

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN

(Studi kasus pada Rumah Sakit Islam Surakarta)



NASKAH PUBLIKASI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

RIAN PERWIRA WIYONO TIMUR

B 100 110 122

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca naskah publikasi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEEN DI RUMAH SAKIT ISLAM SURAKARTA

Yang ditulis oleh:

RIAN PERWIRA WIYONO TIMUR
B 100 110 122

Penandatanganan berpendapat bahwa naskah publikasi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, April 2015

Pembimbing

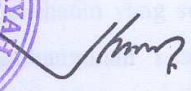

(Drs. Widoyono, MM.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta




(Dr. Triyono, SE., M.Si)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsive, Assurance, dan Empathy*) secara signifikan terhadap loyalitas pasien dan mengetahui dari diantara ke lima dimensi kualitas pelayanan, dimensi manakah yang paling dominan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan bahan untuk melakukan evaluasi pihak rumah sakit dalam menentukan langkah strategis untuk meningkatkan loyalitas dimasa mendatang bagi Rumah Sakit Islam Surakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Populasi dalam penelitian ini adalah pasien dan keluarga pasien yang berjumlah 100 responden pada Rumah Sakit Islam Surakarta. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang akan disebar kelas 1, kelas 2, kelas 3, Kelas VIP, kelas Super VIP, kelas Presidensuite Rumah Sakit Islam Surakarta dengan *convenience sampling/nonprobability sampling* sebagai teknik pengambilan sampel.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa variable kualitas pelayanan yang meliputi *variabel tangible* ($2,198 > 2,000$), *reliability* ($3,935 > 2,000$), *assurance* ($2,364 > 2,000$), *responsive* ($2,263 > 2,000$) dan *empathy* ($2,223 > 2,000$) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta. Dari lima variable kualitas pelayanan yang paling dominan adalah Reliability terbukti kebenarannya dengan nilai t hitung ($3,935 > 2,000$) lebih besar dari nilai t hitung variable lainnya.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan dan Loyalitas pasien.

A. Latar Belakang

Pembangunan kesehatan merupakan bagian yang sangat penting dari pembangunan nasional secara menyeluruh. Adapun tujuan pembangunan kesehatan adalah mencapai kemampuan hidup sehat bagi tiap penduduk agar dapat mewujudkan derajat pelayanan kesehatan yang bermutu dan merata, yang mampu mewujudkan kesehatan optimal. Sedangkan sasaran pembangunan kesehatan adalah terselenggaranya manusia tanguh, sehat, kreatif dan produktif. Untuk mencapai itu, maka visi pembangunan kesehatan tahun 2010 adalah mewujudkan masyarakat, bangsa dan negara yang sehat, memiliki kemampuan untuk menjangkau pelayanan kesehatan yang bermutu secara adil dan merata serta memiliki derajat kesehatan yang setinggi-tingginya diseluruh wilayah Republik Indonesia. Misi dari pembangunan kesehatan yaitu melaksanakan upaya promotif, preventif, kuratif dan rehabilitatif. Upaya tersebut dilaksanakan disemua tempat pelayanan kesehatan dari Puskesmas sampai rumah sakit, baik pemerintah maupun swasta (DepKes RI, 2001: 43).

Rumah sakit sebagai salah satu pelayanan kesehatan masyarakat mempunyai tugas pokok memberikan pembinaan kesehatan masyarakat dan pelayanan kesehatan. Saat ini

distribusi Rumah Sakit sebagai ujung tombak pelayanan kesehatan lanjutan telah lebih merata. Setiap Rumah Sakit melayani 30.000 – 50.000 penduduk (DepKes.RI, 2003: 19).

Rumah sakit sebagai unsur pelayanan kepada masyarakat, tentunya dalam penerapan sanitasi rumah sakit ini akan terkait erat dengan unsur pelayanan teknis medis dan teknis keperawatan penderita. Sebagai konsekuensi logis dari kedudukan ini, maka rumah sakit juga merupakan integrasi dari administrasi/manajemen kesehatan lingkungan, rekayasa sosial (*social engineering*), epidemiologi, dan pendidikan kesehatan lingkungan bagi masyarakat. Pendek kata, penetapan sebagai bagian program berdasarkan pada perundangan yang berlaku di dalam rumah sakit (Arda Dinata, 2000: 23).

Tujuan pokok program pelayanan kesehatan (modern) adalah meningkatkan pemerataan dan mutu upaya kesehatan yang berhasil guna dan berdayaguna serta terjangkau oleh segenap anggota masyarakat. Sasaran program ini adalah tersedianya pelayanan kesehatan dasar dan rujukan, baik oleh pemerintah maupun swasta yang didukung oleh peran serta masyarakat (DepKes.RI, 1999: 12).

Pelayanan kesehatan adalah derajat kesempurnaan pelayanan kesehatan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat konsumen akan pelayanan kesehatan yang sesuai dengan standar pelayanan profesi dan standar pelayanan dengan menggunakan potensi sumber daya yang tersedia secara wajar, efisien dan efektif serta diberikan secara aman dan memuaskan sesuai dengan norma, etika, hukum dan sosial budaya dengan memperhatikan keterbatasan dan kemampuan pemerintah dan masyarakat konsumen (Depkes RI, 2001: 8).

Loyalitas bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2005: 195), sedangkan Kotler (2003: 61) mendefinisikan loyalitas sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat produk akan kurang diminati oleh konsumen. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus meliputi lima dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry 1988 (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005: 133) yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

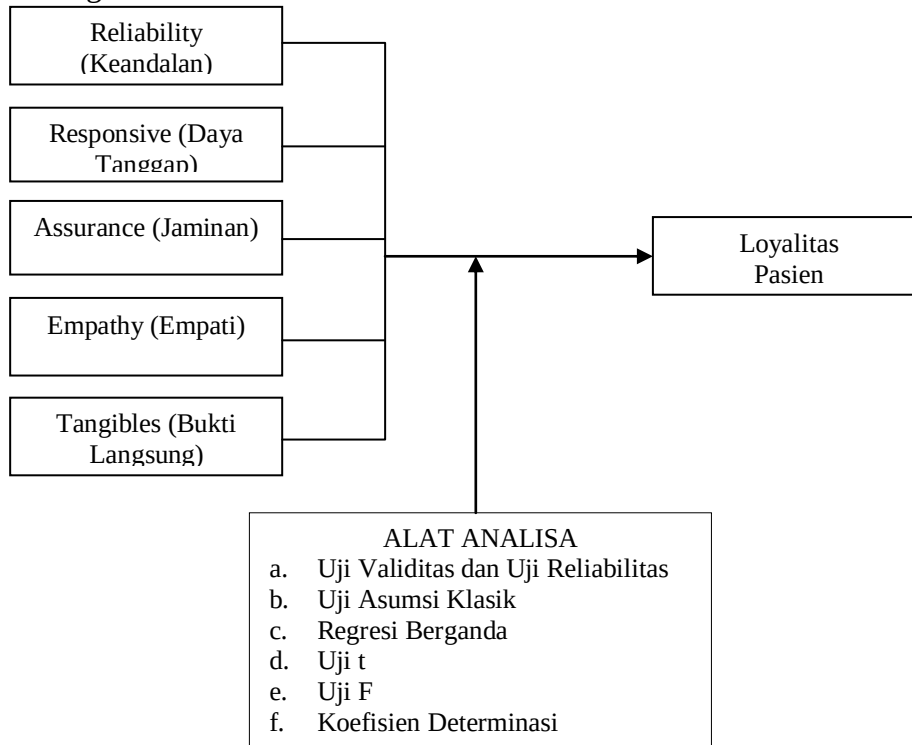
Rumah Sakit Islam Surakarta sebagai salah satu institusi jasa kesehatan masyarakat harus menerapkan konsep mengutamakan loyalitas sebagai konsumen dengan memberikan pelayanan dan penyediaan fasilitas yang terbaik. Beberapa bidang pelayanan dan fasilitas yang harus dikembangkan secara berkelanjutan meliputi pelayanan tenaga medis, paramedis, dan penunjang medis serta fasilitas pelayanan umum lain yang lebih lengkap dan memadai, sumber daya manusia (karyawan/tenaga medis rumah sakit), dan sistem informasi. Tjiptono (2000: 54) menyebutkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan institusi jasa. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan sebuah institusi jasa untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui loyalitas konsumen, khususnya adalah pasien (Srinadi dan Nilakusmawati, 2008).

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan kesehatan yang banyak pesaingnya adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan pasien/konsumen atau belum. Oleh karena itu, Rumah Sakit Islam Surakarta dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas agar loyalitas konsumen meningkat. Pihak rumah sakit perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan loyalitas atas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diberikan. Menjalinkan hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan perumusan masalah sebagai berikut : Apakah kualitas pelayanan yang terdiri *Reliability* (keandalan), *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati) dan *Tangibles* (bukti langsung) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pasien ? dan Dari ke 5 dimensi kualitas pelayanan tersebut manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pasien ?

Adapun tujuan yang ingin dicapai: 1) Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan *Reliability* (keandalan), *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati) dan *Tangibles* (bukti langsung) secara signifikan terhadap loyalitas pasien. 2) Untuk mengetahui diantara ke 5 dimensi kualitas pelayanan *Reliability* (keandalan), *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati) dan *Tangibles* (bukti langsung) dimensi manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pasien

B. Kerangka Pemikiran

1. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.
Kerangka Pemikiran

Kualitas Pelayanan terdapat 5 dimensi (unsur) yang terdiri dari *Reliability* (keandalan), *Responsive* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati) dan *Tangibles* (bukti langsung). Dari ke-5 dimensi tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pasien. *Reliability* (keandalan) dari rumah sakit sangat diperlukan pasien dalam menangani keadaan pasien sehingga mempengaruhi keloyalitasan pasien terhadap Rumah Sakit, *Responsive* (daya tanggap) mempengaruhi dalam hal kecekatan pihak Rumah Sakit memahami keluhan dan keinginan yang diharapkan pasien, *Assurance* (jaminan) di dalam rumah sakit adalah yang mutlak dimiliki setiap rumah sakit, karena semua pasien yang datang kerumah sakit pasti mendapatkan jaminan agar pasien cepat sembuh, sedangkan *Empathy* (empati) dilakukan agar mampu merasakan apa yang dirasakan oleh pasien dan memberikan keseriusan kepada pasien dalam merawatnya dan *Tangibles* (bukti langsung) adalah suatu pelayanan yang diberikan kepada para pasien supaya para pasien yang dirawat merasa senang dengan pelayanan dari Rumah Sakit Islam Surakarta dan dapat dirasakan pasien secara langsung.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, peneliti menggunakan alat analisis data yaitu Uji Validitas dan Uji Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Berganda, Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi.

2. Hipotesis

- a. Diduga kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsive, assurance, empathy*) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pasien
- b. Diduga variabel kualitas pelayanan yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pasien adalah keandalan (*reliability*).

C. Data dan Sumber Data

1. Sumber Data

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Sakit Islam Surakarta Jl. Jenderal Ahmad Yani Pabelan Surakarta.

2. Data primer

Penelitian menggunakan data primer yaitu data aktual yang didapat langsung dari proses penelitian wawancara langsung mengenai keadaan pasien yang terdapat di Rumah Sakit Islam Surakarta yang berbentuk pemberian kuesioner / angket.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua pasien dan keluarga pasien di Rumah Sakit Islam Surakarta.

Sampel adalah “sebagian atau wakil populasi yang diselidiki” (Suharsimi Arikunto, 2002:109). Dalam pengambilan sampel merujuk pada pendapat Suharsimi Arikunto bahwa peneliti mengambil sampel dari kuesioner yang dikembalikan oleh responden dengan berdasarkan pertimbangan apabila subyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi sedangkan dalam penelitian menggunakan cara menghitung sampel dengan menggunakan rumus Slovin, dikutip dari (Husein, 2003:120) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan (10%)

$$n = 240 / 1 + 240(0,10)^2$$

$$= 240 / 240(0,01)$$

$$= 240 / 2,4$$

$$= 100 \text{ responden}$$

Setelah dihitung diperoleh angka 100. Jadi, yang menjadi sampel yaitu sebanyak 100 responden yang akan disebar kelas 1, kelas 2, kelas 3, Kelas VIP, kelas Super VIP, kelas Presidensuite dan isolasi. Sehingga setiap kelas peneliti menggunakan sampel yaitu kelas 1, 2, 3, kelas VIP A, B, kelas Super VIP, dan kelas presidensuite akan diambil sebanyak 100 responden.

E. Definisi Operasional

Variabel Independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen (Indriantoro dan Supomo, 2002). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

a. *Reliability* (keandalan)

Reliability adalah persepsi pelanggan mengenai kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

- 1) Rumah Sakit Islam Surakarta menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir
- 2) Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan / dokumen
- 3) Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan

b. *Responsive* (daya tanggap)

Responsive adalah persepsi pelanggan mengenai keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang khusus.

- 1) Ketersediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat
- 2) Ketersediaan karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat
- 3) Kelengkapan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat.

c. *Assurance* (jaminan)

Assurance adalah persepsi pelanggan mengenai pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staff, serta kemampuan mereka untuk membangun kepercayaan dan keyakinan.

- 1) Reputasi perusahaan yang terjamin
- 2) Kompetensi (kemampuan) karyawan dalam bidang pelayanan rumah sakit yang diberikan
- 3) Keramahan karyawan dalam memberikan layanan

d. *Empathy* (empati)

Persepsi pelanggan meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen.

- 1) Perhatian secara personal oleh karyawan rumah sakit Yariss
- 2) Mudah diakses
- 3) Memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh

e. *Tangibles* (bukti langsung)

Tangibles adalah persepsi pelanggan mengenai hal-hal yang menyangkut penampilan fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi

- 1) Kebersihan fasilitas fisik rumah sakit Islam
- 2) Kerapian penampilan karyawan
- 3) Kemutakhiran (kemoderanan) sarana fisik yang dimiliki

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dependen (Indriantoro dan Supomo, 2002).

Loyalitas adalah penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan tinggi, behavioral intentions konsumen tersebut bersifat favorable (positif), yaitu berusaha memperkuat hubungan dengan perusahaan. Misalnya : menyatakan hal positif tentang perusahaan, tetap loyal pada perusahaan, merekomendasikan perusahaan pada orang lain.

- 1) Pelanggan mengatakan hal positif tentang Rumah Sakit Islam Surakarta
- 2) Memberikan rekomendasi kepada pihak lain
- 3) Kemungkinan besar, pelanggan akan datang ke Rumah Sakit Islam Surakarta lagi
- 4) Jarang melakukan peralihan ke ruang lainnya
- 5) Rumah Sakit Islam Surakarta merupakan pilihan pertama jika pelanggan sakit
- 6) Percaya bahwa Rumah Sakit Islam Surakarta merupakan rumah sakit terbaik

F. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan Uji Kolmogorov – Smirnov. Dari hasil pengujian Kolmogorov Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk model regresi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa persamaan regresi untuk model dalam penelitian ini memiliki sebaran data yang normal.

b. Uji Multikolinearitas.

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan metode enter yaitu dengan melihat pada *Tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa masing-masing nilai VIF berada sekitar 1 sampai 10, demikian juga hasil nilai *tolerance* mendekati 1 atau diatas 0,1. Dengan demikian dapat dinyatakan juga model regresi ini tidak terdapat masalah multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas.

Dalam uji Heterokedastisitas pengujian yang dilakukan dengan uji Park. Park memberikan saran penggunaan e_1^2 sebagai pendekatan σ^2 dengan melakukan regresi sebagai berikut: Berdasarkan hasil tersebut nampak bahwa semua variabel bebas menunjukkan nilai p value atau nilai signifikan lebih besar dari 0,05, sehingga dapat di simpulkan bahwa semua variabel bebas tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas.

d. Autokorelasi

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, maka dapat ditampilkan dalam tabel berikut: Berdasarkan hasil autokorelasi dengan menggunakan derajat kesalahan (α) =5%, dengan prediktor sebanyak 2 maka batas atas (U) adalah sebesar 1,571 sedang batas bawah (L) adalah sebesar 1,780. Karena nilai DW hasil regresi adalah sebesar 1,867 yang berarti lebih besar dari nilai batas bawah, maka koefisien autokorelasi lebih besar dari nol. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil regresi tersebut terbebas dari masalah autokorelasi. Dengan kata lain, hipotesis yang menyatakan tidak terdapat masalah autokorelasi dapat diterima, sedangkan hipotesis nol yang menyatakan terdapat autokorelasi dapat ditolak

2. Uji Hipotesis

a. Analisa Regresi Berganda (*Multiple Regression*)

Analisa ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel dalam dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_3), *Responsive* (X_4), dan *Empathy* (X_5) terhadap Loyalitas pasien. Dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 17 koefisien regresi yang diperoleh dari hasil pengolahan data adalah :

$$Y = 2,835 + 0,110 X_1 + 0,318 X_2 + 0,134 X_3 + 0,143 X_4 + 0,132 X_5$$

Dari persamaan di atas maka diinterpretasikan sebagai berikut :

Koefisien regresi variabel sebesar 2,835 maka *Tangibles*, *Reliability*, *Assurance*, *Responsive*, dan *Empathy* naik sebesar satu-satuan maka loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta naik sebesar 2,835. Variabel *tangibles* sebesar 0,110 naik sebesar satu-satuan maka loyalitas pasien Rumah Sakit Islam Surakarta meningkat sebesar 0,110. Variabel *reliability* sebesar 0,318 naik sebesar satu-satuan maka loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta meningkat sebesar 0,132. Variabel *assurance* sebesar 0,134 naik sebesar satu-satuan maka loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta meningkat sebesar 0,134. Variabel *responsive* sebesar 0,143 naik sebesar satu-satuan maka loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta meningkat sebesar 0,143. Variabel *empathy* sebesar 0,132 naik sebesar satu-satuan maka loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta meningkat sebesar 0,132.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

- 1) Uji pengaruh variabel *tangible* (X_1) terhadap Loyalitas pasien (Y) adalah sebagai berikut : H_0 ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ($2,198 > 2,000$) maka hal ini menunjukkan bahwa *tangible* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pasien atau karena t.sig ($0,030$) lebih kecil dari $0,05$.
- 2) Uji pengaruh variabel *reliability* (X_2) terhadap Loyalitas pasien (Y) adalah sebagai berikut : H_0 ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ($3,935 > 2,000$) maka hal ini menunjukkan bahwa *reliability* mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap Loyalitas pasien atau karena t_{sig} (0,000) lebih kecil dari 0,05.

- 3) Uji pengaruh variabel *assurance* (X_3) terhadap Loyalitas pasien (Y) adalah sebagai berikut : H_0 ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ($2,364 > 2,000$) maka hal ini menunjukkan bahwa *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pasien atau karena t_{sig} (0,020) lebih kecil dari 0,05.
- 4) Uji pengaruh variabel *responsive* (X_4) terhadap Loyalitas pasien (Y) adalah sebagai berikut : H_0 ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ($2,263 > 2,000$) maka hal ini menunjukkan bahwa *responsive* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pasien atau karena t_{sig} (0,026) lebih kecil dari 0,05.
- 5) Uji pengaruh variabel *empathy* (X_5) terhadap Loyalitas pasien (Y) adalah sebagai berikut : H_0 ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ($2,223 > 2,000$) maka hal ini menunjukkan bahwa *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pasien atau karena t_{sig} (0,029) lebih kecil dari 0,05.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_3), *Responsive* (X_4), dan *Empathy* (X_5) secara bersama-sama terhadap Loyalitas pasien (Y). Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut : Hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,575 > 2,53$), maka H_0 ditolak, Berarti secara bersama-sama variabel *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_3), *Responsive* (X_4), dan *Empathy* (X_5) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien.

d. Koefisien Determinasi

Metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi Y yang dapat dijelaskan oleh variasi X, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_3), *Responsive* (X_4), dan *Empathy* (X_5) terhadap loyalitas pasien.

Berdasarkan hasil analisis data yang menggunakan bantuan komputer program SPSS *for windows* maka dapat diperoleh *R square* (R^2) sebesar 0,564, berarti variasi perubahan variabel Loyalitas pasien dapat dijelaskan oleh variabel

Tangibles (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_3), *Responsive* (X_4), dan *Empathy* (X_5) sebesar 56,4%. Sedangkan sisanya sebesar 43,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

G. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa variabel kualitas pelayanan yang meliputi *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_3), *Responsive* (X_4), dan *Empathy* (X_5) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta.

Dalam hal ini hasil yang diperoleh berdasarkan analisis tersebut diatas peneliti dapat mengambil pembahasan mengenai variabel kualitas pelayanan yang meliputi variabel *tangible* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pasien maka H_0 ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ($2,198 > 2,000$), variabel *reliability* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pasien maka H_0 ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ($3,935 > 2,000$), variabel *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pasien maka H_0 ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ($2,364 > 2,000$), variabel *responsive* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pasien maka H_0 ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ($2,263 > 2,000$) dan variabel *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas pasien H_0 ditolak t hitung lebih besar dari t tabel ($2,223 > 2,000$).

Berdasarkan hasil analisis penelitian diatas dalam hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *emphaty*) berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pasien terbukti kebenarannya.

Selanjutnya untuk hipotesis 2 (H_2) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pasien adalah *reliability* itu terbukti kebenarannya.

H. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien yang dipengaruhi beberapa unsur untuk mengetahui besarnya loyalitas pasien yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Assurance*, *Responsive*, dan *Empathy*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang (pasien). Berdasarkan hasil analisis data pada bab IV tentang

pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Islam Surakarta, sehingga penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Analisis Regresi Linear Berganda

$$Y = 2,835 + 0,110 X_1 + 0,318 X_2 + 0,134 X_3 + 0,143 X_4 + 0,132 X_5$$

Dari persamaan di atas maka diinterpretasikan sebagai berikut :

Koefisien regresi variabel sebesar 2,835 maka *Tangibles*, *Reliability*, *Assurance*, *Responsive*, dan *Empathy* naik sebesar satu-satuan maka loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta naik sebesar 2,835. Variabel *tangibles* sebesar 0,110 naik sebesar satu-satuan maka loyalitas pasien Rumah Sakit Islam Surakarta meningkat sebesar 0,110. Variabel *reliability* sebesar 0,318 naik sebesar satu-satuan maka loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta meningkat sebesar 0,132. Variabel *assurance* sebesar 0,134 naik sebesar satu-satuan maka loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta meningkat sebesar 0,134. Variabel *responsive* sebesar 0,143 naik sebesar satu-satuan maka loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta meningkat sebesar 0,143. Variabel *empathy* sebesar 0,132 naik sebesar satu-satuan maka loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta meningkat sebesar 0,132.

2. Hasil analisis uji t diketahui bahwa variabel *tangible* ($2,198 > 2,000$), *reliability* ($3,935 > 2,000$), *assurance* ($2,364 > 2,000$), *responsive* ($2,263 > 2,000$) dan *empathy* ($2,223 > 2,000$) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Islam Surakarta.
3. Hasil analisis uji F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_3), *Responsive* (X_4), dan *Empathy* (X_5) secara bersama-sama terhadap Loyalitas pasien (Y).
4. Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) diperoleh *R square* (R^2) sebesar 0,564, berarti variasi perubahan variabel Loyalitas pasien dapat dijelaskan oleh variabel *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_3), *Responsive* (X_4), dan *Empathy* (X_5) sebesar 56,4%. Sedangkan sisanya sebesar 43,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.
5. Berdasarkan keterangan analisis uji t diatas berarti dalam hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan bahwa variable kualitas pelayanan yang terdiri dari (*tangibles*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *empathy*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien terbukti kebenarannya.

6. Dari analisis uji t dapat di simpulkan hipotesis 2 (H2) yang menyatakan bahwa variable kualitas pelayanan yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pasien adalah *reliability* terbukti kebenarannya.

I. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan responden yang diteliti yaitu hanya beberapa pasien dan keluarga pasien yang bersedia untuk dijadikan responden.
2. Keterbatasan penelitian ini yaitu variabel yang diteliti hanya kualitas pelayanan dalam mempengaruhi loyalitas pasien.

J. Saran

Beberapa hal yang dapat dikemukakan sebagai pertimbangan antara lain:

1. Bagi Rumah Sakit Islam Surakarta sebaiknya terus mempertahankan kualitas pelayanan dikarenakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada loyalitas pasien.
2. Rumah Sakit Islam Surakarta telah menerapkan kualitas pelayanan yang baik untuk diberikan kepada para pasien yang datang. Diharapkan kedepannya, penerapan kualitas pelayanan lebih ditingkatkan lagi agar benar-benar meresap dan melekat dihati para pengunjung Rumah Sakit Islam Surakarta.
3. Kinerja karyawan Rumah Sakit Islam Surakarta juga mendukung karena para pasien sangat membutuhkan daya tanggap yang cepat dan baik dari para perawat. Diharapkan kedepannya kinerja karyawan yang cepat dan tanggap tetap dipertahankan dan lebih baiknya untuk di tingkatkan demi kepuasan para pasien yang dirawat dan memberikan pengaruh positif terhadap rumah sakit.
4. Diharapkan pihak rumah sakit memperhatikan apa yang menjadi hak, kebutuhan, dan keinginan pasien yang beragam. Karena dengan memenuhi semua yang menjadi hak, kebutuhan dan keinginan pasien akan memberikan dampak yang positif untuk pihak rumah sakit itu sendiri dan dapat menjadi rumah sakit yang paling diminati oleh semua masyarakat.
5. Untuk Peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambahkan kedalam responden keluarga pasien yang menunggu, itu dikarenakan tidak semua pasien dalam keadaan yang baik untuk dapat diberi dan mau mengisi angket yang disebar oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, Budi dan Sumarno.2008. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit ST Elisabeth Semarang*. Eksplanasi. Vol. 2 No. 4.
- Arikunto, Suharsimi.2002. *Prosedur Penelitian*. Semarang:Rineka Cipta. Semarang.
- Basu, Swastha.2000. *Azas-Azas Marketing*, Edisi pertama. Yogyakarta:BPFE.
- Basu, Swastha dan Irawan.2008. “*Manajemen Pemasaran Modern*”. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Bramson.2004.“From the Marketing Mix to Relationship Marketing : Towards a Paradigm Shift in Marketing”, *Journal of Managements Decisions*, Vol. 44 No. 3.
- Dibyso Iskandar.2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Nasabah PD. Bank Perkreditan Rakyat BKK Boyolali Kota)
- Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo.2004. *Statistik Induktif*, Edisi 4.Yogyakarta: BPFE.
- Durianto, Nuke dan Suryandari, Retno Tanding.2001. *Pengaruh Atribut Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Survei pada Pedagang Kaki Lima di Jl. Ir. Sutami, Jebres, Surakarta)*. Fokus Manajerial. Vol. 3, No. 2, 2005 : 120 – 131
- Ellena, Frida.2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang).
- Giffin, K.2003. The Contribution of Studies of Source Credibility to a Theory of Interpersonal Trust in the Communication Process, *Psychological Bulletin*, Vol. 68, No. 2:104-120.
- Gitosudarmo, Indriyo.2002.*Manajemen Keuangan, Edisi Keempat*. Yogyakarta:BPFE.
- Gujarati, Damodar Terjemahan Sumarno Zain.2001.*Ekonometrika Dasar*, Jakarta:Erlangga.
- Indriantoro dan Supomo.2002.*Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta:BPFE.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang.2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Cetakan Ke-2. Yogyakarta:BPFE.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.2000. *Dasar-Dasar Pemasaran (Principle Of Marketing)*, Prentice Hall Inc.Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary.2002.“*Prinsip-prinsip pemasaran Jilid 1*”, Edisi Delapan. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip.2002. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Keduabelas*. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip.2003. *Marketing Management, 11th Edition Printice Hall Int’l*. New Jersey.Jakarta:Erlangga
- Kotler, Phillip.2003.Manajemen Pemasaran: *Analysis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat – Prentice Hall.

- Kotler, Philip & Armstrong.2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke 12 Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin, Keller, Lane.2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2 Edisi 12, Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Hamdani.2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mowen, J.C. & Hansen.2005.*Consumer Behavior*, Fourth Edition, Prentice-Hall International Edition.
- Mowen, J.C. & Hansen.2005.*Consumer Behavior*, Fourth Edition, Prentice-Hall International Edition.
- Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi.2007. Pengaruh Kualitas, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada PD. BPR Bank Pasar Kendal) Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), September, hal 215-227 ISSN: 1412-3126
- Nugroho dan Sudaryanto.2013. Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus di Hira Cargo Cabang Semarang)
- Sabihaini.2000.*Analisis Konsekuensi Keperilakuan Kualitas Layanan : Suatu Penelitian Empiris*, Usahawan, No. 02, Februari.
- Setiadi, Nugroho.2003.*Perilaku Konsumen Edisi 1*. Jakarta:Kencana Perdana Media.
- Simamora, Bilson.2001.*Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Sunarto.2006. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Deposito pada PT. Bank Mandiri Cabang (Persero) Semarang Pahlawan. *Disertasi*. Semarang, FIS UNNES. Tidak dipublikasikan.
- Tjiptono, Fandy.2000.*Manajemen Jasa*, Edisi Ketiga. Yogyakarta:Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Kualitas Jasa*, J & J Learning. Yogyakarta:Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Service Management : Mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Total Quality Management*, revisi ed.Yogyakarta:Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy.2004. *Manajemen Jasa*.Yogyakarta:Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media
- Umar, Husein.2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Widiyanto Bangun Prasetyo.2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Swalayan Luwes Purwodadi).