai konsumen atau pembeli yang berpotensi terhadap produk perusahaan dan pesaing. Dengan menyebarkan pembeli di dalam toko untuk berinteraksi dengan pembeli yang asli sehingga dapat diketahui kekuarangan maupun kelebihan yang dimiliki suatu perusahaan.

3) *Lost Customer Analysis*

Sebuah perusahaan perlu adanya penarikan kembali para pelanggan agar pelanggan yang telah berhenti atau pindah ke pengguna jasa yang lain, diketahui sebab terjadinya masalah tersebut, sehingga perusahaan cepat mengambil tindakan guna memperbaiki atau penyempurnaan selanjutnya. Pelanggan yang tidak atau jarang melakukan pembelian ulang dimungkinkan tidak puas atas layanan maupun produk perusahaan yang diberikan.

4) Survei Kepuasan Konsumen

Telah banyak ditemukan penelitian mengenai masalah kepuasan konsumen yang banyak dilakukan dengan menggunakan metode survei, melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Perusahaan lebih memiliki metode survei, dikarenakan perusahaan akan mendapatkan tanggapan dan umpan balik (*feed beck*) secara langsung dari pelanggan dan ini merupakan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh kepedulian terhadap para pelanggannya.

3. Konsep dan Teori Loyalitas Pasien

Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang”. Dari pemaknaan ini dapat disimpulkan bahwa kelayakan terhadap merek didapat sebab adanya gabungan dari kepuasan dan keluhan pelanggan. Sedangkan kepuasan terhadap pelanggan datang dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menghadirkan kepuasan tersebut dengan mengurangi keluhan

sehingga dapat menghasilkan pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh pelanggan. (Tjiptono, Fandy, 2016)

Pelayanan yang berkesinambungan begitu berharga untuk suatu unit layanan dan pada kebanyakan pemberi layanan sulit untuk mengambil mereka. Selain itu mereka juga bisa menjadi pengiklan perusahaan, karena berpengaruh terhadap skema pembelian pelanggan dan rekomendasi gratis yang diberikan pelanggan kepada orang lain. (Tjiptono, Fandy, 2016)

Kejadian yang mempunyai hubungan yang mengesankan dan kepuasan berlandaskan perilaku yang begitu tinggi kepada penawaran pengguna jasa, maka selain berupa pengguna jasa layanan bermanfaat maka menimbulkan penghargaan ataupun pujian. Kembali ke permasalahan tersebut pengalaman dan kesan yang positif adalah merupakan persepsi konsumen. Pemahaman yang baik dapat mengangkat kesetiaan yang memiliki petunjuk pada penggunaan jasa layanan yang berulang. Dari definisi yang dikemukakan oleh beberapa penulis di atas dapat disimpulkan bahwa hal terpenting dari loyalitas adalah menyangkut kepercayaan, kesediaan untuk bertindak

tanpa segera memperhitungkan biaya dan keuntungan yang akan diperolehnya berdasarkan atas komitmen, pembelian ulang dan proporsinya dalam melakukan pembelian ulang tersebut. Sehingga loyalitas pelanggan akan dipengaruhi oleh adanya komitmen yang tinggi, kepercayaan dan pembelian ulang. (Tjiptono, Fandy, 2016)

a. Indikator Loyalitas Pasien

Merupakan keterikatan seorang konsumen terhadap suatu pasar berdasarkan sikap positif dan tercermin dalam pembelian kembali secara konsisten. (Hidayat, 2009)

Indikator dari loyalitas konsumen tersebut adalah:

- 1) *Trust* merupakan tanggapan kepercayaan konsumen terhadap pasar.
- 2) *Emotion commitment* merupakan komitmen psikologi konsumen terhadap pasar
- 3) *Switching cost* merupakan tanggapan konsumen tentang beban yang diterima ketika terjadi perubahan.
- 4) *Word of mouth* merupakan perilaku publisitas yang dilakukan konsumen terhadap pasar.

5) *Cooperation* merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan sikap yang bekerja sama dengan pasar.

b. Faktor yang berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien

Pasien yang loyal merupakan aset penting bagi klinik dalam meningkatkan laba dan prospek klinik di masa yang akan datang. Menurut (Griffin, 2005) mengatakan factor atau sikap yang di lakukan oleh pasien yang loyal, yaitu:

1) Melakukan pembelian berulang

Pelanggan yang loyal dengan produk atau jasa yang diberikannya akan mengulangi pembelian itu lebih dari dua kali pada perusahaan yang sama secara teratur.

2) Membeli antar lini produk dan jasa

Pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas kesetiaan mereka kepada produk atau jasa lain yang dibuat oleh produsen yang sama. Pada akhirnya mereka adalah pelanggan yang setia bagi klinik.

3) Mereferensikan kepada orang lain

Pelanggan yang loyal akan menunjukkan sikap penolakan terhadap produk atau jasa lain karena telah menaruh

kepercayaan dan merasa menjadi bagian dalam perusahaan tersebut.

4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing

Pelanggan yang loyal tidak akan tertarik pada promosi atau bentuk tawaran yang diberikan klinik lain. Dari hasil uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pasien yang loyal akan menggunakan produk atau jasa dari suatu klinik secara berulang atau bahkan meningkatkan pasien dengan menggunakan produk atau jasa lain dari klinik yang sama. Pasien yang loyal tidak akan memedulikan produk atau jasa dari klinik pesaing, termasuk berbagai macam promosi dan daya tarik yang di tawarkan. Pasien menganggap bahwa resiko ketidakpuasan untuk mencoba produk atau jasa dari klinik lain akan lebih besar dibandingkan dengan tetap setia terhadap produk atau jasa klinik lain. Selain itu, pasien mungkin akan merekomendasikan produk kepada kepada orang lain yang akan menguntungkan pihak klinik, selain menambah pasien, juga merupakan sarana

priklanan yang efektif dan tidak memerlukan biaya tambahan.

4. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien, Dan Loyalitas Pasien

Pelayanan kesehatan ataupun klinik terdiri dari pelayanan internal dan eksternal. Pelayanan internal berhubungan dengan pelayanan eksternal. Kualitas pelayanan internal akan mendorong terwujudnya kepuasan karyawan dan tumbuhnya rasa memiliki di antara mereka. Kepuasan karyawan akan mendorong loyalitas pada organisasi. Selanjutnya loyalitas karyawan akan mendorong peningkatan produktivitas yang akan mendorong menciptakan nilai pelayanan eksternal. Pelayanan eksternal yang berkualitas akan menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor penentu loyalitas pelanggan. (Tjiptono, Fandy, 2016)

Pada umumnya dalam masyarakat pelayanan yang berorientasi untuk menghasilkan kepuasan akan menghasilkan pelanggan yang akan selalu membeli ulang. Secara umum kualitas mengandung banyak pengertian dan istilah, setiap

orang akan berbeda mengartikannya akan tetapi dari banyaknya pendapat yang dapat kita jumpai mempunyai beberapa persamaan meskipun hanya dalam cara menyampaikannya saja, yaitu kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan , kualitas adalah totalitas tampilan dan sifat suatu produk atau jasa, tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diungkapkan ataupun yang tidak diungkapkan.(Kotler, 2013)

Kualitas pelayanan merupakan penentu kepuasan pelanggan. melakukan kajian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menjelaskan adanya model hubungan kualitas pelayanan, kepuasan serta loyalitas mengindikasikan bahwa hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas merupakan aset untuk perusahaan jasa dalam membangun sebuah basis pelanggan yang setia. (Josee Bloemer, Ko de Ruyter, 1998)

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 akan menjadi aset bagi perusahaan sehingga hubungan yang baik perlu di tingkatkan dan selalu di jalin agar tetap menjadi keuntungan suatu klinik atau penyelenggara kesehatan dasar disuatu tempat atau wilayah, karena pasien yang kecewa bisa menjadi masalah bagi pelayanan kesehatan. (Tjiptono, Fandy, 2016)

Tidak hanya berpindah kepada pelayanan kesehatan lainnya seperti klinik, juga akan menyebarkan ketidak puasanya ke khalayak umum. Adanya hubungan diantara kepuasan dan loyalitas konsumen dalam hal mewujudkan kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan yang menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan mempunyai perencanaan jangka panjang dalam memperkenalkan produk perusahaan. (Tjiptono, Fandy, 2016)

Pada dasarnya kepuasan pasien dan ketidak puasan pasien akan jasa yang diterima akan 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 kesehatannya. Sedangkan pelanggan yang tidak terpuaskan juga dapat dilihat dari sikapnya yaitu tidak akan menggunakan jasa yang sama atau bisa juga melaporkan ke polisi atas ketidak mampuan pelayanan kesehatan dalam melakukan pelayanan atau penyalahgunaan jasa kesehatan. Sebaliknya untuk pasien yang terpuaskan akan memberikan referensi yang baik kepada orang lain baik kepada teman, sahabat, juga saudara sehingga dapat menjadi peluang bagi jasa penyelenggara kesehatan untuk mendapatkan pasien yang loyal.

B. PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan dengan Penelitian ini

No.	Nama peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan penelitian
1	(SRI, 2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Pengguna Bpjs Di Rawat Inap Rsud Dr. Moewardi.	Jenis penelitian ini adalah deskriptif analitik, tempat penelitian di RSUD Dr. Moewardi dengan mengambil sampel 100 pasien pengguna BPJS. Teknik analisis data yang digunakan dengan analisis jalur.	Hasil penelitian menunjukkan : Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas (p -value = 0,000), kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas (p -value = 0,000), kepuasan pasien mempunyai pengaruh terhadap loyalitas p -value = 0,010), kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien (p -value = 0,275).	Analisis data
2	(Puspitasari, M. G, 2011)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan mediasi kepuasan pasien rawat inap pada keluarga sehat hospital pati	Penelitian kuantitatif. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur (path analysis).	Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan terbukti secara signifikan berpengaruh secara tak langsung terhadap loyalitas pasien. Variabel kualitas layanan terbukti secara signifikan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pasien. Kualitas layanan berpengaruh secara tak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.	Analisis data
3	(Ida Ayu Werdiningsih Kesuma, 2013)	<i>Service Quality Influence on Patient Loyalty: Customer Relationship Management as Mediation Variable (Study on Private Hospital Industry in Denpasar)</i>	Jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Sampel penelitian adalah pasien Rumah Sakit Swasta terakreditasi dengan teknik purposive sampling analisis data dengan <i>Generalized Structured Component Analysis (GSCA)</i>	Kualitas pelayanan secara positif dan signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pelaksanaan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> dimediasi <i>Service Quality</i> berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan	Variabel kepuasan pelanggan, analisis data
4	(Raja Irfan Sabir, 2013)	<i>Impact of Service Quality on Patient's Satisfaction using SERVQUAL: A comparison of Combined</i>	Jenis penelitian kuantitatif. Sampel sebanyak 300 orang. Analisis data menggunakan analisis regresi.	Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan CMH dan rumah sakit swasta lebih memuaskan	Variabel loyalitas pelanggan

No.	Nama peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan penelitian
		<i>Military, Private and Government Hospitals of Pakistan</i>		daripada rumah sakit umum.	
5	(Zakaria, 2017)	<i>Analisis swot sebagai dasar perumusan strategi pemasaran di klinik pratama pku muhammadiyah cangkringan</i>	Jenis penelitian ini adalah studi komparasi dengan pendekatan <i>mixed methods research</i> , Subyek pada penelitian kualitatif menggunakan <i>purposive sampling</i> , yaitu pimpinan staf manajemen klinik yang berjumlah 5 informan	Data kuantitatif: diperoleh hasil scoring IFE adalah 0,18 dan scoring EFE adalah 0,02. Dengan begitu posisi Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan berada pada kuadran 1, yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan dimana Klinik Pratama PKU Muhammadiyah Cangkringan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi bertumbuh (<i>growth oriented strategy</i>).	Analisis data

C. Kerangka Penelitian

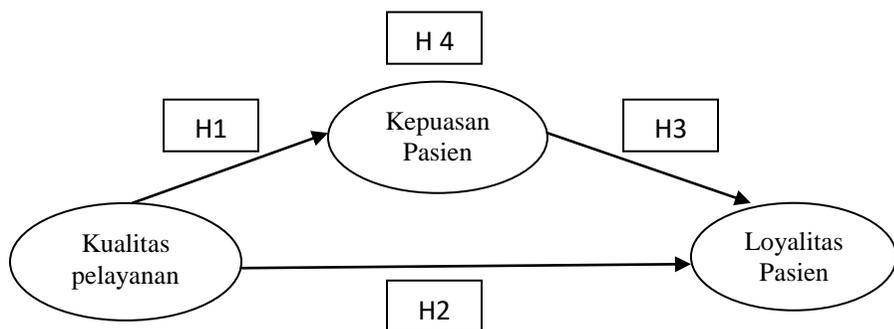
Kerangka penelitian ini akan menggunakan model yang dilatarbelakangi dari sejumlah penelitian terdahulu yang pertama peneliti menggunakan model penelitian yang berjudul, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Pengguna Bpjs Di Rawat Inap Rsud Dr. Moewardi”. Penelitian yang disusun oleh (SRI, 2014) ini termuat di dalam naskah publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta 2014.

Tujuan dari penelitian tersebut adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan, menganalisis

pengaruh kepuasan terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien pengguna BPJS. Di dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas ($p\text{-value} = 0,000$), kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas ($p\text{-value} = 0,000$), kepuasan pasien mempunyai pengaruh terhadap loyalitas $p\text{-value} = 0,010$, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien ($p\text{-value} = 0,275$).

Kemudian peneliti juga menggunakan sebuah model yang digunakan dalam penelitian *Service Quality Influence on Patient Loyalty: Customer Relationship Management as Mediation Variable (Study on Private Hospital Industry in Denpasar)* peneliti yang disusun oleh Kesuma, et. all ini termuat dalam *International Journal of Business and Commerce* Vol. 2, No.12: Aug 2013. Tujuan dari penelitian tersebut adalah mengidentifikasi dan menguji (1) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pasien; dan (2) kualitas layanan pengaruh terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh CRM. Di dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa kualitas layanan dipengaruhi secara positif dan signifikan kesetiaan pelanggan; Implementasi

Customer Relationship Management (CRM) dimediasi kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan Rumah Sakit Swasta di Denpasar merasa kualitas layanan memenuhi harapan mereka atau lebih, mereka akan puas dan setia. Dari kedua model rujukan tersebut, peneliti kemudian menggabungkan prinsip kedua model penelitian di atas serta melakukan penyesuaian dengan menghilangkan variabel *Customer Relationship Management (CRM)* dan pengguna Bpjs. Berikut model yang digunakan pada penelitian ini:



Gambar : 2.1. Kerangka Penelitian

Variabel penelitian ini, yakni :

1. H1= Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien
2. H2= Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien
3. H3= Kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien
4. H4= Kepuasan pasien memediasi Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien

D. Hipotesis Penelitian

Kajian teoritik, hasil penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka teori serta kerangka pikir tersebut diatas, maka dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien

Suatu produk bila ditambah dengan pelayanan yang diberikan dengan memenuhi kebutuhan si pelanggan akan memberikan nilai tambah serta menguatkan perusahaan sehingga bermanfaat pada organisasi dalam menambah keuntungan perusahaan agar mampu menghadapi persaingan. (Supranto, 2011). Ada 5 elemen dalam kualitas pelayanan yaitu, Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti fisik (*Tangibles*). (Tjiptono, Fandy, 2016). Pasien menilai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan mereka setelah menggunakan layanan kesehatan dan menggunakan jasa kesehatan dan menggunakan informasi ini untuk memperbarui persepsi mereka tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh perawat di pelayanan kesehatan tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Raja Irfan Sabir, 2013) menggambarkan

bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *empathy* secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh (SRI, 2014) juga menjelaskan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas, kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pelanggan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1= Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.

2. Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien

Bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan bahagia maupun kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Tingkat kepuasan pelanggan menunjuk pada prioritas indikator kualitas pelayanan didasarkan pada mutu pelayanan

yang sifatnya umum. (Kotler, 2013) Dalam penelitian yang dilakukan oleh (SRI, 2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Pengguna BPJS Di Rawat Inap RSUD DR. Moewardi” Menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif Kepuasan pasien terhadap loyalitas ($p\text{-value} = 0,010$), kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pelanggan ($p\text{-value} = 0,275$). Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pasien baik dan juga loyalitas pasien baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2= Kualitas Playanan terhadap loyalitas pasien.

3. Kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien

Kemudian, peneliti yang dilakukan oleh (Puspitasari, M. G, 2011) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Keluarga Sehat Hospital Pati, juga menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara taklangsung terhadap

loyalitas melalui kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan (SRI, 2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Pengguna BPJS Di Rawat Inap RSUD DR. Moewardi” menyimpulkan bahwa kepuasan pasien mempunyai pengaruh terhadap loyalitas. Berdasarkan uraian di atas maka dapat ditarik hipotesis:

H3= Kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien.

4. Kepuasan pasien memediasi Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien

Pada umumnya dalam masyarakat pelayanan yang berorientasi untuk menghasilkan kepuasan akan menghasilkan pelanggan yang akan selalu membeli ulang. Secara umum kualitas mengandung banyak pengertian dan istilah, setiap orang akan berbeda mengartikannya akan tetapi dari banyaknya pendapat yang dapat kita jumpai mempunyai beberapa persamaan meskipun hanya dalam cara menyampaikannya saja, yaitu kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas mencakup produk , jasa, manusia, proses dan lingkungan , kualitas adalah totalitas tampilan dan sifat

suatu produk atau jasa, tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diungkapkan ataupun yang tidak diungkapkan. (Kotler, 2013) 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 akan menjadi aset bagi perusahaan sehingga hubungan yang baik perlu di tingkatkan dan selalu di jalin agar tetap menjadi keuntungan suatu klinik atau penyelenggara kesehatan dasar disuatu tempat atau wilayah, karena pasien yang kecewa bisa menjadi masalah bagi pelayana kesehatan. (Tjiptono, Fandy, 2016)

H4= Kepuasan pasien memediasi Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien