

## **HUBUNGAN *OUTCOME QUALITY*, *INTERACTION QUALITY*, *PEER-TO-PEER QUALITY*, *HOSPITAL BRAND IMAGE*, KEPUASAN DAN LOYALITAS PASIEN**

**Tessa Safitri<sup>1)</sup>, Ratni Prima Lita<sup>2)</sup>, Abdi Setia Putra<sup>3)</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas, Jln. Teknologi IX no 20, kelurahan surau gadang, kecamatan nanggalo, Padang

email: [tessaadriansyah2013@gmail.com](mailto:tessaadriansyah2013@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas, Jln kirab remaja no 41, Bukittinggi

email: [ratniprimalita@eb.unand.ac.id](mailto:ratniprimalita@eb.unand.ac.id)

Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas, Padang

Email : [da\\_ab1963@yahoo.co.id](mailto:da_ab1963@yahoo.co.id)

**Submitted: 29-01-2020, Reviewer: 01-02-2020, Accepted: 05-02-2020**

### **Abstrak**

*Pada saat ini rumah sakit dihadapkan pada peningkatan persaingan dalam mempertahankan loyalitas pasien. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah rumah sakit baik pemerintah dan swasta, termasuk di Kota padang. Kunjungan berulang pasien di Semen Padang Hospital menurun jika dibandingkan dari tahun 2014 sampai dengan 2016, namun pada 2017 meningkat tapi dengan persentase yang tidak banyak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan outcome quality, interaction quality, peer to peer quality, hospital brand image, kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien poli rawat jalan Semen Padang Hospital. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory research dengan menggunakan pendekatan cross sectional secara kuantitatif, dengan sampel 165 orang pasien poli rawat jalan Semen Padang Hospital. metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling. Penelitian ini dilakukan pada April 2016 sampai Juli 2018. Analisis data dilakukan dengan teknik analisa indeks dan analisa Structural Equation Modelling- Partial Least Square (SEM-PLS) menggunakan aplikasi SmartPLS 2.0 m3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa outcome quality dan interaction quality mempengaruhi kepuasan pasien secara signifikan, namun tidak diperngaruhi signifikan oleh peer-to-peer quality. Secara keseluruhan kepuasan pasien dipengaruhi oleh outcome quality, peer-to-peer quality dan interaction quality dengan R-Square 0,45. Hospital brand image dan kepuasan pasien juga dibuktikan mempengaruhi loyalitas pasien secara signifikan dengan R-Square 0,26.*

**Kata Kunci :** *outcome quality, interaction quality, peer to peer quality, hospital brand image, kepuasan pasien, loyalitas pasien*

### **Abstract**

*At this time the hospital is faced with increasing competition in maintaining patient loyalty. This is evident from the increasing number of hospitals both government and private, including in the city of padang. Patient's revisit number in Semen Padang hospital has been been decreased from 2014 to 2016, in 2017 the revisit number increase but not much. The purpose of this research is to find the impact of outcome quality, peer-to-peer quality, interaction quality, hospital brand image, patient satisfaction on patient loyalty at Semen Padang Hospital Polyclinic. The method of this research is explanatory quantitative with cross sectional design, using 165 sampel of outpatient in Semen padang Hospital polyclinic by purposive sampling. This research start from April 2016 untill July 2018. The data is analyzed with descriptive analytic and Structural Equation Modelling- Partial Least Square (SEM-PLS) using application SmartPLS 2.0 m3. The result of this research showed tha outcome quality and*

*interaction quality has significant impact on patient satisfaction, but outcome quality doesn't have significant impact on it. Overall, patient satisfaction is impacted by outcome quality, peer-to-peer quality and interaction quality with R-square 0,45. Then, hospital brand image and patient satisfaction has significant impact on patient loyalty with R-square 0,26.*

**Keywords:** *outcome quality, interaction quality, peer to peer quality, hospital brand image, patient satisfaction, patient satisfaction*

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan jumlah rumah sakit di Kota Padang semakin meningkat, terutama rumah sakit swasta. Dengan peningkatan tersebut, maka rumah sakit dihadapkan pada persaingan untuk mendapatkan loyalitas pasien, sehingga rumah sakit berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas di semua aspek. Persaingan yang terjadi antar rumah sakit tentu saja menjadi keuntungan bagi pasien, karena mereka bisa memilih rumah sakit yang berkualitas menurut persepsi mereka.

Semen Padang Hospital memiliki tantangan yang besar dalam persaingan pasar jasa rumah sakit terutama dalam hal mempertahankan pasien yang loyal. Berdasarkan penelitian sebelumnya dari Choi dan Kim (2013) yaitu tentang bagaimana *outcome quality*, *interaction quality* dan *peer-to-peer quality* mempengaruhi kepuasan pasien dan pada akhirnya mempengaruhi loyalitas pasien; serta penelitian dari Wu (2011) tentang bagaimana *hospital brand image* mempengaruhi loyalitas pasien, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian serupa pada pasien rawat jalan Semen Padang Hospital untuk membuktikan aspek teoritis dengan fakta yang ada di lapangan. Peneliti tertarik untuk melihat apakah ada pengaruh *outcome quality*, *interaction quality*, *peer-to-peer quality* terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien serta apakah *hospital brand image* berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

## *Outcome Quality*

Menurut Brady dan Cronin (2001) dalam Choi dan Kim “*outcome quality reflects the customer's perception of the superiority of service experience*”. *Outcome quality* yang dimaksud di sini adalah bagaimana kualitas hasil dari pelayanan yang diberikan berdasarkan persepsi pelanggan bukan dari persepsi organisasi pemberi jasa. Artinya *outcome quality* adalah perubahan apa yang dirasakan oleh pasien setelah menerima suatu pelayanan.

Choi dan Kim (2012) menilai *outcome quality* berdasarkan 3 (tiga) indikator yaitu : pelanggan merasa pelayanan diberikan secara efektif, peralatan yang dipakai dalam memberikan pelayanan, serta petugas memberikan keputusan yang tepat tentang pelayanan yang diberikan, sehingga pelanggan merasakan hasil dari pelayanan atau pengobatan.

## *Interaction Quality*

Menurut Gronroos dalam Lemke (2011) *Interaction quality* adalah persepsi pelanggan terhadap cara pemberian pelayanan yang dirasakan sewaktu pelayanan diberikan. *Interaction quality* juga berhubungan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas interaksi mereka dengan petugas pemberi pelayanan selama pelayanan diberikan

Penelitian Choi dan Kim (2012) berhasil membuktikan bahwa *interaction quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rumah sakit. Indikator untuk menilai *interaction quality* adalah interaksi baik

dengan pelanggan, penyedia layanan peduli dan memiliki ketertarikan dengan kondisi pelanggan, serta penyedia layanan sopan dan ramah.

### ***Peer-to-peer Quality***

*Peer-to-peer quality* mengacu pada penilaian terhadap keunggulan kualitas yang dirasakan dari interaksi antara satu pelanggan dengan pelanggan lainnya (Lemke et al.dalam Noverita, 2012).

Menurutnya, perilaku pelanggan yang membantu maupun yang mengganggu dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan lain atas layanan baik secara positif maupun negatif. Misalnya pelanggan berpengetahuan dapat memberikan pengaruh positif terhadap pengalaman pelanggan lain dengan menyebarkan pengetahuan pelanggan yang berguna dan membantu pelanggan lain meningkatkan evaluasi pelanggan dari pengalaman pelayanan jasa yang diberikan penyedia jasa.

### ***Hospital Brand Image***

Kotler dan Clarke menyatakan bahwa *hospital brand image* adalah perpaduan antara kepercayaan, ide dan kesan yang dimiliki oleh pasien terhadap sebuah rumah sakit. *Brand image* dari sebuah rumah sakit tidaklah mutlak, namun relatif terhadap persaingan antara rumah sakit. Biasanya pasien membentuk *brand image* sebuah rumah sakit berdasarkan pengalaman pemeriksaan kesehatan dan pengobatan yang dilaluinya. Selain itu *Hospital brand image* memiliki fungsi strategis. Melalui aktifitas strategi pemasaran, *brand image* sebuah rumah sakit dapat berguna untuk meningkatkan posisi kompetitif. Oleh karena itu *hospital brand image* berguna untuk memperkuat intensitas pasien dalam memilih rumah sakit. (Wu, 2011).

### **Kepuasan Pasien**

Pelayanan kesehatan yang bermutu adalah pelayanan yang berorientasi pada kepuasan setiap pemakai jasa pelayanan kesehatan sesuai dengan tingkat kepuasan rata-rata pengguna jasa. Kepuasan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat dipenuhi melalui produk yang diberikan (Haffizurrachman, 2004).

### **Loyalitas Pasien**

Loyalitas pelanggan telah diidentifikasi sebagai faktor kunci dalam bisnis jasa, karena menunjukkan hubungan yang kuat dan positif antara pelanggan dan penyedia jasa. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang lebih senang memilih penyedia jasa yang sama dibandingkan dengan penyedia jasa sejenis lainnya, menggunakan pelayanan jasa pilihan mereka lebih sering, menyebarkan WOM (*word of communication*) yang positif dan kurang sensitif terhadap sejumlah pengorbanan yang dibutuhkan untuk mendapatkan pelayanan di penyedia jasa pilihan mereka (Chang et al, 2013)

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan *cross sectional* secara kuantitatif. Tempat penelitian ini adalah di poli rawat jalan Semen Padang Hospital pada Juli 2018.

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan Semen Padang Hospital. Pada penelitian ini penulis melakukan sampel dengan metode *Non Probability Sampling*. Jumlah sampel adalah sebanyak 165 pasien poli rawat jalan Semen Padang hospital. Metode yang digunakan adalah melalui penyebaran kuisioner. Variabel penelitian ini terdiri atas variabel eksogen dan variabel endogen.

Dalam penelitian ini variabel eksogen adalah *Outcome Quality* (OQ) yang terdiri dari pengetahuan penyedia jasa (OQ1), peralatan (OQ2), pilihan tindakan yang diberikan (OQ3); Indikator variabel *Peer to peer Quality* (PQ) terdiri atas interaksi dengan pelanggan lain (PQ1), kualitas pengalaman interaksi (PQ2), kontak antar pelanggan (PQ3); indikator variabel *Interaction Quality* (IQ) terdiri atas interaksi dengan penyedia layanan (IQ1), kepedulian penyedia jasa (IQ2), keramahan petugas (IQ3). Variabel lain yang diteliti adalah *Hospital Brand Image*(HB), terdiri atas reputasi rumah sakit (HB1), keunggulan fasilitas rumah sakit (HB2), lingkungan rumah sakit (HB3), keyakinan (HB4), sikap dokter (HB5), peralatan yang digunakan (HB6).

Sedangkan variabel endogen dalam penelitian ini adalah kepuasan pasien (KP) dan loyalitas pasien (LP). Indikator variabel KP adalah kepuasan secara keseluruhan (KP1), layanan sesuai harapan (KP2), kepuasan melebihi jasa sejenis lain (KP3). Sedangkan untuk variabel Loyalitas pasien (LP) indikator yang digunakan adalah keinginan menggunakan kembali jasa (LP1), keinginan merekomendasikan kepada keluarga (LP2), dan keinginan merekomendasi orang lain (LP3)

**Definisi Operasional**

Definisi Operasional variabel penelitian ini sebagaimana pada tabel berikut :

**Tabel 1. Definisi Operasional**

| Variabel               | Konsep Variable  | Indicator  |
|------------------------|--|--|
| <i>Outcome quality</i> | Hasil layanan mengacu pada hasil dari tindakan pelayanan dan apa yang pelanggan yang peroleh | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan yang dimiliki penyedia jasa</li> <li>2. Peralatan yang mendukung mencapai hasil yang akurat</li> <li>3. Memilihkan tindakan terbaik</li> </ol> |

|                             |  |   |
|-----------------------------|--|---|
|                             | setelah pelayanan selesai  | dalam jasa yang diberikan   |
| <i>Peer to peer quality</i> | Hubungan/interaksi antar pelanggan yang memanfaatkan jasa yang sama  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interaksi dengan pelanggan lain</li> <li>2. Kualitas pengalaman interaksi dengan pelanggan lain</li> <li>3. Kontak antar pelanggan</li> </ol>   |
| <i>Interaction quality</i>  | persepsi pelanggan dari interaksi dengan penyedia layanan selama menggunakan jasa/pelayanan  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interaksi baik dengan konsumen</li> <li>2. Penyedia layanan peduli dan memiliki ketertarikan dengan kondisi konsumen</li> <li>3. Penyedia layanan sopan dan ramah</li> </ol>  |
| Kepuasan Pasien             | Respon pelanggan atas jasa yang diberikan  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan secara keseluruhan produk/ jasa</li> <li>2. Layanan yang sesuai harapan</li> <li>3. Kepuasan akan produk/jasa melebihi produk/jasa sejenis</li> </ol>  |
| Loyalitas Pasien            |  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan jasa kembali</li> <li>2. Rekomendasi pada keluarga</li> <li>3. Rekomendasi pada orang lain</li> </ol>  |
| <i>Hospital Brand Image</i> | Persepsi terhadap hospital brand yang muncul di memori pasien dan mencerminkan kesan pasien secara keseluruhan terhadap rumah sakit tersebut | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reputasi rumah sakit</li> <li>2. Keunggulan fasilitas rumah sakit</li> <li>3. Lingkungan rumah sakit nyaman</li> <li>4. Yakin pada pelayanan rumah sakit</li> <li>5. Sikap Dokter yang ramah</li> <li>6. Peralatan medis yang handal</li> </ol> |

## Hipotesis Penelitian

### 1. Hubungan antara *outcome quality* dengan kepuasan pasien

Penelitian yang dilakukan oleh Beom dan Hyun menunjukkan bahwa kualitas hasil memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap loyalitas pasien. Data dan uji statistik dalam penelitiannya juga mendukung adanya pengaruh positif dari *outcome quality* terhadap loyalitas pasien.

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis untuk penelitian ini

$H_1$  : *Outcome quality* ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y_1$ )

### 2. Hubungan antara *peer to peer quality* dengan kepuasan pasien

Choi dan Kim (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa bisnis harus memfasilitasi interaksi antara pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini juga berlaku untuk pasien sebagai pelanggan jasa rumah sakit. Hasil dari interaksi antar pasien dapat berupa tips atau pengetahuan terkait layanan rumah sakit dari pasien lain yang dapat meningkatkan pengalaman pasien, Hasil dari penelitian Choi dan Kim menunjukkan bahwa *peer-to-peer quality* memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berimbas pada loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penelitian di atas dapat dirumuskan hipotesis untuk penelitian ini.

$H_2$  : *Peer to peer quality* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y_1$ )

### 3. Hubungan antara *Interaction quality* dengan kepuasan pasien

*Interaction quality* memiliki dimensi yang berdasarkan hubungan interpersonal yang berefek besar pada loyalitas

pasien. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan pentingnya dan efek positif dari hubungan interpersonal sebagai dimensi dari *service quality* dalam loyalitas pasien (Arab et al 2012).

Choi dan Kim (2012) menyatakan *interaction quality* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Begitu juga dengan penelitian Arab et al (2012) menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara *interaction quality* dengan loyalitas pasien.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat dirumuskan hipotesis untuk penelitian ini.

$H_3$  : *Interaction quality* ( $X_3$ ) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ( $Y_1$ )

### 4. Hubungan antara *Hospital Brand Image* dengan Loyalitas

Merrilees and Fry (2002) menemukan bahwa *brand image* mempunyai efek langsung terhadap loyalitas. Davies dan Chun (2002) menemukan, bahwa *brand image* berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas via kepuasan pelanggan. Selanjutnya, *Brand Image* mempunyai efek secara langsung sekaligus tidak langsung terhadap loyalitas (Andreassen dan Lindestad, 1998; Hart Rosenberger, 2004; Da Silva dan Alwi, 2008). Jadi, dalam konteks rumah sakit, *Hospital Brand Image* dirasa mempengaruhi loyalitas pasien. Berdasarkan penjelasan di atas, maka Hipotesis untuk penelitian ini adalah :

$H_4$ : *Hospital Brand Image* ( $X_5$ ) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pasien ( $Y_2$ )

### 5. Hubungan antara kepuasan pasien dengan loyalitas pasien

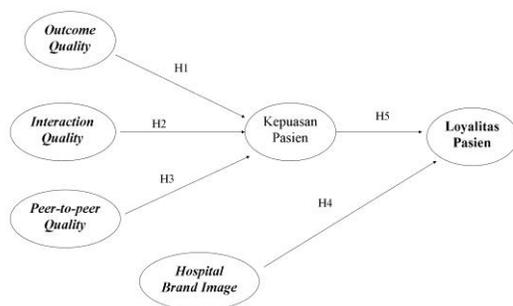
Penelitian sebelumnya telah menemukan hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Imankhan et al (2012) menemukan pada

penelitiannya bahwa kepuasan terhadap perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas perusahaan dan *word of mouth* perusahaan. Beom dan Hyun (2012) juga menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dirumuskan hipotesis untuk penelitian ini.

H<sub>5</sub> : Kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas (Y<sub>2</sub>)

Kerangka konsep penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1 berikut :



**Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian**

### Analisis Data

Analisis data dengan menggunakan PLS, terdiri dari dua sub model yaitu evaluasi model pengukuran (*Outer Model*) dan Model Struktural (*Inner Model*).

#### a. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran (*Outer Model*) pada SEM-PLS perlu dilakukan dua pengujian, yaitu uji validitas dan reliabilitas.

##### 1. Uji Validitas

Pada uji validitas dapat dilakukan dengan melihat *convergent validity* dan *discriminant validity* dari indikatornya.

## 2. Uji Reabilitas

Untuk menguji apakah instrument yang dipakai reliabel dilihat dari nilai *composite reliability blok indicator* yang mengukur suatu konstruk dan juga nilai *Cronbach's Alpha. Reliability variable* dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's alpha* lebih dari 0,60 (Widarjono, 2012).

#### b. Evaluasi Model struktural (*Inner Model*)

Evaluasi terhadap *inner model* dapat dilakukan dengan melihat besarnya R<sup>2</sup> (*R-square*). Semakin besar nilai R<sup>2</sup> maka semakin besar pula pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel endogen. Dengan bantuan program R maka didapatkan pengaruh langsung (*direct effect*) dari variabel eksogen tertentu terhadap variabel endogen.

#### c. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan *full Model Structural Equation Modelling* (SEM) dengan Smart PLS. Dalam SEM-PLS selain mengkonfirmasi teori, juga menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variable laten (Widarjono, 2015).

Batas untuk menolak dan menerima hipotesis yang diajukan  $\geq 1,36$ , untuk  $p < 0,1$  dimana apabila nilai-nilai t hitung  $< t$  tabel (1,96) maka hipotesis alternative (H<sub>a</sub>) akan ditolak atau dengan kata lain menerima hipotesis nol (H<sub>0</sub>) (Mardiana, dkk, 2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. *Outcome Quality* Pelayanan Poli

#### Rawat Jalan Semen Padang Hospital

Setelah dilakukan pengolahan data dari hasil identifikasi jawaban responden penelitian terhadap kuesioner yang peneliti sebarakan, maka didapatkan nilai indeks variabel *outcome quality* sebesar 81,85. Yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden mempersepsikan *outcome quality* pelayanan poli rawat jalan semen padang hospital adalah baik. *Outcome quality* dalam penelitian ini adalah *outcome quality* dalam konteks perubahan kondisi yang dirasakan oleh pasien dibandingkan dengan sebelum dilakukan treatment oleh petugas pelayanan rawat jalan Semen Padang Hospital. Jadi bukan *outcome quality* dari penilaian pihak rumah sakit. Jika pasien merasakan *outcome quality* yang baik dari suatu pelayanan, maka salah satu harapan pelanggan terhadap layanan yang digunakan tercapai.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Choi dan Kim (2012), maka indikator yang digunakan untuk variabel ini adalah pengetahuan yang dimiliki petugas pemberi layanan, peralatan yang mendukung mencapai hasil yang akurat dan memilhkan tindakan terbaik dalam jasa yang diberikan.

Dari hasil penelitian ini didapatkan semua indikator dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa pasien rawat jalan Semen Padang Hospital mempersepsikan pelayanan poli rawat jalan mempunyai *outcome quality* yang baik, karena petugas pemberi pelayanan memiliki pengetahuan yang baik untuk memberikan pengobatan secara efektif, peralatan yang digunakan oleh Semen padang Hospital adalah peralatan yang akurat, serta percaya bahwa petugas pemberi pelayanan di poli rawat jalan Semen Padang Hospital memilhkan tindakan terbaik dalam jasa yang diberikan.

### 2. *Peer-to-peer quality* Pelayanan Poli Rawat Jalan Semen Padang Hospital

*Peer-to-peer quality* bisa dikatakan sebagai interaksi antar pelanggan yang mempunyai pengetahuan lebih tentang perusahaan dengan orang lain atau pelanggan baru, dimana pelanggan tersebut mempunyai persepsi tersendiri mengenai pelayanan perusahaan. Persepsi antara pelanggan tersebut yang nantinya dapat berpengaruh pada persepsi dan keputusan pelanggan lainnya. Seperti yang dijelaskan oleh Choi dan Kim (2012) perilaku pelanggan yang bersifat “membantu” dapat mempengaruhi pengalaman layanan pelanggan lainnya secara positif, sedangkan perilaku pelanggan yang sifatnya “mengganggu” tentu akan mempengaruhi pengalaman pelanggan lainnya secara negatif. Misalnya, pelanggan yang berpengetahuan dapat memberikan pengaruh positif terhadap pengalaman pelanggan lainnya dengan berbagi pengetahuan pelanggan yang berguna dan perilaku yang membantu dari pelanggan lain juga dapat meningkatkan evaluasi pelanggan terhadap pengalaman layanan yang diterimanya.

Pada poli rawat jalan Semen Padang Hospital, responden mempersepsikan pelayanan di poli rawat jalan tersebut sebagai kategori baik, yaitu dengan nilai indeks variabel rata-rata 76,97. Nilai rata-rata indeks variabel *peer-to-peer quality* ini adalah yang paling rendah dibandingkan dengan nilai indeks rata-rata variabel lain.

Pada variabel *peer-to-peer quality* terdapat 3 indikator yaitu interaksi dengan pasien lain baik, mendapatkan informasi dan pengetahuan dari pasien lain, dan jumlah kontak interaksi dengan pasien lain. Dari ketiga indikator tersebut indikator jumlah kontak interaksi dengan pasien lain mendapatkan nilai paling rendah, yaitu 73,33 yang artinya masuk ke dalam katagori sedang.

Hasil ini menunjukkan bahwa pasien poli rawat jalan Semen Padang Hospital berinteraksi dengan baik dengan pasien lain serta mendapatkan keunggulan dengan mendapatkan informasi dan pengetahuan terkait perjalanan penyakit dan pengobatan yang dijalani, namun pasien masih merasa jumlah interaksi tersebut masih kurang.

### **3. Interaction Quality Pelayanan Poli Rawat Jalan Semen Padang Hospital**

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner maka didapatkan nilai indeks untuk variabel *interaction quality* adalah 80,72, yaitu termasuk dalam kategori baik. Variabel *interaction quality* mempunyai 12 indikator, dan semuanya dipersepsikan baik oleh pasien rawat jalan Semen Padang Hospital.

Indikator yang memiliki nilai indeks tertinggi adalah indikator kualitas interaksi dengan petugas admisi rawat jalan, yaitu dengan nilai indeks 85,82. Sedangkan indikator yang memiliki nilai indeks terendah adalah indikator keramahan petugas kasir, dengan nilai indeks 74,67. Namun hasil ini masih termasuk dalam kategori sedang. Jika dibandingkan dengan nilai indeks rata-rata variabel *interaction quality*, terdapat 5 indikator yang nilai indeksnya dibawah rata-rata indeks variabel *interaction quality*, yaitu Kepedulian dan perhatian petugas kepada pasien (IQ7), Keramahan Dokter (IQ9), Keramahan Perawat (IQ10), Keramahan Petugas Farmasi (IQ11), dan keramahan petugas kasir (IQ 12)

### **4. Hospital Brand Image Semen Padang Hospital**

Hasil analisis deskriptif penelitian ini terhadap variabel *Hospital Brand Image* didapatkan nilai indeks variabel 79,68, yaitu termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa pasien poli rawat jalan

Semen Padang Hospital mempersepsikan bahwa Semen Padang Hospital memiliki brand image yang baik. Dari analisa deskriptif masing-masing indikator, maka didapatkan indikator yang mendapatkan nilai indeks paling tinggi adalah indikator Lingkungan pelayanan yang nyaman, dengan nilai indeks 83,64. Sedangkan indikator dengan nilai indeks paling rendah adalah indikator Semen Padang Hospital memiliki reputasi yang baik, yaitu dengan nilai indeks 75,88, namun masih termasuk dalam katagori dipersepsikan baik.

Pada masyarakat yang semakin kritis dan terbuka dalam menilai kualitas suatu pelayanan, *hospital brand image* akan menjadi bahan pertimbangan penting. Jika sebuah rumah sakit sudah mempunyai *brand image* yang positif atau diyakini baik dan dapat memenuhi harapannya terhadap layanan tersebut, maka akan mempengaruhi keputusan pasien dalam memutuskan pelayanan mana yang akan digunakan. Sebaliknya jika suatu rumah sakit mempunyai *hospital brand image* yang negative, tentu keputusan pelanggan untuk memilih rumah sakit tersebut menjadi rendah. Dalam penelitian ini didapatkan bahwa pasien rawat jalan Semen Padang Hospital mempersepsikan *hospital brand image* rumah sakit ini adalah baik.

### **5. Kepuasan Pasien Rawat Jalan Semen Padang Hospital**

Kepuasan pasien merupakan nilai subyektif pasien terhadap pelayanan yang diberikan setelah membandingkan dari hasil pelayanan yang diberikan dengan harapannya. Pasien akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sesuai harapan pasien atau bahkan lebih dari apa yang diharapkan pasien.

Dari hasil analisa deskriptif variabel kepuasan pasien didapatkan nilai indeks variabel adalah 81,82, yaitu termasuk kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa

pasien poli rawat jalan Semen Padang Hospital mempersepsikan puas terhadap pelayanan poli rawat jalan. Pada variabel kepuasan pasien terdapat 3 indikator yaitu Kepuasan secara keseluruhan terhadap pelayanan poli rawat jalan, layanan yang sesuai harapan dan lebih puas dengan pelayanan poli rawat jalan Semen Padang Hospital dibandingkan dengan rumah sakit lain. Dari ketiga indikator tersebut, indikator yang mempunyai nilai indeks paling rendah adalah indikator “saya pikir pelayanan rawat jalan semen padang hospital sesuai dengan harapan saya”. Indikator ini mempunyai nilai indeks 80,12, namun nilai ini masih termasuk dalam kategori baik.

#### **6. Loyalitas Pasien Semen Padang Hospital**

Pada penelitian ini, dari hasil analisa deskriptif variabel loyalitas pasien didapatkan nilai indeks variabel loyalitas pasien adalah 80,97, yang termasuk kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa pasien poli rawat jalan Semen Padang Hospital memutuskan untuk loyal terhadap layanan rawat jalan Semen Padang Hospital.

#### **7. Pengaruh Outcome Quality terhadap Kepuasan Pasien**

Dari hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa pengaruh *Outcome Quality* terhadap Kepuasan Pasien menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,49 dengan nilai t-statistik sebesar 7,72. Nilai koefisien jalur yang bernilai positif, yaitu 0,49 berarti semakin baik nilai *Outcome Quality* maka semakin tinggi nilai kepuasan pasien. Kemudian nilai t-statistik pada penelitian ini adalah 2,710 dimana nilainya lebih besar dari pada nilai t-tabel (1,96), hal ini menunjukkan bahwa *outcome quality* signifikan mempengaruhi kepuasan pasien. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Choi dan Kim (2012) menunjukkan bahwa kualitas hasil memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan

pasien. Data dan uji statistik dalam penelitiannya juga mendukung adanya pengaruh positif dari *outcome quality* terhadap kepuasan pasien. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Noverita (2012), Merdesa (2015), Devi (2017) dan Budiono (2014) membuktikan bahwa *outcome quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka *outcome quality* dipersepsikan sebagai *outcome quality* yang ideal, sebaliknya jika hasil pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitasnya dipersepsikan buruk. Dengan demikian *outcome quality* tergantung pada kemampuan perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten. Persepsi *outcome quality* yang baik dapat menarik pelanggan baru dan menciptakan kepuasan pelanggan baru maupun lama.

Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Christina (2014) pada Rumah Sakit Ibu dan Anak, didapatkan bahwa *outcome quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. hal ini menunjukkan bahwa pada rumah sakit khusus ibu dan anak *outcome quality* bukanlah faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien secara signifikan. Karena kasus pada rumah sakit ibu dan anak yang pasien adalah kebanyakan ibu hamil dan melahirkan, yang mana mereka datang bukan karena penyakit, sehingga mereka sudah bisa memprediksi *outcome* dari layanan yang mereka terima.

#### **8. Pengaruh Peer-to-peer Quality terhadap Kepuasan Pasien**

*Peer-to-peer quality* bisa dikatakan sebagai interaksi antar pelanggan yang mempunyai pengetahuan lebih tentang perusahaan dengan orang lain atau pelanggan baru, dimana pelanggan tersebut mempunyai persepsi tersendiri mengenai pelayanan

perusahaan. Persepsi antara pelanggan tersebut yang nantinya dapat berpengaruh pada persepsi dan keputusan pelanggan lainnya. Seperti yang dijelaskan oleh Choi dan Kim (2012) perilaku pelanggan yang bersifat “membantu” dapat mempengaruhi pengalaman layanan pelanggan lainnya secara positif, sedangkan perilaku pelanggan yang sifatnya “mengganggu” tentu akan mempengaruhi pengalaman pelanggan lainnya secara negatif. Misalnya, pelanggan yang berpengetahuan dapat memberikan pengaruh positif terhadap pengalaman pelanggan lainnya dengan berbagi pengetahuan pelanggan yang berguna dan perilaku yang membantu dari pelanggan lain juga dapat meningkatkan evaluasi pelanggan terhadap pengalaman layanan yang diterimanya. Pada poli rawat jalan Semen Padang Hospital secara khusus kualitas *peer-to-peer* dirasa tidak memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk mindset pelanggannya mengenai pelayanan yang diterimanya, namun kualitas *peer-to-peer* masih berdampak pada keputusan pelanggan apakah merasa puas atau tidak puas dengan layanan yang diterimanya.

Hasil analisis SEM PLS pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel *peer-to-peer quality* terhadap kepuasan pasien pada poli rawat jalan Semen Padang Hospital. Yaitu dengan hasil nilai koefisien jalur 0,103. Hal ini menunjukkan *peer-to-peer quality* berbanding lurus dengan kepuasan pasien. Semakin baik kualitas *peer-to-peer* sesama pasien rawat jalan Semen Padang Hospital, semakin meningkat kepuasan pasien terhadap layanan tersebut.

Jika dilihat nilai t-statistik didapatkan nilai 1,13, jika dibandingkan dengan t-tabel (1,96) hasil t-statistik < t-tabel, yang berarti *peer-to-peer quality* tidak signifikan mempengaruhi kepuasan pasien. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang didapatkan oleh Choi dan Kim (2012), Merdesa (2015),

Devi (2017) dan Budiono (2014) yang mana pada penelitian tersebut *peer-to-peer quality* terbukti signifikan mempengaruhi kepuasan pasien. Pada penelitian Choi dan Kim (2012) nilai koefisien jalur *peer-to-peer quality* terhadap kepuasan pasien adalah 0,372. Nilai ini lebih besar dibandingkan koefisien jalur yang didapatkan pada penelitian ini, yaitu 1,103.

Meskipun variabel *peer-to-peer quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, namun nilai koefisien jalur yang bernilai positif sebaiknya menjadi perhatian oleh manajemen Semen Padang Hospital.

### 9. Pengaruh Interaction Quality terhadap Kepuasan Pasien

Lemke dkk (2011) mendefinisikan *interaction quality* sebagai persepsi pelanggan dari cara dimana layanan ini disampaikan saat layanan diberikan. *Interaction Quality* juga terkait dengan persepsi pelanggan dari interaksi dengan penyedia layanan (misalnya karyawan, staf,dll) selama pelayanan berlangsung. Menurut Gerrard dan Cunningham (2001) menunjukkan bahwa karyawan yang memberikan layanan mempunyai peran penting dalam membuat pelanggan puas. Karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan akan menjadi tolak ukur dalam kepuasan yang diterima oleh pelanggan, karena persepsi puas atau tidak puasnya pelanggan akan bergantung pada pelayanan yang diterima pelanggan melalui karyawan tersebut. Dengan kata lain menurut Jamel dan Naser (2002) kualitas relasional yang mengacu pada *interaction quality* antara karyawan dan pelanggan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian didapatkan hasil koefisien jalur berdasarkan analisis SEM PLS adalah bernilai positif sebesar 0,32. hal ini bermakna semakin baik kualitas *interaction*

quality antara petugas pemberi pelayanan di poli rawat jalan Semen Padang Hospital, maka semakin meningkat kepuasan pasien. Hasil t-statistik pada penelitian ini adalah 4,830, nilai ini lebih besar dari t-tabel (1,96) yang berarti *interaction quality* terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Hasil ini juga sesuai dengan hasil penelitian Choi dan Kim (2012) yang membuktikan bahwa *interaction quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, yaitu dengan nilai koefisien jalur juga positif, sebesar 0,465. Budiono (2014) juga membuktikan bahwa *interaction quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, yang pada akhirnya juga mempengaruhi loyalitas pasien.

#### **10. Pengaruh *Hospital Brand Image* terhadap Loyalitas Pasien**

Dari hasil analisis statistik menggunakan SEM PLS, didapatkan *hospital brand image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini dapat terlihat dari nilai koefisien jalur yang bernilai positif dan sebesar 0,24. Artinya semakin kuat *brand image* yang dimiliki oleh Semen Padang Hospital, maka semakin meningkat loyalitas pasien poli rawat jalan Semen Padang Hospital. Hasil perhitungan t-statistik didapatkan lebih besar dari nilai t-tabel, yaitu 2,39. Hal ini membuktikan bahwa *hospital brand image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wu (2011), *hospital brand image* berpengaruh baik secara langsung terhadap loyalitas pasien, maupun secara tidak langsung, yaitu melalui variable kepuasan pasien. Secara total nilai koefisien jalur *hospital brand image* terhadap loyalitas pasien pada penelitian Wu (2011) adalah sebesar 0,701. Pada penelitian yang dilakukan oleh David, dkk (2014) juga

didapatkan *brand image* berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pasien dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,201.

#### **11. Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien**

Dari hasil analisa deskriptif menggunakan SEM PLS didapatkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini terlihat dari nilai koefisien jalur yang bernilai positif yaitu sebesar 0,43. Artinya semakin tinggi kepuasan pasien poli rawat jalan Semen Padang Hospital, semakin tinggi loyalitas pasien. Nilai koefisien jalur kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien merupakan nilai koefisien jalur tertinggi dibandingkan dengan hubungan antar variabel lainnya. Nilai t statistic yang didapatkan adalah 7,72. Nilai ini lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel (1,96), oleh karena itu membuktikan bahwa kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Choi dan Kim (2012) dan Merdesa (2015) dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka kepuasan dipersepsikan sebagai persepsi pelanggan mengenai keseluruhan pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, sebaliknya jika hasil pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitasnya dipersepsikan buruk. Dengan demikian kepuasan pelanggan tergantung pada kemampuan perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten. Persepsi kepuasan pelanggan yang baik dapat menarik pelanggan baru dan menciptakan loyalitas pelanggan baru maupun lama

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. *Outcome quality, peer-to-peer quality, interaction quality, hospital brand image*, kepuasan pasien dan loyalitas pasien poli rawat jalan Semen Padang Hospital dipersepsikan baik.
2. *Outcome quality* dari pelayanan rawat jalan di Semen Padang Hospital berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
3. *Interaction quality* dari pelayanan rawat jalan Semen Padang Hospital berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
4. *Peer-to-peer quality* dari pelayanan rawat jalan Semen Padang Hospital tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
5. *Outcome quality* dari pelayanan rawat jalan adalah yang paling mempengaruhi kepuasan pasien dibandingkan dengan *interaction quality* dan *peer-to-peer quality*. Artinya kualitas keilmuan petugas poli rawat jalan dalam memberikan layanan pengobatan dan penunjang kepada pasien lebih mempengaruhi kepuasan pasien dibandingkan kualitas interaksi petugas dengan pasien selama pelayanan, begitu juga dengan interaksi antar sesama pasien di poli rawat jalan.
6. *Hospital brand image* berpengaruh terhadap

loyalitas pasien rawat jalan Semen Padang Hospital

7. Kepuasan pasien rawat jalan Semen Padang Hospital berpengaruh terhadap loyalitas pasien.
8. Kepuasan pasien rawat jalan Semen Padang Hospital lebih mempengaruhi loyalitas pasien dibandingkan *hospital brand image*.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak dr. Hardisman, MHID, Dr.PH sebagai Ketua Program Studi S2 Kesehatan Masyarakat Universitas Andalas, atas motivasi beliau agar penulisan tesis ini segera terselesaikan.
2. Ibu Dr. Ratni Prima Lita, SE, MM selaku Pembimbing I tesis yang dengan penuh perhatian dan kesabaran membimbing, menginspirasi dan memotivasi selama penulisan tesis ini
3. Bapak dr. Abdi Setia Putra MARS selaku Pembimbing II tesis atas perhatian dan dukungan untuk kelancaran penelitian ini
4. Ibu Dr.dr. Rosfita rasyid, MKes, dr. Erliningsih, MARS, dan Ibu Verinita, SE, MM selaku Penguji yang telah memberikan masukan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Kepada kedua orang tua tercinta dan Suami atas cinta dan yang tidak pernah lelah dan berhenti memberikan dukungan dan doa terbaik.

## REFERENSI

- Alfian, B. 2012. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman. Makasar : Skripsi Universitas Hasanuddin. 96 hal.

- Andina. S.F. 2012. Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Loyalitas Pasien Poliklinik Rawat Jalan Eksekutif RSUD Kota Bekasi tahun 2012. Skripsi. Jakarta : Universitas Indonesia
- Arab, M, Tabatabaei, SM, Rashidian, A, Forushani, AR, & Zarei, E, 2012, "The Effect of Service Quality on Patient Loyalty : a Study of Private Hospital in Tehran, Iran", Iranian Journal Public Health, Vol. 41, No. 9, hh. 71-77
- Baig, AJ & Batavia, AR, 2014. Impact of customer Satisfaction, Brand Image and Advertisement on Brand Loyalty of "Sting (Energy Drink)" with Special Focus on Karachi, European Journal of Business and Management, Vol.6, No.37, hh. 49-66.
- Chang, C.W., T.H. Tseng., Woodside, A. 2013. Configural Algorithms of Patient satisfaction, Participation in Diagnostics, and treatment Decision's influence on Hospital Loyalty. Journal of Service Marketing. 27(2) : 91 -103
- Chen, CF & Kao, YL. 2009. Relationships between process quality, outcome quality, satisfaction, and behavioral intentions for online travel agencies – evidence from Taiwan. The Services industries Jurnal. Vol 00, No. 0, hh 1-12
- Choi, BJ & Kim, HS, 2012. The Impact of Outcome Quality, Interaction Quality and Peer to Peer Quality on Customer Satisfaction with a Hospital Services. Jurnal Managing Service Quality, Vol. 23, No. 3, hh. 188-204
- Company Profile Semen Padang Hospital. 2015
- Devi, S.A. 2017. Analisis pengaruh Outcome Quality, Interaction Quality, Peer-to-peer Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas pasien Pelanggan Larissa Aesthetic Center JLC Simanjuntak. Skripsi. Universitas Islam Indonesia
- Ferdinand, A.T. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haffizurrachman, 2004, Kepuasan Pasien dan Kunjungan Rumah Sakit", Jurnal Kesehatan Masyarakat nasional, Vol. 4, No.1, hh. 10-17
- Hair, J.F., G.T.M Hult., C.M Ringle., M. Sarstedt. 2017. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Models (PLS-SEM). 2<sup>nd</sup> Edition. USA and Three Others : Sage.
- Hsieh, YC dan Hiang, ST, 2004. A study of the Impact of Service Quality on Relationship Quality in Search Experience Credence Services. Jurnal Total Quality Management and Business Excellence. Vol. 15, hh. 43-58

- Kim, KH, Jeon, BJ, Jung, HS, Lu, W, & Jones, J, 2012, "Effective Employment Brand Equity through Sustainable Competitive Advantage, Marketing Strategy and Corporate Image, *Jurnal of Business Research*, Vol. 65, hh. 1612-1617.
- Lemke, F., M. Clark., H. Wilson. 2011. Customer Experience Quality : N Exploratory in Business and Context Using Reportory Grid Technique. *Journal of the Academy of marketing Science*. 39 : 846-869.
- Lestari, M.W., Yulianthini, N.N., Suwendra, I.W. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Rawat Inap. *E-Journal Bisma Universitas pendidikan Ganesha*. Vol.4
- Noverita, D. 2012. "Pengaruh Outcome Quality, Interaction Quality, Peer\_to\_peer Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty", *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 14, No.2a, hh. 59-68
- Onasie, NP. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru. *Jom Fekon* Vol 2, No.1. 1-15
- Ratri, LE, 2007, Hubungan Antara Citra Merek (*Brand Image*) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler, Universitas Diponegoro, Skripsi S1 Psikologi, Universitas Diponegoro.
- Rha, J,Y dan Rhee, S.K. 2008. Service Quality and customer Satisfaction in the Public Sector : Analyzing the relationship between process quality, outcome quality and customer satisfaction. *Journal Service Management*. 9(1) : 181-205.
- Sekaran, Uma. 2009. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Senjaya, V., Hutane,S.,Diah,D. 2013. Pengaruh Cutomer Experience Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Kafe Excelso Tanjung plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen pemasaran petra*. Vol.1 No1, hal 1-15.
- Suharmiati & Budijanto, D. 2007. Analisis Faktor-fakto yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasa Responden Pengguna Rawat Jalan Rumah Sakit Pemerintah di Indonesia. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*. Vol 10, No.2. 123-130
- Sumaedi, S, Bakti, Y, Rahmawati, T, Astrini, NJ, Widianti, T & Yarmen, M 2014, "The Empirical Study on Patient Loyalty", *Clinical Governance : An International Journal*, vol 19, no. 3, hh. 269-281

Tjiptono, F. 2015. Service, Quality dan Satisfaction. Yogyakarta : Andi

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 44 tahun 2009, tentang Rumah Sakit.

Widadi R.H., Wadji, F. 2015. Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit Jiwa Daerah Dr.R.M Soedjarwadi. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya. Vol. 17. No.1.

Wu, CC, 2011, "The Impact of Hospital Brand Image on Service quality, Patient Satisfaction and Loyalty", African Journal of Business Management, Bol. 5, No. 12, hh. 4873-4882