

PERAN DIMENSI KUALITAS DAN KEPUTUSAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN PADA RUMAH SAKIT CITRA HUSADA

THE ROLE OF QUALITY AND DECISION DIMENSIONS ON LOYALTY PATIENTS AT CITRA HUSADA HOSPITAL

Aura Nafisi¹⁾ Muhammad Rizal²⁾ Fakhrurrazi³⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur
email : auranafisi14@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur
email : 93muhammadrizal93@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur
email : fakhrurraziunigha.ac.id

Info Artikel	ABSTRAK
<p><i>Riwayat Artikel:</i> Diterima: 20-07-2023 Direvisi: 08-09-2023 Dipublikasikan: 15-09-2023</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Peran Dimensi kualitas dan Keputusan Terhadap Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie”. Dimana variabel independen yaitu dimensi kualitas (X_1) dan keputusan (X_2) dan Loyalitas pasien (Y) sebagai variabel dependennya. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi: $Y = 3,652 + .411 X_1 + .448 X_2$. Berdasarkan hasil analisis bahwa dari kedua variabel yang diteliti, ternyata variabel keputusan (X_2) mempunyai pengaruh yang paling dominan sebesar 44,8% terhadap Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie. Hubungan antara variabel dependen dan independen yaitu masing-masing variabel Dimensi kualitas (X_1) dan Keputusan (X_2) terhadap Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie dengan indeks korelasi sebesar 65,2% Ini berarti hubungan tersebut sangat kuat. Kemudian indeks determinasi masing-masing variabel Pengembangan variabel Dimensi kualitas (X_1) dan Keputusan (X_2) sebesar 64,5% ini berarti berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie dan sebesar 34,5% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.</p> <p>Kata kunci : Dimensi kualitas, Keputusan, Loyalitas pasien</p>
<p><i>Nomor DOI :</i></p> <p>Cara Mensitasi : Nafisi, A. Isnaini, T. Fakhrurrazi. 2023. Peran Dimensi Kualitas Dan Keputusan Terhadap Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada. <i>Jurnal MAFEBIS Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNIGHA</i>, 1(2).14-28</p>	

Article Info	ABSTRACT
<p><i>Article History :</i> <i>Received: 20-07-2023</i> <i>Revised: 08-09-2023</i> <i>Published: 15-09-2023</i></p>	<p><i>This study aims to determine "The Role of Quality and Decision Dimensions on Patient Loyalty at Citra Husada Sigli Hospital, Pidie District". Where the independent variables are the dimensions of quality (X1) and decisions (X2) and patient loyalty (Y) as the dependent variable. The population in this study were patients at Citra Husada Sigli Hospital, Pidie Regency. The sample in this research is 100 respondents. Based on the research results, the regression equation is obtained: $Y = 3.652 + .411 X1 + .448 X2$. Based on the results of the analysis that of the two variables studied, it turns out that the decision variable (X2) has the most dominant influence of 44.8% on patient loyalty at Citra Husada Sigli Hospital, Pidie Regency. The relationship between the dependent and independent variables, namely each variable Dimensions of quality (X1) and Decision (X2) on patient loyalty at Citra Husada Sigli Hospital, Pidie Regency with a correlation index of 65.2% This means that the relationship is very strong. Then the index of determination for each variable Development of the variable Dimensions of quality (X1) and Decision (X2) is 64.5%, this means that it has a significant effect on patient loyalty at Citra Husada Sigli Hospital, Pidie Regency and is 34.5% which is influenced by variables others that were not examined in this study.</i></p> <p>Keyword : <i>Quality dimension, Decision, Patient loyalty</i></p>
<p><i>DOI Number :</i></p> <p><i>How To Cite :</i></p> <p>Nafisi, A. Isnaini, T. Fakhrurrazi. 2023. <i>The Role Of Quality And Decision Dimensions On Loyalty Patients At Citra Husada Hospital. Jurnal MAFEBIS Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNIGHA</i>, 1(2).14-28</p>	

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kualitas Pelayanan merupakan sesuatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau penggunanya. Artinya pelayanan dikatakan berkualitas apabila perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan maupun harapan pelanggan/penggunanya. Umumnya kualitas pelayanan banyak digunakan sebagai dasar bagi produk jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja yang berkualitas, dan kinerja tersebut yang nantinya akan dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu, kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa. Kualitas pelayanan dapat digambarkan sebagai perbedaan antara harapan pelayanan oleh pelanggan dan pelayanan yang dirasakan. Jika harapan adalah lebih besar dari kinerja, kemudian mutu yang dirasa kurang dari memuaskan, sehingga ketidakpuasan pelanggan terjadi.

Kepuasan merupakan suatu kondisi di mana keinginan, harapan dipenuhi .Setiap layanan yang diberikan dinilai memuaskan apabila layanan tersebut dapat memenuhi keinginan seseorang. Pengukuran kepuasan merupakan elemen penting dalam menyediakan layanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Ketika seseorang merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka layanan tersebut dapat disimpulkan sebagai tidak efektif dan tidak efisien. Meningkatkan kepuasan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem layanan layanan yang disediakan.

Loyalitas adalah satu sikap yang baik ketika diterapkan dalam kehidupan sosial. Loyalitas adalah komponen penting dari dalam organisasi, kelompok, atau hubungan antar individu. Inti dari loyalitas adalah kesetiaan dan dedikasi. Loyalitas adalah konsep yang berkaitan dengan komitmen dan dedikasi kepada orang lain. Wujud dari loyalitas adalah rasa hormat dan kepercayaan. Loyalitas adalah nilai berharga dalam kehidupan.

Pelayanan kesehatan yang bermutu adalah pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan sesuai dengan tingkat kepuasan rata-rata penduduk serta penyelenggaraannya sesuai dengan kode etik dan standar pelayanan yang telah ditetapkan. Dua unsur penting dalam upaya peningkatan pelayanan kesehatan adalah tingkat kepuasan pasien sebagai pengguna jasa dan pemenuhan standar pelayanan medis yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pasien yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran bagi pasien rawat jalan maupun rawat inap.

Berdasarkan hasil observasi Rumah Sakit Umum Citra Husada Sigli selaku salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan yang dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya. Untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan, terlebih dahulu harus diketahui apakah pelayanan yang telah diberikan kepada pasien/pelanggan selama ini telah sesuai dengan harapan pasien/pelanggan atau belum.

Ada dua pihak yang terlibat dalam proses jasa/pelayanan, yaitu penyedia layanan (pelayan) dan konsumen (yang dilayani) yang disebut konsumen (*customer*) adalah masyarakat yang mendapat manfaat dari aktivitas yang dilakukan oleh organisasi atau petugas dari organisasi pemberi layanan tersebut. Peningkatan kualitas pelayanan yang baik tidak hanya berasal dan sudut Rumah Sakit Umum Citra Husada Sigli saja, tetapi harus pula dan sudut pandang pasien. Dari pihak rumah sakit sendiri harus pula mengetahui keinginan dan kebutuhan pasien, oleh karena itu kualitas pelayanan yang dilakukan harus diperhatikan. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan maka diharapkan kepuasan pasien juga akan meningkat dan loyalitas pasien akan dapat tercipta.

Berdasarkan hasil observasi awal pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli, maka terdapat terdapat beberapa kendala pada dimensi layanan, salah satunya pada kondisi sarana dan prasarana. Aktual berkaitan dengan sarana dan prasarana masih terdapat banyak kekurangan, seperti sarana penunjang yaitu tempat parkir yang kurang memadai, kurangnya akses bebas untuk masuknya ambulance menuju ke intalasi gawat darurat, kondisi sarana lift yang diperuntukan untuk pasien yang jauh dari standarisasi kelayakan, dan lain sebagainya. Sarana pokok atau pelayanan inti rumah sakit pun masih terdapat kekurangan, seperti kurangnya sarana tempat tidur pasien, sarana kebutuhan alat kesehatan yang belum maksimal, hingga kebutuhan obat untuk pasien rawat inap maupun rawat jalan belum tersedia sepenuhnya dan masih banyak kekurangan stok obat.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas berpengaruh terhadap loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.
2. Apakah keputusan berpengaruh terhadap loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.
3. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.

Tujuan penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas terhadap loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.

2. Untuk mengetahui pengaruh keputusan terhadap loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.
3. Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan. Menurut Arianto (2020:83) 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.

Menurut Kotler dan Keller dalam Wiennata Hidayat (2019:5) “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”. Menurut Kasmir (2017:47) kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

Menurut Rosalia (2021:4) dalam jurnalnya menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan kepada pelanggan. Beberapa faktor tersebut yaitu:

- a. Motivasi kerja karyawan
Karyawan yang memiliki motivasi kerja yang tinggi maka ia akan menampilkan performansi kerjanya yang terbaik yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.
- b. Sistem kerja dan sistem pelayanan di perusahaan tersebut
Sistem kerja dan sistem pelayanan yang konsisten, dinamis, dan fleksibel akan memudahkan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- c. Suasana kerja di perusahaan
Suasana kerja yang kondusif dan nyaman diperlukan untuk mendukung karyawan dalam melayani pelanggan dengan pelayanan yang berkualitas.
- d. Kemampuan kerja karyawan
Kemampuan kerja adalah kapasitas seseorang untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan yang terdiri dari kemampuan intelektual dan fisik.

Menurut Fitzsimmons dalam Saputri, (2019:6) mengemukakan lima indikator kualitas pelayanan yaitu :

1. *Reliability* yang ditandai dengan pemberian Kualitas Pelayanan yang tepat dan benar.
2. *Tangibles* yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.
3. *Responsiveness* ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.
4. *Assurance* yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan Kualitas Pelayanan.
5. Empati yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Keputusan

Keputusan konsumen adalah tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya. Menurut *American Marketing Assosiation* (AMA) dalam Sunyoto (2018:65) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian konsumen sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan tindakan transaksi untuk memiliki barang atau menggunakan jasa tertentu.

Keputusan pembelian konsumen dapat dirumuskan sebagai sikap yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam hal merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa-jasa. Sedangkan perilaku pembeli (buyer behaviour) memusatkan perhatian pada perilaku individu khusus, yang membeli produk bersangkutan, sekalipun orang itu tidak terlibat dalam hal merencanakan pembelian tersebut, atau menggunakan produk tersebut (Tjiptono dalam jurnal Arianto, 2017:5).

Menurut Kotler (2018:158), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Wisudarini (2017:9) mengemukakan indikator untuk mengukur keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Keputusan yang tepat
2. Keluarga tidak merasa keberatan
3. Pelayanan yang memuaskan.
4. Fasilitas yang disediakan lengkap.
5. Informasi dari orang lain

Loyalitas

Loyalitas merupakan sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Menurut Sopiah (2018:104) menyatakan bahwa : “Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.” Dengan pembelian yang dilakukan pelanggan secara terus-menerus dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi organisasi.

Sedangkan menurut Tjiptono dalam Sofyan, (2019) mengemukakan bahwa “Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.” Selanjutnya Pasuraman yang dikutip oleh Sopiah (2018:104) mendefinisikan bahwa : “Loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji dengan memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi dan kendala pragmatis.”

Menurut Huriyati dalam Iswara (2021:8) loyalitas pelanggan sebagai komitmen bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi menyebabkan perubahan perilaku.

Menurut Riyadi dalam Sabri (2019:3) menyebutkan adanya lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, sebagai berikut :

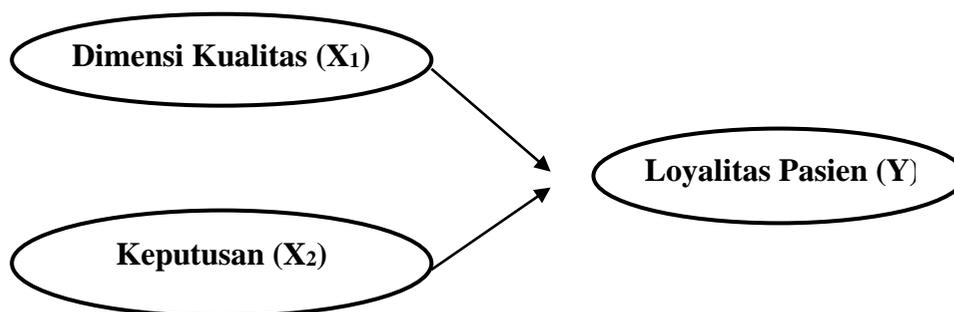
1. Kualitas Produk, kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus-menerus akan mengakibatkan konsumen yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas pelanggan.
2. Kualitas Pelayanan, selain kualitas produk ada hal lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan.
3. Emosional, emosional di sini lebih diartikan sebagai keyakinan penjual itu sendiri agar lebih maju dalam usahanya. Keyakinan tersebut nantinya akan mendatangkan ide-ide yang dapat meningkatkan usahanya.
4. Harga, sudah pasti orang menginginkan barang yang bagus dengan harga yang lebih murah atau bersaing. Jadi harga di sini lebih diartikan sebagai akibat, atau dengan kata lain harga yang tinggi adalah akibat dari kualitas produk tersebut yang bagus, atau harga yang tinggi sebagai akibat dari kualitas pelayanan yang bagus.
5. Biaya, orang berpikir bahwa perusahaan yang berani mengeluarkan biaya yang banyak dalam sebuah promosi atau produksi pasti produk yang akan dihasilkan akan bagus dan berkualitas, sehingga konsumen lebih loyal terhadap produk tersebut.

Menurut Pangaila (2018:5) indikator dalam loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Menjadi pilihan utama jika pasien membutuhkan jasa kesehatan
2. Selalu setia berlangganan
3. Menghubungi untuk berkonsultasi mengenai kesehatan
4. Menceritakan hal-hal positif kepada orang lain
5. Mereferensikan kepada orang lain

Kerangka Pemikiran

Setelah masalah penelitian dirumuskan, maka langkah kedua dalam proses penelitian (kuantitatif) adalah mencari teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teoritis untuk pelaksanaan penelitian (Sugiyono, 2017: 52). Maka penulis menjabarkan kerangka pikir *Website Quality (X1) Trust (X2)* dan Loyalitas Pelanggan (Y). Selanjutnya dapat dirumuskan kerangka pemikiran untuk penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1. Skema Karangka Pemikiran.

Hipotesis

(Sugiyono, 2017:38) menjelaskan bahwa hipotesis merupakan jawaban yang sifatnya sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah tersebut sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis disebut sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori.

Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini diduga bahwa variabel kualitas dan keputusan berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif. Penelitian dilaksanakan pada konsumen yang berobat pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie yang beralamat di Jl. Prof. A. Majid Ibrahim, Lampeudeu Baroh, Kec. Kota Sigli, Kabupaten Pidie, Aceh.

Objek penelitian dalam penelitian ini memfokuskan tentang pengaruh kualitas dan keputusan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, penulis menjadikan populasi adalah masyarakat yang berkunjung pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie. Prosedur yang di gunakan untuk pengumpulan data adalah teknik *probability sampling*, yaitu Teknik *sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk di pilih untuk menjadi anggota sampel.

Mengingat populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus *unknown population*, (Sudjana, 2018:152) sebagai berikut:

$$n = (.25) \frac{(z\alpha/2)^2}{e}$$

Di mana:

n = Jumlah sampel

$z\alpha/2$ = Nilai yang didapatkan dari tabel normal atas tingkat keyakinan

e = Kesalahan dalam penarikan sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini tingkat keyakinan ditentukan 90%, maka nilai $z\alpha/2$ adalah 1,96 dan tingkat kesalahan penarikan sebesar 10%, sehingga diperoleh besaran sampel sebagai berikut:

$$n = (.25) \frac{(1,96/2)^2}{.1}$$

$$n = 96,4$$

Sumber : (Sudjana, 2018:152)

Dengan demikian sampel yang diteliti dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 96 orang responden.

Teknis Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara Kualitas (X1) dan Keputusan (X2) terhadap Loyalitas pasien (Y) dengan menggunakan program SPSS Versi 26. Uji hipotesis linier menurut Sudijiono (2017: 65) dengan rumus adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Loyalitas pasien
- a = bilangan konstanta
- b_1 = koefisien regresi
- b_2 = koefisien regresi
- X_1 = Kualitas
- X_2 = Keputusan
- e = kesalahan pengganggu (standar error)

Pengujian Hipotesis

Untuk melihat hubungan antara jumlah Loyalitas pasien dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu kualitas, dan keputusan secara parsial, dilakukan dengan uji signifikan koefisien parsial.

Uji t

1. Jika t hitung lebih besar ($>$) dari t tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu Kualitas dan keputusan berpengaruh nyata terhadap loyalitas pasien (Y).
2. Jika t hitung lebih kecil ($<$) dari t tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu Kualitas dan keputusan tidak berpengaruh nyata terhadap loyalitas pasien (Y).

Untuk mengetahui hubungan antara jumlah loyalitas pasien pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu kualitas dan keputusan secara simultan (serentak) dilakukan.

Uji F

1. Jika F hitung lebih besar ($>$) dari F tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu Kualitas dan keputusan berpengaruh nyata terhadap jumlah loyalitas pasien (Y).
2. Jika F hitung lebih kecil ($<$) dari F tabel pada signifikan 5% berarti salah satu dari variabel bebas (X) yaitu kualitas dan keputusan tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah loyalitas pasien (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Pengujian validitas butir-butir dari kuisioner ini dilakukan secara statistik, yaitu menggunakan metode korelasi *product moment*, dengan kriteria penentuan jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh lebih besar dari pada koefisien dari tabel nilai-nilai kritis r, yaitu pada taraf signifikan 5%, instrumen tes yang diujicobakan tersebut dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} untuk penelitian ini adalah 0.199. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka kuesioner dikatakan valid dan sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka kuesioner tersebut dikatakan tidak valid sebagai instrumen penelitian. Adapun hasil uji tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Nilai Kritis=5%(100)	Ket
X ₁	X1.1	.578	.195	Valid
	X1.2	.675	.195	Valid
	X1.3	.565	.195	Valid
	X1.4	.751	.195	Valid
	X1.5	.744	.195	Valid
X ₂	X2.1	.549	.195	Valid
	X2.2	.566	.195	Valid
	X2.3	.441	.195	Valid
	X2.4	.583	.195	Valid
	X2.5	.757	.195	Valid
Y	Y1	.651	.195	Valid
	Y2	.691	.195	Valid
	Y3	.617	.195	Valid
	Y4	.510	.195	Valid
	Y5	.708	.195	Valid

Hasil tersebut di atas menunjukkan bahwa butir-butir kuesioner dalam penelitian ini adalah valid hal ini ditunjukkan dengan nilai r hitung pada masing-masing item lebih besar dari r tabel (.195), artinya seluruh butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Pengujian kehandalan ditunjukkan untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Tinggi rendahnya keandalan digambarkan melalui koefisien reliabilitas dalam suatu rangka tertentu. Dalam pengujian kehandalan digunakan tes konsistensi internal yaitu sistem pengujian terhadap sekelompok tertentu, kemudian dihitung skornya dan diuji konsistensinya terhadap berbagai item yang ada dalam kelompok tersebut.

Nilai koefisien alpha bervariasi mulai dari 0 (nol) sampai dengan 1 (satu) dan untuk nilai alphanya = .60 atau kurang memberi indikasi bahwa alat ukur tersebut kurang kehandalannya.

Tabel 3. Reliabilitas Variabel Penelitian Alpha

No	Variabel	Item Variabel	Nilai Alpha	Kehandalan
1	Dimensi kualitas (X ₁)	5	.684	Handal
2	Keputusan (X ₂)	5	.619	Handal
3	Loyalitas pasien (Y)	5	.633	Handal

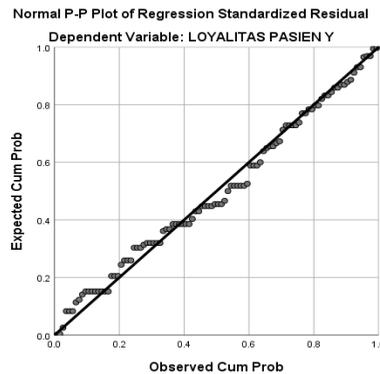
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa alpha untuk masing-masing variabel yaitu Variabel Dimensi kualitas (X₁) diperoleh nilai alpha sebesar .684, dan Variabel Keputusan (X₂) diperoleh nilai alpha sebesar .619 serta variabel Loyalitas pasien (Y) diperoleh nilai alpha sebesar .633.

Dengan demikian pengukuran reliabilitas terhadap variabel penelitian menunjukkan bahwa pengukuran kehandalan memenuhi syarat reliabilitas atau dengan kata lain bahwa kuesioner ini reliabel sebagai instrumen penelitian.

Analisis Pengujian Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data dari sampel yang diambil normal atau tidak. Residual variabel yang terdistribusi normal yang akan terletak di sekitar garis horizontal (tidak terpisah jauh dari garis diagonal). Berdasarkan P-Plot pada lampiran menunjukkan sebaran *standardized residual* berada dalam kisaran garis diagonal. Seperti terlihat pada gambar berikut :

Gambar 2. Grafik Uji Normalitas



Normalitas dapat juga dilihat melalui uji Kolmogorov-smirnov Z, apabila probabilitas Kolmogorov-Smirnov $Z > .05$, maka data penelitian mempunyai distribusi normal. Berdasarkan pengujian Kolmogorov-Smirnov Z, menunjukkan bahwa probabilitas Kolmogorov-Smirnov $Z > .05$. Ini berarti data penelitian ini mempunyai distribusi normal dengan perinciannya sebagai berikut:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.78955148
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.061
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.193 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas hasil uji kolmogorov-smirnov menunjukkan nilai yang signifikan .193 yang lebih besar dari .05. Maka dapat diambil keputusan data terdistribusi normal. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini benar-benar memenuhi asumsi normalitas, yang berarti bahwa data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas diuji dengan melihat VIF dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Bila $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas atau nonmultikolinearitas artinya data yang diteliti tidak terdapat pengaruh variabel luar yang dapat merusak kualitas data yang diperoleh. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. Nilai VIF Variabel Bebas

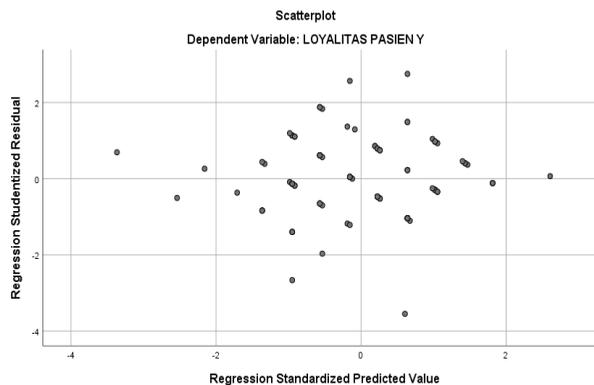
Variabel Bebas	VIF	Keterangan
Variabel Dimensi kualitas (X_1)	1,609	Non Multikolinearitas
Variabel Keputusan (X_2)	1,609	Non Multikolinearitas

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa semua indikator dalam penelitian ini telah bebas adanya variabel pengganggu yang dapat mengurangi validitas hasil penelitian, karena diperoleh nilai multikolinearitas berdasarkan nilai VIF (*Variance Inflating Faktor*) lebih kecil dari nilai 10.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot*. Hasil pengolahan data menunjukkan grafik *scatterplot* seperti terlihat sebagai berikut :

Gambar 3. Grafik Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar di atas terlihat bahwa grafik *scatterplot* tidak memiliki pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), dengan demikian dapat diartikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Pembahasan

Untuk mengetahui peran dimensi kualitas dan keputusan terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie, maka dilakukan analisis data melalui regresi linear berganda. Dimana hasilnya dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 5. Pengaruh Masing-masing Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen

Nama Variabel	B	Standar Error	Beta	t _{hitung}	t _{tabel}	Sign
Konstanta	3.652	1.228		2.973	1,660	,004
Dimensi kualitas (X ₁)	.411	.069	.449	5.913	1,660	,000
Keputusan (X ₂)	.448	.076	.449	5.914	1,660	,000
Koefisien Korelasi (R)	= .807 ^a					
Koefisien Determinasi (R ²)	= .652					
Adjusted R Squares	= .645					
F _{hitung}	= 9.841					
F _{tabel}	= 3.09					
Sign F	= .000					

Dari output SPSS diatas dengan dipergunakan model regresi berganda, dapat difungsikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3,652 + .411 X_1 + .448 X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 3,652 artinya jika Dimensi kualitas (X₁) dan Keputusan (X₂) dianggap konstan, maka Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie adalah sebesar 3,652 pada satuan skala likert, yang mengindikasikan bahwa Loyalitas pasien (Y) Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie sangat baik.

Nilai koefisien regresi Dimensi kualitas sebesar .411 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan Dimensi kualitas (X₁), akan Loyalitas pasien sebesar 41,1%. Ini berarti terjadi peningkatan Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.

Nilai koefisien regresi Keputusan sebesar .448 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan keputusan (X₂) akan meningkatkan Loyalitas pasien sebesar 44,8%. Ini berarti terjadi peningkatan Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa dari kedua variabel yang diteliti, ternyata variabel keputusan (X₂) mempunyai pengaruh yang paling dominan sebesar 44,8% terhadap Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.

Hubungan antara variabel dependen dan independen yaitu masing-masing variabel Dimensi kualitas (X₁) dan Keputusan (X₂) terhadap Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie dengan indeks korelasi sebesar 65,2% Ini berarti hubungan tersebut sangat kuat.

Kemudian indeks determinasi masing-masing variabel Pengembangan variabel Dimensi kualitas (X₁) dan Keputusan (X₂) sebesar 64,5% ini berarti berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie dan sebesar 34,5% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (secara simultan). Pembuktiannya dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis Uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	F _{tabel}	Sig.
1	Regression	115.594	2	57.797	90.841	3.09	.000
	Residual	61.716	97	.636			
	Total	177.310	99				

Hasil pengujian secara simultan di peroleh $F_{hitung} 90.841 > F_{tabel} 3,09$. Dengan demikian hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa menerima hipotesis alternatif (H_a) dan menolak hipotesis nol (H_o), artinya bahwa variabel Dimensi kualitas (X_1) dan Keputusan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.

Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat signifikan dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen (secara parsial). Pembuktian hipotesis secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Analisis Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T _{hitung}	T _{tabel}	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	3.652	1.228		2.973	1,660	.004
1 Dimensi kualitas (X_1)	.411	.069	.449	5.913	1,660	.000
2 Keputusan (X_2)	.448	.076	.449	5.914	1,660	.000

Variabel Dimensi kualitas (X_1) diperoleh $t_{hitung} 5.913 > t_{tabel} 1,66$. sehingga Hipotesis Nol (H_o) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi kualitas (X_1) ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.

Variabel Keputusan (X_2) diperoleh $t_{hitung} 5.914 > t_{tabel} 1,66$. sehingga Hipotesis Nol (H_o) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel Keputusan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang “Peran Dimensi kualitas dan Keputusan Terhadap Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie” adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3,652 artinya jika Dimensi kualitas (X_1) dan Keputusan (X_2) dianggap konstan, maka Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie adalah sebesar 3,652 pada satuan skala likert, yang mengindikasikan bahwa Loyalitas pasien (Y) Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie sangat baik.
2. Nilai koefisien regresi Dimensi kualitas sebesar .411 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan Dimensi kualitas (X_1), akan Loyalitas pasien sebesar 41,1%. Ini berarti terjadi peningkatan Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.

3. Nilai koefisien regresi Keputusan sebesar .448 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan keputusan (X_2) akan meningkatkan Loyalitas pasien sebesar 44,8%. Ini berarti terjadi peningkatan Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie
4. Hasil pengujian secara simultan di peroleh $F_{hitung} 90.841 > F_{tabel} 3,09$. Dengan demikian hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa menerima hipotesis alternatif (H_a) dan menolak hipotesis nol (H_o), artinya bahwa variabel Dimensi kualitas (X_1) dan Keputusan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie
5. Variabel Dimensi kualitas (X_1) diperoleh $t_{hitung} 5.913 > t_{tabel} 1,66$. sehingga Hipotesis Nol (H_o) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi kualitas (X_1) ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.
6. Variabel Keputusan (X_2) diperoleh $t_{hitung} 5.914 > t_{tabel} 1,66$. sehingga Hipotesis Nol (H_o) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel Keputusan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie

Saran

Adapun saran yang dapat saya sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mempengaruhi keputusan yang membeli Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie, hendaknya pihak pemasaran harus lebih memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan pasien, supaya pasien dapat menanggapi positif apa yang disediakan oleh Rumah Sakit Citra Husada agar mempengaruhi persepsi pasien terhadap loyalitas pasien.
2. Sebaiknya pihak manajemen pemasaran lebih memperhatikan apa saja yang dapat menunjang loyalitas pasien seperti dimensi kualitas serta faktor-faktor lain, agar pasien akan merasa puas terhadap apa yang disediakan oleh Rumah Sakit Citra Husada Sigli Kabupaten Pidie.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. 2020, 'Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19', 6(2), pp. 233–247.
- Arianto, N. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien (Studi Kasus Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Premier Bintaro)*. Jurnal Organisasi Dan Manajemen, 13(1), 1–9. <https://doi.org/10.33830/jom.v13i1.13.2017>
- Arikunto, S. 2017. *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- A. Wiennata, and W. Hidayat, 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening," Jurnal Ilmu Ekonomi Bisnis, vol. 8, no. 3, pp. 83-88, Jul. 2019.
- Bunga Divi Iswara. 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam*. Universitas Putera Batam I JMBI UNSRAT Volume 8 Nomor 2.

- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja. Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit. Salemba Empat. Jakarta.
- Intan Rosalia, 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Globalart San Diego Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya 1 Vol 10 No 3 (2021): Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Hasan, Sabri. 2019. *Loyalitas Pasien Rumah Sakit Pemerintah: Ditinjau Dari Perspektif Kualitas Layanan, Citra, Nilai Dan Kepuasan*. Jurnal Manajemen Indonesia, [S.l.], v. 18, n. 3, p. 184-196, jan. 2019. ISSN 2502-3713.
- Rini Sugiarsih Duki Saputri, 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang*. Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro Semarang 1 Journal of Strategic Communication Vol. 10, No. 1, Hal. 46-53. September 2019.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. (D. Prabantini, Ed.) (Ed.1). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Suhada, A., & Sofyan, Y. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Menurut Persepsi Pasien Rawat Inap*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 3(2), IN PRESS. <https://doi.org/10.54783/mea.v3i2.98>.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sudjana, 2018. *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sunyoto, Danang. 2018. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan kasus)* Edisi Ketiga. Jakarta : CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Wisudarini, 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian Online Produk T-Shirt Samesame Clothing)* Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Langlangbuana.