

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN,
HARAPAN KINERJA, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Pasien Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

JIHAN NAFISA
NIM. 12010114120039

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG

2018

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : **Jihan Nafisa**

Nomor Induk Mahasiswa : **12010114120039**

Fakultas/ Jurusan : **Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN,
HARAPAN KINERJA DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi pada Rumah Sakit Sultan Agung Semarang)**

Dosen Pembimbing : **I Made Sukresna, SE., M.Si., Ph.D.**

Semarang, 12 Juli 2018

Dosen Pembimbing

(I Made Sukresna, SE., M.Si., Ph.D.)

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : **Jihan Nafisa**

Nomor Induk Mahasiswa : **12010114120039**

Fakultas/ Jurusan : **Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN,
HARAPAN KINERJA DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi pada Rumah Sakit Sultan Agung Semarang)**

Dosen Pembimbing : **I Made Sukresna, SE., M.Si., Ph.D.**

Telah dinyatakan lulus pada tanggal 31 Juli 2018

Tim penguji

1. **I Made Sukresna, SE., M.Si., Ph.D.** (.....)
2. **Dr. Mahfudz, SE., MT.** (.....)
3. **I Made Bayu Dirgantara, SE., MM** (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Jihan Nafisa, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **ANALISIS PENGARUH KUALITASLAYANAN, HARAPAN KINERJA DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Rumah Sakit Sultan Agung Semarang)**, adalah tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/ atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelas dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 24 Juli 2018

Yang membuat pernyataan

(Jihan Nafisa)

NIM. 12010114120039

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sebaik-baiknya kekayaan adalah akal, seburuk-buruknya kemiskinan adalah kebodohan, sehinahina orang adalah yang bangga pada dirinya sendiri, dan sebaik-baiknya kemuliaan adalah akhlak mulia”

(Ali bin Abi Thalib)

“Success is stumbling from failure to failure with no loss of enthusiasm”

(Winston S. Churchill)

Skripsi ini kupersembahkan untuk

Kedua orang tua

Ir. Khammad Ma'sum, AH. dan Tutik Kushidayati SE.

Serta adik-adik

Farah Salsabila dan Reva Nabila

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi pasien di Rumah Sakit Islam Sultan Agung dengan mengambil sampel 15 pasien menunjukkan bahwa pasien mengeluhkan terkait dengan pelayanan yang kurang efisien yakni hubungan antara perawat sebagai penyedia layanan kesehatan dengan pasien maupun hubungan antara dokter dengan pasien. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Sakit Islam Sultan Agung. (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Islam Sultan Agung. (3) Untuk mengetahui pengaruh harapan kinerja terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Islam Sultan Agung. (4) Untuk mengetahui pengaruh harapan kinerja terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Islam Sultan Agung. (5) Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Sakit Islam Sultan Agung. (6) Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Islam Sultan Agung. (6) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Islam Sultan Agung.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pasien dan pihak keluarga dekat pasien Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang. Peneliti menggunakan sampel sebanyak 155. Penarikan sampel dalam *research* ini memakai dua metode yaitu *incidental sampling* dan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan persamaan regresi berganda dengan bantuan *software* Statistical Package for Social Sciences (SPSS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil analisis jalur, variabel kepuasan pelanggan tidak dapat digunakan sebagai variabel intervening. Hal ini berdasarkan temuan dimana variabel kepuasan pelanggan tidak memberikan pengaruh terhadap variabel independen dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas layanan, harapan kinerja dan citra perusahaan. Seluruh variabel independen memberikan pengaruh langsung yang lebih besar terhadap variabel loyalitas pelanggan dibanding pengaruh tidak langsung melalui kepuasan pelanggan

Kata Kunci : kepuasan pelanggan, kualitas layanan, harapan kinerja, citra perusahaan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This event will be based on studies of patients in hospital Sultan Agung Islamic by taking a sample of 15 patients showed that patients complain of associated with less efficient service, namely the relationship between the nurses as health care providers with the patient as well as the relationship between doctors with patients. The purpose of penelitan it is (1) to know the influence of the quality of services towards customer satisfaction Muslim Sultan Agung Hospital. (2) to find out the influence of the quality of services against customer loyalty Sultan Agung Islamic Hospital. (3) to find out the influence of expectations on performance against customer loyalty Islamic Sultan Agung Hospital. (4) to know the influence of expectations on performance against customer loyalty Islamic Sultan Agung Hospital. (5) to know the influence of the image of the company towards customer satisfaction Muslim Sultan Agung Hospital. (6) to find out the influence of the image of the company towards customer loyalty Islamic Sultan Agung Hospital. (6) to find out the influence of customer satisfaction toward customer loyalty Sultan Agung Islamic Hospital.

Population at peneltian this is the whole patient and family party near hospital patients Islam Sultan Agung Semarang. Researchers using a sample of as much as 155. Withdrawal of samples. in the research is wearing two methods i.e. incidental sampling and purposive sampling. Data analysis using multiple regression equations with the aid of software Statistical Package for Social Sciences (SPSS).

The results of this study showed that based on the results of path analysis, customer satisfaction variable cannot be used as an intervening variable. It is based on the findings of the customer satisfaction variables which do not give effect on the independent variable in this study i.e. the variable service quality, performance expectations and the company's image. The entire independent variable provides greater direct influence against the variable customer loyalty than indirect influence through customer satisfaction

Other keywords: customer satisfaction, service quality, performance expectations, corporate image, customer loyalty

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil Alamin, puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT Sang Maha Pencipta, Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah memberikan nikmat berupa nikmat Iman dan Islam, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARAPAN KINERJA, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (studi pada Rumah Sakit Sultan Agung Semarang)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat beberapa pihak yang terlibat, baik yang memberikan dorongan, semangat dan bimbingan serta bantuan. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E., selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Bapak I Made Sukresna, S.E., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang memberikan waktu, masukan, bantuan, arahan, semangat dan juga selalu sabra untuk membimbing penulis pada saat proses penyusunan skripsi ini.
- Ibu Endang Tri Widyarti M.M, selaku dosen wali penulis selama menempuh perkuliahan di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis.

- Bapak dan Ibu Karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan bantuan untuk penulis pada masa perkuliahan.
- Kedua orang tua yang sangat saya sayangi, Bapak Khammad dan Ibu Tutik beserta Adik-adik, Farah Salsabila dan Reva Nabila yang selalu memberikan dorongan, dukungan serta memanjatkan doa kepada Allah SWT, selalu memberikan arahan, dukungan, nasihat, semangat dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
- Teman-teman KKN 2017/2018 TIM II Desa Mantingan Tengah
- Teman-teman Mizan FEB Undip yang memberikan banyak pengalaman organisasi dimasa perkuliahan. Terimakasih atas pengalaman organisasi selama ini.
- Teman-teman Manajemen 2014 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, kenangan indah dan tidak terlupakan selama penulis menempuh pendidikan di perguruan tinggi.
- Semua pihak yang secara tidak langsung ikut terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Terimakasih untuk segala pihak yang membantu penulisan dalam penyelesaian skripsi ini. Dengan ini penulis menyampaikan bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan, mengingat skripsi ini juga memiliki keterbatasan pengetahuan. Oleh karena itu, penulis berharap saran dan kritik yang positif guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Semarang, 12 Juli 2018

Penulis,

Jihan Nafisa

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISIONALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Loyalitas Pelanggan (<i>Customer loyalty</i>).....	11
2.1.2 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	12
2.1.3 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>).....	12
2.1.4 Harapan Kinerja (<i>Performance Expectation</i>).....	16
2.1.5 Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>).....	17
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	18
2.2.1 Pengaruh Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan... ..	18
2.2.2 Pengaruh Harapan Kinerja terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	20
2.2.3 Pengaruh Citra Perusahaan dengan Kepuasan Pelanggan.....	21
2.2.4 Pengaruh Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2.6 Pengaruh Citra Perusahaan dengan Loyalitas Pelanggan.....	23

2.3	Penelitian Terdahulu	24
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
2.5	Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Definisi Variabel dan Operasionalisasi.....	37
3.1.1	Definisi Variabel	37
3.1.2	Operasional Variabel	39
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
3.2.1	Populasi Penelitian	48
3.2.2	Sampel Penelitian	48
3.2.3	Penentuan Jumlah Sampel	49
3.2.4	Penentuan Penarikan Sampel	49
3.3	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.3.1	Jenis Data.....	50
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4	Uji Instrumen Penelitian	51
3.3.1	Uji Validitas	53
3.3.2	Uji Reliabilitas.....	53
3.5	Metode Analisis Data.....	54
3.5.1	Analisis Deskriptif	54
3.5.2	Analisis Verifikatif	55
3.5.3	Metode Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	55
3.5.3.1	Diagram Jalur dan Persamaan Struktural.....	56
3.5.3.2	Koefisien Jalur	58
3.5.3.3	Uji Hipotesis	59
3.5.3.4	Pengujian Secara Simultan (Uji F)	60
3.5.3.5	Pengujian Secara Partial (Uji t)	61
3.5.3.6	Koefisien Determinasi.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Deskripsi Objek dan Responden Penelitian	65
4.1.1	Gambaran Umum Objek dan Responden Penelitian	65
4.2	Analisis Data SPSS	73
4.2.1	Data Penelitian	73
4.2.2	Statistik Deskriptif Responden.....	73
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	73

4.2.4	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	81
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik	84
4.2.6	Uji Multikolinearitas.....	84
4.2.7	Uji Heteroskedastisitas	86
4.2.8	Uji Normalitas	88
4.3	Hasil Penelitian dan Pembahasan	90
4.3.1	Pengujian Hipotesis Model 1	90
4.3.1.1	Hasil dan Pembahasan, Pengujian Hipotesis Pertama	92
4.3.1.2	Hasil dan Pembahasan, Pengujian Hipotesis Kedua.....	92
4.3.1.3	Hasil dan Pembahasan, Pengujian Hipotesis Ketiga.....	93
4.3.2	Pengujian Hipotesis Model 2	94
4.3.2.1	Hasil dan Pembahasan, Pengujian Hipotesis Keempat.....	95
4.3.2.2	Hasil dan Pembahasan, Pengujian Hipotesis Kelima	96
4.3.2.3	Hasil dan Pembahasan, Pengujian Hipotesis Keenam	97
4.3.2.4	Hasil dan Pembahasan, Pengujian Hipotesis Keenam	97
4.3.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	98
BAB V PENUTUP.....		101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Implikasi Teoritis	102
5.3	Implikasi Praktis	104
5.3.1	Kualitas pelayanan	105
5.3.2	Kepuasan pasien.....	105
5.3.3	Loyalitas pasien.....	106
5.4	Saran.....	106
Daftar Pustaka.....		107
Lampiran		110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Wawancara Pra-Survey Mengenai Keluhan Pasien RSI Sultan Agung Semarang	6
Tabel 2.1	Penelitian Pendahuluan.....	24
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	40
Tabel 3.2	Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi.....	59
Tabel 4.1	Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4.2	Umur.....	74
Tabel 4.3	Pendidikan	75
Tabel 4.4	Pekerjaan.....	76
Tabel 4.5	Pendapatan	77
Tabel 4.6	Intensitas Berobat.....	78
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	79
Tabel 4.8	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	82
Tabel 4.9	Rekapitulasi Pengujian Reliabilitas serta Validitas	82
Tabel 4.10 A	Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) (Uji Interaksi 1 ..	85
Tabel 4.10 B	Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) (Uji Interaksi 2)	85
Tabel 4.11	Uji Hipotesis Pertama, Kedua, dan Ketiga	91
Tabel 4.12	Uji Hipotesis Keempat, Kelima, Keenam, dan Ketujuh.....	95
Tabel 4.13	Perhitungan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	36
Gambar 3.1	Skala Semantik Diferensial	52
Gambar 3.2	Diagram Jalur	56
Gambar 3.3	Sub Struktur Pertama : Diagram Jalur X_1 dan X_2 , X_3 terhadap Z ..	52
Gambar 3.4	Daerah Penolakan Hipotesis	61
Gambar 3.5	Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis	63
Gambar 4.1	Dependent Variabel : KEPUASAN PELANGGAN	87
Gambar 4.2	Dependent Variabel : LOYALITAS PELANGGAN	88
Gambar 4.3	Analisis Jalur	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian	110
Lampiran II	Rekapitulasi Data Responden	116
Lampiran II	Hasil Perhitungan SPSS	117

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kondisi pertumbuhan ekonomi di Indonesia tahun 2018 sebesar 5,3%, pertumbuhan tertinggi sepanjang 2018 dicatat oleh sektor jasa, perusahaan sektor ini tumbuh mencapai 7,36% dan menciptakan persaingan perusahaan yang semakin ketat. Kondisi yang semakin kompetitif ini memaksa perusahaan untuk berorientasi kepada pelanggan karena permintaan sektor jasa yang semakin tinggi. Dengan pelanggan yang semakin cerdas, mereka dapat menentukan sendiri barang dan jasa yang sesuai dengan kemampuannya.

Pelanggan dengan kemampuan yang dimilikinya, bebas untuk menentukan serta membandingkan produk yang akan dibeli berdasarkan faktor yang berhubungan dengan merek, produk, harga, kualitas produk dan kualitas layanan. Kenyataan ini bisa dilihat bahwa strategi perusahaan dari segi dana dan sumber daya manusianya yang mendukung tujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan sebaik-baiknya yang nantinya akan mendatangkan pada kepuasan pelanggan.

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas layanannya (*service quality*). Kualitas Layanan dapat dijadikan sebagai ukuran pembeda dari pesaing serta dapat dimanfaatkan sebagai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan meningkatkan efisiensi (Olorunniwo et al., 2006). Hal ini diperkuat dengan adanya anggapan dari Grönroos

(1984) yang menyatakan bahwa kualitas layanan sebagai penilaian yang dirasakan akibat proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan ekspektasi layanan dengan apa yang mereka terima.

Kualitas layanan berhubungan dengan profit, penghematan biaya dan pangsa pasar yang tinggi. Karakteristik yang dimaksudkan dalam kualitas layanan adalah berupa harapan kinerja penyedia layanan dan fasilitas yang disediakan oleh penyedia layanan (Jang, Kim, & Lee, 2016). Hal ini juga tidak dapat dipisahkan dengan persepsi pelanggan yang menentukan keberhasilan organisasi dalam layanan untuk mencapai kepuasan pelanggan dan profitabilitas dari suatu perusahaan.

Perusahaan saat ini harus mampu mencari peluang untuk memperbaiki efisiensi operasional dan mengurangi biaya dengan cara meningkatkan harapan kinerja perusahaan (Jang, Kim, & Lee, 2016). Harapan kinerja merupakan faktor yang penting dalam industri karena dapat memunculkan adanya inovasi-inovasi baru dalam suatu perusahaan.

Inovasi yang diluncurkan adalah pelayanan yang berbasis pada IT yang kemudian dapat digunakan dalam pelayanan yang bersifat jangka panjang. Sehingga layanan yang dapat diberikan juga semakin cepat dan mudah diakses oleh pelanggan.

Dalam usaha untuk menumbuhkan kesan yang baik yang diingat oleh pelanggan, perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang efektif yakni dengan meningkatkan citra perusahaan. Hal ini diperkuat oleh Keller (1993) yang mengatakan bahwa citra perusahaan sebagai persepsi yang muncul dari pelanggan

terhadap perusahaan yang harus menunjukkan adanya nilai tambah yang ditawarkan. berbeda dari pesaing sehingga diingat oleh pelanggan.

Citra perusahaan merupakan faktor yang dianggap penting yang nantinya akan digunakan untuk mengatasi adanya *gap* yang muncul dalam hubungan antara kualitas layanan yang dirasakan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Liat, Mansori, & Huei, 2014). Citra perusahaan dapat dikembangkan sebagai suatu niat yang secara tidak langsung muncul di pikiran pelanggan dalam hal keinginan untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain karena muncul adanya kepuasan sehingga akan membeli kembali dan juga menunjukkan adanya kesetiaan dengan melakukan pembelian berulang.

Faktor yang penting dalam usaha adalah dengan menjuarai kompetisi, pihak instansi wajib memiliki macam-macam taktik yang dapat terealisasi secara efektif guna menumbuhkan rasa loyalitas yang tinggi dari pelanggan kepada perusahaan. Bagi perusahaan yang berfokus pada pelanggan, loyalitas merupakan faktor kunci. Mereka yang membeli layanan harus percaya bahwa perusahaan akan memenuhi janjinya dan melakukan sendiri dengan jujur (Setó-Pamies, D., 2012).

Di era persaingan bisnis saat ini, perusahaan harus mampu menjadikan loyalitas sebagai tolok ukur keberhasilan dalam usahanya. Loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai kesetiaan pelanggan yang tidak terbentuk. dalam jangka waktu relatif singkat tetapi melalui proses pengamatan dan berdasarkan hasil pengalaman dari pelanggan itu sendiri dilihat dari pembelian konsisten sepanjang waktu. Bila yang didapat sudah sesuai dengan harapan, maka proses pembelian ini terus berulang.

Loyalitas pelanggan menggambarkan proses tahapan selanjutnya, dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas/jasa pelayanan yang diberikan perusahaan. Hal ini diperkuat oleh adanya pengambilan keputusan dan pembuatan kebijakan inovasi layanan yang berbasis pada ilmu teknologi yang berguna untuk perawatan pada diri dan masyarakat (Jang et al., 2016).

Loyalitas Pelanggan dapat memberikan nilai bagi perusahaan antara lain pembeli dapat kembali dan ada kemauan untuk menjadi bagian dari organisasi itu. Pasalnya, perusahaan lebih baik mempertahankan pelanggan yang sudah lebih dulu melakukan pembelian berulang daripada mendapatkan pelanggan baru yang dari segi biaya bisa menghemat hingga lima kali lipat banyaknya. Perusahaan bisa lebih efektif untuk berfokus pada tujuan jangka panjang yaitu pelanggan bersedia membayar harga lebih tinggi, penyediaan layanan yang lebih murah dan bersedia merekomendasikan ke pelanggan yang baru.

Demikian pula industri jasa dibidang kesehatan, perawatan kesehatan telah menjadi isu yang penting di Indonesia, seiring dengan meningkatnya kekhawatiran akan kesalahan medis, keselamatan pasien, dan peningkatan biaya medis. Lingkungan pelayanan industri perawatan kesehatan ditentukan oleh tidak hanya fasilitas dan dukungan teknologi baru, namun juga alternatif-alternatif jasa yang ditawarkan pada bidang kesehatan (Lee, Lee, & Kang, 2012).

Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan masyarakat di Indonesia, pelayanan kesehatan telah menjadi faktor yang dianggap penting bagi masyarakat yang menggunakan alternatif-alternatif jasa yang ditawarkan pada bidang kesehatan. Persepsi yang muncul dari pasien tentang kualitas layanan

merupakan penentu utama keberhasilan sebuah organisasi perawatan kesehatan karena peran utamanya .dalam mencapai kepuasan pasien dan profitabilitas. Persepsi dari pasien .menunjukkan bahwa 17-27 persen variasi dalam ukuran keuangan rumah sakit seperti pendapatan, pendapatan bersih dan pengembalian aset (Aliman & Mohamad, 2013).

Rumah Sakit Islam Sultan Agung merupakan rumah sakit dapat berusaha untuk menawarkan pelayanan kesehatan adalah salah satu layanan unggulan di RSI Sultan Agung yang berkonsentrasi dalam bidang kesehatan mata. RSI Sultan Agung menawarkan pelayanan “*One Stop Service*” dimulai dari pemeriksaan awal, pengobatan, konsultasi tindakan operatif, apotik dan optik yang berada dalam satu lokasi. Pelayanan atau jasa yang ditawarkan oleh RSI Sultan Agung dilengkapi dengan. peralatan canggih dan akurat menggunakan teknologi komputer digital serta tindakan Operasi seperti Mata Subspesialistik dengan tehnik operasi dan peralatan paling mutakhir seperti Lasik (Laser Assisted In-situ Keratomileusis), Alat laser Mata, dan sebagainya.

Mengingat persaingan antar rumah sakit yang cukup tinggi di kota Semarang membuat RSI Sultan Agung untuk terus meningkatkan fasilitas yang lengkap, mengutamakan kualitas layanan serta loyalitas pelanggan. Fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh RSI Sultan Agung dapat dikategorikan sebagai standar yang tinggi apabila dibandingkan dengan pesaingnya seperti Rumah Sakit Umum William Booth, Rumah Sakit Telogorejo, Rumah Sakit Kariadi, Rumah Sakit Roemani.

Tabel 1.1
Hasil Wawancara Pra-Survey Mengenai Keluhan Pasien RSI Sultan Agung Semarang

NO	KETERANGAN	FREKUENSI	PROSENTASE
1.	Waktu tunggu yang lama	5	33%
2.	Prosedur berbelit-belit	4	27%
3.	Kemacetan	3	20%
4.	Rob	2	13%
5.	SOP tidak efisien	1	7%
	Jumlah	15	100%

Sumber: Data Primer, 2018

Hasil pra-survey menunjukkan bahwa pasien di RSI Sultan Agung dengan mengambil sampel 15 pasien menunjukkan bahwa pasien mengeluhkan terkait dengan pelayanan yang kurang efisien yakni hubungan antara perawat sebagai penyedia layanan kesehatan dengan pasien maupun hubungan antara dokter dengan pasien. Sehingga perlu adanya kualitas layanan yang bersifat premium yang memungkinkan manajer rumah sakit untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan efisiensi.

Kualitas pelayanan berpusat pada keinginan dan kebutuhan dari pelanggan dengan memperhatikan aspek penyampaian dan perilaku yang sesuai untuk mengimbangi harapan dari pelanggan yang dituju. Pelayanan disini adalah segala bentuk pelayanan yang diberikan kepada perawat rumah sakit selama pasien atau pelanggan berada di rumah sakit baik itu rawat inap maupun rawat jalan, meliputi pelayanan petugas rumah sakit baik dokter, perawat, dan karyawan-karyawan lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, penulis mengajukan judul penelitian **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harapan Kinerja dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Rumah Sakit Islam Sultan Agung Kota Semarang)”** .

1.2. Rumusan Masalah

Melihat identifikasi yang diungkapkan di atas tentang pelayanan RSI Sultan Agung, dengan demikian permasalahan yang diteliti dalam research ini bisa dirumuskan dengan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah berpengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan RSI Sultan Agung?
2. Apakah berpengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan RSI Sultan Agung?
3. Apakah berpengaruh harapan kinerja terhadap kepuasan pelanggan RSI Sultan Agung?
4. Apakah berpengaruh harapan kinerja terhadap loyalitas pelanggan RSI Sultan Agung?
5. Apakah berpengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan RSI Sultan Agung?
6. Apakah berpengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan RSI Sultan Agung?
7. Apakah berpengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan RSI Sultan Agung?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan RSI Sultan Agung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan RSI Sultan Agung.
3. Untuk mengetahui pengaruh harapan kinerja terhadap kepuasan pelanggan RSI Sultan Agung.
4. Untuk mengetahui pengaruh harapan kinerja terhadap loyalitas pelanggan RSI Sultan Agung.
5. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan RSI Sultan Agung.
6. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan RSI Sultan Agung.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan RSI Sultan Agung.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan referensi baru tentang kualitas layanan, harapan kinerja, citra perusahaan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

2. Kegunaan Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi perusahaan untuk menentukan langkah yang sebaiknya diambil dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas layanan, harapan kinerja, citra perusahaan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjelasan tentang isi dari masing-masing bab yang disajikan secara singkat dan jelas dari keseluruhan bagian skripsi ini. Skripsi ini akan disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian ini, penelitian terdahulu, setelah itu diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis atau variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data dan analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian tentang gambaran umum perusahaan, responden yang menjadi objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.