

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Nasional
Diponegoro Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

ARDINE HASNA SAVIRA

NIM. 12010115120092

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2019**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Ardine Hasna Savira
Nomor Induk Mahasiswa : 12010115120092
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN**

(Studi Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang)

Dosen Pembimbing : Dr. Retno Hidayati, MM

Semarang, 20 Mei 2019
Dosen Pembimbing,



(Dr. Retno Hidayati, MM)

NIP. 196001061986032002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Ardine Hasna Savira
Nomor Induk Mahasiswa : 12010115120092
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

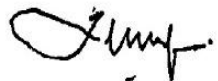
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN**

(Studi Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang)

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 11 Juni 2019

Tim Penguji

1. Dr. Retno Hidayati, MM

()

2. Drs. Suryono Budi Santosa, MM

()

3. Sri Rahayu Tri Astuti, SE, MM

()

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Ardine Hasna Savira, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang)”, adalah hasil 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 yang 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 gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 20 Mei 2019

Yang membuat pernyataan,



(Ardine Hasna Savira)

NIM. 12010115120092

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Barangsiapa datang dengan (membawa) kebaikan, maka dia akan mendapat (pahala) yang lebih baik daripada kebaikannya itu.”

(Al-Qashas: 84)

“Barangsiapa berbuat kebaikan mendapat balasan sepuluh kali lipat amalnya.”

(Al-An’am: 160)

“Man Jadda Wa Jadda”,

Siapa yang bersungguh-sungguh maka akan berhasil.

(Pepatah Arab)

“Man Shabara Zhafira”,

Siapa yang bersabar maka akan beruntung.

(Pepatah Arab)

“The catch phrase for the day is `Do and act of kindness. Help one person smile.”

(Harvey Ball)

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA KEDUA ORANGTUA
SAYA YANG SANGAT SAYA SAYANGI, YANG TELAH MERAWAT,
MEMBERSARKAN, DAN MENDIDIK SAYA DENGAN PENUH KASIH
SAYANG.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 200 responden. Adapun metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis AMOS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Citra Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Citra Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to analyze service quality and corporate image towards consumer satisfaction in increasing consumer loyalty. The population used in this study is outpatient at National Diponegoro Hospital in Semarang. The number of samples used in this study were 200 respondents. The method of data collection is done through a questionnaire. This study uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis techniques with AMOS 24.0 analysis tool.

The results of this study indicate that Consumer Satisfaction has a positive and significant effect on Consumer Loyalty. Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Loyalty. Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. Corporate image has a positive and significant effect on Consumer Loyalty. Corporate image has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction.

Keywords: Service quality, Corporate Image, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen (Studi pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang)”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Penulisan skripsi dapat diselesaikan atas bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Retno Hidayati, MM. selaku Dosen Pembimbing yang membimbing dengan penuh kesabaran serta mendukung seluruh kelancaran dalam pembuatan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak I Made Sukresna SE., MSi., Ph.D selaku dosen wali yang telah mendampingi dan memberi arahan akademik kepada penulis.
3. Bapak Dr. Harjum Muharam, SE., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Bapak Dr. Suharnomo, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan pengetahuan selama masa studi.
6. Seluruh Karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang selalu membantu penulis selama masa studi.
7. Bapak Henky Setyawan dan Ibu Yulisa Nila Kurnia, Adik Evan dan Adik Haikal selaku keluarga yang telah menyayangi, memberikan dukungan

berupa materi dan emosional, serta senantiasa mendoakan agar dimudahkan dalam proses penyusunan skripsi ini.

8. Teman-teman dekat selama masa studi SMA sampai sekarang, serta selalu menjadi pendengar dan memberikan dukungan kepada penulis, Raras, Anifah, Adrina, Inas, Alvino, dan Orchita.
9. Teman-teman dekat sekaligus keluarga di Tembalang, yang selalu menemani dan memberikan dukungan kepada penulis, Adinda, Ruti, Isah, Rifqi, dan Iqbal.
10. Teman-teman satu bimbingan Ibu Retno yang memberikan saran dan semangat, Erica, Nafi, dan Karin.
11. Teman-teman yang selalu bersama saat masa KKL dan memberikan pengalaman menyenangkan, Nabila, Adinda, Erica, dan Fajar.
12. Teman-teman satu angkatan Manajemen Undip 2015 yang berbagi pengalaman dan pengetahuan selama masa studi.
13. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk wawancara dan mengisi kuesioner penelitian.
14. Pihak – pihak yang mendoakan, menyemangati, dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi baik secara langsung maupun tidak langsung dan tidak bisa disebutkan, penulis mengucapkan terimakasih.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Sehingga, penulis sangat mengharap kritik dan saran yang membangun dari banyak pihak. Semoga skripsi ni bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 20 Mei 2019

Penulis,



Ardine Hasna Savira

NIM. 12010115120092

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Sistematika Penulisan	16
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	49
2.3 Hipotesis Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	51

3.2	Populasi dan Sampel	54
3.3	Jenis dan Sumber Data	55
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	57
3.5	Uji Kelayakan Kuesioner.....	57
3.6	Teknik Analisis	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		87
4.1	Gambaran Umum dan Responden	87
4.2	Evaluasi Asumsi SEM.....	92
4.3	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel.....	97
4.4	Analisis Full Model.....	102
4.5	Uji Reliabilitas dan Validitas Konstruk.....	107
4.6	Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total	110
4.7	Uji Hipotesis	111
BAB V PENUTUP		114
5.1	Kesimpulan	114
5.2	Implikasi Teoritis	118
5.3	Implikasi Manajerial	125
5.4	Keterbatasan Penelitian	128
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	128
DAFTAR PUSTAKA		130
LAMPIRAN		135

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survei Loyalitas Pasien RSND	5
Tabel 1.2 Pra Survei Keluhan Pasien RSND	6
Tabel 1.3 Research Gap	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	25
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	31
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	35
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu Hubungan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen	41
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu Hubungan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen	46
Tabel 3.1 Variabel dan Definisi Operasional dalam Penelitian	52
Tabel 3.2 Tabel Uji Semantik Indikator-Variabel Loyalitas Konsumen	58
Tabel 3.3 Tabel Uji Semantik Indikator-Variabel Kepuasan Konsumen	59
Tabel 3.4 Tabel Uji Semantik Indikator-Variabel Kualitas Pelayanan	60
Tabel 3.5 Tabel Uji Semantik Indikator-Variabel Citra Perusahaan	61
Tabel 3.6 Tabel Uji Semantik Indikator-Hipotesis 1	63
Tabel 3.7 Tabel Uji Semantik Indikator-Hipotesis 2	65
Tabel 3.8 Tabel Uji Semantik Indikator-Hipotesis 3	66
Tabel 3.9 Tabel Uji Semantik Indikator-Hipotesis 4	67
Tabel 3.10 Tabel Uji Semantik Indikator-Hipotesis 5	69
Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas	71
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas	73

Tabel 3.13 Indeks Pengujian Kelayakan Model	82
Tabel 4.1 Responden Pasien Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabel 4.2 Responden Pasien Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang Berdasarkan Usia	88
Tabel 4.3 Responden Pasien Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang Berdasarkan Pekerjaan	89
Tabel 4.4 Responden Pasien Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang Berdasarkan Pendidikan Terakhir	90
Tabel 4.5 Responden Pasien Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang Berdasarkan Intensitas Berobat	91
Tabel 4.6 Responden Pasien Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang Berdasarkan Metode Pembayaran	92
Tabel 4.7 Uji Normalitas Data.....	93
Tabel 4.8 Mahalanobis Distance	94
Tabel 4.9 Index Hoelter	96
Tabel 4.10 Standardized Regression Weights CFA Konstruk Eksogen	98
Tabel 4.11 Goodness of Fit CFA Konstruk Eksogen	99
Tabel 4.12 Standardized Regression Weights CFA Konstruk Endogen.....	101
Tabel 4.13 Goodness of Fit CFA Konstruk Endogen	101
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Kelayakan Model Structural Equation Model (SEM)	104
Tabel 4.15 Standardized Regression Weights Full Model	105
Tabel 4.16 Reliability dan Variance Extract	108
Tabel 4.17 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total	110
Tabel 4.18 Regression Weights Full Model	111
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	49
Gambar 3.1 CFA Variabel Eksogen	75
Gambar 3.2 CFA Variabel Endogen	76
Gambar 3.3 Diagram Jalur (Diagram Path) Full Model dari Model Teoritis ..	78
Gambar 4.1 Hasil Confirmatory Factor Analysis Model Eksogen.....	98
Gambar 4.2 Hasil Confirmatory Factor Analysis Model Endogen	100
Gambar 4.3 Analisis Full Model SEM	103
Gambar 5.1 Prespektif 1 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	114
Gambar 5.2 Prespektif 2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	115
Gambar 5.3 Prespektif 3 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	116
Gambar 5.4 Prespektif 4 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	117
Gambar 5.5 Prespektif 5 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	117

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	135
LAMPIRAN B TABULASI DATA RESPONDEN	141
LAMPIRAN C HASIL OLAH DATA	147

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modern saat ini, persaingan dunia bisnis telah memasuki era kompetisi yang tinggi. Kondisi tersebut, menjadikan perusahaan ingin berusaha mempertahankan pelanggan yang telah diraihinya. Hal tersebut menciptakan tantangan sekaligus peluang bagi perusahaan atau organisasi yang menjual produk baik barang maupun jasa, sehingga perusahaan perlu merancang strategi dengan baik. Dalam bidang jasa, karakteristik yang dimilikinya berbeda dengan produk lain bersifat fisik. Karakteristik tersebut, yaitu: tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, berubah-ubah atau bervariasi, dan tidak bertahan lama (Keller, 2009). Hal ini menuntut perusahaan-perusahaan jasa melakukan persaingan guna menguasai pasar.

Perusahaan perlu memiliki strategi untuk menguasai pasar, salah satu strategi yang dilakukan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan sebaik-baiknya, sehingga akan mendatangkan kepuasan bagi pelanggan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara memberikan produk dan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Realitasnya saat ini terdapat peluang semakin mudahnya menyebarkan informasi, pelanggan dengan mudah dapat melakukan kritik dan saran melalui sarana media masa maupun sarana elektronik. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu layanan atau produk jasa

dengan mudah diketahui oleh masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan harus menciptakan kepuasan dan kesan positif dibenak pelanggan agar dapat tercipta loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Jika, kebutuhan pelanggan sudah merasa terpenuhi dan puas terhadap perusahaan maka proses pembelian akan terus berulang.

Saat ini, loyalitas pelanggan merupakan sesuatu yang diperlukan oleh perusahaan. Adanya loyalitas pelanggan dapat digunakan sebagai salah satu tolak ukur keberhasilan pada suatu perusahaan. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus mampu menjadikan loyalitas sebagai tolak ukur keberhasilan dalam usahanya. Loyalitas adalah salah satu faktor penting agar bisnis menjadi sukses yang dapat dibangun dan dipertahankan melalui penyediaan kualitas pelayanan yang mengarah ke peningkatan kepuasan (Taqdees Fatima, Malik, & Shabbir, 2017). Menurut Selnes (1993), loyalitas pelanggan dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan merek atau tingkat pelayanan yang diterima dan berniat untuk melanjutkan hubungan (Satar, Yulisetiari, & Hendriyono, 2016). Loyalitas Pelanggan dapat memberikan nilai bagi perusahaan yaitu pembeli akan kembali dan memiliki kemauan untuk menjadi bagian dari organisasi tersebut. Umumnya loyalitas diartikan sebagai wujud kesetiaan seseorang pada suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas juga dapat diartikan sebagai manifestasi serta kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas ataupun jasa yang diberikan oleh perusahaan, dan untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut (Aminah, Cahyono, & Herlambang, 2017).

Terdapat enam alasan mengapa loyalitas dapat dikatakan penting dan memiliki manfaat bagi perusahaan. Pertama: pelanggan yang sudah ada memiliki prospek yang lebih besar, karena pelanggan yang loyal atau setia akan memberikan keuntungan besar pada perusahaan. Kedua: dalam segi biaya, mencari pelanggan baru lebih mahal lima kali lipat dibanding dengan mempertahankan pelanggan lama, sehingga alangkah lebih baiknya jika perusahaan bisa mempertahankan pelanggan lamanya. Karena, untuk menarik pelanggan baru kita harus mengeluarkan biaya untuk iklan, dan sebagainya. Ketiga: pelanggan yang telah memiliki kepercayaan kepada perusahaan dalam suatu urusan tertentu akan cenderung percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat: biaya operasional perusahaan akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan setia. Kelima: perusahaan dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial disebabkan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan perusahaan ataupun produk perusahaan. Keenam: pelanggan setia akan selalu membela perusahaan bahkan berusaha pula untuk menarik dan merekomendasikan kepada orang lain untuk menjadi pelanggan. (Keller, 2009).

Demikian juga dalam dalam industri jasa dibidang kesehatan, akhir-akhir ini, industri rumah sakit juga menjadi sangat kompetitif. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan masyarakat di Indonesia, pelayanan kesehatan telah menjadi faktor yang dianggap penting bagi masyarakat. Banyak rumah sakit yang meningkatkan kualitasnya agar tidak kalah saing dengan rumah sakit lainnya. Rumah sakit tertarik untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang penting untuk

mengembangkan strategi dan pengelolaannya. Jika dapat dikelola dengan baik, maka akan dapat menimbulkan kesuksesan di masa depan (Meesala & Paul, 2018). Ketika rumah sakit memberikan pelayanan yang berkualitas dan sesuai harapan maka akan menghasilkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan.

Saat ini, institusi rumah sakit pun sedang gencar dalam mengelola manajemennya demi pertumbuhan loyalitas konsumen. Salah satunya adalah Rumah Sakit Nasional Diponegoro atau disingkat RSND merupakan Rumah Sakit Perguruan Tinggi Negeri milik Universitas Diponegoro, yang merupakan rumah sakit tipe C. Terletak di kampus Universitas Diponegoro, kecamatan Tembalang Semarang. RSND diharapkan dapat melayani mahasiswa, dosen, tenaga kependidikan Universitas Diponegoro, serta warga sekitar yaitu warga Tembalang, wilayah Semarang dan sekitarnya. Rumah Sakit Nasional Diponegoro mulai membuka seluruh layanan kesehatannya pada tahun 2015. Mengingat banyaknya rumah sakit yang ada di Semarang, pasti muncul persaingan yang ketat, menjadikan rumah sakit dituntut untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanan, dan citra rumah sakit agar pelanggan puas dengan jasa RSND dan dapat menciptakan loyalitas bagi rumah sakit. Guna mengetahui bagaimana loyalitas konsumen pada RSND, maka perlu dilakukannya pra survei. Pra survei dilakukan melalui 3 indikator loyalitas konsumen, yaitu memakai jasa RSND kembali, merekomendasikan RSND kepada orang lain, dan menyebarkan RSND kepada teman atau kerabat. Maka dibuatlah tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1
Pra survei Loyalitas Pasien RSND

No.	Indikator Loyalitas	Jumlah	Presentase (%)
1.	Memakai jasa RSND kembali	12	33,3%
2.	Merekomendasikan RSND kepada orang lain	12	33,3%
3.	Menyebarkan RSND kepada teman atau kerabat	14	38,9%

Berdasarkan tabel pra survei diatas, tentang loyalitas pasien Rumah Sakit Nasional Diponegoro (RSND) kepada 36 responden melalui kuesioner, untuk ketiga indikator loyalitas diatas diperoleh hasil bahwa masih banyak konsumen yang tidak loyal kepada Rumah Sakit Nasional Diponegoro. Masalah-masalah yang ditemukan adalah masih banyak orang yang tidak ingin memakai jasa RSND kembali, masih banyak orang yang tidak ingin merekomendasikan RSND kepada orang lain, masih banyak orang yang tidak ingin menyebarkan RSND kepada teman atau kerabat. Kemudian dari masalah tersebut, diangkat sebagai fenomena. Kebanyakan dari mereka mengatakan bahwa RSND bukanlah prioritas utamanya jika memerlukan pengobatan ke rumah sakit, mereka lebih memilih berobat di rumah sakit lain. Hal yang mungkin menyebabkan responden tidak ingin kembali lagi adalah karena pengalaman dan kesan yang buruk pada saat berobat. Keberhasilan rumah sakit untuk memelihara kesetiaan pelanggan sangat dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk: kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, dan citra rumah sakit. Dari pra survei yang dilakukan, masalah

loyalitas yang ada di RSND diduga berkaitan dengan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, dan citra rumah sakit.

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai perasaan kesenangan dari pengalaman pelanggan setelah menerima layanan yang dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai pengukur perbedaan antara harapan pelanggan dan pengalaman yang pelanggan terima (Liat, Mansori, & Huei, 2014). Kepuasan pelanggan dapat mengarah pada keunggulan kompetitif pada suatu rumah sakit melalui kesesuaian antara kenyataan dan harapan pelanggan, kepuasan secara keseluruhan, dan keberhasilan perawatan medis. Jadi, kepuasan sudah menjadi faktor penting bagi rumah sakit.

Untuk melihat bagaimana ketidakpuasan pasien terhadap Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang, maka disajikan tabel keluhan pasien sebagai berikut:

Tabel 1.2

Hasil Pra Survei Mengenai Keluhan Pasien Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang

No.	Keterangan	Frekuensi	Prsesntase
1.	Waktu tunggu yang lama	9	25%
2.	Dokter tidak tepat waktu	5	13,9%
3.	Petunjuk arah ke RSND kurang	2	5,5%
4.	Sistem kuota dan pendaftaran kurang baik	10	27,8%
5.	Prosedur administrasi berbelit-belit	5	13,9%
6.	Pelayanan kurang baik dan sigap	5	13,9%

Hasil pra survei dengan mengambil sampel 36 pasien menunjukkan bahwa pasien mengeluh terkait dengan pelayanan yang kurang efisien yakni hubungan antara perawat dan petugas 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 kualitas dan meningkatkan efisiensi.

Pada industri kesehatan, kualitas pelayanan merupakan konteks penting yang perlu dikaji. Jika rumah sakit tersebut memiliki kualitas pelayanan yang baik maka dapat meningkatkan kesan positif masyarakat. Khususnya, karena kompetisi menjadi padat dan ketat pada sektor ini, kualitas menjadi sangat penting untuk menimbulkan sukses dalam jangka panjang (Meesala & Paul, 2018). Dalam tiga dekade terakhir, ada peningkatan minat internasional terhadap kualitas pelayanan kesehatan, karena standar hidup telah berubah dan ada permintaan untuk perawatan medis yang lebih baik untuk meningkatkan gaya hidup. Meningkatkan kualitas pelayanan perawatan medis telah menjadi perhatian utama bagi konsumen, dan, dalam rangka memberikan layanan yang lebih baik kepada konsumen, kualitas pelayanan menjadi semakin penting bagi rumah sakit dalam hal memuaskan dan mempertahankan konsumen (Byram, 2016).

Selain itu, faktor penting lain yang dapat digunakan untuk menyelesaikan “gap” yang muncul pada hubungan antara kualitas pelayanan yang dirasakan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan adalah citra perusahaan (Liat, Mansori and Huei, 2014). Citra perusahaan dapat muncul dari penilaian tertentu berdasarkan pengalaman

yang dirasakan oleh pelanggan. Beberapa peneliti menyatakan bahwa citra yang baik dan kesan yang positif dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam sebuah industri (Kandampully, 2000; Kandampully & Hu, 2007; Kandampully & Suhartanto, 2000, 2003 dalam (Liat et al., 2014)). Citra perusahaan yang baik dapat menentukan niat pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain, membeli ulang, dan menunjukkan kesetiaannya. Dalam usaha untuk menumbuhkan kesan yang baik di mata masyarakat, maka rumah sakit juga harus memiliki strategi pemasaran yang efektif yaitu dengan meningkatkan citra perusahaan.

Untuk itu perlu dicari penelitian terdahulu yang mendukung dugaan tersebut tetapi masih terdapat kontroversi. Menurut (Kessler, Mylod, & Kessler, 2011) mengatakan bahwa kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Pasien yang merasa puas dengan jasa rumah sakit yang ditawarkan, maka memiliki keinginan untuk memakai jasa tersebut kembali jika membutuhkannya. Namun lain halnya dengan hasil penelitian dari (Patawayati, Zain, Setiawan, & Rahayu, 2013), ditemukan bahwa kepuasan pasien berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pasien. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Zhang et al., 2018) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan positif dengan loyalitas pasien. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Mahmud, Jusoff, & Hadijah, 2013) mengungkapkan hal yang berbeda dimana hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas memiliki hasil negatif dan tidak signifikan. Selain itu dilakukan penelitian oleh (Amin & Nasharuddin, 2013) juga mengungkapkan adanya pengaruh

positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Casidy, 2014) mengungkapkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut hasil penelitian (Yunida & Wijaya, 2016) dikatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Apriyanti, Surya, & Lutfi, 2015) mengatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Aminah et al., 2017) menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Berbeda dengan hasil penelitian oleh (Sari, 2018) yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk lebih jelasnya disajikan tabel sebagai berikut:

Tabel 1.3
Research Gap

No.	Penelitian	Peneliti/Judul	Temuan	Ket
1.	Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	<p>Daniel P. Kessler and Deirdre Mylod (2011)</p> <p><i>“Does patient satisfaction affect patient loyalty?”</i></p> <p>Patawayati, Djumilah Zain, Margono Setiawan and Mintarti Rahayu (2013)</p> <p><i>“Patient Satisfaction, Trust and Commitment: Mediator of Service Quality and Its Impact on Loyalty (An Empirical Study in Southeast Sulawesi Public Hospitals)”</i></p>	<p>Kepuasan Pasien berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien.</p> <p>Kepuasan Pasien berpengaruh negatif terhadap Loyalitas Pasien.</p>	<p>Signifikan.</p> <p>Tidak Signifikan.</p>
2.	Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen	<p>Yucheng Zhang, Long Zhang, Xin Zhang, Miles M. Yang, Shanshan Zhang, Shyh-Jane Li, and Yu-Ying Huang (2018)</p> <p><i>“Hospital service quality and patient loyalty: the mediation effect of empathy”</i></p>	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien.	Signifikan.

No.	Penelitian	Peneliti/Judul	Temuan	Ket
	Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen	Amir Mahmud, Kamaruzaman Jusoff, and St. Hadijah (2013) <i>The Effect of Service Quality and Price on Satisfaction and Loyalty of Customer of Commercial Flight Service Industry</i>	Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan.	Tidak signifikan.
3.	Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	Muslim Amin and Siti Zahora Nasharuddin (2013) <i>“Hospital service quality and its effects on patient satisfaction and behavioural intention”</i>	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien.	Signifikan.
		Riza Casidya (2014) <i>“Linking Brand Orientation with Service Quality, Satisfaction, and Positive Wordof-Mouth: Evidence from the Higher Education Sector”</i>	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien.	Tidak signifikan.

No.	Penelitian	Peneliti/Judul	Temuan	Ket
4.	Citra Rumah Sakit terhadap Loyalitas Konsumen	<p>Margita Enno Yunida dan Dr. Tony Wijaya, MM. (2016)</p> <p><i>“Pengaruh Citra Rumah Sakit dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri”</i></p>	Citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien.	Signifikan.
		<p>Putri Apriyanti, Djasuro Surya dan, Lutfi (2017)</p> <p><i>“Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang)”</i></p>	Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas Nasabah.	Tidak Signifikan.

No.	Penelitian	Peneliti/Judul	Temuan	Ket
5.	Citra Rumah Sakit terhadap Kepuasan Konsumen	Siti Aminah, Dwi Cahyono, dan Toni Herlambang (2017) <i>“Pengaruh Mutu Pelayanan dan Citra Rumah Sakit Terhadap Loyalitas Pasien serta Kepuasan Pasien Sebagai Intervening di Instalasi Peristi RSD dr. Soebandi Jember”</i>	Citra Rumah Sakit berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien.	Signifikan.
		Nilam Sari (2018) <i>“Service Quality, Company Image, Trust and Its Influence On Customers’ Satisfaction and Loyalty at Bank Syariah Mandiri (BSM) Meulaboh Branch Office”</i>	Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.	Tidak Signifikan.

Sumber: (Kessler et al., 2011), (Patawayati et al., 2013), (Zhang et al., 2018), (Mahmud et al., 2013), (Amin & Nasharuddin, 2013), (Casidy, 2014), (Yunida & Wijaya, 2016), (Apriyanti et al., 2015), (Aminah et al., 2017), (Sari, 2018).

Berdasarkan masalah di lapangan yang telah dijelaskan di atas dan research gap pada tabel 1.2 maka dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen (Studi pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Nasional Diponegoro Semarang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di muka, perumusan masalah penelitian adalah bagaimana membangun loyalitas pasien melalui kepuasan pasien, kualitas pelayanan dan juga citra perusahaan. Berdasar rumusan masalah tersebut dijabarkan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut ini :

1. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Rumah Sakit Nasional Diponegoro?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Rumah Sakit Nasional Diponegoro?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Nasional Diponegoro?
4. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen Rumah Sakit Nasional Diponegoro?
5. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Nasional Diponegoro?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisa pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Rumah Sakit Nasional Diponegoro.

2. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Rumah Sakit Nasional Diponegoro.
3. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Nasional Diponegoro.
4. Menganalisa pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen Rumah Sakit Nasional Diponegoro.
5. Menganalisa pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen Rumah Sakit Nasional Diponegoro.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan referensi baru tentang loyalitas konsumen, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan serta memberi informasi bagi pembacanya.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi perusahaan untuk menentukan langkah apa yang sebaiknya diambil maupun sebagai bahan pertimbangan yang cukup relevan berkaitan dengan loyalitas konsumen, serta faktor yang meningkatkannya yakni kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan dengan cara yang efektif dan efisien dan diharapkan dapat

membantu dalam mengembangkan perusahaannya dan pengambilan keputusan demi loyalitas konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan disusun dalam lima bab yaitu sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan mengenai latar belakang masalah dan research GAP, merumuskan masalah serta tujuan dan manfaat penelitian. Pada bab ini juga berisi mengenai sistematika penulisan yang dibuat pada penelitian ini.

Bab II TELAAH PUSTAKA

Membahas tentang teori yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian. Berisi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian serta ruang lingkup yang akan dibahas pada penelitian.

Bab III METODE PENELITIAN

Bab III akan menjelaskan jenis penelitian apa yang akan digunakan, menganalisis variabel-variabel yang digunakan serta teknik pengumpulan data.

Bab IV HASIL DAN ANALISIS

Dalam bab ini akan menjelaskan pembahasan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan lainnya secara lengkap terhadap temuan-temuan dari hasil analisis.

Bab V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian, saran kepada pihak-pihak yang memperoleh manfaat dari hasil penelitian serta keterbatasan dari penelitian yang telah dihasilkan.