

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pasien melalui Variabel Intervening Kepuasan Pasien di RSUD Siti Fatimah Az Zahra Provinsi Sumsel

M. Fadel Prayogo¹⁾, Sri Rahayu²⁾, Fadhil Yamaly³⁾

^{1),2),3)} Universitas Muhammadiyah Palembang

Email: fadelprayogo13@gmail.com¹⁾, ayu_mir67@yahoo.com²⁾, fadhilplg@gmail.com³⁾

Abstract

This study aims to determine the influence of service quality and hospital facilities on patient loyalty through patient satisfaction as an intervening variable at Siti Fatimah Az Zahra General Hospital in South Sumatra Province. The sample was drawn using the Hairformula, with 152 patient respondents from Siti Fatimah Az Zahra General Hospital in South Sumatra Province. The required data was primary data obtained from the distribution of questionnaires to patients in Siti Fatimah Az Zahra General Hospital in South Sumatra Province. The analysis technique used in this study is Structural Equation Model (SEM) analysis technique. The results of the SEM analysis technique showed that first, there is a positive and significant influence of service quality on patient loyalty, second, there is no positive and significant influence of hospital facilities on patient loyalty, third, there is a positive and significant influence of service quality on patient satisfaction, fourth, there is a positive and significant influence of hospital facilities on patient satisfaction, fifth, there is a positive and significant influence of service quality on patient loyalty through the intervening variable of patient satisfaction, and sixth, there is a positive and significant influence of hospital facilities on patient loyalty through the intervening variable of patient satisfaction.

Keywords: service quality, facilities, patient loyalty, patient satisfaction

1. Pendahuluan

Manajemen pemasaran ialah salah satu kegiatan utama yang perusahaan lakukan untuk berkembang, mempertahankan keberlangsungan perusahaannya, dan untuk mendapatkan laba. Proses pemasaran itu jauh dimulai sejak sebelum memproduksi barang-barang, dan tidak hanya diakhiri dengan penjualan.

Dalam dunia bisnis yang sekarang ini memasuki era digital, perusahaan-perusahaan diharuskan untuk selalu mempunyai kesadaran penuh guna memantapkan pelaksanaan manajemen yang profesional disetiap masing-masing perusahaan yang tergolong pada kategori pasar terbuka, eksistensi perusahaan dapat tetap dipertahankan demi pengembangan usaha di masa depan. Oleh sebab itu di era digital persaingan bagi para pelaku ekonomi tentunya akan semakin tinggi, sedangkan dalam pemasaran persaingannya juga bertambah ketat. Dengan persaingan yang sangat tinggi dan amat ketat perusahaan mengharuskan agar lebih memperhatikan salah satu hal yang sangat penting dan vital dalam suatu manajemen perusahaan yaitu Pemasaran atau *Marketing*.

Suatu tujuan kegiatan pemasaran ialah mempengaruhi calon pembeli agar bersedia menjadi pembeli atau pembeli untuk terus melakukan pembelian. Karena itu sangat penting bagi

manajer pemasaran untuk mengetahui perilaku pembelian dan pola pembelian mereka, sehingga perusahaan dapat mengembangkan, menentukan harga, melakukan promosi dan mendistribusikan produknya secara lebih efektif.

Jasa pada dasarnya bersifat tidak berwujud (*Intangible*) maka setiap orang yang mengkonsumsinya memiliki pengalaman yang berbeda-beda terhadap produk yang sama. Untuk itulah kualitas pelayanan harus menjadi hal yang terpenting. Lupiyoadi (2016:144), kualitas ialah segala keseluruhan karakteristik dan ciri-ciri dari suatu jasa atau produk dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang sudah ditetapkan atau bersifat laten. Dengan semakin bertambahnya tuntutan masyarakat mengenai kebutuhan akan pelayanan dan jasa yang berkualitas, maka hal ini dapat menjadi tantangan bagi suatu perusahaan juga dapat menjadi peluang untuk mereka dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen.

Optimalisasi keuntungan ialah tulang punggung dari suatu tujuan bisnis. Dalam pandangan yang serupa, tingkat laba yang maksimal sangat bergantung dengan tingkat kepuasan pelanggan yang berhubungan langsung dengan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan ialah salah satu indikator yang sangat penting dari suatu organisasi atau perusahaan dalam melakukan langkah yang terbaik. Kepuasan pelanggan juga sudah menjadi suatu konsep yang sangat penting untuk perencanaan bisnis dan manajemen suatu perusahaan. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa jasa atau produk yang dikonsumsi dapat dinikmati dan diterimanya dengan pelayanan yang baik serta memuaskan. Menurut Ferdinand Napitupulu (2019:39) kepuasan dapat menciptakan suatu persepsi dan hal tersebut dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggan.

Selain itu, Fasilitas ialah bagian dari variabel pemasaran jasa yang mempunyai suatu peran yang cukup penting, karena jasa yang diberikan untuk pelanggan tentunya memerlukan fasilitas pendukung untuk menyampaikannya, fasilitas yang digunakan serta dinikmati oleh konsumen bertujuan menciptakan tingkat kepuasan yang maksimal.

2. Kajian Literatur

2.1 Loyalitas Pasien

Setiawan (2011:45), mengungkapkan loyalitas konsumen didefinisikan sebagai suatu bentuk kesetiaan dari pelanggan untuk memakai suatu merek jasa atau merek produk dalam kurun waktu tertentu pada situasi dimana terdapat banyaknya pilihan jasa ataupun produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelanggan mempunyai kemampuan untuk mendapatkannya.

Loyalitas ialah sebuah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali sebuah jasa atau produk pilihan di masa depan sikap, hal ini salah satunya dicerminkan dengan adanya keinginan untuk memberikan rekomendasi penyedia jasa ke orang lain (Kotler dan Keller, 2012:77)

Loyalitas pasien menurut Kotler dan Keller (2016:77) memiliki indikator sebagai berikut: 1) *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk), 2) *Retention* (ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan), dan 3) *Referalls* (mereferensikan secara total eksistensi perusahaan).

2.2 Kepuasan Pasien

Menurut Yamit (2011:37), kepuasan pelanggan ialah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan jasa atau produk, melebihi atau paling tidak sama dengan harapan yang diinginkan. Sedangkan Pohan (2017:98) menyebutkan bahwa kepuasan pasien ialah tingkat perasaan pasien yang timbul sebagai akibat dari kinerja pelayanan kesehatan yang diperolehnya, setelah pasien melakukan perbandingan dengan apa yang diharapkannya.

Adapun indikator kepuasan pelanggan (menurut Irawan, 2017:39), yaitu : 1) Perasaan puas, 2) Selalu membeli produk, 3) Akan merekomendasikan kepada orang lain, 4) terpenuhi harapan pelanggan setelah membeli produk.

2.3 Kualitas Pelayanan

Garvin dalam Tjiptono (2016:130) kualitas ialah karakteristik, komponen atau atribut objektif yang dapat diukur. Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Terdapat beberapa indikator produk menurut Tjiptono dan Chandra (2012:78), yaitu: 1) Reliabilitas (*Reliability*), 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*), 3) Jaminan (*Assurance*), 4) Empati (*Empathy*), dan 5) Bukti Fisik (*Tangibles*).

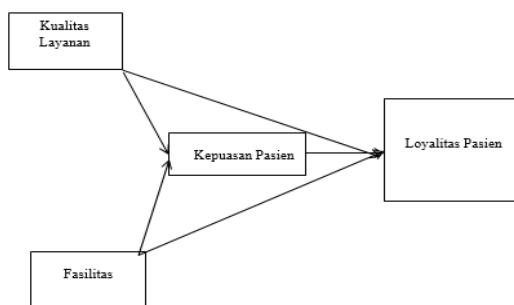
2.4 Fasilitas

Menurut Suryo Subroto (2010 : 22) fasilitas ialah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Sedangkan Menurut Tjiptono F. (2014:317) fasilitas ialah sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Menurut Relitania (2017:21) ada dua bagian indikator fasilitas yaitu: 1) Bukti Fisik yang terdiri dari Ruang *lobby* yang nyaman, bersih dan rapi untuk dipakai, Fasilitas *waiting room* yang nyaman, Nilai Fungsi dan Sarana pendukung lainnya. 2) Dukungan fisik yang terdiri dari Menata fasilitas, Garansi dan Peralatan penunjang.

2.5 Hipotesis Penelitian

Asumsi dalam penelitian ini bahwa kualitas layanan dan fasilitas memberikan dampak loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai perantara yang penting sehingga kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- 1) Ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien RSUD Siti Fatimah Az Zahra Provinsi Sumatera Selatan.
- 2) Ada pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pasien RSUD Siti Fatimah Az Zahra Provinsi Sumatera Selatan.
- 3) Ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien RSUD Siti Fatimah Az Zahra Provinsi Sumatera Selatan.
- 4) Ada pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien RSUD Siti Fatimah Az Zahra Provinsi Sumatera Selatan.
- 5) Ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui variabel intervening Kepuasan Pasien RSUD Siti Fatimah Az Zahra Provinsi Sumatera Selatan/

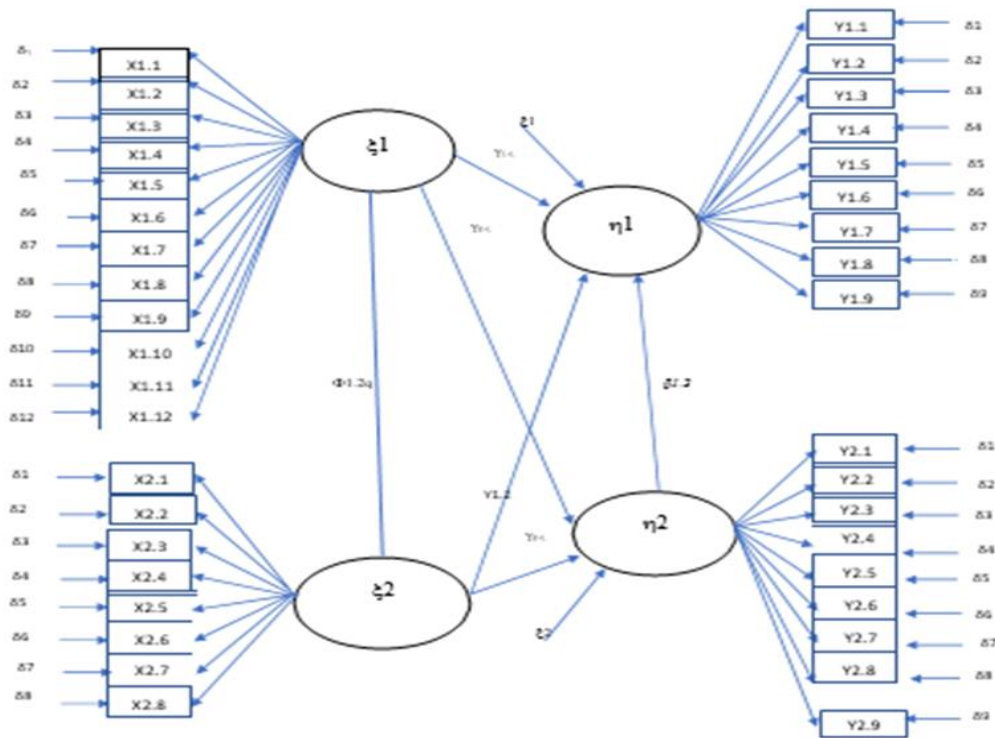
3. Metodologi Penelitian

Objek penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pasien RSUD Siti Fatimah Az Zahra Provinsi Sumatera Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, yaitu menganalisis hubungan antar satu variabel dengan variabel lain. Variabel *Kualitas Pelayanan* dan Fasilitas berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pasien sebagai variabel intervening di RSUD Siti Fatimah Az Zahra Provinsi Sumatera Selatan

Populasi dalam penelitian ini semua pasien RSUD Siti Fatimah. Jenis populasi yang akan diteliti adalah *infinite population*, karena peneliti tidak mengetahui angka pasti jumlah Pasien RSUD Siti Fatimah. Pengambilan sampel ini dilakukan pada Pasien RSUD Siti Fatimah. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini mengacu pada pernyataan Hair, *et al.*, (2010:101), bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pernyataan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi $n \times 5$ variabel yang diamati sampai dengan $n \times 10$ variabel yang diamati, dalam penelitian ini jumlah item kuesioner adalah 38 pernyataan yang digunakan untuk mengukur 4 variabel, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah $38 \times 4 = 152$ responden. Melihat kondisi dan observasi data responden akan didapatkan dalam waktu 6 minggu.

Teknik analisa data untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini menggunakan persamaan permodelan *structural equation modeling* (SEM) dengan software Lisrel. Dengan Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik lisrel yang dilakukan dengan beberapa tahap yaitu uji data dengan melakukan pengujian validitas dan realibilitas konstruk laten tersebut melalui analisis faktor konfirmatori dilanjutkan dengan uji goodness of fit test dan terakhir uji koefisien.

Model persamaan struktur SEM melibatkan sejumlah simbol matematis. Hal ini dapat dilihat misal dalam software lisrel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Model struktur penelitian menggunakan indikator-indikator lengkap, simbol-simbol serta penjelasan yang dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2. Model Struktur Penelitian

4. Hasil Dan Pembahasan

4.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Analisis dilakukan berdasarkan identitas responden yang terlibat dalam penelitian dengan jumlah responden sebanyak 152 orang yang merupakan pasien atau keluarga pasien RSUD Siti Fatimah Provinsi Sumatera Selatan yang berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan

4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap variabel penelitian berdasarkan jawaban yang diperoleh dari para responden terhadap variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, kepuasan pasien, dan loyalitas pasien.

4.3 Uji Model Pengukuran

4.3.1 uji validitas konstruk

Hasil pengujian validitas konstruk pada penelitian ini menunjukkan nilai *loading factor* dari hubungan indikator X1.1 hingga X1.12 dengan konstruk kualitas pelayanan (X_1), X2.1 hingga X2.8 dengan konstruk fasilitas (X_2), Y1.1 hingga Y1.9 dengan konstruk loyalitas pasien (Y_1), Y2.1 hingga Y2.9 dengan konstruk kepuasan pasien (Y_2) memiliki nilai *loading factor* (λ) > 0,05. Artinya, semua instrumen tersebut dinyatakan valid dan dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisa selanjutnya.

4.3.2 uji realibilitas konstruk

Uji reliabilitas konstruk dalam penelitian ini menggunakan *construct reliability* (reliabilitas konstruk) yang mencerminkan nilai reliabilitas sebuah variabel. Dari hasil olahan data menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) = 0,95, fasilitas (X_2) = 0,96, loyalitas pasien (Y_1) = 0,93 dan kepuasan pasien (Y_2) = 0,93 hasil tersebut memiliki nilai *construct reliability* (CR) lebih besar dari 0,7. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

4.4 Uji Kecocokan Model (*Goodness Of Fit*)

Uji *Goodness of Fit Test* (GOF) bertujuan untuk mengetahui apakah model struktural dalam penelitian ini memiliki kecocokan dengan fakta atau data empiris (*goodness of fit*). Model struktural diindikasikan sesuai atau *fit* bila memenuhi paling tidak tiga jenis GFT, dengan hasil sebagai berikut:

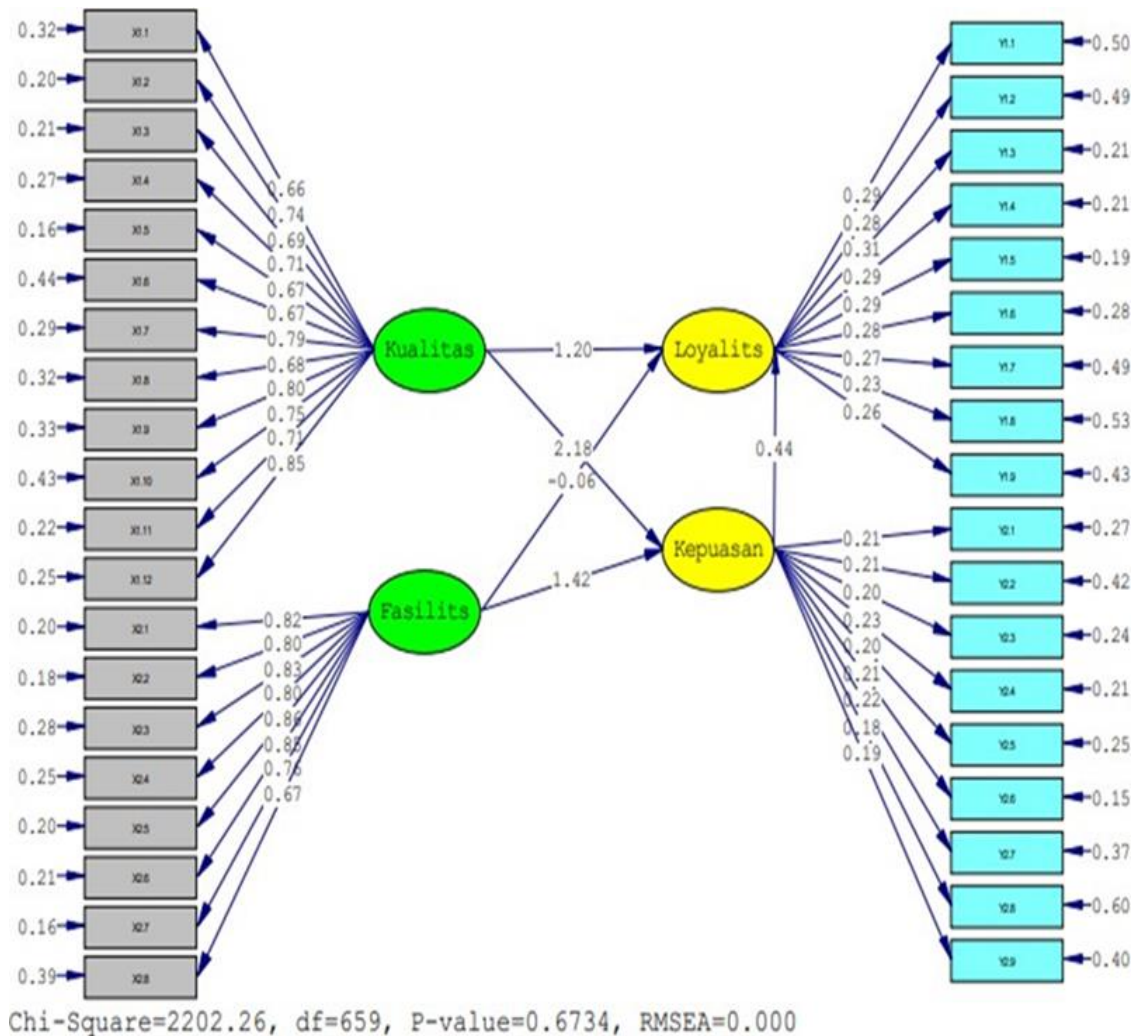
Tabel 1. Uji kecocokan model

<i>Goodness Of Fit Index</i>	<i>Cut Of Value</i>	Hasil Analisis	Evaluasi Model
RMSEA	$\leq 0,05$	0,00	Good Fit
NNFI	$\geq 0,90$	0,92	Good Fit
NFI	$\geq 0,90$	0,90	Good Fit
CFI	$\geq 0,90$	0,92	Good Fit
Chi Square	$\leq 308,255$	220,226	Good Fit
AGFI	0,80-0,90	0,81	Marginal Fit
IFI	$\geq 0,90$	0,92	Good Fit
RFI	$\geq 0,90$	0,90	Good Fit

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa bahwa model sudah baik karena kriteria *goodness of fit index* secara keseluruhan sudah masuk dalam kategori good fit, terutama nilai RMSEA yang nilai kurang dari 0,05 sehingga tidak perlu dilakukan modifikasi model. dengan demikian model tersebut dapat diterima.

4.5 Uji Koefisien / Analisis Jalur

4.5.1 Model struktural



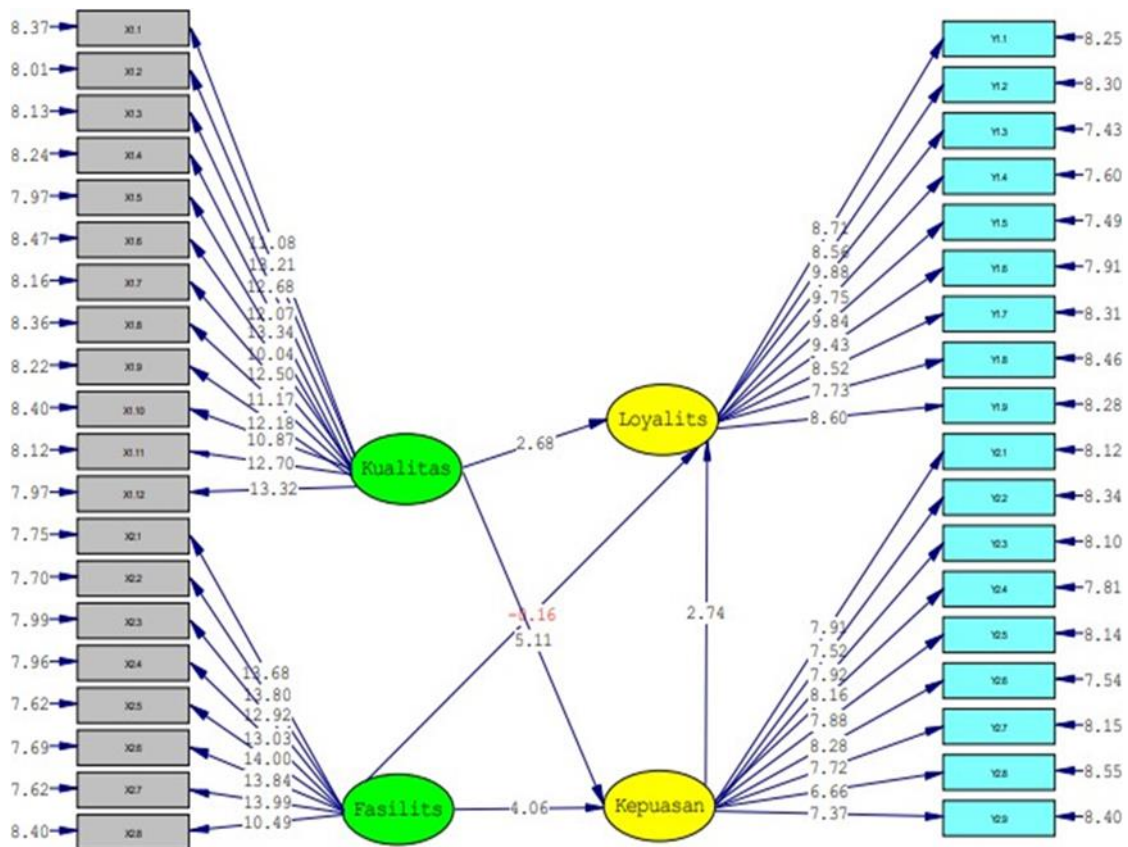
Gambar 3. Path Analysis

Keterangan:

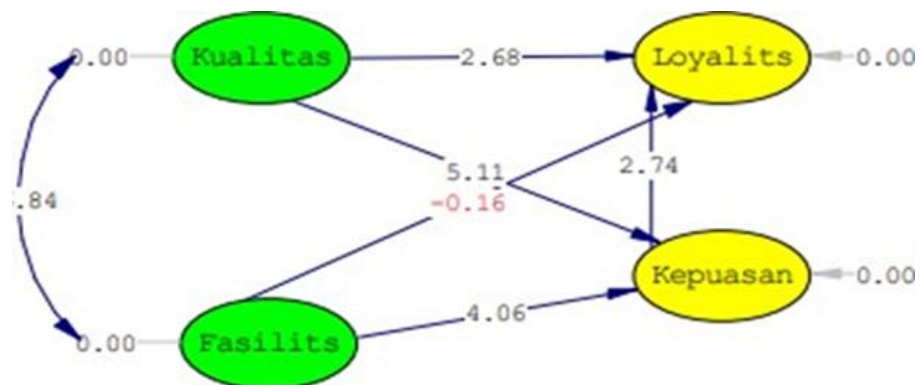
Loyalitas Pasien = $1,20 \times \text{Kualitas Pelayanan} + (-0,06) \times \text{Fasilitas}$

Kepuasan Pasien = $2,18 \times \text{Kualitas Pelayanan} + (1,42) \times \text{Fasilitas}$

4.5.2 model *T-value* (Uji Hipotesis)



Gambar 4. Model *t-value*



Gambar 5. Structural x models t values

Berdasarkan Gambar 4 dan Gambar 5 dapat disimpulkan dalam Tabel dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

No	Alur	Variabel Intervening	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
1	Kualitas Pelayanan – Kepuasan	-	2,18	-	2,18
2	Kualitas Pelayanan – Loyalitas	Kepuasan Pasien	1,2	0,96	2,16
3	Fasilitas – Kepuasan	-	1,42	-	1,42
4	Fasilitas- Loyalitas	Kepuasan Pasien	-0,06	0,63	0,57
5	Loyalitas Pasien – Kepuasan Pasien	-	0,44	-	0,44

Keterangan

Pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan - Kepuasan Pasien - Loyalitas Pasien = $2,18 \times 0,44 = 0,96$

Pengaruh tidak langsung Fasilitas - Kepuasan Pasien - Loyalitas Pasien = $1,42 \times 0,44 = 0,63$

Total Pengaruh Kualitas Pelayanan - Kepuasan Pasien - Loyalitas Pasien = $1,2 + 0,9592 = 2,16$

Total Pengaruh Fasilitas – Kepuasan Pasien – Loyalitas Pasien = $-0,06 + 0,6248 = 0,57$

4.6 Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pasien melalui variabel Kepuasan Pasien di RSUD Siti Fatimah Provinsi Sumatera Selatan.

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien di RSUD Siti Fatimah Provinsi Sumatera Selatan

Hasil T-Value sebesar $2.68 > 1.96$, sehingga H_0 ditolak artinya dengan tingkat kesalahan 5% dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien. Indikator yang bermasalah tersebut mengindikasikan bahwa Kualitas Pelayanan belum sepenuhnya efektif untuk meningkatkan persentase pasien yang loyal dan puas dalam berkunjung ke RSUD Siti Fatimah. Seperti yang terlihat dari hasil jawaban responden yang menunjukkan bahwa sebagian kecil responden tidak setuju atau sangat tidak setuju dengan Kualitas Pelayanan yang di dapat.

Menurut teori dari Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Dalam penelitian ini, Kualitas Pelayanan adalah salah satu kunci agar tingkat loyalitas pasien tinggi di RSUD Siti Fatimah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2018) menerangkan bahwa apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapan dan kinerja maka konsumen akan senang karena harapan dan kinerja dari pelayanan tersebut sudah baik dan loyalitas konsumen secara langsung akan timbul pada perusahaan tersebut.

Peneliti menyarankan agar RSUD Siti Fatimah lebih meningkatkan mutu pelayanan, sebagian besar pasien ingin dilayani dengan cepat dan tanggap. Pelayanan yang sesuai dengan permintaan pasien dan dilaksanakan dengan cepat akan membuat mereka senang dengan pelayanan tersebut. Untuk antrian yang panjang, ciptakanlah sistem antrian yang rapi juga memiliki efisiensi waktu. Kedua, Banyak faktor yang menunjang peningkatan kualitas dalam layanan kesehatan. Oleh sebab itu kebijakan mengenai peningkatan kualitas mutu, khususnya dalam pelayanan kesehatan yang dilakukan oleh profesi dokter, sebaiknya lebih ditingkatkan. Kebijakan yang disusun sebaiknya difokuskan pada bidang kapasitas, pendidikan dan profesionalisme. Kualitas pelayanan yang baik guna mewujudkan pelayanan yang prima.

2. Pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pasien di RSUD Siti Fatimah Provinsi Sumatera Selatan

Nilai hasil T-Value sebesar $-0.16 < 1.96$, sehingga H_{a2} ditolak artinya dapat disimpulkan bahwa Fasilitas tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien. Hasil ini sesuai dengan teori menurut Tjiptono F (2018:317) bahwa Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggri Vebina, Ari Pradhanawati, dan Sendhang Nurseto (2018) melakukan penelitian yang berjudul, Pengaruh variabel Fasilitas terhadap variabel Loyalitas dengan hasil kesimpulan bahwa ada hubungan yang kuat antara variabel fasilitas terhadap variabel loyalitas. Sehingga fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja diberikan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan membuat konsumen puas sehingga menciptakan rasa loyal. Peneliti menyarankan, pelaku usaha RSUD Siti Fatimah sebaiknya harus lebih cermat dalam menentukan arah kebijakan manajemen perpajakan dan manajemen fasilitas agar tepat sasaran.

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di RSUD Siti Fatimah Provinsi Sumatera Selatan

Nilai hasil T-Value sebesar $5.11 > 1.96$, sehingga H_{o3} ditolak artinya dengan tingkat kesalahan 5% dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Pohan (2017:98) yang menjelaskan bahwa kepuasan pasien adalah tingkat perasaan pasien yang timbul sebagai akibat dari kinerja layanan kesehatan yang diperolehnya, setelah pasien membandingkan dengan apa yang diharapkannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan

oleh Nur Rofiah (2019) pelayanan adalah salah satu kunci penting terjadinya kepuasan pasien, oleh karena itu dengan meningkatkan kualitas pelayanan makan pasien tidak ragu lagi untuk kembali datang dan juga menjadikan referensi utama sebagai rujukan fasilitas kesehatan.

Peneliti menyarankan agar RSUD Siti Fatimah Kembali menimbanghal yang mendongkrang tingkat kepuasan pada pasien yang berobat di RSUD Siti Fatimah menjadi tinggi dan menjadikan RSUD Siti Fatimah sebagai refrensi utama dalam memilih fasilitas Kesehatan publik

4. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan di RSUD Siti Fatimah Provinsi Sumatera Selatan

Nilai hasil T-Value sebesar $4.06 > 1,96$, sehingga sehingga H_{04} ditolak artinya dengan tingkat kesalahan 5% dan dapat disimpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien di RSUD SitiFatimah Provinsi Sumatera Selatan. Berdasarkan analisis terhadap indikator dapat disimpulkan bahwa Fasilitas pada RSUD Siti Fatimah terhadap Kepuasan Pasien dinilai kurang efektif dalam menarik minat konsumen untuk menjadikan RSUD Siti Fatimah Sebagai Rujukan Utama Layanan Kesehatan, terutama dalam memberikan pengalaman baru yangmenyenangkan bagi pasien. Hal ini didasarkan pada hasil jawaban responden yang menunjukkan bahwa responden kurang merasakan puas pada aspek aspek tersebut.

Penelitian ini juga sejalan dengan teori yang di kemukakan oleh Tjiptono F (2012:33) fasilitas dapat diartikan sebagai sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen, fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Arlisah Amary dan Supriyanto (2020) menyatakan bahwa Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pelanggan dalam beraktivitas serta nyaman untukmenggunakan fasilitas yang ada. Peneliti menyarankan agar pelaku RSUD Siti Fatimah dapat meningkatkan manajemen fasilitas yang baik dan tepat sasaran guna meningkatkan tingkat Kepuasan Pasien yang tinggi.

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien Melalui Variabel Intervening Kepuasan pasien.

Nilai t-values sebesar $2,59 > 1,96$ sehingga H_{05} ditolak artinya dengan tingkat kesalahan 5% dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pasien melalui Variabel Intervening Kepuasan Pasien. Menurut Bedi (2010) memberikan layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai loyalitas pelanggan diperkuat melalui kepuasan sehingga akan mengarah pada pembelian ulang. Bagi pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berasal dari layanan yang terorganisir, dengan begitu akan menciptakan persepsi yang baik pada pelanggan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian dari Rudy Hartono (2016). Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan dengan variabel intervening kepuasan pelanggan, oleh karena itu loyalitas pelanggan timbul dengan adanya kepuasan yang

dirasakan oleh pelanggan, dengan meningkatkan kualitas pelayanan maka kedua variabel tersebut akan terwujud.

6. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien melalui variabel intervening kepuasan pasien.

Nilai t-values sebesar $2,27 < 1,96$ sehingga H_0 ditolak artinya dengan tingkat kesalahan 5% dapat disimpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pasien melalui variabel intervening Kepuasan Pasien di RSUD Siti Fatimah Provinsi Sumatera Selatan. Penelitian ini sesuai dengan teori menurut Frederick F. Reichheld dalam Rangkuti (2008:32) konsumen mempunyai keinginan penuh membeli suatu produk atau layanan tertentu lagi, pada saat konsumen membutuhkan produk/layanan tersebut, itulah yang disebut loyalitas. Sehingga fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja diberikan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan membuat konsumen puas sehingga menciptakan rasa loyal..

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fahmi Hidayat (2021) menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas, yang berarti fasilitas yang ada pada perusahaan tersebut berkualitas menyebabkan konsumen merasa puas.

Daftar Pustaka

- Arianto, Nurmin. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel rizen kedaton bogor. *Skripsi*, Universitas Pamulang.
- Garvin, David. (2016). *Strategi Pemasaran (Alih Bahasa Fandy Tjiptono)*. Yogyakarta.
- Irawan, dan B. S. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. indeks
- Lupioyadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Pohan, I.S., (2017). *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan Dasar-Dasar Pengertian dan Penerapan*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran, EGC
- Relitania Sinaga. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Hotel Harmoni Batam. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 3, No. 5.
- Setiawan, Supriadi. (2011). *Loyalitas Pelanggan Jasa*. Penerbit IPB Press, Bogor.
- Suryosubroto. (2010). *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan Edisi 1*. Yogyakarta: Andy
- Yamit, Zulian. (2011). *Manajemen Produksi & Operasi (Edisi Pertama)*. Yogyakarta: Ekonisi