

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Pasien Rawat Jalan RSUD Salewangan

The Influence of Service Quality and Brand Trust on Loyalty through Satisfaction as an Intervening Variable in Outpatients at Salewangan Regional Hospital

Muh. Ayyub Amin^{1*}, Fauziah Novianti¹

¹ITK Permata Ilmu Maros

*Korespondensi Penulis: ayyubaminskm@gmail.com

Abstrak

Latar belakang: Persaingan dalam industri pelayanan kesehatan rumah sakit di era perkembangan bisnis dan globalisasi dunia saat ini sangat ketat, hal ini dikarenakan jumlah klinik dan rumah sakit yang semakin bertambah banyak, Hasil wawancara tidak terstruktur dengan manajemen tata usaha RSUD Salewangan Kabupaten Maros mengungkapkan bahwa terjadi penurunan kunjungan pasien rawat jalan dalam 3 bulan terakhir.

Tujuan: untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *brand trust* terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros.

Metode: Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kuantitatif menggunakan metode survei yang bersifat kausal dengan pengambilan sampel yang sebanyak 96 orang akan digunakan teknik *purposive random sampling*.

Hasil: Ada pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pada pasien dengan nilai nilai signifikansi p-sig sobel $0,02 < \alpha (0,05)$ atau dengan nilai Z sebesar $3,77 > Z \text{ table } (1,96)$ dan ada pengaruh langsung *brand trust* terhadap loyalitas melalui kepuasan pada pasien dengan nilai signifikansi p-sig sobel $0,03 < \alpha (0,05)$ atau dengan nilai Z sebesar $3,77 > Z \text{ table } (1,96)$.

Kesimpulan: Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan *brand trust* terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; *Brand Trust*; Loyalitas; Kepuasan Pasien

Abstract

Background: Competition in the hospital health services industry in the current era of business development and world globalization is very tight, this is due to the increasing number of clinics and hospitals. The results of the interview were not structured by the administrative management of Salewangan Regional Hospital, Maros Regency, revealing that this was the case. decreased outpatient visits in the last 3 months.

Objective: to determine the influence of service quality and brand trust on loyalty through satisfaction as an intervening variable in road-prone patients at Salewangan Hospital, Maros Regency.

Method: The research method used in this research is quantitative research using a causal survey method with a sample of 96 people, purposive random sampling technique will be used,

Results: There is a direct influence between service quality on loyalty through patient satisfaction with a p-sig significance value of $0.02 < \alpha (0.05)$ or with a Z value of $3.77 > Z \text{ table } (1.96)$ and there is The direct influence of brand trust on loyalty through patient satisfaction with a significance value of p-sig sobel $0.03 < \alpha (0.05)$ or with a Z value of $3.77 > Z \text{ table } (1.96)$.

Conclusion: There is an influence between service quality and brand trust on loyalty through satisfaction as an intervening variable in road-prone patients at Salewangan Regional Hospital, Maros Regency

Keywords: Service Quality; Brand Trust; Loyalty; Patient Satisfaction

PENDAHULUAN

Persaingan dalam industri pelayanan kesehatan rumah sakit di era perkembangan bisnis dan globalisasi dunia saat ini sangat ketat, hal ini dikarenakan jumlah klinik dan rumah sakit yang semakin bertambah banyak (1). Selama ini pasien cenderung berpindah-pindah rumah sakit karena tidak menemukan solusi dari satu rumah sakit saja hal ini membuat pola penanganan pada pasien berubah-ubah karena diagnosa yang ditetapkan selalu berubah karena berubah-ubahnya fasilitas kesehatan yang digunakan oleh pasien (2). Rumah sakit merupakan salah satu fasilitas kesehatan yang harus selalu meningkatkan pelayanan sehingga tidak memberikan stigma negatif terhadap pelayanan yang diberikan (3).

Pelayanan yang diberikan sudah meningkat setiap tahunnya namun terkadang bukan hanya pelayanan secara perawatan yang dibutuhkan oleh pasien sehingga tingkat kunjungan kembali pasien cenderung fluktuatif setiap bulannya bahkan menurun di tiga bulan pertama (4). Pelanggan yang loyal terhadap pelayanan rumah sakit merupakan pelanggan yang harus dijaga karena bisa memberikan stigma positif terhadap citra rumah sakit (5).

Salah satu indikator keberhasilan pelayanan kesehatan perorangan adalah kepuasan pasien (6). Kepuasan menunjukkan penilaian pasca penggunaan bahwa suatu produk yang dipilih dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen (7). Kepuasan pasien menjadi ukuran loyalitas pasien karena apabila pasien puas maka akan meningkatkan loyalitas pasien ke rumah sakit (8).

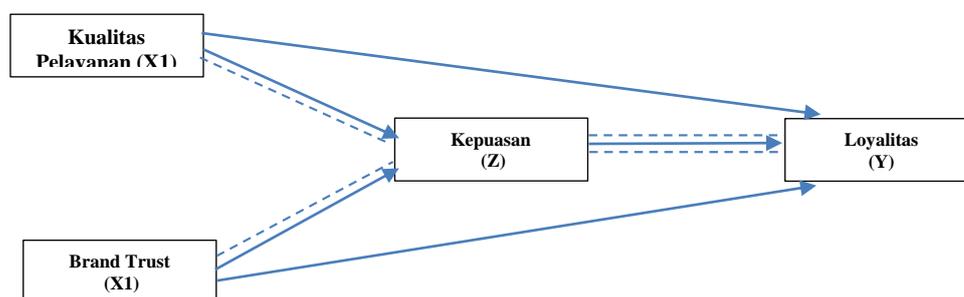
Hasil wawancara tidak terstruktur dengan manajemen tata usaha RSUD Salewangan Kabupaten Maros mengungkapkan bahwa terjadi penurunan kunjungan pasien rawat jalan dalam 3 bulan terakhir. Hal ini menggambarkan bahwa minat kunjungan pasien dan keputusan pasien untuk pemanfaatan rawat jalan di RSUD Salewangan Kabupaten Maros semakin menurun. Pemanfaatan rawat jalan yang belum optimal oleh masyarakat mengakibatkan utilisasi di rawat jalan belum sesuai dengan harapan manajemen yang berdampak loyalitas pasien untuk berkunjung kembali ke RSUD Salewangan dalam berobat jika dirinya atau keluarganya sakit.

Fasilitas pelayanan yang telah ditingkatkan dan pelayanan yang sesuai dengan SOP belum bisa meningkatkan loyalitas pasien (9). Rumah sakit telah berupaya untuk memberikan pelayanan secara paripurna kepada pasien agar bisa meningkatkan kepuasan sehingga meningkatkan loyalitas pada pasien (10).

Disisi lain tanpa *trust* atau kepercayaan, pasien tidak akan pernah ingin dirawat oleh penyedia jasa tersebut (11). *Trust* juga merupakan salah satu elemen kunci dari kualitas layanan dan kepercayaan yang tinggi atau rendah yang menunjukkan kekuatan dan kelemahan kualitas layanan(12).

METODE

Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif menggunakan metode survei yang bersifat kausal. Adapun desain penelitian disajikan pada gambar berikut:



Gambar 1. Desain Penelitian

Keterangan :

----- : Pengaruh tidak langsung

— : Pengaruh langsung

Penelitian ini akan dilaksanakan pada RSUD Salewangan Kabupaten Maros dan berlangsung selama 12 Bulan. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pasien rawat jalan di RSUD Salewangan. Dalam memperoleh sampel representatif dengan populasi yang tidak mutlak digunakan rumus *cochran*. Berikut hasil perhitungan jumlah sampel berdasarkan rumus tersebut

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 96$$

Pengambilan sampel yang sebanyak 96 orang akan digunakan teknik *purposive random sampling* untuk memperoleh data penelitian.

Variabel yang diukur dalam penelitian ini meliputi, variabel bebas (X1) ialah kualitas pelayanan, diukur melalui indikator kenyamanan, ketepatan waktu, hubungan antar manusia, informasi, akses/keterjangkauan, variabel bebas (X2) *brand trust* diukur melalui indikator *credibility, reability, intimacy, self orientation*, variabel intervensi (Z) ialah

kepuasan pasien yang diukur melalui indikator akses layanan kesehatan, mutu layanan kesehatan, proses layanan, sistem layanan yang diterima. Serta variabel terikat (Y) loyalitas pasien yang diukur melalui indikator *cognitive loyalty*, *affective loyalty*, *conative loyalty*

Untuk instrumen pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner skala likeart dalam memperoleh data kuantitatif. Selanjutnya untuk memperoleh instrumen yang sah dalam penelitian ini, maka instrumen yang dikembangkan akan diproses melalui (13): 1) Uji validitas isi oleh 2 ahli menggunakan formula *Aiken V* dengan kriteria instrumen dikatakan memenuhi validitas isi apabila memiliki koefisien validitas isi $> 0,60$. 2) Uji validitas konstruk menggunakan *confirmatory factor analysis*, dengan nilai *factor loading* $\geq 0,40$ maka butir dinyatakan valid. 3) Uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha cronbach* dengan nilai $\alpha > 0,7$ maka reliabilitas instrumen terpenuhi.

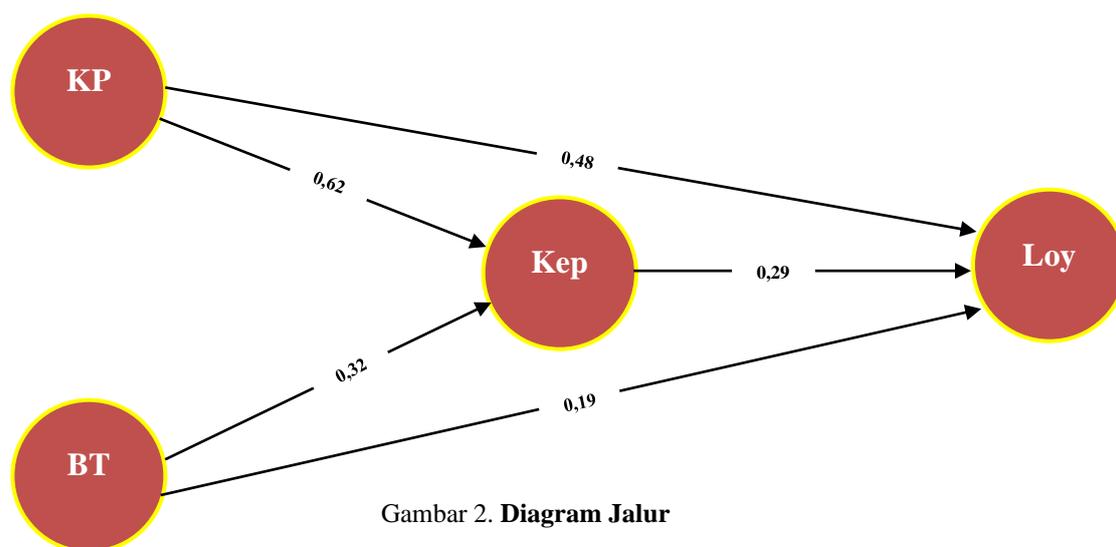
Adapun teknik statistik dalam menganalisis data penelitian untuk mencapai tujuan penelitian yaitu dengan menggunakan analisis statistik multivariat yakni analisis jalur (*patch analys*) (Huang, 2019) yang selanjutnya dilakukan uji t secara parsial dengan kriteria, Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05 maka hipotesis diterima dan dilakukan pula uji sobel dengan kriteria jika $z < 0,05$ maka hipotesis diterima

HASIL

Dalam menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian ini digunakan teknik analisis inferensial yakni analisis jalur (*path analysis*) menggunakan bantuan program spss versi 20. Berikut disajikan rangkuman hasil analisis dan diagram jalur dalam penelitian ini

Tabel 1. Rangkuman Hasil Analisis

Variabel independen	Variable dependen	Variabel intervening	Nilai pengaruh langsung	Sig-P	Nilai pengaruh tidak langsung	Total nilai
Kual. pelyn	kepuasan		0,62	0,00		0,62
Brand trust	kepuasan		0,32	0,00		0,32
Kual. pelyn	loyalitas	kepuasan	0,48	0,00	0,17	$0,48 + 0,17 = 0,65$
Brand trust	loyalitas	kepuasan	0,19	0,02	0,09	$0,32 + 0,09 = 0,41$
Kepuasan	loyalitas		0,29	0,00		0,29



Gambar 2. Diagram Jalur

Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah kuesioner skala likeart dengan alternatif jawaban sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS), atas dasar pemikiran jumlah klasifikasi yang genap dipakai dengan tujuan agar supaya skala (*dummy variable*) secara tepat (14) yang dalam pengembangan instrumen pada tiap variabel dilakukan pengujian validitas isi menggunakan formula Gregory. Adapun kriteria dalam

uji validitas isi adalah berdasarkan nilai koefisien konsistensi internal $> 0,75$ (15). Berikut disajikan rangkuman hasil pengujian validitas isi.

Tabel 2. Rangkuman Validitas Isi

Instrumen	Jumlah Item	Nilai koefisien konsistensi Internal
kualitas pelayanan	10	1
<i>brand trust</i>	10	1
kepuasan	8	1
loyalitas	7	1

Memperhatikan hasil rangkuman pengujian pada tabel diatas, maka dapat dikemukakan bahwa berdasarkan penilaian para pakar perihal instrumen yang dibangun telah memenuhi validitas berdasarkan isi oleh pakar.

Kemudian dalam pengujian validitas konstruk menggunakan Confirmatory Factor Analysis (CFA). *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) digunakan untuk menentukan validitas konstruk menggunakan metode *maximum likelihood*. Adapun kriterianya meliputi hasil pengukuran *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) $> 0,50$ dan *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) $> 0,50$. Uji Bartlett's tes memperoleh nilai sig 0,00 untuk analisis lebih lanjut, kemudian nilai *anti image correlation* $> 0,50$ untuk diikutkan dalam analisis faktor Validitas butir dilihat dari *factor loading* yaitu $\geq 0,40$. Pengujian validitas konstruk terhadap setiap instrumen pada penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS For Windows*. Berikut disajikan hasil pengujiannya.

Hasil uji validitas konstruk instrumen kualitas pelayanan

Instrumen kualitas pelayanan diukur melalui 5 indikator sebagai variabel teramati dengan sebaran sebanyak 10 butir. Dimana indikator 1 sebanyak 2 butir, indikator 2 sebanyak 2 butir, indikator 3 sebanyak 2 butir, indikator 4 sebanyak 2 butir, indikator 5 sebanyak 2 butir. Adapun rangkuman hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Rangkuman Uji KMO dan Bartlett test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.845
	Approx..chi-square	1889.055
Bartlett's Test of Sphericity	Df	45
	Sig.	.000

Hasil pengujian validitas konstruk kualitas pelayanan diperoleh informasi bahwa berdasarkan hasil uji coba diperoleh hasil pengujian *Bartlett's test* menunjukkan nilai sig. 0,00 yang lebih kecil dari 0,05 serta koefisien KMO dan MSA sebesar 0,84 yang lebih besar dari 0,50 maka kecukupan sampel untuk melakukan analisis faktor telah terpenuhi, kemudian diperoleh informasi nilai *anti image correlation* pada 10 butir mempunyai MSA $> 0,50$ yang selanjutnya dapat diikutkan dalam menentukan faktor. Lebih lanjut dengan metode *Maximum likelihood* diperoleh bahwa sebanyak 10 butir menunjukkan muatan faktor masing-masing berdasarkan indikatornya. Dari 10 butir tersebut menunjukkan terdapat 10 butir dari indikator 1,2,3,4,5 memiliki nilai *factor loading* $\geq 0,4$ Selanjutnya 10 butir diekstraksi dan dirotasi kembali untuk melihat kesesuaian model faktor dengan *goodness of fit test* sehingga diperoleh nilai chi-square sebesar 710.158 dan nilai signifikansi $0,00 < \alpha$ (0,05).

Berdasarkan proses tersebut disimpulkan bahwa pada instrumen kualitas pelayanan terdapat 10 butir pernyataan yang membentuk sebuah faktor. Hasil analisis menunjukan bahwa semua butir yang valid terdapat pada 5 indikator sebagai variabel teramati dan telah memberikan sumbangan berarti untuk mengukur variabel latennya.

Hasil uji validitas konstruk *brand trust*

Instrumen *brand trust* diukur melalui 4 indikator sebagai variabel teramati dengan sebaran sebanyak 10 butir. Dimana indikator 1 sebanyak 3 butir, indikator 2 sebanyak 3 butir, indikator 3 sebanyak 2 butir, indikator 4 sebanyak 3 butir. Adapun rangkuman hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Rangkuman Uji KMO da Barlett Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.861
	Approx..chi-square	1878.608
Bartlett's Test of Sphericity	Df	45
	Sig.	.000

Hasil pengujian validitas konstruk instrumen *brand trust* diperoleh informasi bahwa berdasarkan hasil uji hasil pengujian *Bartlett's test* menunjukkan nilai *sig.* 0,00 yang lebih kecil dari 0,05 serta koefisien *KMO* dan *MSA* sebesar 0,86 yang lebih besar dari 0,50 maka kecukupan sampel untuk melakukan analisis faktor telah terpenuhi, kemudian diperoleh informasi nilai *anti image correlation* pada 10 butir mempunyai *MSA* > 0,50 yang selanjutnya dapat di ikutkan dalam menentukan faktor. Lebih lanjut dengan metode *Maximum likelihood* diperoleh bahwa sebanyak 10 butir menunjukkan muatan faktor masing-masing berdasarkan indikatornya. Dari 10 butir tersebut menunjukkan terdapat 10 butir dari indikator 1,2,3,4 memiliki nilai *factor loading* $\geq 0,4$ Selanjutnya 10 butir diekstraksi dan dirotasi kembali untuk melihat kesesuaian model faktor dengan *goodness of fit tess* sehingga diperoleh nilai chi-square sebesar 642.487 dan nilai signifikansi $0,00 < \alpha (0,05)$.

Hasil analisis menunjukan bahwa semua butir yang valid terdapat pada 4 indikator sebagai variabel teramati dan telah memberikan sumbangan berarti untuk mengukur variabel latennya.

Hasil uji validitas konstruk instrumen kepuasan

Instrumen kepuasan diukur melalui 4 indikator sebagai variabel teramati dengan sebaran sebanyak 8 butir. Dimana indikator 1 sebanyak 2 butir, indikator 2 sebanyak 2 butir, indikator 3 sebanyak 2 butir, indikator 4 sebanyak 2 butir. Adapun rangkuman hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5. Rangkuman Uji KMO da Barlett Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.830
	Approx..chi-square	1035.616
Bartlett's Test of Sphericity	Df	28
	Sig.	.000

Hasil pengujian validitas konstruk instrumen kepuasan diperoleh informasi bahwa berdasarkan hasil uji hasil pengujian *Bartlett's test* menunjukkan nilai *sig.* 0,00 yang lebih kecil dari 0,05 serta koefisien *KMO* dan *MSA* sebesar 0,83 yang lebih besar dari 0,50 maka kecukupan sampel untuk melakukan analisis faktor telah terpenuhi, kemudian diperoleh informasi nilai *anti image correlation* pada 8 butir mempunyai *MSA* > 0,50 yang selanjutnya dapat di ikutkan dalam menentukan faktor. Lebih lanjut dengan metode *Maximum likelihood* diperoleh bahwa sebanyak 8 butir menunjukkan muatan faktor masing-masing berdasarkan indikatornya. Dari 9 butir tersebut menunjukkan terdapat 8 butir dari indikator 1,2,3,4 memiliki nilai *factor loading* $\geq 0,4$ Selanjutnya 8 butir diekstraksi dan dirotasi kembali untuk melihat kesesuaian model faktor dengan *goodness of fit tess* sehingga diperoleh nilai chi-square sebesar 272.763 dan nilai signifikansi $0,00 < \alpha (0,05)$.

Hasil analisis menunjukan bahwa semua butir yang valid terdapat pada 4 indikator sebagai variabel teramati dan telah memberikan sumbangan berarti untuk mengukur variabel latennya.

Hasil uji validitas konstruk instrumen loyalitas

Instrumen loyalitas diukur melalui 3 indikator sebagai variabel teramati dengan sebaran sebanyak 7 butir. Dimana indikator 1 sebanyak 2 butir, indikator 2 sebanyak 2 butir, indikator 3 sebanyak 3 butir. Adapun rangkuman hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 6. Rangkuman Uji KMO da Barlett Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.768
	Approx..chi-square	1001.634
Bartlett's Test of Sphericity	Df	21
	Sig.	.000

Hasil pengujian validitas konstruk instrumen kepuasan diperoleh informasi bahwa berdasarkan hasil uji hasil pengujian *Bartlett's test* menunjukkan nilai *sig.* 0,00 yang lebih kecil dari 0,05 serta koefisien *KMO* dan *MSA* sebesar 0,83 yang lebih besar dari 0,50 maka kecukupan sampel untuk melakukan analisis faktor telah terpenuhi, kemudian diperoleh informasi nilai *anti image correlation* pada 7 butir mempunyai *MSA* > 0,50 yang selanjutnya dapat di ikutkan dalam menentukan faktor. Lebih lanjut dengan metode *Maximum likelihood* diperoleh bahwa sebanyak 7 butir menunjukkan muatan faktor masing-masing berdasarkan indikatornya. Dari 7 butir tersebut menunjukkan terdapat 8 butir dari indikator 1,2,3 memiliki nilai *factor loading* $\geq 0,4$ Selanjutnya 7 butir diekstraksi dan dirotasi kembali untuk

melihat kesesuaian model faktor dengan *goodness of fit tess* sehingga diperoleh nilai chi-square sebesar 268.406 dan nilai signifikansi $0,00 < \alpha (0,05)$.

Hasil analisis menunjukan bahwa semua butir yang valid terdapat pada 3 indikator sebagai variabel teramati dan telah memberikan sumbangan berarti untuk mengukur variabel latennya.

Uji reliabilitas

Uji reabilitas pada tiap instrumen pada penelitian ini menggunakan rumus *alpha Cronbach* dengan bantuan program *SPSS 20*. Adapun kriteria sebuah instrumen telah memenuhi syarat reabilitas jika nilai koefisien reabilitas berdasarkan hasil perhitungan $> 0,70$ [24]. Berikut rangkuman hasil uji reabilitas terhadap setiap instrumen pada penelitian ini.

Tabel 7. Rangkuman Uji Reabilitas

Instrumen	Nilai Reabilitas	Keterangan
kualitas pelayanan	0,96	Reliabel
<i>brand trust</i>	0,96	Reliabel
kepuasan	0,93	Reliabel
loyalitas	0,94	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien reliabilitas instrumen citra wisata sebesar 0,95, instrumen daya tarik sebesar 0,95 dan minat berkunjung sebesar 0,94 yang ketiga nilai reliabilitas instrument tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga ketiga instrumen tersebut telah memenuhi syarat reliabelitas.

PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien mempunyai nilai koefisien sebesar 0.62 (positif), maka dapat dimaknai bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, dapat pula dimaknai bahwa untuk peningkatan nilai variabel kualitas pelayanan akan di ikuti oleh peningkatan nilai kepuasan pasien. Kemudian diperoleh nilai signifikansi p-sig $0,00 < \alpha (0,05)$ yang menunjukkan bahwa Hipotesis Nol (Ho) dalam penguian ini ditolak dan Hipotesis kerja (H1) diterima, sehingga dapat dikemukakan bahwa terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros dan signifikan, hasil penelitian ini juga didukung penelitian yang dilakukan oleh Huang (2019) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang berikan bisa meningkatkan kepuasan pasien. (13)

Pengaruh *brand trust* terhadap kepuasan pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa pengaruh langsung variable *brand trust* terhadap kepuasan pasien mempunyai nilai koefisien sebesar 0.32 (positif), maka dapat dimaknai bahwa *brand trust* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, dapat pula dimaknai bahwa untuk peningkatan nilai variabel *brand trust* akan di ikuti oleh peningkatan nilai kepuasan pasien. Kemudian diperoleh nilai signifikansi p-sig $0,00 < \alpha (0,05)$ yang menunjukkan bahwa Hipotesis Nol (Ho) dalam penguian ini ditolak dan Hipotesis kerja (H2) diterima, sehingga dapat dikemukakan bahwa terdapat pengaruh langsung *brand trust* terhadap kepuasan pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros dan signifikan, hasil penelitian ini juga didukung penelitian yang dilakukan oleh Hawrysz (2021) yang menemukan bahwa *brand trust* bisa meningkatkan kepuasan pelanggan saat mendapat pelayanan terkhusus di era pandemi Covid 19. (14)

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa pengaruh langsung variable kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien mempunyai nilai koefisien sebesar 0.48 (positif), maka dapat dimaknai bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien, dapat pula dimaknai bahwa untuk peningkatan nilai variabel kualitas pelayanan akan di ikuti oleh peningkatan nilai loyalitas pasien. Kemudian diperoleh nilai signifikansi p-sig $0,00 < \alpha (0,05)$ yang menunjukkan bahwa Hipotesis Nol (Ho) dalam penguian ini ditolak dan Hipotesis kerja (H3) diterima, sehingga dapat dikemukakan bahwa terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros dan signifikan, penelitian ini juga di dukung penelitian yang dilakukan oleh Hadelar (2021) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan bisa mempertahankan loyalitas pasien. (15)

Pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa pengaruh langsung variable *brand trust* terhadap loyalitas pasien mempunyai nilai koefisien sebesar 0.19 (positif), maka dapat dimaknai bahwa *brand trust* berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien, dapat pula dimaknai bahwa untuk peningkatan nilai variabel *brand trust* akan di ikuti oleh peningkatan nilai loyalitas pasien. Kemudian diperoleh nilai signifikansi p-sig $0,00 < \alpha (0,02)$ yang menunjukkan bahwa Hipotesis Nol (Ho) dalam pengujian ini ditolak dan Hipotesis kerja (H4) diterima, sehingga dapat dikemukakan bahwa terdapat pengaruh langsung *brand trust* terhadap loyalitas pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros dan signifikan, penelitian ini juga di dukung penelitian yang dilakukan oleh Koukouta (2021) yang menemukan bahwa *brand trust* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien. (16)

Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pasien pada pasien rawan jalan Salewangan Kabupaten Maros

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa pengaruh langsung variable kepuasan terhadap loyalitas pasien mempunyai nilai koefisien sebesar 0.29 (positif), maka dapat dimaknai bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien, dapat pula dimaknai bahwa untuk peningkatan nilai variabel kepuasan akan di ikuti oleh peningkatan nilai loyalitas pasien. Kemudian diperoleh nilai signifikansi p-sig $0,00 < \alpha (0,05)$ yang menunjukkan bahwa Hipotesis Nol (Ho) dalam pengujian ini ditolak dan Hipotesis kerja (H5) diterima, sehingga dapat dikemukakan bahwa terdapat pengaruh langsung kepuasan terhadap loyalitas pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros dan signifikan, hasil penelitian ini di dukung penelitian yang dilakukan oleh Samartzis (2020) yang menemukan bahwa ada pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas pasien. (17)

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros

Berdasarkan table diatas menunjukkan pengaruh variable kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien dimana menunjukkan nilai koefisien 0,17 (positif) yang merupakan nilai pengaruh tidak langsung, sehingga dapat dimaknai jika terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan yang positif, atau dapat pula dimaknai bahwa kepuasan sebagai variable intervening memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien. kemudian diperoleh nilai signifikansi p-sig sobel $0,02 < \alpha (0,05)$ atau dengan nilai Z sebesar $3,77 > Z$ table (1,96) sehingga menunjukkan bahwa Hipotesis Nol (Ho) dalam pengujian ini ditolak dan Hipotesis alternatif (H6) diterima, maka dapat dikemukakan bahwa kualitas pelayanan melalui kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros. Dapat pula dikemukakan bahwa variable kepuasan signifikan dan bersifat nyata dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, atau kepuasan secara signifikan berperan sebagai variable yang memediasi pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros, hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Rahmah (2021) yang menemukan bahwa ada pengaruh yang bermakna antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien. (18)

Pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas melalui kepuasan pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros

Berdasarkan table diatas menunjukkan pengaruh variable *brand trust* terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien dimana menunjukkan nilai koefisien 0,09 (positif) yang merupakan nilai pengaruh tidak langsung, sehingga dapat dimaknai jika terdapat pengaruh variabel *brand trust* terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan yang positif, atau dapat pula dimaknai bahwa kepuasan sebagai variable intervening memperkuat pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas pasien. kemudian diperoleh nilai signifikansi p-sig sobel $0,03 < \alpha (0,05)$ atau dengan nilai Z sebesar $3,77 > Z$ table (1,96) sehingga menunjukkan bahwa Hipotesis Nol (Ho) dalam pengujian ini ditolak dan Hipotesis alternatif (H7) diterima, maka dapat dikemukakan bahwa *brand trust* melalui kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros. Dapat pula dikemukakan bahwa variable kepuasan signifikan dan bersifat nyata dalam memediasi pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas pasien, atau kepuasan secara signifikan berperan sebagai variable yang memediasi pengaruh tidak langsung *brand trust* terhadap loyalitas pasien, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung *brand trust* terhadap loyalitas melalui kepuasan pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros, hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Mahyardiani (2020) yang menemukan bahwa ada pengaruh antara *brand trust* terhadap loyalitas pasien apabila dilihat dari metode bauran pemasaran. (19)

Berkaitan dengan usaha meningkatkan loyalitas pasien satu strateginya yaitu dengan meningkatkan Kualitas Pelayanan, Brand Trust dan kepuasan pasien. Melalui penelitian ini, dapat dikemukakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Brand Trust melalui kepuasan memberikan suatu pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien

Rawan Jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros. Dugaan yang mengungkapkan bahwa terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Trust terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening terbukti dalam penelitian ini. Kemudian dapat pula dikemukakan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan dan Brand Trust maka meningkatkan kepuasan pasien yang akan berdampak pada meningkatnya loyalitas pasien.

Dalam konteks ini, kepuasan bertindak sebagai variabel intervening antara kualitas pelayanan dan brand trust dengan loyalitas pasien. Dalam arti lain, kepuasan pasien berfungsi sebagai mekanisme yang menghubungkan pengaruh kualitas pelayanan dan brand trust terhadap loyalitas pasien. Pasien yang puas dengan pelayanan cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap merek atau institusi pelayanan kesehatan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek tersebut (20).

Kepuasan pasien merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas. Ketika pasien merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima, mereka lebih cenderung untuk kembali menggunakan layanan yang sama di masa mendatang. Kepuasan juga dapat mempengaruhi perilaku pasien dalam merekomendasikan pelayanan tersebut kepada orang lain. Pasien yang puas cenderung menjadi pelanggan yang setia dan dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek atau institusi pelayanan kesehatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan 1) terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros, 2) terdapat pengaruh langsung brand trust yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros, 3) terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros, 4) terdapat pengaruh langsung *brand trust* yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros, 5) terdapat pengaruh langsung kepuasan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros, 6) terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros, 7) terdapat pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pasien rawan jalan RSUD Salewangan Kabupaten Maros

SARAN

Peneliti memberikan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan sebagai penyempurnaan penelitian selanjutnya, adapun saran dalam penelitian ini ditujukan kepada civitas manajemen rumah sakit agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan *brand trust* agar bisa menciptakan kepuasan pasien terhadap pelayanan yang diberikan karena dengan adanya kepuasan pasien akan membentuk loyalitas pasien itu sendiri sehingga bisa menjaga eksistensi pelayanan kesehatan di lingkungan daerah dan untuk peneliti selanjutnya bisa melanjutkan penelitian dengan variabel yang lebih luas agar mendapatkan hasil yang bervariasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia sebagai pemberi dana dalam pelaksanaan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

1. Amriani, Arifin A, Marzuku D. Analisis Segmentasi Pasar Pelayanan Kesehatan Di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Islam Faisal. *Wind Public Health J* 2020;1:177–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.33096/woph.v1i3.30>.
2. Arismen, Sulistiadi W, Chalik A. Strategi Bauran Pemasaran Pelayanan Kesehatan RSD Kol. Abundjani Bangko di Era Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). *J Adm Rumah Sakit Indones* 2019;5:97–103. <https://doi.org/10.7454/arsi.v5i2.3173>.
3. Musa H. Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Klinik Citra Utama Palembang. *J Ilm Ilmu Pengetah Teknol Dan Seni* 2022;1:9–21.
4. Widodo M, Prayoga D. Kepuasan dan Loyalitas Pasien terhadap Pelayanan di Fasilitas Kesehatan Primer: Sebuah Tinjauan Literatur. *J IIP - J Ilm Ilmu Pendidik* 2022;5:568–72. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i2.458>.
5. Wartiningsih M, Supriyanto S, Widati S, Ernawaty, Lestari R. Health promoting hospital : A practical strategy to improve patient loyalty In Public Sector. *J Public Health Res* 2020;9:165–72.
6. Sesrianty V, Machmud R, Yeni F. Analisa Kepuasan Pasien Terhadap Mutu Pelayanan Keperawatan. *J Kesehat Perintis (Perintis's Heal Journal)* 2019;6:116–26. <https://doi.org/10.33653/jkp.v6i2.317>.
7. Widya A, Noviantani A, Simanjuntak R. Kepuasan Pasien terhadap Mutu Pelayanan Keperawatan di Era Pandemi Covid-19 di Rumah Sakit Mata Cicendo. *J Hosp Accred* 2021;3:34–8.

8. Karaca A, Durna Z. Patient satisfaction with the quality of nursing care. *Nurs Open* 2019;6:535–45. <https://doi.org/10.1002/nop2.237>.
9. Yanuarti R, Febriawati, Angraini W. Persepsi Pasien Tentang Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Pada Masa Pandemi covid 19. *J Kesmas Asclepius* 2021;3:49–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/jka.v3i2.3071> PERSEPSI.
10. Kakemam E, Chegini Z, Rouhi A, Ahmadi F, Majidi S. Burnout and its relationship to self-reported quality of patient care and adverse events during COVID-19: A cross-sectional online survey among nurses. *J Nurs Manag* 2021;29:1974–82. <https://doi.org/10.1111/jonm.13359>.
11. Pratama S, Rumengan G, Ulfa L, Rustandy J. Hubungan Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kewajaran Harga, dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pasien Pada Unit Rawat Inap RS Azra Kota Bogor Provinsi Jawa Barat. *J Manaj Dan Adm Rumah Sakit Indones* 2022;6:182–8. <https://doi.org/10.52643/marsi.v6i2.2582>.
12. Mujab S, Astutik D, Ristanto H, Aditya G. Analisis Komparatif Tingkat Kepercayaan Masyarakat atas Pelayanan yang Diberikan oleh RSI Sultan Agung Semarang (Kajian Sebelum dan pada Saat Pandemi Covid-19). *J Bingkai Ekon* 2021;5:16–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.54066/jbe.v7i1.225>.
13. Huang C, Wu H, Lee Y, Li L. What Role Does Patient Gratitude Play in the Relationship Between Relationship Quality and Patient Loyalty? *Inq (United States)* 2019;56:1–12. <https://doi.org/10.1177/0046958019868324>.
14. Hawrysz L, Gierszewska G, Bitkowska A. The research on patient satisfaction with remote healthcare prior to and during the covid-19 pandemic. *Int J Environ Res Public Health* 2021;18:1–14. <https://doi.org/10.3390/ijerph18105338>.
15. Hadeler E, Gitlow H, Nouri K. Definitions, survey methods, and findings of patient satisfaction studies in tele dermatology: a systematic review. *Arch Dermatol Res* 2021;313:205–15. <https://doi.org/10.1007/s00403-020-02110-0>.
16. Koukouta L, Iliadis C, Sialakis C, Adamakidou T. Quality of health services. *World J Adv Res Rev* 2021;12:498–502. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2021.12.1.0555>.
17. Samartzis L, Talias M. Assessing and improving the quality in mental health services. *Int J Environ Res Public Health* 2020;17:1–31. <https://doi.org/10.3390/ijerph17010249>.
18. Rahmah S, Hariyanti T, Rasyid H, Damayanti Y. Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien. *J Ilm Media Husada* 2021;10:64–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.33475/jikmh.v7i2.21>.
19. Mahyardiani R, Hartoyo H, Krisnatuti D. Menguji Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rsia Budi Kemuliaan Menggunakan Bauran Pemasaran. *J Apl Bisnis Dan Manaj* 2020;6:1–13. <https://doi.org/10.17358/jabm.6.1.1>.
20. Aljaffary A, Althumairi A, Almarhoon L, Alsaawi G. Measuring patient trust in public versus private physicians in the kingdom of saudi arabia (Ksa). *J Multidiscip Healthc* 2021;14:151–9. <https://doi.org/10.2147/JMDH.S286313>