

Analisis Hubungan Kualitas Layanan dan Citra Rumah Sakit terhadap Loyalitas Pasien dengan Kepuasan Pasien di Poliklinik Rawat Jalan RSUD Depati Hamzah Pangkalpinang

Analysis of the Relationship between Service Quality, Hospital Image, and Patient Loyalty, Mediated by Patient Satisfaction, at the Outpatient Clinic of Depati Hamzah Regional General Hospital (RSUD), Pangkalpinang

Asih Purnama Sari^{1*}, Dedek Sutinbuk², Masagus Hakim³, Taufik Kurrohman⁴, Zenderi⁵

¹ Universitas Anak Bangsa Pangkalpinang ; asihpurnamasari93@gmail.com

² Universitas Anak Bangsa Pangkalpinang ; dedeksutinbuk@gmail.com

³ Universitas Anak Bangsa Pangkalpinang ; masagushakim@gmail.com

⁴ Universitas Anak Bangsa Pangkalpinang ; salimbadi@yahoo.com

⁵ Universitas Anak Bangsa Pangkalpinang ; zenderi.w@gmail.com

ABSTRACT

Patient loyalty is a crucial indicator of hospital service performance, particularly in an era of increasing competition and rising patient expectations for service quality. RSUD Depati Hamzah Pangkalpinang, as a major referral hospital, faces challenges related to service complaints and institutional image, which may influence patient satisfaction and loyalty. This study aimed to analyze the relationships between service quality, hospital image, and patient loyalty, as well as to examine the mediating role of patient satisfaction. This study employed an observational analytic design with a cross-sectional approach. A total of 385 respondents were recruited using quota sampling. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), with one-tailed hypothesis testing at a 5% significance level. The results showed that service quality was positively and significantly associated with patient satisfaction ($p < 0.05$), whereas its direct relationship with patient loyalty was not statistically significant. Hospital image was positively and significantly associated with both patient satisfaction and patient loyalty ($p < 0.05$). Patient satisfaction was also positively and significantly associated with patient loyalty ($p < 0.05$). Furthermore, the mediation analysis demonstrated that patient satisfaction significantly mediated the relationships between service quality and patient loyalty, as well as between hospital image and patient loyalty. These findings highlight the important role of patient satisfaction in strengthening patient loyalty. Therefore, improving service quality and enhancing the hospital's institutional image, particularly through strategies that increase patient satisfaction, may contribute to building sustainable patient loyalty.

Keywords: service quality, hospital image, patient satisfaction, patient loyalty, PLS-SEM

ABSTRAK

Loyalitas pasien merupakan indikator penting keberhasilan pelayanan rumah sakit di tengah meningkatnya persaingan dan ekspektasi pasien terhadap mutu layanan. RSUD Depati Hamzah Pangkalpinang sebagai rumah sakit rujukan utama menghadapi tantangan berupa keluhan pelayanan dan isu citra institusi yang berpotensi memengaruhi kepuasan serta loyalitas pasien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan kualitas layanan dan citra rumah sakit dengan loyalitas pasien serta menguji peran kepuasan pasien sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan desain analitik observasional dengan pendekatan cross-sectional. Sampel sebanyak 385 responden dipilih menggunakan teknik quota sampling. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan uji one-tailed pada tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan pasien ($p < 0,05$), sedangkan hubungan langsung kualitas layanan dengan loyalitas pasien tidak seluruhnya signifikan. Citra rumah sakit memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan pasien dan loyalitas pasien ($p < 0,05$). Kepuasan pasien juga memiliki hubungan signifikan dengan loyalitas pasien ($p < 0,05$). Hasil analisis mediasi menunjukkan bahwa kepuasan pasien memediasi hubungan kualitas layanan dan citra rumah sakit dengan loyalitas pasien. Peningkatan kualitas pelayanan dan penguatan citra rumah sakit melalui peningkatan kepuasan pasien menjadi strategi penting dalam membangun loyalitas pasien secara berkelanjutan.

Keywords: Kualitas Layanan, Citra Rumah Sakit, Kepuasan Pasien, Loyalitas Pasien, SEM-PLS

• Received 4 Maret 2026 • Accepted 12 Agustus 2026 • Published 20 Agustus 2026

• p - ISSN : 2088-7612 • e - ISSN : 2548-8538 • DOI: <https://doi.org/10.25311/keskom.Vol12.Iss2.2515>

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan hak dasar setiap warga negara dan menjadi prasyarat penting bagi terwujudnya kesejahteraan sosial. Konstitusi Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menegaskan bahwa setiap orang berhak memperoleh layanan kesehatan⁽¹⁾. Amanat konstitusi tersebut diperkuat melalui Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit yang mewajibkan penyelenggara layanan memberikan pelayanan yang aman, bermutu, efektif, dan efisien dengan mengutamakan kepentingan pasien⁽²⁾. Selanjutnya, melalui Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, pemerintah melakukan penyederhanaan regulasi dan integrasi kebijakan sektor kesehatan, termasuk tata kelola sumber daya, pembiayaan, keselamatan pasien, serta sistem informasi kesehatan⁽³⁾.

Seiring perkembangan literasi dan akses informasi, terjadi pergeseran perilaku masyarakat Indonesia dari penerima layanan yang pasif menjadi konsumen kesehatan yang aktif dan kritis. Pasien kini tidak hanya menilai mutu klinis, tetapi juga memperhatikan aspek pengalaman pelayanan seperti kecepatan, kenyamanan, ketepatan waktu, transparansi, dan reputasi institusi⁽⁴⁾. Dengan demikian, keberhasilan rumah sakit tidak semata ditentukan oleh hasil medis, tetapi juga oleh bagaimana layanan dirasakan dan dinilai pasien sepanjang proses perawatan.

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mendefinisikan mutu layanan kesehatan sebagai konsep multidimensional yang mencakup efektivitas, efisiensi, aksesibilitas, keamanan, dan responsivitas terhadap kebutuhan pasien. WHO juga menekankan pentingnya aspek pengalaman pasien seperti komunikasi, empati, dan kepercayaan. Prinsip tersebut ditegaskan melalui Global Patient Safety Action Plan 2021–2030, yang mendorong transformasi budaya keselamatan dan peningkatan mutu layanan secara berkelanjutan di seluruh fasilitas kesehatan⁽⁵⁾.

Citra institusi berperan penting dalam proses pengambilan keputusan pasien, karena rumah sakit dengan reputasi yang baik di masyarakat cenderung lebih dipilih. Nguyen et al. (2023) menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap preferensi pasien dalam memilih antara rumah sakit pemerintah dan swasta, di mana rumah sakit swasta umumnya memiliki keunggulan dalam aspek pemasaran dan citra positif⁽⁶⁾. Sejalan dengan hal tersebut, Basabih dan Widhikuswara (2024) menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berperan dalam menciptakan kepuasan pasien yang tinggi, yang selanjutnya memengaruhi pilihan pasien serta memperkuat citra rumah sakit dalam menghadapi persaingan dengan rumah sakit swasta⁽⁷⁾.

Berdasarkan survei Global Perceptions of Healthcare Tahun 2023 yang dilakukan Ipsos di 30 negara, sebanyak 42% responden menilai kualitas layanan kesehatan yang mereka akses sebagai baik, sementara 23% menilainya buruk. Terkait kebijakan pemerintah di bidang kesehatan, tingkat kepuasan publik relatif terbagi, dengan 48% responden menyatakan puas dan 47% tidak puas. Bahkan di negara maju seperti Inggris, kepuasan terhadap National Health Service (NHS) menurun hingga 21%, terendah dalam empat dekade terakhir. Temuan ini menunjukkan bahwa secara global kepuasan terhadap sistem pelayanan kesehatan masih menjadi isu penting, sehingga kualitas layanan yang dirasakan pasien tetap perlu mendapat perhatian⁽⁸⁾.

Berdasarkan Survei Kesehatan Indonesia (SKI) Tahun 2023, persepsi masyarakat terhadap mutu layanan rumah sakit di Indonesia tergolong tinggi, dengan 88,8% responden menilai layanan yang diterima “sesuai harapan”. Unsur mutu lain, seperti kelengkapan fasilitas, komunikasi tenaga kesehatan, serta kecepatan dan ketepatan layanan, juga memperoleh penilaian baik. Meskipun demikian, terdapat variasi persepsi antara wilayah perkotaan dan perdesaan, yang menunjukkan adanya perbedaan pengalaman layanan berdasarkan karakteristik wilayah⁽⁹⁾.

Meskipun pada tahun 2025 kepesertaan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) telah menjangkau lebih dari 98,7% penduduk, atau sekitar $\pm 280,7$ juta jiwa, jumlah peserta yang benar-benar aktif masih berada di kisaran 80,2% atau sekitar $\pm 225,3$ juta jiwa⁽¹⁰⁾. Situasi ini memperlihatkan bahwa sekalipun cakupan JKN hampir mencapai universal coverage, pemanfaatan layanan kesehatan oleh peserta belum sepenuhnya optimal dan masih membutuhkan perhatian. Salah satu faktor penting yang dapat mendorong keberlanjutan pemanfaatan layanan adalah loyalitas pasien, karena loyalitas tidak hanya memengaruhi keputusan pasien

untuk terus menggunakan layanan, tetapi juga berkontribusi terhadap keberlanjutan operasional fasilitas kesehatan dalam kerangka sistem JKN.

Dalam konteks lokal, UPTD RSUD Depati Hamzah merupakan rumah sakit rujukan utama Pemerintah Kota Pangkalpinang yang memiliki posisi strategis sebagai penyedia layanan kesehatan publik. Namun demikian, rumah sakit ini dihadapkan pada persaingan dengan rumah sakit swasta yang menawarkan fasilitas lebih modern serta layanan yang menekankan kenyamanan pasien. Selain itu, rumah sakit swasta juga melayani pasien JKN, sehingga memperluas alternatif pilihan layanan kesehatan bagi peserta JKN di Kota Pangkalpinang. Kondisi ini menuntut RSUD Depati Hamzah untuk tidak hanya meningkatkan mutu pelayanan, tetapi juga mengoptimalkan citra institusi guna mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan publik.

Sebagai rumah sakit rujukan utama di Kota Pangkalpinang, UPTD RSUD Depati Hamzah memiliki cakupan pelayanan rawat jalan yang luas dengan 24 poliklinik dan unit pelayanan. Banyaknya jenis layanan tersebut mencerminkan kompleksitas pengelolaan pelayanan rawat jalan dan beragamnya pengalaman pasien dalam menerima pelayanan.

Jumlah kunjungan pasien rawat jalan RSUD Depati Hamzah pada tiga tahun terakhir terbilang tinggi. Pada tahun 2023 tercatat sebanyak 56.293 kunjungan dengan jumlah kunjungan ulang sebesar 44.411 kunjungan (78,9%), pada tahun 2024 terdapat 55.956 kunjungan dengan kunjungan ulang sebanyak 47.603 kunjungan (85,1%), dan pada tahun 2025 jumlah kunjungan rawat jalan meningkat menjadi 68.162 kunjungan, dengan kunjungan ulang sebanyak 58.064 kunjungan (85,2%)⁽¹¹⁾.

Meskipun jumlah kunjungan pasien meningkat dan persentase kunjungan ulang terbilang tinggi, rumah sakit masih menghadapi tantangan dalam memenuhi ekspektasi pasien. Berdasarkan rekapitulasi data pengaduan RSUD Depati Hamzah periode tahun 2023–2025, tercatat sebanyak 21 aduan yang masuk ke rumah sakit. Keluhan yang muncul menunjukkan pola yang relatif konsisten, terutama terkait keterlambatan pelayanan dokter spesialis, lamanya waktu tunggu, serta kurangnya responsivitas dan empati petugas pada beberapa unit pelayanan. Walaupun setiap aduan telah ditindaklanjuti, kecenderungan keluhan yang berulang ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan dan pengalaman pelayanan yang diterima oleh pasien⁽¹²⁾.

Selain aspek mutu layanan, RSUD Depati Hamzah juga menghadapi isu dugaan pelanggaran standar profesional tenaga kesehatan yang mendapat perhatian publik. Meskipun proses hukum masih berlangsung dan belum menghasilkan putusan final, eksposur media dan sorotan publik berpotensi membentuk persepsi masyarakat terhadap rumah sakit. Kondisi ini menempatkan rumah sakit pada posisi yang sensitif karena opini publik dapat memengaruhi persepsi terhadap kredibilitas dan keandalan layanan kesehatan.

Citra institusi yang kurang positif dan kualitas pelayanan yang dinilai belum memadai dapat berimplikasi pada kepercayaan dan loyalitas pasien. Emmanuella dan Arianto (2024) menemukan bahwa rendahnya kepercayaan terhadap institusi kesehatan berdampak pada penurunan loyalitas pasien⁽¹³⁾. Pasien yang memiliki pengalaman pelayanan negatif cenderung membagikan pengalamannya, baik melalui komunikasi langsung maupun melalui berbagai platform digital, sehingga dapat memperkuat persepsi masyarakat terhadap suatu institusi⁽¹⁴⁾.

Dalam hubungan antara kualitas layanan, citra rumah sakit, dan loyalitas pasien, kepuasan pasien dapat berperan sebagai variabel mediasi. Kepuasan pasien menggambarkan evaluasi pasien setelah membandingkan harapan dengan pengalaman pelayanan yang diterima. Pelayanan yang berkualitas dan citra rumah sakit yang positif dapat meningkatkan kepuasan pasien, yang selanjutnya dapat mendorong terbentuknya loyalitas melalui keinginan untuk menggunakan kembali layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan demikian, kepuasan pasien tidak hanya penting sebagai hasil dari kualitas layanan dan citra rumah sakit, tetapi juga sebagai mekanisme yang dapat menjelaskan terbentuknya loyalitas pasien.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya hubungan antara kualitas layanan, citra rumah sakit, kepuasan pasien, dan loyalitas pasien. Namun, penelitian yang secara simultan menganalisis hubungan kualitas layanan dan citra rumah sakit dengan loyalitas pasien serta menguji peran kepuasan pasien

sebagai variabel mediasi, khususnya pada pelayanan rawat jalan rumah sakit pemerintah daerah, masih terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut. Selain itu, karakteristik RSUD Depati Hamzah sebagai rumah sakit rujukan utama pemerintah daerah dengan tingginya kunjungan rawat jalan, adanya keluhan pelayanan, serta persaingan dengan rumah sakit swasta memberikan konteks yang berbeda dan penting untuk diteliti.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan kualitas layanan dan citra rumah sakit dengan loyalitas pasien pada pelayanan poliklinik rawat jalan RSUD Depati Hamzah Pangkalpinang serta menganalisis peran kepuasan pasien sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut.”

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian analitik observasional dengan pendekatan cross-sectional yang dilaksanakan pada Februari 2026 di UPTD RSUD Depati Hamzah Pangkalpinang. Populasi penelitian adalah pasien rawat jalan yang mendapatkan pelayanan di RSUD Depati Hamzah. Berdasarkan rekapitulasi kunjungan rawat jalan periode Januari–Oktober 2025 dari Instalasi Rekam Medis, tercatat sebanyak ± 48.063 kunjungan. Karena kunjungan pasien bersifat dinamis (*flowing population*) dan jumlah individu unik dalam populasi tidak dapat ditentukan secara pasti, besar sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow untuk proporsi pada populasi yang tidak diketahui. Dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z=1,96$), proporsi 0,5, dan tingkat ketelitian 5% ($d=0,05$), diperoleh besar sampel sebesar 384,16 yang dibulatkan menjadi 385 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik quota sampling. Variabel penelitian terdiri atas kualitas layanan dan citra rumah sakit sebagai variabel independen, kepuasan pasien sebagai variabel mediasi, dan loyalitas pasien sebagai variabel dependen. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang terdiri atas indikator kualitas layanan, citra rumah sakit, kepuasan pasien, dan loyalitas pasien. Instrumen diuji validitas dan reliabilitas pada 30 responden di RSUD Depati Bahrin Sungailiat. Uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan r -tabel 0,361 pada taraf signifikansi 5%. Dari 51 item pernyataan, sebanyak 45 item dinyatakan valid dan 6 item tidak valid sehingga dikeluarkan dari instrumen. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach’s Alpha menghasilkan nilai 0,963 pada 45 item, sehingga instrumen dinyatakan sangat reliabel. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Evaluasi outer model dilakukan untuk menilai validitas konvergen dan reliabilitas konstruk melalui nilai outer loading, Average Variance Extracted (AVE), dan Composite Reliability. Evaluasi inner model dilakukan melalui nilai R^2 dan koefisien jalur untuk menilai kemampuan model dan hubungan struktural antarvariabel. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping dengan pengujian one-tailed pada tingkat signifikansi 5% berdasarkan nilai t -statistic dan p -value. Analisis mediasi dilakukan berdasarkan nilai indirect effect untuk menguji peran kepuasan pasien dalam hubungan kualitas layanan dan citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien.

HASIL

Analisis Univariat

Variabel dalam penelitian ini meliputi kualitas layanan sebagai variabel independen, citra rumah sakit sebagai variabel independen, kepuasan pasien sebagai variabel mediator, dan loyalitas pasien sebagai variabel dependen. Data variabel penelitian diperoleh melalui kuesioner dengan menggunakan skala Likert.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, status kepesertaan, frekuensi kunjungan, dan poliklinik yang dikunjungi. Dari 385 responden, jenis kelamin laki-laki sebanyak 194 orang (50,4%) dan perempuan sebanyak 191 orang (49,6%). Berdasarkan kelompok usia, responden terbanyak berusia >50 tahun sebanyak 114 orang (29,6%), sedangkan paling sedikit berusia <20 tahun sebanyak 36 orang (9,4%). Berdasarkan pendidikan terakhir, mayoritas responden berpendidikan SMK/SMA sebanyak 191 orang (49,6%). Sebagian besar responden merupakan peserta JKN sebanyak 339 orang (88,1%). Berdasarkan frekuensi kunjungan, sebanyak 176 responden (45,7%) melakukan kunjungan 2–

3 kali, 91 responden (23,6%) melakukan kunjungan 4–5 kali, dan 118 responden (30,6%) melakukan kunjungan lebih dari 5 kali. Berdasarkan poliklinik yang dikunjungi, responden terbanyak berasal dari Poliklinik Gigi sebanyak 57 orang (14,8%), diikuti Poliklinik Rehabilitasi Medik dan Poliklinik Tulip masing-masing sebanyak 39 orang (10,1%).

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian (n=385)

Karakteristik	Kategori	n	%
Jenis kelamin	Laki-laki	194	50,4
	Perempuan	191	49,6
Usia	<20 tahun	36	9,4
	20–29 tahun	82	21,3
	30–39 tahun	65	16,9
	40–49 tahun	88	22,9
	>50 tahun	114	29,6
Pendidikan	SD	61	15,8
	SMP	36	9,4
	SMK/SMA	191	49,6
	D3	42	10,9
	S1	54	14,0
	>S2	1	0,3
Kepesertaan	JKN	339	88,1
	Non-JKN	46	11,9
Frekuensi kunjungan	2–3 kali	176	45,7
	4–5 kali	91	23,6
	>5 kali	118	30,6
Poliklinik	Penyakit Dalam	30	7,8
	Anak	35	9,1
	Obgyn	5	1,3
	Bedah	14	3,6
	Jantung	36	9,4
	Gigi	57	14,8
	THT	8	2,1
	Mata	13	3,4
	Saraf	20	5,2
	Paru	30	7,8
	Kulit dan Kelamin	3	0,8
	Jiwa	22	5,7
	Rehabilitasi Medik	39	10,1
	Orthopedi	8	2,1
	Anastesi	4	1,0
	Gizi	1	0,3
	Ginjal dan Hipertensi	9	2,3
	MCU	10	2,6
	Tulip	39	10,1
	Urologi	2	0,5

Deskripsi Variabel Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan dalam penelitian ini terdiri dari lima dimensi yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dimensi Assurance memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 20,74, yang menunjukkan bahwa responden merasa adanya jaminan pelayanan, kompetensi petugas, serta rasa aman yang baik selama menerima layanan. Sementara itu, dimensi Responsiveness memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu sebesar 16,18. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap pelayanan masih dirasakan belum seoptimal dimensi lainnya. Adapun dimensi Tangible memiliki nilai rata-rata sebesar 20,09, yang menunjukkan bahwa responden menilai kondisi sarana dan prasarana, kebersihan lingkungan, kerapian ruang pelayanan, serta kelengkapan fasilitas yang tersedia sudah dalam kategori baik dan mampu memberikan kenyamanan selama menerima layanan kesehatan.

Selanjutnya, dimensi Reliability memiliki nilai rata-rata sebesar 20,04, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan telah dianggap cukup andal dan sesuai dengan prosedur yang berlaku. Sementara

itu, dimensi Empathy memiliki nilai rata-rata sebesar 20,44, yang menunjukkan bahwa perhatian, kepedulian, serta komunikasi petugas kepada pasien sudah dirasakan cukup baik.

Nilai standar deviasi seluruh dimensi yang berada pada kisaran 1,352–1,855 menunjukkan bahwa variasi jawaban responden relatif kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap kualitas layanan cenderung homogen atau tidak jauh berbeda antara satu responden dengan responden lainnya. Dengan kata lain, sebagian besar responden memiliki penilaian yang relatif sama terhadap pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit.

Tabel 2. Deskriptif Variabel Kualitas Layanan

Dimensi	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
<i>Tangible</i>	385	10	25	20,09	1,855
<i>Reliability</i>	385	12	25	20,04	1,674
<i>Responsiveness</i>	385	9	20	16,18	1,352
<i>Assurance</i>	385	15	25	20,74	1,606
<i>Empathy</i>	385	10	25	20,44	1,598

Deskripsi Variabel Citra Rumah Sakit

Variabel citra rumah sakit dalam penelitian ini diukur melalui dua indikator yaitu corporate identity dan corporate individuality. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dimensi corporate individuality memiliki nilai rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan corporate identity. Nilai rata-rata corporate individuality tercatat sebesar 23,14, sedangkan corporate identity sebesar 16,04. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih merasakan keunikan layanan, karakteristik khas rumah sakit, serta adanya pembeda dibandingkan dengan rumah sakit lain.

Sementara itu, nilai pada dimensi corporate identity yang sedikit lebih rendah menunjukkan bahwa aspek identitas formal rumah sakit, seperti citra institusi, tampilan visual, sistem pelayanan, maupun pengenalan merek rumah sakit, sudah dinilai baik namun belum sekuat persepsi terhadap keunikan layanan yang dirasakan secara langsung oleh pasien.

Adapun nilai standar deviasi pada kedua dimensi yang relatif kecil, yaitu berada pada kisaran 1,4–1,9, menunjukkan bahwa variasi jawaban responden tidak terlalu besar. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap citra rumah sakit cenderung seragam atau homogen, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki pandangan yang relatif sama mengenai citra rumah sakit yang diteliti.

Tabel 3. Deskriptif Variabel Citra Rumah Sakit

Indikator	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
<i>Corporate Identity</i>	385	10	20	16,04	1,436
<i>Corporate Individuality</i>	385	16	30	23,14	1,988

Deskripsi Variabel Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien merupakan variabel mediator yang menggambarkan tingkat kesesuaian antara harapan pasien dengan pelayanan yang diterima. Nilai rata-rata kepuasan pasien sebesar 20,47 menunjukkan bahwa secara umum responden merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit. Tingginya nilai rata-rata ini menggambarkan bahwa pelayanan yang diterima telah sesuai dengan harapan pasien, baik dari segi mutu pelayanan, sikap petugas, kemudahan prosedur, maupun kenyamanan selama memperoleh layanan kesehatan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman pelayanan yang dirasakan pasien telah memberikan kesan positif secara keseluruhan. Sementara itu, nilai standar deviasi sebesar 1,714 menunjukkan bahwa tingkat variasi jawaban responden relatif kecil.

Tabel 4. Deskriptif Variabel Kepuasan Pasien

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
Kepuasan	385	13	25	20,47	1,714

Deskripsi Variabel Loyalitas Pasien

Loyalitas pasien merupakan variabel dependen yang menunjukkan kecenderungan pasien untuk kembali menggunakan layanan serta merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain. Nilai rata-rata

loyalitas pasien sebesar 24,51 menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan loyal yang tinggi terhadap rumah sakit. Nilai ini menggambarkan bahwa sebagian besar pasien memiliki keinginan untuk kembali memanfaatkan layanan kesehatan di rumah sakit yang sama apabila membutuhkan pelayanan di masa mendatang. Selain itu, loyalitas juga tercermin dari adanya kesediaan pasien untuk merekomendasikan rumah sakit kepada keluarga atau orang lain serta tetap memilih rumah sakit tersebut sebagai tempat memperoleh pelayanan kesehatan.

Tingginya nilai loyalitas ini menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang diterima telah mampu membangun hubungan yang baik antara pasien dan rumah sakit, sehingga menumbuhkan kepercayaan dan komitmen untuk terus menggunakan layanan secara berkelanjutan. Kondisi ini menjadi indikator penting bahwa kualitas layanan dan kepuasan yang dirasakan pasien telah berkontribusi dalam membentuk loyalitas pasien terhadap rumah sakit.

Tabel 5. Deskriptif Variabel Loyalitas Pasien

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
Loyalitas	385	16	30	24,51	1,959

Analisis Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS)

Analisis Structural Equation Modeling (SEM) adalah teknik analisis statistik multivariat yang digunakan untuk menguji hubungan kausalitas (sebab-akibat) secara simultan antara beberapa variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) dengan indikator-indikator pengukurnya. SEM memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan yang kompleks, baik hubungan langsung maupun tidak langsung, dalam satu model analisis yang terintegrasi.

Inner Model

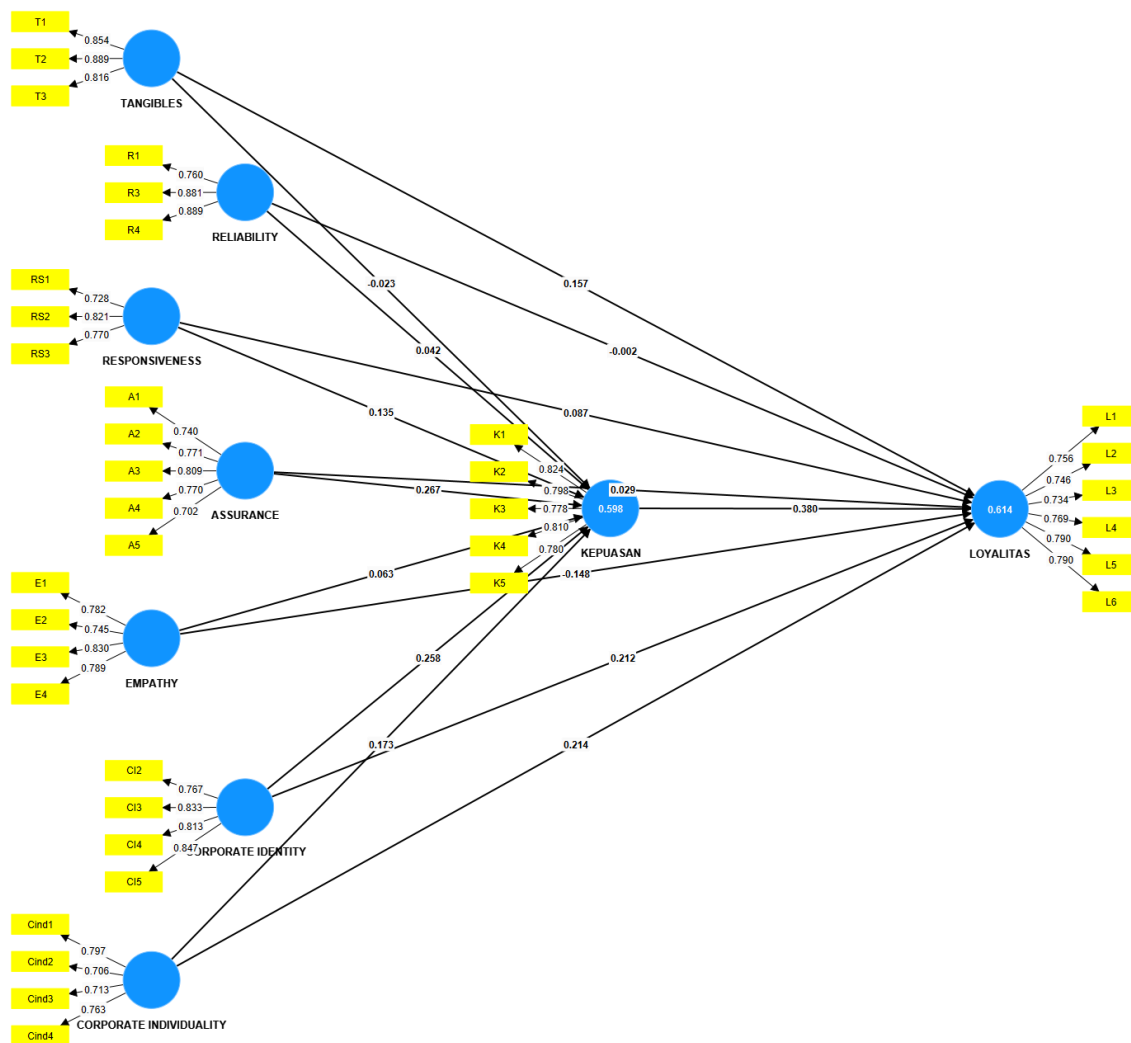
R Square (R²)

R-Square (R^2) dalam analisis PLS-SEM digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen laten dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen laten dalam model penelitian.

Nilai *R-Square* Kepuasan sebesar 0,598 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Citra Rumah Sakit mampu menjelaskan variasi Kepuasan Pasien sebesar 59,8%, sedangkan sisanya sebesar 40,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan kriteria penilaian (0,75 = kuat; 0,50 = sedang; 0,25 = lemah), maka nilai R^2 sebesar 0,598 termasuk dalam kategori *moderate* (sedang). Hal ini berarti model memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan kepuasan pasien. Nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,591 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah indikator dan sampel, model tetap memiliki tingkat prediktif yang stabil.

Tabel 6. Hasil Uji R Square Inner Model

Variabel Endogen	<i>R-Square</i>	<i>Adjusted R-Square</i>
Kepuasan	0.598	0.591
Loyalitas	0.614	0.606



Gambar 1. Nilai R Square dalam model PLS SEM

Patch Koefisien

Hasil bootstrapping efek langsung (direct effect)

Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa Assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan dengan koefisien sebesar 0,267, T-statistic 3,331, dan p -value 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan petugas dalam memberikan penjelasan yang jelas, sikap sopan, kompetensi tenaga kesehatan, serta rasa aman yang diberikan kepada pasien, maka kepuasan pasien akan semakin meningkat.

Pengaruh Assurance terhadap Loyalitas

Assurance tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas dengan koefisien 0,029, T-statistic 0,412, dan p -value 0,340 ($> 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa jaminan pelayanan belum mampu secara langsung membentuk loyalitas pasien tanpa melalui kepuasan terlebih dahulu.

Pengaruh Corporate Identity terhadap Kepuasan

Corporate Identity berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan dengan koefisien 0,258, T-statistic 3,000, dan p -value 0,001. Artinya, citra rumah sakit yang baik mampu meningkatkan keyakinan dan kepuasan pasien terhadap layanan yang diterima.

Pengaruh Corporate Identity terhadap Loyalitas

Corporate Identity juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas dengan koefisien 0,212, T-statistic 3,015, dan *p-value* 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi dan identitas institusi mendorong pasien untuk kembali menggunakan layanan.

Pengaruh Corporate Individuality terhadap Kepuasan

Corporate Individuality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan dengan koefisien 0,173, T-statistic 2,282, dan *p-value* 0,011. Keunikan layanan dan karakteristik khas rumah sakit memberikan pengalaman berbeda yang meningkatkan kepuasan pasien.

Pengaruh Corporate Individuality terhadap Loyalitas

Corporate Individuality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas dengan koefisien 0,214, T-statistic 3,071, dan *p-value* 0,001, yang berarti diferensiasi layanan mampu memperkuat keterikatan pasien.

Pengaruh Empathy terhadap Kepuasan

Empathy tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan (koefisien 0,063; T-statistic 0,714; *p-value* 0,238). Hal ini menunjukkan bahwa perhatian personal petugas belum menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan pasien dibandingkan aspek pelayanan yang bersifat fungsional.

Pengaruh Empathy terhadap Loyalitas

Empathy berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas namun dengan arah negatif (koefisien -0,148; T-statistic 1,806; *P-value* 0,036). Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam model simultan, empati belum secara konsisten meningkatkan loyalitas dan kemungkinan terjadi efek tumpang tindih antar dimensi kualitas layanan.

Pengaruh Reliability terhadap Kepuasan

Reliability tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan (koefisien 0,042; T-statistic 0,672; *p-value* 0,251). Keandalan pelayanan dianggap sebagai standar dasar sehingga tidak lagi menjadi faktor pembeda dalam menilai kepuasan.

Pengaruh Reliability terhadap Loyalitas

Reliability juga tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (koefisien -0,002; T-statistic 0,036; *p-value* 0,486).

Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan

Responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan (koefisien 0,135; T-statistic 1,915; *p-value* 0,028). Artinya, semakin cepat dan tanggap pelayanan yang diberikan, semakin meningkat kepuasan pasien.

Pengaruh Responsiveness terhadap Loyalitas

Responsiveness tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (koefisien 0,087; T-statistic 1,266; *p-value* 0,103), sehingga daya tanggap belum mampu secara langsung membentuk loyalitas pasien.

Pengaruh Tangibles terhadap Kepuasan

Tangibles tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan (koefisien -0,023; T-statistic 0,344; *p-value* 0,365). Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas fisik belum menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan pasien.

Pengaruh Tangibles terhadap Loyalitas

Sebaliknya, Tangibles berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas (koefisien 0,157; T-statistic 2,474; *p-value* 0,007). Kondisi fisik rumah sakit yang nyaman dapat menjadi faktor yang mendorong pasien untuk kembali menggunakan layanan.

Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas

Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas dengan koefisien 0,380, T-statistic 4,768, dan *p-value* 0,000. Hal ini menegaskan bahwa kepuasan merupakan faktor utama yang membentuk loyalitas pasien; pasien yang puas cenderung kembali berkunjung serta merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain.

Tabel 7. Hasil bootstrapping efek langsung (direct effect)

Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (p values)
Assurance -> Kepuasan	0.267	0.262	0.080	3.331	0.000
Assurance -> Loyalitas	0.029	0.029	0.071	0.412	0.340
Corporate Identity -> Kepuasan	0.258	0.256	0.086	3.000	0.001
Corporate Identity -> Loyalitas	0.212	0.212	0.070	3.015	0.001
Corporate Individuality -> Kepuasan	0.173	0.175	0.076	2.282	0.011
Corporate Individuality -> Loyalitas	0.214	0.212	0.070	3.071	0.001
Empathy -> Kepuasan	0.063	0.068	0.089	0.714	0.238
Empathy -> Loyalitas	-0.148	-0.143	0.082	1.806	0.036
Kepuasan -> Loyalitas	0.380	0.372	0.080	4.768	0.000
Reliability -> Kepuasan	0.042	0.039	0.062	0.672	0.251
Reliability -> Loyalitas	-0.002	-0.001	0.060	0.036	0.486
Responsiveness -> Kepuasan	0.135	0.137	0.070	1.915	0.028
Responsiveness -> Loyalitas	0.087	0.092	0.069	1.266	0.103
Tangibles -> Kepuasan	-0.023	-0.021	0.066	0.344	0.365
Tangibles -> Loyalitas	0.157	0.155	0.063	2.474	0.007

Hasil bootstrapping efek tidak langsung (Indirect effect)

Pengaruh Assurance terhadap Loyalitas melalui Kepuasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa Assurance memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan, dengan nilai koefisien sebesar 0,102, nilai T-statistic 2,661 ($>1,645$), dan p -value 0,004 ($<0,05$). Artinya, jaminan pelayanan yang baik, seperti kompetensi petugas dan rasa aman yang dirasakan pasien, mampu meningkatkan kepuasan pasien yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya loyalitas. Karena pada pengujian sebelumnya pengaruh langsung Assurance terhadap Loyalitas tidak signifikan, maka Kepuasan berperan sebagai full mediation dalam hubungan ini.

Pengaruh Corporate Identity terhadap Loyalitas melalui Kepuasan

Corporate Identity memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan, dengan nilai koefisien sebesar 0,098, T-statistic 2,798 ($>1,645$), dan p -values 0,003 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa identitas dan reputasi rumah sakit yang kuat mampu meningkatkan kepuasan pasien, yang kemudian mendorong terbentuknya loyalitas. Karena pengaruh langsung Corporate Identity terhadap Loyalitas juga signifikan, maka Kepuasan berperan sebagai partial mediation.

Pengaruh Corporate Individuality terhadap Loyalitas melalui Kepuasan

Corporate Individuality juga menunjukkan pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan dengan koefisien 0,066, T-statistic 2,244 ($>1,645$), dan p -value 0,012 ($<0,05$). Hal ini berarti keunikan layanan dan karakteristik khusus rumah sakit dapat meningkatkan loyalitas pasien apabila pasien terlebih dahulu merasakan kepuasan terhadap pelayanan tersebut. Karena pengaruh langsungnya juga signifikan, maka Kepuasan berperan sebagai partial mediation.

Pengaruh Empathy terhadap Loyalitas melalui Kepuasan

Empathy tidak memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan, dengan koefisien 0,024, T-statistic 0,701 ($<1,645$), dan p -value 0,242 ($>0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Empathy belum mampu meningkatkan loyalitas pasien melalui peningkatan kepuasan, sehingga tidak terjadi efek mediasi.

Pengaruh Reliability terhadap Loyalitas melalui Kepuasan

Reliability juga tidak menunjukkan pengaruh tidak langsung yang signifikan, dengan koefisien 0,016, T-statistic 0,640, dan p -value 0,261 ($>0,05$). Artinya, keandalan pelayanan belum menjadi faktor yang mampu meningkatkan loyalitas melalui kepuasan pasien, sehingga tidak terdapat peran mediasi pada hubungan ini.

Pengaruh Responsiveness terhadap Loyalitas melalui Kepuasan

Responsiveness memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan dengan koefisien 0,051, T-statistic 1,711 ($>1,645$), dan *p-value* 0,044 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap pelayanan dapat meningkatkan loyalitas apabila terlebih dahulu meningkatkan kepuasan pasien, sehingga Kepuasan berperan sebagai variabel mediasi.

Pengaruh Tangibles terhadap Loyalitas melalui Kepuasan

Tangibles tidak menunjukkan pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan, dengan koefisien -0,009, T-statistic 0,344 ($<1,645$), dan *p-value* 0,365 ($>0,05$). Hal ini berarti kondisi fasilitas fisik belum mampu meningkatkan loyalitas melalui mekanisme kepuasan, sehingga tidak terdapat efek mediasi.

Tabel 8. Hasil bootstrapping efek tidak langsung (Indirect effect)

Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDEV)	Nilai P (P values)
Assurance -> Kepuasan -> Loyalitas	0.102	0.098	0.038	2.661	0.004
Corporate Identity -> Kepuasan -> Loyalitas	0.098	0.094	0.035	2.798	0.003
Corporate Individuality -> Kepuasan -> Loyalitas	0.066	0.064	0.029	2.244	0.012
Empathy -> Kepuasan -> Loyalitas	0.024	0.026	0.034	0.701	0.242
Reliability -> Kepuasan -> Loyalitas	0.016	0.016	0.025	0.64	0.261
Responsiveness -> Kepuasan -> Loyalitas	0.051	0.051	0.03	1.711	0.044
Tangibles -> Kepuasan -> Loyalitas	-0.009	-0.007	0.025	0.344	0.365

Effect Size

Effect Size (f^2) digunakan untuk mengevaluasi besarnya kontribusi masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen pada model struktural.

Assurance terhadap Kepuasan

Nilai f^2 sebesar 0,054 menunjukkan bahwa Assurance memiliki pengaruh sedang terhadap Kepuasan Pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa jaminan pelayanan, kompetensi tenaga kesehatan, serta rasa aman yang diberikan rumah sakit memiliki kontribusi yang cukup berarti dalam meningkatkan kepuasan pasien, meskipun belum menjadi faktor dominan dalam model.

Corporate Identity terhadap Kepuasan

Nilai f^2 sebesar 0,069 menunjukkan pengaruh sedang terhadap Kepuasan Pasien. Artinya, identitas dan reputasi rumah sakit memberikan kontribusi yang cukup penting dalam membentuk persepsi kepuasan pasien.

Corporate Individuality terhadap Kepuasan

Nilai f^2 sebesar 0,031 termasuk kategori pengaruh sedang, yang menunjukkan bahwa keunikan layanan dan karakteristik rumah sakit memiliki kontribusi moderat dalam meningkatkan kepuasan pasien.

Empathy terhadap Kepuasan

Nilai f^2 sebesar 0,003 menunjukkan pengaruh kecil, sehingga perhatian personal dan komunikasi petugas belum memberikan kontribusi yang berarti dalam menjelaskan kepuasan pasien pada model ini.

Reliability terhadap Kepuasan

Nilai f^2 sebesar 0,002 menunjukkan pengaruh sangat kecil terhadap Kepuasan Pasien. Hal ini berarti keandalan pelayanan belum menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pada konteks penelitian ini.

Responsiveness terhadap Kepuasan

Nilai f^2 sebesar 0,025 termasuk kategori pengaruh sedang, yang menunjukkan bahwa daya tanggap petugas memiliki kontribusi moderat terhadap pembentukan kepuasan pasien.

Tangibles terhadap Kepuasan

Nilai f^2 sebesar 0,001 menunjukkan pengaruh sangat kecil, sehingga aspek fasilitas fisik belum memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kepuasan pasien.

Corporate Identity terhadap Loyalitas

Nilai f^2 sebesar 0,045 menunjukkan pengaruh sedang terhadap Loyalitas Pasien. Hal ini berarti citra rumah sakit memiliki kontribusi yang cukup berarti dalam mendorong pasien untuk menggunakan kembali layanan.

Corporate Individuality terhadap Loyalitas

Nilai f^2 sebesar 0,047 berada pada kategori pengaruh kecil, yang menunjukkan bahwa keunikan layanan turut berkontribusi dalam membangun loyalitas pasien meskipun tidak dominan.

Kepuasan terhadap Loyalitas

Nilai f^2 sebesar 0,150 menunjukkan pengaruh sedang, sehingga Kepuasan Pasien menjadi faktor penting yang mendorong terbentuknya Loyalitas Pasien.

Tangibles terhadap Loyalitas

Nilai f^2 sebesar 0,034 termasuk kategori pengaruh sedang, yang berarti kondisi fasilitas fisik memiliki kontribusi yang cukup dalam membentuk loyalitas pasien

Assurance, Empathy, Reliability, dan Responsiveness terhadap Loyalitas

Masing-masing variabel memiliki nilai $f^2 \leq 0,016$ sehingga termasuk kategori pengaruh kecil. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi keempat variabel tersebut terhadap loyalitas pasien relatif lemah dalam model penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Uji Effect Size

Variabel	Kepuasan	Loyalitas
Assurance	0.054	0.001
Corporate Identity	0.069	0.045
Corporate Individuality	0.031	0.047
Empathy	0.003	0.016
Kepuasan		0.15
Loyalitas		
Reliability	0.002	0
Responsiveness	0.025	0.01
Tangibles	0.001	0.034

PEMBAHASAN

Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Pengaruh langsung dalam SEM-PLS adalah koefisien jalur (*path coefficient*) yang menggambarkan pengaruh satu konstruk terhadap konstruk lain tanpa melewati konstruk lain, sehingga menunjukkan pengaruh yang paling segera/utama dalam model.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pasien (H1)

Assurance → Kepuasan: Signifikan Positif ($T = 3,331$; $P = 0,000$)

Dimensi assurance mengacu pada jaminan pelayanan yang mencerminkan kompetensi tenaga kesehatan, sikap sopan, kemampuan memberikan penjelasan yang jelas, serta rasa aman yang dirasakan pasien selama proses pelayanan. Aspek ini berperan dalam membangun kepercayaan pasien terhadap layanan yang diberikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik jaminan pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pasien juga semakin meningkat. Dalam konteks pelayanan kesehatan, pasien sangat bergantung pada

keyakinan terhadap tenaga medis sehingga rasa aman dan profesionalisme menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Chaanine and Sleilati (2024) yang menyatakan bahwa kualitas tenaga medis dan rasa percaya pasien berpengaruh terhadap kepuasan layanan kesehatan⁽¹⁵⁾. Temuan serupa juga diperkuat oleh penelitian Kareba et al. (2023) menegaskan bahwa kualitas pelayanan kesehatan yang sesuai dengan standar profesi serta mampu memberikan rasa aman kepada pasien akan meningkatkan persepsi positif dan kepuasan terhadap layanan yang diterima⁽¹⁶⁾.

Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek jaminan layanan menjadi faktor penting dalam pelayanan rawat jalan, karena pasien cenderung menilai kualitas pelayanan berdasarkan rasa aman, profesionalisme tenaga kesehatan, serta kejelasan informasi yang diterima selama proses pelayanan.

Responsiveness → Kepuasan: Signifikan Positif ($T = 1,915$; $P = 0,028$)

Dimensi responsiveness mengacu pada daya tanggap pelayanan yang mencerminkan kecepatan petugas dalam merespons kebutuhan pasien, kesiapan dalam memberikan bantuan, serta kemudahan pasien dalam memperoleh pelayanan selama proses pemeriksaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, yang berarti semakin baik daya tanggap petugas dalam memberikan pelayanan, maka tingkat kepuasan pasien juga semakin meningkat.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Hussain et al. (2019) yang menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan, termasuk responsiveness, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kecepatan respons tenaga kesehatan, komunikasi yang jelas, serta kesiapan staf dalam memberikan bantuan merupakan faktor penting yang secara konsisten membentuk pengalaman dan kepuasan pasien terhadap layanan rumah sakit⁽¹⁷⁾.

Namun, beberapa studi juga menemukan bahwa dimensi lain, seperti empathy atau tangibles, dapat menjadi prediktor yang lebih kuat tergantung pada konteks fasilitas kesehatan, jenis layanan yang diberikan (misalnya rawat jalan, gudang farmasi, atau rawat inap), serta desain penelitian yang digunakan⁽¹⁸⁾.

Tangibles → Kepuasan: Tidak Signifikan ($T = 0,344$; $P = 0,365$)

Dimensi tangibles mengacu pada bukti fisik pelayanan yang meliputi kebersihan ruangan, kenyamanan fasilitas, kerapian lingkungan, penampilan petugas, serta kelengkapan sarana medis yang dapat diamati secara langsung oleh pasien selama menerima pelayanan kesehatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tangibles tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek fisik pelayanan belum menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan pasien. Kemungkinan pasien memandang fasilitas fisik sebagai standar dasar yang memang sudah seharusnya tersedia di rumah sakit, sehingga selama kondisi tersebut dianggap memadai, peningkatan pada aspek fisik tidak secara langsung meningkatkan kepuasan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Chen et al. (2024) pada layanan medis di Taiwan yang menunjukkan bahwa peningkatan aspek tangibles tidak selalu memberikan pengaruh signifikan terhadap hasil layanan maupun persepsi pasien. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tangibles sangat bergantung pada konteks layanan dan persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan yang diterima⁽¹⁹⁾.

Temuan ini menunjukkan bahwa ketidaksignifikanan variabel tangibles tidak berarti kualitas fasilitas rumah sakit buruk, tetapi lebih menggambarkan bahwa pasien cenderung memberikan penilaian yang relatif seragam terhadap kondisi fisik layanan atau menempatkan faktor lain yang berkaitan langsung dengan interaksi pelayanan sebagai penentu utama kepuasan.

Empathy → Kepuasan: Tidak Signifikan ($T = 0,714$; $P = 0,238$)

Dimensi empathy mengacu pada perhatian personal, kepedulian, serta kemampuan petugas dalam memahami kebutuhan dan kondisi pasien secara individual selama proses pelayanan. Aspek ini mencerminkan

sejauh mana pasien merasa diperhatikan dan dihargai secara personal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empathy tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian personal dan komunikasi individual petugas belum menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan pasien pada konteks penelitian ini.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Wu et al. (2024) yang melaporkan bahwa dimensi empathy tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan pasien⁽²⁰⁾. Selain itu, penelitian Kalaja, Kurti and Myshketa (2023) juga menemukan bahwa meskipun empathy tetap menjadi bagian dari model kualitas layanan, kontribusinya terhadap kepuasan pasien merupakan yang paling rendah dibandingkan dimensi layanan lainnya⁽²¹⁾.

Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks pelayanan tertentu, empati cenderung dipersepsikan sebagai bagian dari standar layanan yang sudah diharapkan (taken for granted), sehingga pengaruhnya terhadap kepuasan menjadi relatif lemah dibandingkan dimensi lain yang lebih nyata dirasakan pasien.

Ketidaksignifikanan variabel ini tidak berarti bahwa tingkat empati petugas dinilai buruk oleh responden, tetapi lebih menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap aspek empati relatif seragam atau kalah dominan dibandingkan variabel lain yang memiliki pengaruh lebih kuat dalam membentuk kepuasan. Selain itu, korelasi antar dimensi kualitas layanan yang diuji secara simultan juga dapat menyebabkan kontribusi unik variabel empathy menjadi melemah (*suppression effect*).

Reliability → Kepuasan: Tidak Signifikan ($T = 0,672$; $P = 0,251$)

Dimensi reliability/keandalan mengacu pada kemampuan rumah sakit dalam memberikan pelayanan secara konsisten, akurat, dan sesuai prosedur yang telah dijanjikan, seperti ketepatan pelayanan, keakuratan tindakan, serta konsistensi proses layanan kepada pasien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reliability tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa keandalan pelayanan belum menjadi faktor utama yang membedakan tingkat kepuasan pasien dalam penelitian ini. Reliability cenderung dipersepsikan sebagai standar dasar yang memang harus dipenuhi oleh setiap rumah sakit, sehingga keberadaannya tidak secara langsung meningkatkan kepuasan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Kalaja, Kurti and Myshketa (2023) yang menunjukkan bahwa pelanggan umumnya merasa puas terhadap sebagian besar dimensi kualitas layanan, namun dimensi reliability tidak selalu memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa reliability memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dimensi SERVQUAL lainnya dalam konteks layanan kesehatan⁽²¹⁾.

Temuan ini mengindikasikan bahwa ketidaksignifikanan reliability tidak berarti pelayanan rumah sakit dinilai buruk, melainkan kemungkinan karena persepsi responden terhadap keandalan layanan relatif homogen dan dianggap sebagai persyaratan minimum yang sudah semestinya tersedia. Selain itu, keberadaan variabel lain yang lebih dominan dalam model dapat menyebabkan kontribusi reliability terhadap kepuasan menjadi kurang terlihat secara statistik.

Kesimpulan H1: Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, H1 yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien diterima secara parsial, karena hanya dimensi assurance dan responsiveness yang terbukti berpengaruh signifikan, sedangkan dimensi reliability, empathy, dan tangibles tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan

Pengaruh Citra Rumah Sakit terhadap Kepuasan Pasien (H2)

Corporate Identity → Kepuasan: Signifikan Positif ($T = 3,000$; $P = 0,001$).

Dimensi corporate identity mengacu pada identitas institusi rumah sakit yang tercermin melalui reputasi, profesionalisme, kredibilitas, serta citra organisasi di mata masyarakat. Aspek ini menggambarkan bagaimana rumah sakit dikenal dan dipercaya oleh pasien sebagai penyedia layanan kesehatan. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa corporate identity berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat identitas dan citra positif rumah sakit, maka tingkat kepuasan pasien cenderung semakin meningkat. Identitas institusi yang baik mampu membentuk ekspektasi positif sehingga pasien lebih mudah memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan yang diterima.

Hasil ini sejalan dengan Wijaya and Cokki (2025) yang menyatakan bahwa citra positif rumah sakit berkaitan erat dengan kepuasan pasien dan kecenderungan pasien untuk kembali menggunakan layanan pada institusi yang sama (22). Hal ini menunjukkan bahwa identitas institusi tidak hanya membentuk persepsi awal pasien, tetapi juga memengaruhi evaluasi mereka terhadap pengalaman pelayanan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa corporate identity menjadi faktor penting dalam membangun kepuasan pasien, karena kepercayaan terhadap institusi dapat memperkuat persepsi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan selama proses pelayanan berlangsung.

Corporate Individuality → Kepuasan: Signifikan Positif ($T = 2,282$; $P = 0,011$).

Dimensi corporate individuality mengacu pada karakteristik unik dan keunggulan khusus yang dimiliki rumah sakit dibandingkan institusi kesehatan lainnya, seperti keunikan layanan, peran sebagai rumah sakit rujukan, maupun nilai tambah tertentu yang dirasakan pasien. Aspek ini mencerminkan identitas khas rumah sakit yang dapat membedakannya dari kompetitor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate individuality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat keunikan dan karakteristik khusus yang dimiliki rumah sakit, maka kepuasan pasien cenderung meningkat. Keunikan pelayanan mampu menciptakan pengalaman yang lebih berkesan dan memperkuat persepsi kualitas layanan yang diterima pasien.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Fener and Köse, (2025) yang menunjukkan bahwa citra korporat yang positif, termasuk karakteristik unik institusi, dapat meningkatkan kepuasan pasien serta memperkuat persepsi terhadap kualitas layanan⁽²³⁾. Temuan ini mengindikasikan bahwa corporate individuality menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan pasien, karena nilai tambah dan keunikan layanan mampu memberikan pengalaman pelayanan yang lebih bermakna serta meningkatkan penilaian positif terhadap rumah sakit.

Kesimpulan H2: Berdasarkan hasil pengujian, seluruh dimensi citra rumah sakit terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Dengan demikian, hipotesis H2 yang menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh terhadap kepuasan pasien dinyatakan diterima.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pasien (H3)

Assurance → Loyalitas : Tidak Signifikan ($T = 0,412$; $P = 0,340$)

Dimensi assurance mengacu pada jaminan pelayanan yang mencerminkan kompetensi tenaga kesehatan, sikap profesional, kesopanan, serta kemampuan petugas dalam menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan pasien selama menerima pelayanan. Aspek ini berperan dalam membangun keyakinan pasien terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa assurance tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa jaminan pelayanan belum cukup kuat untuk membentuk loyalitas pasien secara langsung, meskipun mampu meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan selama proses pelayanan.

Temuan ini sejalan dengan konsep SERVQUAL yang menyatakan bahwa dimensi assurance lebih berfokus pada pembentukan trust dan confidence melalui profesionalisme serta sikap. Selain itu, penelitian Peral, Rambaud and García (2025) menunjukkan bahwa loyalitas pasien umumnya terbentuk melalui evaluasi pengalaman pelayanan secara menyeluruh, di mana kepuasan berperan sebagai variabel penghubung antara kualitas layanan dan loyalitas⁽²⁴⁾.

Temuan ini mengindikasikan bahwa assurance lebih berfungsi sebagai fondasi psikologis yang mendukung pengalaman pelayanan, namun tidak secara langsung mendorong komitmen pasien untuk kembali.

Loyalitas pasien cenderung terbentuk setelah pasien mengevaluasi pengalaman pelayanan secara keseluruhan dan merasa puas terhadap layanan yang diterima.

Reliability → Loyalitas : Tidak signifikan ($T = 0,036; P = 0,486$)

Dimensi reliability mengacu pada kemampuan rumah sakit dalam memberikan pelayanan secara konsisten, tepat, dan sesuai dengan prosedur serta janji layanan yang diberikan kepada pasien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reliability tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa keandalan pelayanan belum menjadi faktor yang secara langsung mendorong pasien untuk tetap loyal terhadap rumah sakit.

Secara umum, berbagai penelitian menunjukkan bahwa reliability dapat memberikan dampak positif terhadap kepuasan maupun loyalitas, meskipun tingkat signifikansinya bervariasi tergantung pada desain penelitian, karakteristik populasi, serta keberadaan variabel mediasi seperti kepuasan atau citra rumah sakit⁽²⁵⁾. Beberapa studi juga melaporkan bahwa dimensi lain seperti empathy, assurance, atau tangibles memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap loyalitas dibandingkan reliability, tergantung pada konteks fasilitas layanan kesehatan dan kebutuhan pasien⁽²⁶⁾. Selain itu, dalam konteks SERVQUAL di rumah sakit, gap reliability tidak selalu menjadi dimensi dengan kesenjangan terbesar, sehingga kontribusinya terhadap loyalitas dapat lebih kecil dibandingkan dimensi lain yang lebih berkaitan langsung dengan pengalaman interaksi pasien⁽²⁷⁾.

Temuan ini mengindikasikan bahwa reliability lebih berperan sebagai fondasi dasar kualitas layanan dibandingkan sebagai faktor pendorong utama loyalitas pasien, sehingga loyalitas cenderung terbentuk melalui faktor lain yang memberikan pengalaman pelayanan yang lebih kuat secara emosional maupun persepsional.

Responsiveness → Loyalitas : Tidak Signifikan ($T = 1,266; P = 0,103$)

Dimensi responsiveness mengacu pada daya tanggap pelayanan yang mencerminkan kecepatan petugas dalam melayani, kesiapan membantu pasien, serta kemampuan merespons kebutuhan pasien secara cepat dan tepat. Aspek ini menunjukkan kesiapan layanan dalam memenuhi harapan pasien selama proses pelayanan berlangsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat daya tanggap pelayanan belum mampu secara langsung mendorong terbentuknya loyalitas pasien.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa responsiveness dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan maupun loyalitas pasien, seperti pada studi di RS Bhayangkara Tarakan yang menemukan koefisien tinggi terhadap loyalitas pasien (28). Namun demikian, penelitian lain menunjukkan bahwa pengaruh langsung responsiveness terhadap loyalitas dapat menjadi tidak signifikan ketika variabel mediasi seperti kepuasan pasien memperkuat hubungan tidak langsung antara kualitas layanan dan loyalitas⁽²⁹⁾.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh responsiveness terhadap loyalitas kemungkinan lebih banyak terjadi melalui peningkatan kepuasan pasien dibandingkan melalui jalur langsung. Dengan kata lain, daya tanggap pelayanan tetap penting dalam pengalaman layanan, namun perannya lebih sebagai faktor yang mendukung pembentukan kepuasan sebelum akhirnya mendorong loyalitas pasien.

Tangibles → Loyalitas: Signifikan Positif ($T = 2,474; P = 0,007$)

Dimensi tangibles mengacu pada bukti fisik pelayanan yang meliputi kondisi fasilitas rumah sakit, kebersihan dan kerapian lingkungan, kenyamanan ruang pelayanan, serta kelengkapan sarana yang dapat diamati langsung oleh pasien. Aspek ini menjadi indikator kualitas layanan yang mudah dinilai selama proses pelayanan berlangsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tangibles berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi fasilitas fisik yang baik, lingkungan yang nyaman, serta sarana pelayanan yang memadai dapat mendorong pasien untuk tetap memilih dan kembali menggunakan layanan rumah sakit. Pada layanan rawat jalan, pasien lebih banyak berinteraksi dengan

lingkungan fisik sehingga aspek tangibles menjadi faktor yang berperan dalam membentuk keputusan perilaku untuk kembali berkunjung.

Temuan ini sejalan dengan pandangan Mabini, Narsico and Narsico (2024) yang menyatakan bahwa bukti fisik layanan dapat berfungsi sebagai *signal of quality*, yaitu sinyal kualitas yang secara langsung memengaruhi persepsi nilai dan kepercayaan pasien terhadap institusi layanan kesehatan⁽³⁰⁾. Temuan ini mengindikasikan bahwa dimensi tangibles dapat memengaruhi loyalitas secara langsung tanpa harus terlebih dahulu meningkatkan kepuasan. Dalam konteks pelayanan rawat jalan, aspek fisik layanan mampu membentuk persepsi positif terhadap rumah sakit sehingga mendorong kecenderungan pasien untuk kembali menggunakan layanan yang sama.

Empathy → Loyalitas : Signifikan Namun Negative (T = 1,806; P = 0,036; O = -0,148)

Dimensi empathy mengacu pada perhatian personal, kepedulian, serta kemampuan petugas dalam memahami kebutuhan dan kondisi pasien secara individual selama proses pelayanan. Aspek ini mencerminkan hubungan interpersonal antara tenaga kesehatan dan pasien dalam memberikan pengalaman pelayanan yang lebih manusiawi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empathy berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, namun dengan arah hubungan negatif (O = -0,148). Hal ini menunjukkan bahwa dalam model penelitian, peningkatan persepsi terhadap dimensi empathy tidak diikuti oleh peningkatan loyalitas, melainkan cenderung menurunkannya. Temuan ini tidak berarti bahwa empati tidak penting dalam pelayanan kesehatan.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tidak semua dimensi SERVQUAL memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas tanpa melalui kepuasan (31). Selain itu, kajian lain juga menunjukkan bahwa empati tidak selalu menjadi prediktor terkuat terhadap kepuasan maupun loyalitas ketika dimensi lain seperti *tangibles*, *reliability*, atau *assurance* lebih dominan dalam konteks tertentu⁽³²⁾.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh negatif empathy kemungkinan terjadi karena adanya tumpang tindih antar dimensi kualitas layanan yang diuji secara simultan sehingga kontribusi unik variabel empathy menjadi melemah atau berubah arah. Selain itu, hasil ini tidak berarti bahwa responden memberikan penilaian buruk terhadap empati petugas, melainkan lebih menunjukkan bahwa variasi penilaian responden terhadap aspek empati relatif seragam atau kalah dominan dibandingkan variabel lain yang lebih kuat dalam membentuk loyalitas pasien. Dengan demikian, empati tetap memiliki nilai penting dalam pelayanan, namun tidak menjadi faktor utama yang secara langsung mendorong loyalitas dalam model penelitian ini.

Kesimpulan H3 : Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak semua dimensi kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pasien. Hanya dimensi *empathy* (dengan arah negatif) dan tangibles yang terbukti signifikan, sedangkan dimensi lainnya tidak signifikan. Dengan demikian, hipotesis H3 diterima secara parsial.

Pengaruh Citra Rumah Sakit terhadap Loyalitas Pasien (H4)

Corporate Identity → Loyalitas: Signifikan Positif (T = 3,015; P = 0,001)

Dimensi corporate identity mengacu pada identitas institusi yang tercermin melalui reputasi, nilai organisasi, profesionalisme, dan konsistensi karakter rumah sakit di mata pasien. Aspek ini menggambarkan bagaimana rumah sakit dipersepsikan sebagai institusi yang kredibel dan dapat dipercaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate identity berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa identitas rumah sakit yang kuat mampu membangun kepercayaan serta keterikatan pasien terhadap layanan yang diberikan. Ketika pasien memandang rumah sakit sebagai institusi yang memiliki reputasi baik dan karakter yang konsisten, mereka cenderung mempertahankan hubungan jangka panjang dengan tetap menggunakan layanan yang sama.

Temuan ini sejalan dengan peneliti Nguyen (2023) yang menyatakan bahwa persepsi citra institusi bersama dengan kepuasan pelanggan berkontribusi dalam membentuk loyalitas⁽⁶⁾. Selain itu, Helgesen and Nasset (2007) bahwa identitas korporat merefleksikan nilai inti organisasi yang menjadi dasar diferensiasi

serta daya tarik bagi pelanggan untuk tetap bertahan⁽³³⁾. Temuan ini mengindikasikan bahwa corporate identity berperan penting dalam membentuk loyalitas pasien, karena citra institusi yang kuat mampu meningkatkan kepercayaan dan memperkuat hubungan jangka panjang antara pasien dan rumah sakit.

Corporate Individuality → Loyalitas: Signifikan Positif ($T = 3,071$; $P = 0,001$)

Dimensi corporate individuality mengacu pada karakteristik unik, inovasi, serta nilai khas yang dimiliki rumah sakit sehingga membedakannya dari institusi layanan kesehatan lainnya. Aspek ini mencerminkan keunggulan khusus yang dapat menciptakan pengalaman berbeda bagi pasien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate individuality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa keunikan layanan dan pengalaman khas yang ditawarkan rumah sakit mampu memperkuat citra institusi serta memengaruhi keputusan pasien untuk kembali menggunakan layanan yang sama.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Widiarti et al. (2025) menegaskan bahwa citra rumah sakit memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, yang selanjutnya meningkatkan loyalitas pasien terhadap layanan kesehatan⁽³⁴⁾. Selain itu, penelitian Hamidah et al. (2025) juga menunjukkan bahwa citra rumah sakit tidak hanya memengaruhi loyalitas secara langsung, tetapi juga melalui peran mediasi kepuasan pasien. Hasil tersebut memperkuat bahwa identitas institusi merupakan faktor strategis yang memengaruhi evaluasi pasien terhadap pengalaman pelayanan serta kecenderungan mereka untuk tetap menggunakan layanan pada institusi yang sama⁽³⁵⁾.

Dalam konteks layanan kesehatan, penelitian Fener and Köse (2025) juga menunjukkan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien, baik secara langsung maupun melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa *corporate individuality* menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pasien, karena keunikan dan nilai tambah layanan mampu menciptakan pengalaman yang berbeda serta memperkuat keterikatan pasien terhadap rumah sakit⁽²³⁾.

Kesimpulan H4: Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh dimensi citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Oleh karena itu, hipotesis H4 yang menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh terhadap loyalitas pasien dinyatakan diterima.

Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien (H5)

Kepuasan → Loyalitas: signifikan positif ($T = 4,768$; $P = 0,000$)

Variabel kepuasan pasien menggambarkan evaluasi keseluruhan pasien terhadap pengalaman pelayanan yang diterima, yaitu sejauh mana layanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan pasien. Dalam konteks layanan kesehatan, kepuasan mencerminkan persepsi positif pasien terhadap kualitas pelayanan yang dialami selama proses berobat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa pasien yang merasa puas cenderung memiliki keinginan untuk kembali menggunakan layanan, mempertahankan kepercayaan terhadap rumah sakit, serta memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Aladwan et al. (2021) yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pasien, di mana kepuasan berperan sebagai mediator antara kualitas layanan dan loyalitas pada rumah sakit pemerintah di Jordan⁽³⁶⁾. Penelitian Jiddi (2023) juga menemukan bahwa kepuasan merupakan mediator kunci dalam hubungan kualitas layanan dan loyalitas pada sistem kesehatan di China⁽³⁷⁾.

Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang mampu menghasilkan kepuasan pasien akan berdampak langsung pada terbentuknya loyalitas pasien. Dengan demikian, kepuasan menjadi mekanisme utama yang menghubungkan pengalaman pelayanan dengan keputusan pasien untuk tetap menggunakan layanan rumah sakit dalam jangka panjang.

Kesimpulan H5: Hipotesis kelima menyatakan bahwa kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien dinyatakan diterima. Hasil pengujian menunjukkan nilai T-statistic sebesar 4,768 dan *p-value* sebesar 0,000, sehingga kepuasan terbukti berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan loyalitas pasien.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa tidak seluruh dimensi SERVQUAL memberikan kontribusi yang sama dalam membentuk kepuasan maupun loyalitas pasien. Temuan ini tidak berarti bahwa dimensi yang tidak signifikan memiliki kualitas yang buruk, melainkan menunjukkan bahwa variasi persepsi antar responden pada dimensi tersebut tidak cukup menjelaskan variasi kepuasan/loyalitas ketika diuji bersama dimensi lain dalam model SEM-PLS.

Perbedaan signifikansi antar jalur juga sejalan dengan bukti empiris bahwa kontribusi relatif masing-masing dimensi kualitas layanan bersifat kontekstual. Pengaruh setiap dimensi sangat dipengaruhi oleh karakteristik institusi layanan kesehatan, seperti status kepemilikan (publik atau swasta), jenis layanan atau spesialisasi yang diberikan, lokasi geografis, serta ketersediaan sumber daya⁽²¹⁾.

Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Peran Mediasi Kepuasan pada Hubungan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas (H6)

Assurance → Kepuasan → Loyalitas signifikan (T statistic = 2,661; p value = 0,004) → full mediation karena jalur langsung assurance → loyalitas tidak signifikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jalur tidak langsung assurance → kepuasan → loyalitas berpengaruh signifikan (T-statistic = 2,661; *p-value* = 0,004), sedangkan pengaruh langsung assurance terhadap loyalitas tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan adanya full mediation, yang berarti assurance tidak secara langsung membentuk loyalitas pasien, tetapi terlebih dahulu meningkatkan kepuasan pasien, kemudian kepuasan tersebut mendorong terbentuknya loyalitas.

Dalam kerangka SERVQUAL, dimensi assurance mengacu pada kemampuan penyedia layanan dalam menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan pasien melalui kompetensi, pengetahuan, serta sikap profesional tenaga kesehatan. Secara konseptual, kualitas pelayanan merupakan determinan utama dalam membentuk persepsi pasien terhadap layanan kesehatan, di mana mutu layanan dipahami sebagai kesesuaian pelayanan dengan standar profesi dan standar pelayanan yang berlaku. Kepuasan pasien sendiri merupakan prasyarat penting dalam keberhasilan pelayanan, yang berperan sebagai pendorong utama terbentuknya kepercayaan serta komitmen jangka panjang terhadap institusi layanan kesehatan⁽¹⁶⁾.

Temuan ini mengindikasikan bahwa jaminan pelayanan belum mampu secara langsung mendorong loyalitas pasien, namun melalui peningkatan kepuasan pasien, *assurance* dapat berkontribusi secara tidak langsung dalam membentuk loyalitas. Dengan demikian, kepuasan berperan sebagai mekanisme utama yang menjembatani hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pasien.

Responsiveness → Kepuasan → Loyalitas signifikan (T statistic = 1,711; P value = 0,044) → full mediation karena jalur langsung assurance → loyalitas tidak signifikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jalur tidak langsung responsiveness → kepuasan → loyalitas berpengaruh signifikan (T-statistic = 1,711; *p-value* = 0,044), sedangkan pengaruh langsung responsiveness terhadap loyalitas tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan adanya full mediation, yang berarti responsiveness tidak secara langsung membentuk loyalitas pasien, tetapi terlebih dahulu meningkatkan kepuasan pasien sebelum akhirnya mendorong loyalitas.

Dimensi *responsiveness* menggambarkan daya tanggap pelayanan, seperti kecepatan petugas dalam merespons kebutuhan pasien, kesiapan membantu, serta kemampuan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat. Dalam konteks pelayanan kesehatan, daya tanggap yang baik dapat meningkatkan pengalaman pelayanan pasien sehingga memperkuat persepsi positif terhadap layanan yang diterima.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Kurniawan and Tj (2022) menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas sering kali terjadi melalui kepuasan pasien sebagai mediator, sehingga pengaruh langsung dimensi *responsiveness* terhadap loyalitas tidak selalu terdeteksi secara signifikan⁽²⁹⁾. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Larasati, Tj and Wahyoedi (2023) yang menyatakan bahwa ketika jalur mediasi kepuasan diperhitungkan, pengaruh langsung *responsiveness* terhadap loyalitas dapat melemah karena loyalitas lebih banyak terbentuk melalui pengalaman pelayanan yang memuaskan⁽³⁸⁾.

Secara umum, hasil ini juga selaras dengan pandangan bahwa tidak semua dimensi SERVQUAL memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas tanpa melalui kepuasan⁽³¹⁾. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan berperan sebagai mekanisme utama yang menghubungkan pengalaman kualitas pelayanan dengan komitmen pasien untuk tetap menggunakan layanan rumah sakit.

Kesimpulan H6: Hipotesis H6 yang menyatakan bahwa kepuasan pasien memediasi hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas pasien dinyatakan terdukung sebagian, karena hanya dimensi *assurance* dan *responsiveness* yang menunjukkan pengaruh tidak langsung signifikan melalui kepuasan, sedangkan dimensi kualitas layanan lainnya tidak menunjukkan efek mediasi yang signifikan

Peran Mediasi Kepuasan pada Hubungan Citra Rumah Sakit terhadap Loyalitas (H7)

***Corporate identity* → Kepuasan → Loyalitas signifikan (. *T statistic* = 2,798; *P value* = 0,003) → full mediation karena jalur langsung *assurance* → loyalitas tidak signifikan.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jalur tidak langsung *corporate identity* → kepuasan → loyalitas berpengaruh signifikan (*T-statistic* = 2,798; *P-value* = 0,003). Selain itu, jalur langsung *corporate identity* terhadap loyalitas juga signifikan, sehingga menunjukkan adanya partial mediation. Hal ini berarti *corporate identity* tidak hanya memengaruhi loyalitas pasien secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan pasien. *Corporate identity* menggambarkan identitas institusi yang tercermin melalui reputasi, kredibilitas, dan profesionalisme rumah sakit. Identitas institusi yang kuat mampu membangun persepsi positif serta meningkatkan kepercayaan pasien terhadap layanan kesehatan yang diberikan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Widiarti et al. (2025) yang menjelaskan bahwa citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien yang selanjutnya meningkatkan loyalitas⁽³⁴⁾. Dalam konteks layanan kesehatan, Dayan et al. (2022) juga menemukan bahwa identitas dan reputasi rumah sakit yang kuat mampu meningkatkan persepsi kualitas layanan serta memperkuat hubungan emosional pasien dengan institusi⁽³⁹⁾.

Temuan ini mengindikasikan bahwa identitas rumah sakit dapat secara langsung membentuk loyalitas pasien sekaligus melalui peningkatan kepuasan, sehingga memperkuat hubungan jangka panjang antara pasien dan institusi layanan kesehatan

***Corporate individuality* → Kepuasan → Loyalitas signifikan (. *T statistic* = 2,244; *P value* = 0,012) → full mediation karena jalur langsung *assurance* → loyalitas tidak signifikan dan jalur langsung juga signifikan → partial mediation.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jalur tidak langsung *corporate individuality* → kepuasan → loyalitas berpengaruh signifikan (*T-statistic* = 2,244; *p-value* = 0,012). Jalur langsung *corporate individuality* terhadap loyalitas juga signifikan, sehingga menunjukkan adanya partial mediation. Hal ini berarti karakteristik unik rumah sakit memengaruhi loyalitas pasien baik secara langsung maupun melalui kepuasan pasien sebagai variabel perantara. *Corporate individuality* menggambarkan keunikan, nilai tambah, dan karakteristik khas yang membedakan rumah sakit dari institusi layanan kesehatan lainnya. Keunikan tersebut mampu menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih berkesan bagi pasien.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Jiddi (2023) yang menegaskan bahwa citra organisasi yang kuat dapat secara simultan memengaruhi kepuasan dan loyalitas secara langsung. Persepsi positif terhadap karakter unik rumah sakit dapat meningkatkan kepuasan karena layanan dinilai sesuai atau melampaui harapan pasien,

sehingga pada akhirnya mendorong terbentuknya loyalitas⁽³⁷⁾. Temuan ini mengindikasikan bahwa keunikan institusi tidak hanya meningkatkan kepuasan pasien, tetapi juga secara langsung memperkuat komitmen pasien untuk tetap menggunakan layanan rumah sakit.

Kesimpulan H7: Hipotesis H7 yang menyatakan bahwa kepuasan pasien memediasi pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien dinyatakan terdukung. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan berperan sebagai mediator parsial (partial mediation) pada jalur *corporate identity* dan *corporate individuality* terhadap loyalitas pasien, sehingga citra rumah sakit memengaruhi loyalitas baik secara langsung maupun melalui kepuasan pasien.

Effect Size (f^2)

Berdasarkan hasil analisis effect size (f^2), seluruh variabel dalam model menunjukkan nilai kontribusi pada kategori kecil, sehingga secara statistik memiliki daya jelas yang terbatas, namun tetap memberikan makna praktis dalam menjelaskan fenomena kepuasan dan loyalitas pasien.

Terhadap variabel Kepuasan Pasien, kontribusi terbesar berasal dari *Corporate Identity* ($f^2 = 0,069$), diikuti oleh *Assurance* ($f^2 = 0,054$), *Corporate Individuality* ($f^2 = 0,031$), dan *Responsiveness* ($f^2 = 0,025$). Sementara itu, dimensi pelayanan lainnya seperti *Empathy* ($f^2 = 0,003$), *Reliability* ($f^2 = 0,002$), serta *Tangibles* ($f^2 = 0,001$) menunjukkan kontribusi yang sangat kecil. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pasien dalam penelitian ini lebih banyak dipengaruhi oleh persepsi terhadap identitas institusi, reputasi, serta jaminan profesionalitas layanan dibandingkan oleh aspek operasional pelayanan sehari-hari.

Terhadap variabel Loyalitas Pasien, kontribusi terbesar ditunjukkan oleh Kepuasan Pasien ($f^2 = 0,150$), yang kemudian diikuti oleh *Corporate Individuality* ($f^2 = 0,047$) dan *Corporate Identity* ($f^2 = 0,045$). Variabel lain seperti *Tangibles* ($f^2 = 0,034$), *Empathy* ($f^2 = 0,016$), dan *Responsiveness* ($f^2 = 0,010$) memberikan kontribusi yang relatif kecil, sedangkan *Assurance* ($f^2 = 0,001$) dan *Reliability* ($f^2 = 0,000$) hampir tidak menunjukkan kontribusi langsung. Hasil ini menegaskan bahwa loyalitas pasien terutama terbentuk melalui pengalaman pelayanan yang menghasilkan kepuasan, yang selanjutnya diperkuat oleh persepsi positif terhadap citra dan karakteristik unik rumah sakit.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan citra rumah sakit memiliki hubungan dengan kepuasan dan loyalitas pasien pada pelayanan rawat jalan RSUD Depati Hamzah Pangkalpinang. Kepuasan pasien dipengaruhi oleh beberapa dimensi kualitas layanan serta citra rumah sakit, sedangkan loyalitas pasien terutama berkaitan dengan citra rumah sakit dan kepuasan pasien. Kepuasan pasien juga terbukti berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara beberapa dimensi kualitas layanan dan citra rumah sakit dengan loyalitas pasien, sehingga pengalaman pelayanan yang baik dan citra institusi yang positif dapat mendorong terbentuknya loyalitas pasien melalui peningkatan kepuasan. Secara praktis, temuan ini menunjukkan bahwa manajemen rumah sakit perlu menjadikan peningkatan kepuasan pasien sebagai bagian penting dalam pengelolaan mutu pelayanan dan penguatan citra institusi, khususnya melalui perbaikan aspek pelayanan yang berkaitan dengan pengalaman pasien serta pemeliharaan kepercayaan dan persepsi positif terhadap rumah sakit.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada manajemen dan seluruh pihak RSUD Depati Hamzah Pangkalpinang yang telah memberikan izin, fasilitas, dan dukungan selama pelaksanaan penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dan memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Penulis turut menyampaikan apresiasi kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengumpulan data dan pelaksanaan penelitian hingga dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

1. UUD NRI Pasal 28H Ayat (1) (1945) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 28H Ayat (1). Jakarta.
2. Undang-Undang Nomor 44 (2009) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit. Jakarta
3. Undang-Undang Nomor 17 (2023) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan. Jakarta
4. Kotler, P. and Keller, K.L. (2016) Manajemen Pemasaran. 13th ed. Jakarta: Erlangga
5. WHO (2021) Global Patient Safety Action Plan 2021–2030: Towards Eliminating Avoidable Harm in Health Care. Geneva. Available at: <https://apps.who.int/iris>
6. Nguyen, M.P. et al. (2023) “Contribution of private health services to universal health coverage in low and middle-income countries: Factors affecting the use of private over public health services in Vietnam,” *International Journal of Health Planning and Management*, 38(6), pp. 1613–1628. Available at: <https://doi.org/10.1002/hpm.3689>
7. Basabih, M. and Widhikuswara, I. (2024) “Opportunities and Challenges in Implementing Regional Public Service Agency Policy in Regional Hospitals: Systematic Review,” *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 15(1), pp. 1–20. Available at: <https://doi.org/10.26553/jikm.2024.15.1.1-20>
8. Ipsos (2023) Global Perceptions of Healthcare 2023. Paris. Available at: <https://www.ipsos.com/>.
9. SKI (2023) Survei Kepuasan Indeks (SKI) 2023. Jakarta. Available at: <https://www.badankebijakan.kemkes.go.id/ski-2023-dalam-angka/>.
10. DJSN (2025) Monthly Report Monitoring JKN: 31 Juli 2025. Jakarta.
11. RSUD Depati Hamzah Kota Pangkalpinang (2025) Laporan Pengaduan RSUD Depati Hamzah Kota Pangkalpinang Tahun 2023-2025. Pangkalpinang
12. RSUD Depati Hamzah Kota Pangkalpinang (2024) Profil RSUD Depati Hamzah Kota Pangkalpinang Tahun 2022-2024. Pangkalpinang
13. Emmanuella, O. and Arianto, R.F. (2024) “Pengaruh_Kualitas_Pelayanan_Kepercayaan_Pasien_Dan,” 8, pp. 7781–7790.
14. Anwar, dr. K. and Putri, S.S.P.S.N.A. (2024) “Edukasi Tentang Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Sembiring Deli Tua,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Putri Hijau*, 4(2), pp. 31–35. Available at: <https://doi.org/10.36656/jpmph.v4i2.1685>
15. Chaanine, J. and Sleilati, E.B. (2024) “The Moderating Impact of Employee Job Satisfaction on the Service Quality – Customer Satisfaction Relationship: The Case of the Lebanese Healthcare Institutions,” (December), pp. 1–18. Available at: <https://doi.org/10.1177/21582440241295473>
16. Kareba, L. et al. (2023) “Analisis Kebutuhan Pasien Rawat Jalan pada Pelayanan Kesehatan Primer: Studi Kasus Puskesmas Induk Kamaipura,” 11.
17. Hussain, A. et al. (2019) “What Factors Affect Patient Satisfaction in Public Sector Hospitals: Evidence from an Emerging Economy,” pp. 1–14. Available at: <https://doi.org/10.3390/ijerph16060994>
18. Uprety, V. et al. (2025) “Assessing Patient Satisfaction by Measuring Service Quality in Outpatient Service of a Public Hospital in Bagmati Province, Nepal.” Available at: <https://doi.org/10.1002/puh2.70143>
19. Chen, C. et al. (2024) “The Delivery Model of Perceived Medical Service Quality Based on Donabedian’s Framework,” 46(3), pp. 150–159. Available at: <https://doi.org/10.1097/JHQ.0000000000000420>
20. Wu, J. et al. (2024) “Patient perception of service quality to preanesthetic oral examination: a cross-sectional study using the SERVQUAL model,” pp. 1–8
21. Kalaja, R., Kurti, S. and Myshketa, R. (2023) “Service quality and patient satisfaction with private health care services in Albania,” 12(1), pp. 460–468. Available at: <https://doi.org/10.11591/ijphs.v12i1.22240>

22. Wijaya, N.R.H. and Cokki (2025) "The Effect of Hospital Image , Perceived Medical Quality , Word Of Mouth on the Intention to Visit Again at the Internal Medicine Polyclinic of Ciawi Hospital," 5(3), pp. 3361–3373
23. Fener, E. and Köse, T. (2025) "Corporate Image as a Differentiation Strategy in Healthcare: A Study in the COVID-19 Crisis Period in Turkey," Sage Open, 15(2). Available at: <https://doi.org/10.1177/21582440251342196>
24. Peral, P.O., Rambaud, S.C. and García, J.S. (2025) "Quality of care and patient satisfaction : Future trends and economic implications for the healthcare system," pp. 1327–1360. Available at: <https://doi.org/10.1111/joes.12657>
25. Hasan, S. and Putra, A.H.P.K. (2019) "Loyalitas Pasien Rumah Sakit Pemerintah: Ditinjau Dari Perspektif Kualitas Layanan, Citra, Nilai Dan Kepuasan," Jurnal Manajemen Indonesia, 18(3), p. 184. Available at: <https://doi.org/10.25124/jmi.v18i3.1731>
26. Widiastuti, Indartono, S. and Sa'adah, N. (2024) "Islamic Service Quality and Patient Loyalty : Investigating the Role of Satisfaction in Healthcare Contexts," 12(2), pp. 538–555. Available at: <https://doi.org/10.33019/society.v12i2.723>
27. Rahmatia, S. et al. (2025) "Service Quality in Hospital Inpatient Care: SERVQUAL Model Approach," Health Sa Gesondheid, 30. Available at: <https://doi.org/10.4102/hsag.v30i0.3055>
28. Situmorang, I.P. and Mulyanti, D. (2023) "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Instalasi Gawat Darurat: Studi Teoritis," Journal of Management and Social Sciences, 2(2), pp. 42–49. Available at: <https://doi.org/10.55606/jimas.v2i2.261>
29. Kurniawan, Y. and Tj, H.W. (2022) "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pasien BPJS Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pasien Pengguna BPJS Kesehatan Di RSIA Bunda Sejahtera)," 6(1), pp. 74–85
30. Mabini, Narsico, L.O. and Narsico, P.G. (2024) "International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research 2024," 5(4), pp. 1331–1345. Available at: <https://doi.org/10.11594/ijmaber.05.04.18>
31. Reza, F., Sumarwan, U. and Hartoyo (2019) "SATISFACTION , PURCHASING BEHAVIOR , AND CUSTOMER," 04(02), pp. 90–107
32. Providence, S. et al. (2022) "Hospital Service Quality and Patients' satisfaction within Soddo Christian Hospital PLC, Walaitta Region, Southwestern Ethiopia," 2, pp. 29–48
33. Helgesen and Nettet, E. (2007) "Images , Satisfaction and Antecedents : Drivers of Student Loyalty ? A Case Study of a Norwegian University College," 10(1), pp. 38–59. Available at: <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550037>.
34. Widiarti, L.P. et al. (2025) "Patient Satisfaction as a Mediator of Service Quality , Hospital Image , and Loyalty Among Participants of Indonesia ' s BPJS Kesehatan Program," 10(2), pp. 368–388.
35. Hamidah, R. et al. (2025) "The Role of Hospital Image and Patient Satisfaction as Mediation , the Impact of Service Quality on Patient Loyalty," 4(1), pp. 29–42.
36. Aladwan, M.A. et al. (2021) "The Relationship among Service Quality , Patient Satisfaction and Patient Loyalty : Case Study in Jordan Mafraq Hospital," 5(April), pp. 27–40.
37. Jiddi, F.E. (2023) "Heliyon Does corporate social responsibility result in better hotel guest attitudinal and behavioral loyalty ?," Heliyon, 9(8), p. e18669. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18669>
38. Larasati, T., Tj, H.W. and Wahyoedi, S. (2023) "The Influence of Service Quality and Complaint Handling on BPJS Patient Loyalty is Mediated by Patient Satisfaction at," 5(2), pp. 1856–1867
39. Dayan, M. et al. (2022) "Factors influencing patient loyalty to outpatient medical services: an empirical analysis of the UAE's government healthcare system," 39(1), pp. 176–203