

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Untuk memberikan gambaran dan kerangka pemikiran dalam penelitian maka perlu kiranya untuk membahas hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai acuan dalam membandingkan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu sehingga akan menghasilkan suatu analisa yang sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu. Adapun penelitian terdahulu seperti yang dijelaskan di bawah ini :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Jarliyah Harfika dan Nadiya Abdullah yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya tahun 2017 Permasalahan dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Teuku Peukan Kabupaten Aceh Barat Daya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Teuku Peukan Kabupaten Aceh Barat Daya. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 orang dengan pengumpulan data melalui kuesioner/daftar pertanyaan dan studi dokumentasi. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda data diolah dengan menggunakan program SPSS 21.0. Hasil penelitian berdasarkan uji parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Umum Teuku Peukan Kabupaten Aceh Barat Daya, dan fasilitas berpengaruh

terhadap kepuasan masyarakat pada Rumah Sakit Umum Teuku Peukan Kabupaten Aceh Barat Daya. Sedangkan hasil penelitian berdasarkan uji simultan menunjukkan bahwa antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan masyarakat pada Rumah Sakit Umum Teuku Peukan Kabupaten Aceh Barat Daya. Impikasi penelitian ini menunjukkan bahwa melalui pelayanan yang baik terhadap pasien maka akan dapat meningkatkan kepuasan para pasien sehingga memberi dampak terhadap kepuasan pasien. Fasilitas dapat diukur melalui manfaat atau dari apa telah disediakan oleh perusahaan atau alternatif yang dirasakan, apabila fasilitas yang disediakan oleh pihak rumah sakit memadai dan bisa memenuhi keinginan para pasien maka akan berdampak baik pula bagi perkembangan dan keberhasilan suatu perusahaan (Harfika & Abdullah, 2017).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Anak Agung Gde Mantra Suarjana yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dalam Rangka Menciptakan Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Umum Daerah Sanjiwani Kabupaten Gianyar pada tahun 2017, Dalam persaingan yang semakin ketat, usaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dan menciptakan kepuasan pasien sangat penting bagi rumah sakit, dalam upaya menciptakan loyalitas pasien. Oleh karena itu, dalam penelitian ini masalah yang dianalisis adalah: (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, (3) pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien, dan (4) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien dimediasi oleh kepuasan pasien. Tujuan

penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, (3) pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien, dan (4) pengaruh kualitas pelayanan loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien pada RSUD Sanjiwani Kabupaten Gianyar. Sampel penelitian sebanyak 100 orang pasien rawat inap pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Sanjiwani Gianyar. Teknik pengambilan sampel adalah teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan kuesioner secara langsung. Teknik analisis data yang dipergunakan adalah teknik regresi dengan variabel intervening dengan bantuan aplikasi SPSS 20. Hasil analisis data dengan signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien dimediasi oleh kepuasan pasien (Suarjana, 2017).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Selvi Mayang Sari yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien (Studi Pada Rumah Sakit Bhayangkara Tk II Sartika Asih Bandung) pada tahun 2021. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis : (1) Kualitas Pelayanan; (2) Kepuasan Pasien; (3) Loyalitas Pasien; serta (4) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien pada Rumah Sakit Bhayangkara TK II Sartika Asih Bandung, baik secara simultan maupun parsial. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh

bahwa kualitas pelayanan Rumah Sakit Bhayangkara TK II Sartika Asih Bandung berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pasien. Untuk kepuasan pasien Rumah Sakit Bhayangkara TK II Sartika Asih Bandung berpengaruh positif dan lebih dominan mempengaruhi loyalitas pasien. Loyalitas Pasien Rumah Sakit Bhayangkara TK II Sartika Asih Bandung pada umumnya sudah dapat dikatakan baik. Sedangkan secara simultan kedua variabel sama-sama berpengaruh, dan secara parsial hanya kepuasan pasien yang lebih dominan mempengaruhi. Karena Kepuasan Pasien lebih dominan mempengaruhi Loyalitas Pasien, maka menjadi prioritas utama dalam meningkatkan Loyalitas Pasien tersebut. Oleh karenanya, Rumah Sakit Bhayangkara TK II Sartika Asih Bandung disarankan untuk tetap konsisten mempertahankan kepuasan pasien yang dilaksanakan kepada pasien, sehingga mereka akan menjadi pasien yang memiliki loyalitas yang tinggi (Sari, 2021).

4. Penelitian yang dilakukan oleh Gunawan yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Medis Dan Pelayanan Administrasi Terhadap Loyalitas Pasien (Studi Pada Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Pertamina Cirebon) pada tahun 2018. Penelitian ini menggunakan Populasi pada penelitian ini adalah pasien Rawat Inap Rumah Sakit Pertamina Cirebon. Sampel yang digunakan pada penelitian berjumlah 100 orang dan metode yang digunakan adalah accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dimana Y menunjuk pada variabel loyalitas pasien Y2, kepuasan pasien Y1, variabel pelayanan administrasi X2,

variabel pelayanan medis X1. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa Pelayanan medis dan adminitrasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pasien dan loyalitas pasien. Pelayanan medis dan pelayanan admnitrase yang lebih baik akan meningkatkan tingkat kepuasan pasien dan loyalitas. Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas pasien. Kepuasan yang lebih besar yang dirasakan pasien akan meningkatkan tingkat loyalitas pasien terhadap rumah sakit (Gunawan, 2018).

5. Penelitian yang dilakukan oleh BRM. Suryo Triono, Adi Penawan dan Aris Tri Haryanto pada tahun 2020 yang berjudul Membangun Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Dari Aspek Kualitas Pelayanan, Citra Di Rumah Sakit Umum Pku Muhammadiyah Surakarta. Tujuan penelitian adalah Menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan, Citra terhadap kepuasan pasien RSUD Muhammadiyah Surakarta. Menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan, Citra, kepuasan terhadap loyalitas pasien RSUD Muhammadiyah Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan di RSUD Muhammadiyah Surakarta sejumlah 100 responden pasien rawat jalan. Sampel dalam penelitian ini adalah pasien di RSUD Muhammadiyah Surakarta sejumlah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pasien. Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Citra rumah sakit berpengaruh negatif dan signifikan terhadap

loyalitas pasien. Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Hasil analisis jalur menunjukkan Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan loyalitas pasien lebih efektif melalui jalur langsung, Pengaruh langsung citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan loyalitas pasien lebih efektif melalui jalur tidak langsung (Stie & Malang, 2020).

## **B. Uraian Teori**

### **1. Teori Tentang Kualitas Pelayanan**

#### **a. Pengertian Kualitas pelayanan**

Kualitas adalah suatu keseluruhan ciri dan karakteristik yang dimiliki suatu produk dan jasa yang dapat memberikan kepuasan pada penggunanya (Yulianto, 2020). Saat ini, iklim kompetisi dalam dunia perdagangan semakin terasa.

Di sisi lain perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi yang sedang terjadi saat ini (Ariyani dan Rosinta, 2010). Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang di rasakan oleh pelanggan, sehingga muncul rasa kepuasan dengan sesuatu yang diberikan terhadap pelanggan (Rahman & Rayuwanto, 2020)

Kualitas pelayanan hakekatnya penilaian konsumen mengenai kehandalan dan superioritas pelayanan secara menyeluruh. Konsumen

biasanya membuat perbandingan antara yang mereka dapatkan dengan apa yang mereka berikan (Chaniago, 2020)

Berdasarkan beberapa definisi diatas yang menerangkan, bahwa kualitas pelayanan merupakan perbandingan melalui suatu proses penilaian tanggapan pelanggan terhadap pelayanan yang di dapatkan dan dirasakan dibandingkan dengan pelayanan yang telah mereka harapkan sebelumnya.

**b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah :**

1. Gesit, yang dimaksud dengan gesit ialah waktu yang digunakan dalam melayani pelanggan minimal sama dengan batas waktu alam standar pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan.
2. Tepat, gesit tanpa ketepatan dalam bekerja tidak menjamin kekuatan pelanggan, karena tidak dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen
3. Aman, dalam melayani konsumen, para petugas pelayanan harus meyakinkan pelanggan dengan perasaan aman

**c. Indikator Kualitas Pelayanan**

Indikator Kualitas Pelayanan yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu dalam (Maiti & Bidinger, 2015)

1. Reliabilitas  
Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat.
2. Daya Tanggap  
Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.

3. Jaminan

Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.

4. Empati

Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

**2. Teori Tentang Fasilitas**

**a. Pengertian Fasilitas**

Dalam hal memudahkan dan melancarkan pelaksanaan dan menjalankan fungsi sarana maka fasilitas sangat berperan penting dalamnya. Fasilitas merupakan semua yang dapat diambil manfaatnya bagi para pegawai seperti halnya dapat dipakai, ditempati dan digunakan sesuai dengan fungsinya agar dapat memudahkan para pegawai dalam menyelesaikan tugasnya. Hal tersebut adalah pernyataan menurut (ASEP RIFA'I, SE., 2019).

Menurut (ASEP RIFA'I, SE., 2019) memberikan definisi segala sesuatu yang memiliki hubungan antara sarana dan prasarana yang bisa membantu para pegawai menyelesaikan beban kerjanya itu merupakan definisi dari fasilitas kerja. Dalam hal ini fasilitas kerja dapat digunakan, diperoleh, dan ditingkatkan guna memberikan manfaat yang baik untuk pekerjaan para pegawai sehingga dapat meningkatkan kinerjanya dan dapat meningkatkan skill, bakat dan keterampilan yang dimiliki pegawainya yang pada akhirnya bisa menjadi jalan untuk para pegawai guna meningkatkan dan mengembangkan karirnya.

Fasilitas kerja ialah segala hal yang di sediakan oleh suatu perusahaan untuk memberikan dukungn dan kenyamanan bagi pegawainya biasanya peralatan yang bersifat fisik. (Dewandi<sup>1</sup>, Yulizar Kasih<sup>2</sup>, Idham Cholid<sup>3</sup> 2017).

Menurut Kotler dalam (Apriyadi, 2017) mengemukakan bahwa “segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung nyaman konsumen. Jadi fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen”.

Menurut Youti dalam (Mardiyani & Murwatiningsih, 2017) menyatakan bahwa “fasilitas merupakan segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri”.

Menurut Tjiptono dalam (Toriq & Martoatmodjo, 2017) menyatakan bahwa “fasilitas merupakan bagian dari physical evidence, didalam buku ini dijelaskan secara garis besar, physical evidence meliputi fasilitas fisik organisasi (*servicescape*) dan bentuk-bentuk komunikasi fisik lainnya”

Berdasarkan pendapat para ahli berikut, jadi penulis dapat memberikankesimpulan Fasilitas kerja merupakan sesuatu peralatan yang dapat mempermudah dan mempercepat pekerjaan para pegawai hingga dapat meningkatkan kinerjanya . Semakin tinggi aktivitas suatu perusahaan, akan semakin lengkap pula fasilitas kerja yang disediakan oleh perusahaan untuk para pegawainya demi tercapainya visi, misi dan tujuan organisasi atau perusahaan tersebut.

**b. Bentuk Fasilitas**

Dalam hal ini terdapat berbagai macam hal yang masuk dalam kategori fasilitas kerja antara lain :

- a) Dapat meningkatkan kinerja ilmu dan keterampilan kinerjanya dengan cara mengikuti pengembangan kemampuan dan pelatihan dari perusahaan.
- b) Mendapatkan hak yang sesuai apabila seorang pegawai mampu mengerjakan pekerjaannya tepat waktu dan menyelesaikannya dengan baik bahkan maksimal maka seorang pimpinan berhak memberikan kepada para pegawainya sebuah reward atau insentif yang sesuai dengan tenaga, waktu dan kemampuan pegawai yang mampu bekerja dengan sesempurna mungkin.
- c) Para pemimpin perlu juga memberikan semangat dan motivasi untuk para pegawainya agar terpacu bekerja lebih keras lagi dalam meningkatkan kinerjanya demi tercapainya visi, misi dan tujuan perusahaan tersebut.

**c. Indikator fasilitas**

Menurut (Arifin, n.d.) indikator Fasilitas ada 5 yaitu :

- 1) Kenyamanan dapat dipertimbangkan dan dikombinasikan sehingga dapat meningkatkan intelektual para pegawai hal ini termasuk kedalam pertimbangan/ perencanaan spesial.
- 2) Penempatan suatu peralatan dan perabotan yang tepat dan sesuai dengan tata rancangan dan arsitektur yang ada merupakan bagian dari perencanaan ruangan dalam suatu tempat kerja.

- 3) Adanya pajangan dan infrastruktur pendukung yang mampu memberikan kenyamanan dan manfaat bagi para pegawai merupakan bagian dari tepatnya peletakan perlengkapan dan perabotan disutu perusahaan.
- 4) Adanya toilet, wifi, lokasi tempat makan dan minum yang baik dan sesuai merupakan unsur pendukung yang perlu diperhatikan di setiap perusahaan agar terciptanya kenyamanan ditempat kerja.
- 5) Fasilitas kerja yang diberikann perusahaan pada pegawainya tentunya harus mudah dalam pemakaian nya. Mengenai pernyataan tersebut semua para pegawai mempunyai hak dan kewajiban yang sama dalam pemakaiannya juga merawat fasilitas yang ada .

### **3. Teori Tentang Citra Rumah Sakit**

#### **a. Pengertian Citra Merek Rumah Sakit**

Menurut Kotler dan Keller (2019:403) dalam jurnal Kurniawati, Suharyono, dan Kusumawati (2017) citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang di cerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen yang selalu di ingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam di benak konsumennya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:80) menyatakan “brand image adalah himpunan keyakinan konsumen mengenai berbagai merek”. Brand image atau brand description merupakan deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa citra merek merupakan serangkaian kepercayaan dan persepsi konsumen yang coba diciptakan oleh produsen tentang merek tertentu sehingga merek tersebut melekat di benak konsumen.

**b. Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek Rumah Sakit**

Faktor-faktor pembentuk citra merek menurut Schiffman dan Kanuk (2018:21) dalam jurnal Supangkat dan Supriyatin (2017) faktor-faktor pembentuk citra merek antara lain:

- 1) Kualitas atau mutu berkaitan dengan kualitas produk barang yang ditawarkan oleh produsen dengan merek tertentu.
- 2) Dapat dipercaya atau diandalkan berkaitan dengan pendapat atau kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat tentang suatu produk yang dikonsumsi.
- 3) Kegunaan atau manfaat yang terkait dengan fungsi dari suatu produk barang yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen.
- 4) Pelayanan yang berkaitan dengan tugas produsen dalam melayani konsumennya.
- 5) Resiko berkaitan dengan besar kecilnya akibat atau laba dan rugi yang mungkin dialami oleh konsumen.
- 6) Harga dalam hal ini berkaitan dengan tinggi rendahnya atau banyak sedikitnya jumlah uang yang dikeluarkan konsumen untuk mempengaruhi jangka panjang.

**c. Indikator Citra Merek Rumah Sakit**

Menurut Aaker dalam Ananda (2018:63), menyatakan bahwa brand adalah suatu banner yang dapat dipakai untuk memayungi semua produk yang menggunakannya.

Terdapat 3 indikator brand image yaitu:

- 1) Recognition (pengakuan)
- 2) Reputation (reputasi)
- 3) Affinity (afinitas)

**4. Teori Tentang Kepuasan Pasien**

**a. Pengertian Kepuasan Pasien**

Kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli (Kotler dan Armstrong, 2020). Tjiptono (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan (Strategi et al., 2020) .

Menurut Fornell (2019) banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah

pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Cv & Sidoarjo, 2019).

Menurut Kotler (2019), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Cv & Sidoarjo, 2019).

Tjiptono (2018), mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Cv & Sidoarjo, 2019).

#### **b. Metode Kepuasan Pasien**

Ada beberapa metode yang dipergunakan perusahaan untuk melakukan serta mengukur kepuasan konsumen (Wibowo, 2019), yaitu :

- 1) Sistem Keluhan dan Saran (*The system of complaints and suggestions*)  
Perusahaan yang berorientasi dengan konsumen akan memberikan kesempatan dan mempermudah konsumen untuk memberi suatu saran, kritikan, dan pendapat terhadap produk yang dibeli.
- 2) Survei Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Survey*)  
Perusahaan menggunakan metode survey melalui pos, wawancara langsung, ataupun telepon.
- 3) Belanja Siluman (*Ghost Shopping*)  
Untuk bisa mendapatkan gambaran pada metode ini perusahaan mempekerjakan beberapa orang untuk membeli dan memberikan hasil yang ditemukan ketika membeli di perusahaan tersebut.

4) Analisis Pelanggan yang Hilang (*Lost Customer Analysis*)

Metode yang dilakukan oleh perusahaan ini adalah menghubungi konsumen yang sudah tidak berlangganan di perusahaan dan sudah beralih dengan perusahaan lain dengan tujuan untuk memperoleh informasi dan membuat suatu tindakan dalam waktu yang akan datang untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

**c. Indikator Kepuasan Pasien**

Menurut (Purnama et al., 2022) terdapat indikator kepuasan konsumen yang dapat dirincikan sebagai berikut :

1) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu, suatu kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan dan dapat dipercaya.

2) Responsifan (*Responsiveness*)

Responsifan yaitu, suatu tindakan yang bertujuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen dengan tujuan memberikan informasi yang jelas.

3) Keyakinan (*Confidence*)

Keyakinan yaitu, apabila konsumen memiliki harapan dan keinginan yang tepat pada perusahaan yang telah dipercaya.

4) Empati (*Empaty*)

Empati yaitu, memberikan suatu perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan tujuan untuk memahami keinginan konsumen.

5) Berwujud (*Tangible*)

Berwujud yaitu, kemampuan perusahaan untuk menunjukkan ekstensi kepada konsumen. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang bisa diandalkan lingkungan sekitarnya.

## **5. Teori Tentang Loyalitas Pasien**

### **a. Pengertian Loyalitas Pasien**

Loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam melalui cara pembelian ulang terhadap produk/jasa secara tetap di masa depan, meski terdapat pengaruh situasi serta berbagai usaha pemasaran berpotensi timbulnya perubahan perilaku (Stie & Malang, 2020).

Penjelasan di atas berarti bahwa pelanggan yang loyal merupakan pelanggan yang memiliki sifat fanatisme relatif permanen atau jangka panjang kepada produk, jasa, atau perusahaan pilihannya (Hidayat, 2017).

Loyalitas pelanggan adalah tujuan akhir perusahaan, terutama bagi perusahaan yang sudah lama berdiri. Mempertahankan para pelanggan dinilai lebih efisien serta efektif jika dibandingkan dengan mencari pelanggan yang baru. Keuntungan yang dapat diraih adalah memperkecil pengaruh yang timbul dari serangan kompetitor (Stie & Malang, 2020).

Tak hanya pada hal yang terkait produk, namun juga persepsi publik yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Sitepu, 2015). Kotler & Keller (2019) menjelaskan bahwa dimensi loyalitas terbagi menjadi tiga, antara lain kesetiaan terhadap pembelian produk atau jasa/ repeat purchase, ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan/ retention, serta mereferensikan secara total esistensi perusahaan/ referalls (Mashuri, 2020).

Konsumen dapat memutuskan membeli barang atau jasa berdasarkan kepercayaannya terhadap perusahaan tersebut. Kepercayaan tersebut tak dapat dengan mudah tumbuh. Prosesnya diupayakan melalui kegiatan Marketing Public Relations dalam jangka panjang agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan (Sitepu, 2017).

**b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien**

Menurut Hasan (2014) faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah :

- 1) Kepuasan Pelanggan (*Customer satisfaction*).
- 2) Kualitas Produk atau layanan (*Service quality*)
- 3) Citra Merek (*Brand Image*)
- 4) Nilai yang dirasakan (*Perceived value*)
- 5) Kepercayaan (*trust*)
- 6) Relasional pelanggan (*customer relationship*)
- 7) Biaya Peralihan (*Switching cost*)
- 8) Dependabilitas (*reliability*)

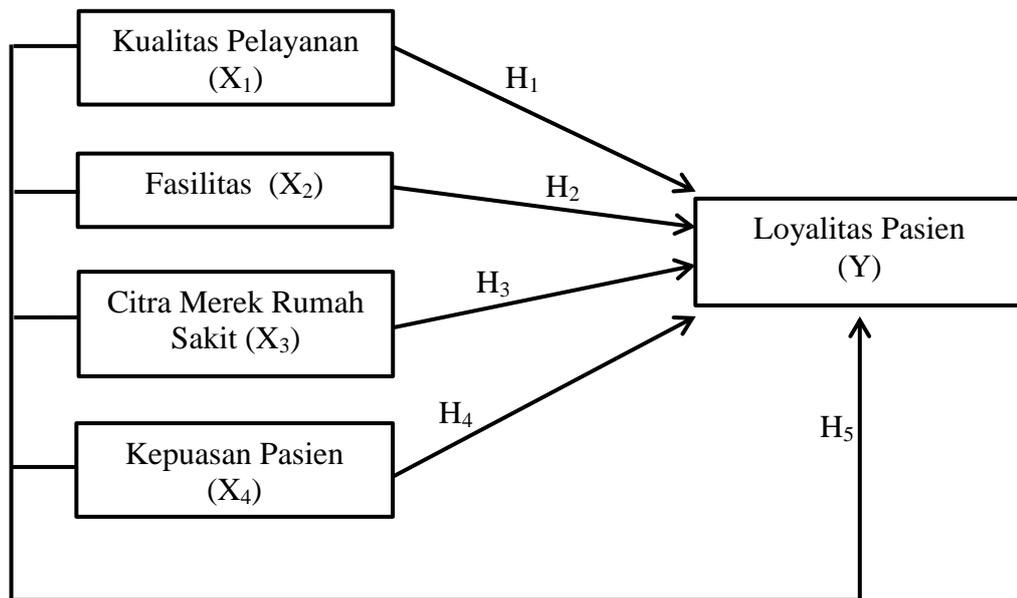
**c. Indikator Loyalitas Pasien**

Menurut Tjiptono (2017) mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu:

- 1) Pembelian ulang
- 2) Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut
- 3) Selalu menyukai merek tersebut
- 4) Tetap memilih merek tersebut
- 5) Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik

**C. Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual merupakan kerangka yang tersusun secara sistematis dan terstruktur terhadap hubungan antara variabel. Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat diantaranya yaitu Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Citra Rumah Sakit, Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien. Dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisis dan menggambarkan apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Citra Rumah Sakit, Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien pada pasien RSUD Kotapinang. Adapun kerangka konseptual yang penulis gambarkan didalam penelitian ini seperti gambar dibawah ini :



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

#### **D. Hipotesis**

Dari gambar 2.1 kerangka konseptual diatas maka hipotesis yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pasien ( $Y$ ) Pada Konsumen RSUD Kotapinang.
- b. Fasilitas ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pasien ( $Y$ ) Pada Konsumen RSUD Kotapinang.
- c. Citra Merek Rumah Sakit ( $X_3$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pasien ( $Y$ ) Pada Konsumen RSUD Kotapinang.
- d. Kepuasan Pasien ( $X_4$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pasien ( $Y$ ) Pada Konsumen RSUD Kotapinang.
- e. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), Citra Merek Rumah Sakit ( $X_3$ ) dan Kepuasan Pasien ( $X_4$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pasien ( $Y$ ) Pada Konsumen RSUD Kotapinang.