

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN PENYEDIA JASA TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS PELANGGAN RUMAH SAKIT MUHAMMADIYAH
KHODIJAH GURAH KABUPATEN KEDIRI**

Shobikin

STIE Mahardhika Surabaya Indonesia

Email: birlyagie@gmail.com

Abstract: *Healthcare is already a profitable industry and attracts investors to invest. The growth of this hospital creates increasingly fierce competition and customers have increasingly selective choices, and this is a challenge that will affect the sustainability of the organization. Challenges like this confront health service providers, especially hospitals, both government and private, with two choices, namely entering the competition arena by making changes and improvements or leaving the competition arena without being burdened with changes and improvements. Therefore, an appropriate alternative competitive strategy is needed so that the hospital is able to compete with other competitors. Such business environment conditions require hospitals to improve service quality and quality in order to remain successful, both at the operational, managerial and strategic levels. The design of this research is explanatory research or explanatory research which aims to determine the effect of service quality on the level of customer satisfaction and loyalty. Survey research in question is explanatory in nature and causal relations and hypothesis testing. This survey research method focuses on disclosing causal relationships between variables, which is a research aimed at investigating causal relationships based on observations of the effects that occur, with the aim of separating the direct and indirect effects of a causal variable on the effect variable. Research Results Responsiveness and physical evidence do not have a direct effect on satisfaction. This shows that the first hypothesis which states that responsiveness has no effect on satisfaction is rejected. Theoretically, these findings contain an important role for the creation of customer satisfaction. The higher (better) employee responsiveness, the higher customer satisfaction. Reliability, Assurance, Empathy have a direct effect on customer satisfaction. This shows the fourth hypothesis which states that empathy has an effect on customer satisfaction is accepted. Theoretically, these findings contain an important role for the creation of customer satisfaction. The higher (good) employee empathy, the higher customer satisfaction. Responsiveness, Empathy, and Physical Evidence have a direct effect on customer loyalty. This shows that the sixth hypothesis which states responsiveness has an effect on customer loyalty is accepted. Theoretically, these findings contain an important role for creating customer loyalty. The higher (better) employee responsiveness, the higher customer loyalty. Assurance and Reliability have no direct effect on customer loyalty through customer satisfaction. Customer satisfaction has a direct effect on customer loyalty indicating that the eleventh hypothesis which states that customer satisfaction has an effect on customer loyalty is accepted. Theoretically, these findings contain an important role for creating customer loyalty. The higher the customer satisfaction, the higher the customer loyalty.*

Keywords: *Responsiveness, reliability, assurance, empathy, physical evidence, customer satisfaction, customer loyalty*

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi 4.0 sarat akan disrupsi telah menciptakan tantangan bagi semua jenis industri untuk berkompetisi, termasuk industri dibidang layanan kesehatan. Seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat maka kebutuhan akan layanan kesehatan yang prima semakin meningkat, ini mendorong tumbuhnya rumah sakit baru dengan pesat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Layanan kesehatan sudah menjadi industri yang menguntungkan dan menarik investor untuk menanamkan modalnya. Pertumbuhan rumah sakit ini menimbulkan kompetisi (competition) yang semakin ketat dan pelanggan (customer) semakin mempunyai pilihan yang selektif, dan ini merupakan tantangan yang akan mempengaruhi keberlanjutan organisasi. Tantangan seperti ini menghadapkan para pelaku pelayanan kesehatan khususnya rumah sakit baik pihak pemerintah maupun swasta pada dua pilihan, yaitu masuk dalam arena kompetisi dengan melakukan perubahan dan perbaikan atau keluar arena kompetisi tanpa dibebani perubahan dan perbaikan. Oleh karena itu diperlukan alternatif strategi bersaing yang tepat agar rumah sakit mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Kondisi lingkungan usaha demikian mengharuskan rumah sakit meningkatkan kualitas dan mutu layanan agar tetap sukses, baik ditingkat operasional, manajerial maupun strategi.

Di sisi lain, meningkatnya jumlah kelas menengah di Indonesia menjadikan tuntutan layanan kesehatan menjadi semakin tinggi. Hal tersebut dapat mendorong tumbuhnya rumah sakit swasta dan menjadikan sektor layanan kesehatan menjadi industri yang berorientasi profit dan harus bersaing dengan ketat. Data lain menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat Indonesia khususnya kelas menengah keatas belum puas dengan kualitas dan layanan yang diberikan rumah sakit. Hal ini terlihat dari tahun ketahun jumlah pasien yang berobat ke luar negeri khususnya Singapura, Penang Malaysia semakin meningkat. Kualitas layanan tidak terlepas dari kinerja Tenaga dokter spesialis, sarana dan prasarana peralatan medis dan tenaga kerja pendukungnya serta sistem kerja yang harus dikelola secara efektif dan efisien untuk memenangi persaingan. Dengan berlakunya era Masyarakat Ekonomi Asean mulai th 2015 maka kompetisi makin terbuka yang menjadi tantangan pengelola rumah sakit di Indonesia. Rumah Sakit masa kini menghadapi tantangan-tantangan berat, termasuk menghadapi era globalisasi. Globalisasi ekonomi dan liberalisasi perdagangan serta investasi adalah lahan dasar untuk sistem pasar bebas. Pasar bebas berarti persaingan bebas, termasuk persaingan bebas dalam jasa pelayanan kesehatan. Dalam persaingan secara umum, ada yang dinamakan segitiga persaingan, yaitu: Customer (Pelanggan); Competitor (pesaing); Corporate (rumah sakit itu sendiri)

Tantangan utama secara nasional atau makro adalah bahwa kebutuhan akan kesehatan (health needs) secara kuantitatif dan kualitatif sangat meningkat. Oleh karena itu, dibutuhkan lebih banyak sumber daya kesehatan (health resources) yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan kesehatan yang meningkat itu. Sedangkan, sumber daya untuk itu (SDM, dana, sarana, ilmu dan teknologi, manajemen, material kesehatan, obat, dll) terbatas. Sehingga kesenjangan antara kebutuhan dan sumber daya cenderung menjadi semakin besar. Inilah yang menjadi masalah dan tantangan bagi rumah sakit kita dalam globalisasi. Di dalam rumah sakit, tantangan itu muncul dari konsumen atau pasien, sebab pemakai jasa sudah lebih tinggi lagi tuntutan akan pelayanan yang baik dan bermutu. Untuk menjawab pertanyaan ini tidaklah mudah. Pemerintah telah berusaha meningkatkan kinerja rumahsakit dengan menerapkan standar agar rumah sakit meningkatkan layanannya dengan melakukan akreditasi oleh Komite Akreditasi Rumah Sakit (KARS) yang mengacu standar pelayanan intenasional JCI (Joint Commision International). Sebagian Rumah sakit telah berusaha meningkatkan layanannya dengan menerapkan ISO 9000, Balanced scorecard dan sistem manajemen mutu lainnya untuk perbaikan kualitas layanan.

Industri jasa kesehatan mempunyai prospek yang cukup bagus, karena pelayanan kesehatan tidak terpaku hanya pada pengobatan penyakit tetapi juga memberikan pelayanan untuk usaha pencegahan dan meningkatkan kesehatan. Hal ini bisa dimanfaatkan oleh pemberi jasa pelayanan kesehatan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan masyarakat sebagai pemakai jasa kesehatan.

Perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan utama untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Dengan adanya persaingan dunia bisnis yang semakin ketat, di samping perubahan kondisi ekonomi seperti perubahan pendapatan, daya beli, selera, kebutuhan dan keinginan masyarakat yang nantinya mempengaruhi perilaku seseorang sebagai konsumen barang dan jasa, maka baik lingkungan internal maupun eksternal, sehingga perusahaan dapat tetap bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis.

Tjiptono (2008) menyatakan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan empat manfaat yaitu hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan, serta terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang dapat menguntungkan bagi perusahaan. Setiap perusahaan perlu memberikan perhatian yang lebih pada kualitas layanan karena hal ini merupakan faktor yang sangat penting dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan, dengan kualitas yang baik, maka diharapkan pelanggan akan tetap dan tidak akan pindah ke perusahaan lainnya. Maka dari itu diperlukan peningkatan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler (2000) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkan. Berdasarkan pendapat Kotler tersebut, maka kepuasan pelanggan harus diusahakan semaksimal, dipelihara, dan selalu ditingkatkan sejalan dengan perubahan tuntutan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Maka, jelaslah bahwa kepuasan pelanggan harus menjadi salah satu tujuan dari setiap perusahaan.

Pelanggan setia (*loyal*) dapat didefinisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap positif yang tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Tjiptono, 2007). Loyalitas pelanggan tercipta karena tingginya tingkat kepuasan yang diterima pelanggan merupakan faktor penentu terciptanya loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting bagi keberhasilan suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Hal tersebut dilakukan berdasarkan kenyataan bahwa pelanggan yang tidak loyal terhadap produk jasa akan mencari penyedia produk jasa dari perusahaan lain yang mampu memuaskan kebutuhannya. Oleh karena itu manajemen perusahaan jasa harus mengetahui evaluasi terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas yang dicapai oleh pelanggan agar dapat menentukan strategi pemasaran yang digunakan pada masa depan dengan lebih baik.

Penelitian ini memfokuskan pada implementasi kualitas layanan pada penyedia jasa Kesehatan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Gurah Kabupaten Kediri yang terletak di jalan Jendral Sudirman 52B dan bagaimana pengaruh kualitas layanan tersebut pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Gurah Kabupaten Kediri merupakan perusahaan jasa yang bergerak dalam usaha Kesehatan, tentunya tidak lepas dari kondisi persaingan pasar yang semakin kompetitif, yang ditandai dengan semakin maraknya usaha yang sejenis di Indonesia khususnya di Jawa. Masyarakat juga semakin menyadari betapa pentingnya akan kesehatan diri yang menunjang aktifitas. Masyarakat berlomba-lomba untuk mencari-cari informasi yang tepat tentang produk Kesehatan yang ada dipasaran. Bahkan seringkali masyarakat dibuat kecewa dengan efek samping yang telah diberikan oleh produk Kesehatan yang telah digunakan. Keadaan seperti

ini akan menjadi fenomena yang penting bagi industri perawatan Kesehatan untuk bersaing baik dari segi harga, kualitas produk, maupun pelayanan.

Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Gurah Kabupaten Kediri adalah salah satu unit Usaha (amal usaha) Ormas Persyarikatan Muhammadiyah yang menyediakan perawatan secara langsung yang ditangani oleh dokter yang telah berpengalaman dalam bidang Kesehatan. Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Gurah Kabupaten Kediri memiliki beberapa layanan Kesehatan dengan fasilitas penunjang yang cukup memadai. Saat ini Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Gurah Kabupaten Kediri tentu harus tetap meningkatkan kualitas layanan agar pelanggan terpuaskan dan menjadi loyal. Kualitas yang diberikan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Gurah Kabupaten Kediri harus melebihi dari apa yang diberikan oleh pesaing penyedia jasa kesehatan lainnya di wilayah Kabupaten Kediri dan sekitarnya.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Pendekatan Penelitian

Rancangan penelitian ini adalah explanatory research atau peneliti penjelasan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian survei yang dimaksud adalah bersifat menjelaskan (explanatory) hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Metode penelitian survey ini memfokuskan pada pengungkapan hubungan kausal antar variabel, yaitu suatu penelitian yang diarahkan untuk menyelidiki hubungan sebab berdasarkan pengamatan terhadap akibat yang terjadi, dengan tujuan memisahkan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung sesuatu variabel penyebab terhadap variabel akibat (Riduwan dan Kuncoro, 2007). Teknik analisis mengenai pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya yang bersifat explanatory hubungan sebab akibat tersebut dinamakan sebagai teknik analisis jalur (path analysis) dengan model persamaan struktural.

2.2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian atau populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (Riduwan dan Kuncoro, 2007). Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan jasa Kesehatan di “Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri”.

Sampel (sample) adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah tapi tidak semua, elemen populasi akan membentuk sampel. Jadi sampel adalah sub kelompok atau sebagian dari populasi (Uma Sekaran, 2006). Sampel penelitian merupakan bagian atau sejumlah bagian tertentu yang diambil dari suatu populasi dan mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang diteliti secara terperinci. Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang representatif dari populasi.

Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang dapat mewakili dan menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yang merupakan teknik sampel non peluang (nonprobability sampling). Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan untuk mencapai tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam teknik purposive sampling adalah pelanggan jasa Kesehatan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri di yang berusia minimal 17 tahun karena pertimbangan usia tersebut merupakan usia yang matang untuk mengisi kuesioner. Jasa Kesehatan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri diperuntukkan bagi wanita dan telah berobat Kesehatan wajah di Rumah Sakit

Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri lebih dari satu kali. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden.

2.3. Metode Analisis Data

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur merupakan bagian dari analisis regresi yang digunakan untuk menganalisis hubungan kausal antar variabel dimana variabel-variabel bebas mempengaruhi variabel tergantung, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui satu atau lebih perantara (Sarwono, 2006). Manfaat path analysis adalah perluasan dari persamaan regresi sederhana atau berganda yang diperlukan pada jalur hubungan (network) variabel-variabel yang melibatkan lebih dari satu persamaan.

Analisis jalur bertujuan untuk menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel penyebab terhadap seperangkat variabel lainnya yang merupakan variabel akibat. Menurut Riduwan dan Kuncoro (2007) analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen). Analisis jalur secara sistematis mengikuti pola model struktural karena bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat (kausalitas).

Alat analisis yang digunakan untuk pengujian penelitian ini adalah Analisis jalur (Path Analysis) dengan menggunakan paket program AMOS (Analysis of Moment Structure) versi 5.0 dan SPSS for window versi 14. Menurut Solimun (2002:72) dalam path terdapat langkah-langkah pengembangan model berbasis teori yaitu:

a. Pengembangan model berbasis konsep dan teori

Langkah pertama yang dilakukan dalam path analysis adalah mengembangkan model yang memiliki justifikasi teori yang kuat. Dalam studi ini, hal tersebut telah tertuang dalam kerangka konseptual bab sebelumnya.

b. Mengkonstruksi diagram pat

Pada langkah ini akan disajikan dalam sebuah path diagram yang nantinya akan diestimasi. Dimana hubungan kausal yang telah ada justifikasi teori dan konsepnya, divisualisasikan ke dalam gambar sehingga mudah melihatnya dan lebih menarik. Bilamana hubungan kausal-kausal tersebut secara konseptual belum tepat, maka dapat dibuat beberapa model yang paling tepat. Kriteria Goodness of fit, seperti chi squares dan AIC (Akaike Information Criteria), dapat digunakan untuk pemilihan model yang paling layak.

c. Konversi diagram path ke dalam model structural

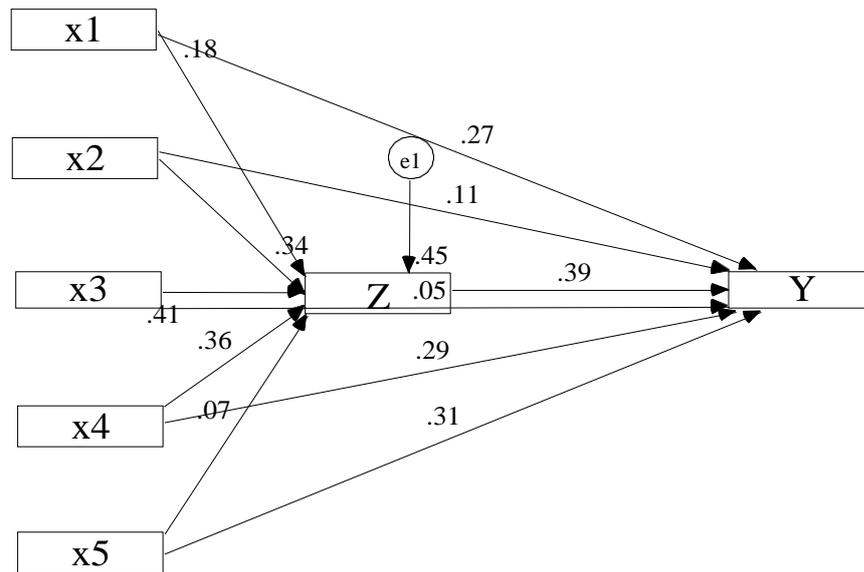
Model structural dibangun berdasarkan persamaan sebagai berikut: $\text{Variable Endogen} = \text{Variabel Eksogen} + \text{Variabel Endogen} + \text{Error}$ Persamaan yang dihasilkan adalah persamaan structural model, karena tujuan studi ini adalah ingin mengetahui hubungan antara variabel yang diteliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Uji Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian dengan program AMOS versi 5.0 memberikan hasil model path seperti gambar 1 yang menunjukkan hubungan antara variabel daya tanggap, keandalan, jaminan, empati, bukti fisik, loyalitas dan kepuasan.



Gambar 1
Koefisien Jalur

a. Uji Kesesuaian Model (Goodness-of fit Test)

Setelah dilakukan model Path menunjukkan bahwa model memberikan nilai Goodness of fit sebesar 1.000 yaitu > 0,912 (Lampiran 7), yaitu memenuhi kriteria kelayakan model yang berarti ada kesesuaian antara model dengan data.

Tabel 1
Penguujian

No.	Goodness of fit	Cut – of – value	Hasil Penguujian
1	Chi Squares	Diharapkan kecil	15,889
2	RMR	Kecil	0,144
3	RMSEA	□ 0,08	0,110
4	GFI	□ 0,90	1
5	AGFI	□ 0,90	0,753
6	CFI	□ 0,94	0,934
7	AIC	Kecil	81,889

Sumber: Data diolah

b. Uji Kausalitas

Setelah dilakukan pengujian kesesuaian model penelitian, maka langkah selanjutnya adalah menguji kausalitas yang dikembangkan dalam model penelitian tersebut. Dari model yang sesuai, maka dapat diinterpretasikan masing-masing koefisien jalur. Pengujian koefisien jalur secara rinci disajikan dalam tabel 2:

Tabel 2
Penguujian Kausalitas

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Z <--- x2	.345	.064	3.260	.001	par_1
Z <--- x1	.180	.062	1.699	.089	par_2
Z <--- x4	.360	.048	3.408	***	par_4
Z <--- x5	.070	.083	.663	.507	par_5
Z <--- x3	.408	.067	3.861	***	par_8
Y <--- x1	.275	.072	2.950	.003	par_3

Y <--- x3	.052	.087	.503	.615	par_6
Y <--- Z	.389	.162	3.179	.001	par_7
Y <--- x4	.285	.060	2.835	.005	par_9
Y <--- x5	.308	.095	3.393	***	par_10
Y <--- x2	.112	.080	1.121	.262	par_11

Sumber: Data diolah

3.2. Pembahasan

a. Daya tanggap mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 2) pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan memiliki jalur positif sebesar 0,180 dengan CR sebesar 1,699 dan diperoleh probabilitas (p) sebesar 0,89 menunjukkan bahwa daya tanggap (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dengan arah hubungan positif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang pertama menyatakan bahwa daya tanggap (X1) berpengaruh secara tidak signifikan terhadap kepuasan adalah tidak terbukti (ditolak).

b. Keandalan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 2) pengaruh keandalan terhadap kepuasan memiliki jalur positif sebesar 0,345 dengan CR sebesar 3,260 dan diperoleh probabilitas (p) sebesar 0,01 menunjukkan bahwa keandalan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dengan arah hubungan positif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang kedua menyatakan bahwa keandalan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan adalah terbukti (diterima).

c. Jaminan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 2) pengaruh jaminan terhadap kepuasan memiliki jalur positif sebesar 0,408 dengan CR sebesar 3,861 dan diperoleh probabilitas (p) mendekati nol menunjukkan bahwa jaminan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dengan arah hubungan positif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang ketiga menyatakan bahwa jaminan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan adalah terbukti (diterima).

d. Empati pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 2) pengaruh empati terhadap kepuasan memiliki jalur positif sebesar 0,360 dengan CR sebesar 3,408 dan diperoleh probabilitas (p) mendekati nol menunjukkan bahwa empati (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dengan arah hubungan positif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang keempat menyatakan bahwa empati (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan adalah terbukti (diterima).

e. Bukti fisik mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 2) pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan memiliki jalur positif sebesar 0,360 dengan CR sebesar 3,408 dan diperoleh probabilitas (p) sebesar 0,507 menunjukkan bahwa bukti fisik (X5) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dengan arah hubungan positif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang kelima menyatakan bahwa bukti fisik (X5) berpengaruh secara tidak signifikan terhadap kepuasan adalah tidak terbukti (ditolak).

f. Daya tanggap mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 2) pengaruh daya tanggap terhadap loyalitas memiliki jalur positif sebesar 0,275 dengan CR sebesar 2,950 dan diperoleh probabilitas (p) sebesar 0,03 menunjukkan bahwa daya tanggap (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dengan arah hubungan positif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang keenam menyatakan bahwa daya tanggap (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas adalah terbukti (diterima).

g. Keandalan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 2) pengaruh keandalan terhadap loyalitas memiliki jalur positif sebesar 0,112 dengan CR sebesar 1,121 dan diperoleh probabilitas (p) sebesar 0,262 menunjukkan bahwa keandalan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dengan arah hubungan positif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang ketujuh menyatakan bahwa keandalan (X2) berpengaruh secara tidak signifikan terhadap loyalitas adalah tidak terbukti (ditolak).

h. Jaminan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 2) pengaruh jaminan terhadap loyalitas memiliki jalur positif sebesar 0,052 dengan CR sebesar 0,503 dan diperoleh probabilitas (p) sebesar 0,615 menunjukkan bahwa jaminan (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dengan arah hubungan positif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang kedelapan menyatakan bahwa jaminan (X3) berpengaruh secara tidak signifikan terhadap loyalitas adalah tidak terbukti (ditolak).

i. Empati mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 2) pengaruh empati terhadap loyalitas memiliki jalur positif sebesar 0,285 dengan CR sebesar 2,835 dan diperoleh probabilitas (p) mendekati nol menunjukkan bahwa empati (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dengan arah hubungan positif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang kesembilan menyatakan bahwa empati (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas adalah terbukti (diterima).

j. Bukti fisik mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 2) pengaruh bukti fisik terhadap loyalitas memiliki jalur positif sebesar 0,308 dengan CR sebesar 3,393 dan diperoleh probabilitas (p) mendekati nol menunjukkan bahwa bukti fisik (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dengan arah hubungan positif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang kesepuluh menyatakan bahwa bukti fisik (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas adalah terbukti (diterima).

k. Kepuasan mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Sakit Muhammadiyah Siti Khodijah Kediri.

Hasil pengujian koefisien jalur (Tabel 2) pengaruh kepuasan terhadap loyalitas memiliki jalur positif sebesar 0,389 dengan CR sebesar 3,179 dan diperoleh probabilitas (p) sebesar 0,001 menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dengan arah hubungan positif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang kesebelas yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas adalah terbukti (diterima).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian yang telah diungkapkan pada pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

- a. Daya tanggap dan Bukti fisik tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan adalah ditolak. Secara teoritis temuan ini mengandung peran penting bagi terciptanya kepuasan pelanggan. Semakin tinggi (baik) daya tanggap karyawan, akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Keandalan, Jaminan, Empati berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan hipotesis keempat yang menyatakan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah diterima. Secara teoritis temuan ini mengandung peran penting bagi terciptanya kepuasan pelanggan. Semakin tinggi (baik) empati karyawan, akan semakin tinggi kepuasan pelanggan.
- b. Daya tanggap, Empati, dan Bukti fisik berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keenam yang menyatakan daya tanggap berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah diterima. Secara teoritis temuan ini mengandung peran penting bagi terciptanya loyalitas pelanggan. Semakin tinggi (baik) daya tanggap karyawan, akan semakin tinggi loyalitas pelanggan. Jaminan dan Keandalan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
- c. Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa hipotesis kesebelas yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah diterima. Secara teoritis temuan ini mengandung peran penting bagi terciptanya loyalitas pelanggan. Semakin tinggi kepuasan pelanggan, akan semakin tinggi loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2005). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Ver.5*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. (1999). *Ekonometri Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Irani, D. (2009). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah BRITAMA PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang*. Skripsi, FE Universitas.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. Jilid 1. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Milenium*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction A Behavioral Prespective on The Customer*. The Megraw-Hill Companies, Inc, S, New York,
- Ramdania. (2002). *Kepercayaan dan Komitmen Sebagai Perantara Kunci Relationship Marketing Dalam Membangun Loyalitas (Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Surabaya)*. Tidak Dipublikasikan. Tesis. Surabaya: Program Studi Ilmu Manajemen Pascasarjana Universitas Airlangga.

- Razati, G. (2007). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Parahyangan Kelas Bisnis Jurusan Bandung. Jakarta. Tidak Dipublikasikan. Tesis. Jakarta: FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
- Riduwan & Kuncoro, E. A. (2007). Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Santoso, S., & Tjiptono, F. (2001). Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2006). Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13. Yogyakarta: Andi.
- Sekaran, U. (2006). Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi Empat Buku Dua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2006). Research Method for Business. Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi 4 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Solimun. (2002). Structural Equation Modeling LISREL dan AMOS. Malang: Fakultas MIPA Universitas Brawijaya Malang.
- Sugiyono. (2004). Metode Penelitian Bisnis, Edisi empat. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supranto, J. (2004). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono. E. (2005). Pemasaran Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono. E. (2007). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono. E. (2008). Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, H. (2002). Riset Pemasaran dan Penelitian Konsumen. J And J Learning. Yogyakarta. Universitas. (2006). Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. Badan Penerbit Universitas.
- Wijaya, T. (2009). Analisis Structural Equation Modelling Menggunakan AMOS. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.
- Wijayanto, S. H. (2008). Structural Equation Modelling. Yogyakarta: Graha Ilmu.