

PENGARUH CITRA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN DIMEDIASI KEPUASAN PASIEN PADA RUMAH SAKIT PROVITA

Eli Sabet¹, Abdul Rasyid², Arry Pongtiku³, Yaya Sonjaya⁴, La Ode Marihi⁵

¹⁻⁵ Universitas Yapis Papua, Papua, Indonesia

e-mail: siahayaelizabeth@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of image and service quality on patient loyalty mediated by patient satisfaction at Provita Hospital. The population in this study were all patients, both general, BPJS and insurance who had received treatment or treatment in 2023 at Provita Jayapura Hospital. The sample in this study is 90 patients. The analytical method used is mediation analysis with data processing tools using SmartPLS version 3.00 software. Based on the tests conducted, it shows that image, service quality and patient satisfaction directly affect patient loyalty at Provita Jayapura Hospital. Image does not directly affect patient satisfaction at the Provita Jayapura hospital. Service quality directly affects patient satisfaction at the Provita Jayapura hospital. Patient satisfaction can mediate the relationship between service quality and patient loyalty at the Provita Jayapura hospital. Patient satisfaction cannot mediate the relationship between image and patient loyalty at the Provita Jayapura hospital.

Keywords: *Image, Service Quality, Patient Loyalty, Patient Satisfaction*

INTRODUCTION

Ketatnya persaingan rumah sakit baik pemerintah ataupun swasta, peningkatan loyalitas pasien melalui kualitas layanan dan pendekatan manajemen yang baik serta dapat diukur menjadi solusi dan memegang peranan penting karena keberhasilan suatu penyedia jasa tidak terlepas dari hubungan baik dengan pelanggannya, dalam hal ini adalah pasien. Widokarti, (2023) mengatakan bahwa model pelayanan publik yang diberikan saat ini relatif tidak berdasar ukuran kebutuhan masyarakat yang posisinya sebagai pengguna jasa layanan termasuk rumah sakit. Pasien akan membuat pilihannya sendiri ketika memilih rumah sakit yang menawarkan kenyamanan, nilai dan fasilitas yang sama (Kotler et al., 2018).

Pengelolaan loyalitas merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan strategis (Aaker, 2014; Rossiter, 2014). Dengan meningkatnya kepercayaan pasien atau individu, dengan kata lain tingkat loyalitas yang pasien berikan kepada rumah sakit pun meningkat. Hal tersebut menginformasikan bahwa pasien telah berhasil mendapatkan solusi dari tindakan yang diberikan oleh rumah sakit. Maka dari itu, rumah sakit harus mencari cara atau strategi untuk mempertahankan loyalitas pasien terhadap rumah sakit. Tentu saja, semakin tinggi loyalitas, semakin mudah untuk menjaga agar pelanggan tetap bahagia. Semakin tinggi loyalitas seorang pasien terhadap rumah sakit, maka semakin enggan pasien tersebut akan berpindah hati ke rumah sakit lainnya. Loyalitas dari pelanggan yang ada menunjukkan hambatan yang besar bagi kompetitor (Rossiter, 2014).

Fenomena yang terjadi pada Rumah Sakit Provita Jayapura yaitu terkait loyalitas pasien yang ditunjukkan dengan beberapa asuransi kesehatan yang kini bekerja sama dengan rumah sakit tersebut, sebut saja beberapa perusahaan perbankan di Indonesia, BPJS Kesehatan, BPJS Ketenagakerjaan dan beberapa asuransi swasta lainnya. Hal tersebut tidak lepas dari di tetapkannya Rumah Sakit Provita sebagai rumah sakit dengan pelayanan terbaik di Papua pada 2019 lalu (papatoday.com & wartaplus.com). Rumah Sakit Provita Jayapura juga mendapatkan penghargaan dari BPJS sebagai Rumah Sakit dengan pelayanan BPJS terbaik tingkat nasional tahun 2021.

Hal tersebut tentunya membuat Rumah Sakit Provita Jayapura perlu memberikan layanan yang maksimal pasien asuransi. Sedangkan menurut Bumi Papua.Com saat mewawancarai Silwanus Sumule yang menyatakan bahwa Rumah Sakit Provita Jayapura masih kekurangan tenaga dokter, tenaga medis dan analis laboratorium. Hal tersebut tentunya membuat pasien menjadi kurang nyaman dalam hal pelayanan dan memperburuk citra rumah sakit yang dianggap tidak mampu melayani pasien secara baik sehingga loyalitas yang di miliki oleh pasien menurun atau berkurang (Pattiasina, 2011).



Pelayanan yang baik oleh Rumah Sakit Provita Jayapura kepada pasien tentunya berdampak pada naiknya kepercayaan pasien kepada rumah sakit sehingga pasien menjadi lebih loyal. Loyalitas dari pasien tentu tidak langsung muncul saat pertama kali tetapi akan muncul ketika sudah berulang kali mengakses pelayanan kesehatan di sebuah rumah sakit (Pattiasina, 2011). Dan tentu hal ini yang di harapkan oleh setiap rumah sakit untuk bisa terus bertahan. Pasien loyal akan menggunakan kembali pelayanan kesehatan yang sama bila mereka membutuhkan kembali, sehingga pasien yang loyal akan mengajak orang lain untuk menggunakan pelayanan kesehatan yang sama.

Untuk dapat menjadi loyalitas pasien, maka Rumah Sakit Provita Jayapura berusaha untuk terus memperbaiki citra yang dimiliki. Dengan adanya citra yang baik dari Rumah Sakit Provita Jayapura maka diharapkan pasien dapat menjadi loyal terhadap rumah sakit. Citra yang positif dari suatu rumah sakit akan membuat pasien memilih rumah sakit tersebut, sehingga terciptanya loyalitas pasien. Citra berhubungan dengan sikap yang didalamnya berupa keyakinan terhadap suatu hal yang baik. Citra positif yang tertanam dalam diri pasien memiliki kemungkinan lebih besar pada ketertarikan dan loyalitas yang diberikan terhadap rumah sakit (Rumondang et al., 2020). Menurut penelitian (Ahri et al., 2023; Binendra & Prayoga, 2022; Oktoriani, 2023; Putra, 2023; Risnawati, 2023) yang menyatakan bahwa citra berpengaruh positif terhadap loyalitas. Namun hasil penelitian diatas bertolak belakang dengan hasil penelitian (Indraswari & Susanti, 2023; Prastiwi & Rivai, 2022; Winata et al., 2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa citra tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Selain citra, Rumah Sakit Provita Jayapura juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien agar loyalitas yang dimiliki pasien semakin baik. Kualitas pelayanan yang maksimal diberikan oleh rumah sakit tentunya akan berdampak pada peningkatan loyalitas pasien. Pasien yang merasa bahwa Rumah Sakit Provita Jayapura dapat memberikan jaminan berupa keandalan tenaga kesehatan, peralatan yang lengkap maupun daya tanggap atas setiap keluhan pasien tentunya akan meningkatkan rasa percaya dan loyalitas yang dimiliki oleh pasien tersebut sehingga pasien akan kembali berobat ke Rumah Sakit Provita Jayapura jika mengalami gangguan kesehatan. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian (Ahri et al., 2023; Evandinnartha & Hidayat, 2023; Monica & Marlius, 2023; Surachman & Agustina, 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil kajian yang dilakukan (Hafidz & Muslimah, 2023; Winata et al., 2022) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Rasa percaya atau tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh pasien kepada Rumah Sakit Provita Jayapura tentunya juga berasal dari kepuasan yang dirasakan oleh pasien saat melakukan perawatan kesehatan di Rumah Sakit Provita Jayapura. Kepuasan pasien tersebut membuatnya akan kembali berobat atau menjalani perawatan di Rumah Sakit Provita Jayapura. Kembalinya pasien yang disebabkan oleh adanya kepuasan tersebut akan berdampak pada loyalitas yang diberikan kepada Rumah Sakit Provita Jayapura. Menurut (Putri & TJ, 2022) menyatakan bahwa kepuasan pasien yang baik akan berdampak positif terhadap loyalitas yang dimiliki oleh pasien. Namun hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian (Arianto & Nirwana, 2021), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas.

Selain memberikan pengaruh yang baik terhadap loyalitas pasien, kepuasan pasien juga dapat menjadi jembatan atau penutup *gap* antara citra rumah sakit dan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap tingkat loyalitas pasien. Dengan adanya kepuasan yang baik dari pasien tentunya memiliki pengaruh besar dalam meningkatkan loyalitas pasien terhadap Rumah Sakit Provita Jayapura. Hal tersebut didukung oleh penelitian (Putri & TJ, 2022) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat menjadi mediasi dalam pengaruh citra dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas. Namun hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian (Prastiwi & Rivai, 2022; Sukei, 2022) yang menyatakan bahwa kepuasan tidak dapat menjadi mediasi terhadap pengaruh citra terhadap loyalitas.

Berdasarkan fenomena mengenai masalah loyalitas pasien pada Rumah Sakit Provita Jayapura dan juga adanya *gap* dari penelitian sebelumnya. Dimana masing-masing variabel menunjukkan ada yang berpengaruh dan tidak berpengaruh atau menunjukkan adanya *research gap*. Berdasarkan hal ini maka tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh citra, kualitas layanan dan kualitas layanan yang di mediasi oleh kepuasan pasien rumah sakit Provitas Jayapura.

LITERATURE

Teori Manajemen Sumberdaya Manusia

Kaitan teori ini dengan penelitian mengenai loyalitas pasien adalah mengenai kesinambungan atau keberlanjutan perusahaan jasa tidak lepas dari loyalitas yang diberikan oleh konsumen atau pengguna jasa. Maka untuk menumbuhkan loyalitas tersebut dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik dan juga citra atau nama baik perusahaan yang terjaga. Dengan baiknya pelayanan maupun citra rumah sakit akan menimbulkan kepuasan bagi pasien dan berdampak pada tumbuhnya loyalitas pasien sebagai pengguna jasa (Chandra et al., 2022).

Theory of Reasoned Action

Kaitan teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) dengan penelitian ini adalah mengenai kepercayaan yang diberikan oleh pasien kepada rumah sakit yang mewakili informasi yang mereka peroleh tentang dirinya sendiri dan dunia di sekitarnya (Hale et al., 2002). Kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit didukung oleh citra rumah sakit yang dipandang cukup baik dengan teknologi yang lebih maju akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap rumah sakit dan pastinya akan berdampak pada tingginya loyalitas yang diberikan pasien kepada rumah sakit (Pinem, 2021).

Internal Service Quality

Stauss dalam Varey dan Lewis, (1999), mendefinisikan *Internal Service Quality* sebagai layanan yang diberikan oleh unit organisasi atau individu yang bekerja dalam departemen tersebut kepada unit atau karyawan lain dalam organisasi. Kualitas layanan menunjukkan sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi dan merupakan komponen krusial dari keseluruhan pengalaman pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk memahami cara mengukur kualitas layanan. Parasuraman dan rekan-rekan mengidentifikasi beberapa dimensi *internal service quality*, antara lain; *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Loyalitas Pasien

Loyalitas pasien sebagai komitmen pasien terhadap suatu jasa pelayan berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam kesediaan untuk kembali yang konsisten. Numberi, dkk, (2020) mengatakan bahwa loyalitas merupakan aset berharga yang dapat memberikan keuntungan besar bagi perusahaan karena dapat membantu perusahaan dalam memperoleh keunggulan kompetitif. Menurut (Wartiningsih & Setyawan, 2023), indikator dari rasa loyalitas pasien tersebut yaitu; a) *trust*, b) *emotion commitment*, c) *switching cost*, d) *word of mouth*, e) *cooperation*.

Kepuasan Pasien

Kepuasan pelanggan atau pasien adalah suatu tingkat perasaan pasien yang timbul sebagai akibat dari kinerja layanan kesehatan yang diperolehnya setelah pasien membandingkannya dengan apa yang diharapkannya (Eftitah et al., 2023). Kepuasan kerja merupakan suatu perasaan yang diinginkan oleh setiap pekerja (Tamaela & Surijadi, 2018). Kepuasan kerja dapat diartikan sebagai selisih antara harapan dan kenyataan yang diterima seorang pekerja atau keadaan emosional pekerja yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap pekerjaannya (Nahuway dan Tamaela, 2020). Menurut (Surachman & Agustina, 2023) terdapat indikator-indikator kepuasan pasien yaitu; a) Kepuasan terhadap akses layanan kesehatan, b) Kepuasan terhadap mutu layanan kesehatan, c) Kepuasan terhadap proses layanan kesehatan, termasuk hubungan antar manusia, d) Kepuasan terhadap sistem layanan kesehatan.

Citra

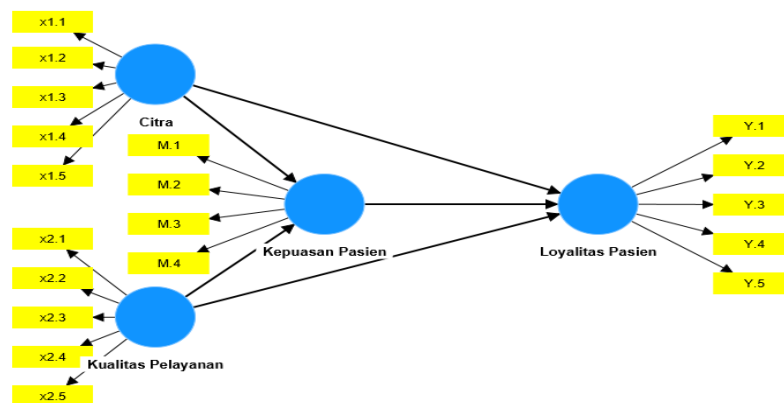
(Kotler et al., 2018) menjelaskan citra perusahaan merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Lebih lanjut (Kotler et al., 2018) menjelaskan indikator citra perusahaan terdiri dari lima indikator utama, yaitu; a) *Reputation* (reputasi yang dimiliki perusahaan), b) *Kredibilitas* (kualitas yang ada di perusahaan), c) *Reliabilitas* (potensi atau keandalan yang dimiliki perusahaan), d) *Trustworthines* (kepercayaan yang layak yang dimiliki perusahaan), e) *Responsibility* (kemampuan perusahaan bertanggung jawab).

Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2009) menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Terdapat lima indikator utama kualitas pelayanan, yaitu; a) Keandalan (Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan), b) Daya tanggap (Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap), c) Jaminan (pengetahuan, kompetensi, kesopanan staf), d) Empati (perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi), e) Bukti Fisik (fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi) (Tjiptono, 2009).

Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiono, 2009). Maka dalam penelitian ini ingin melihat hubungan ataupun pengaruh dari setiap variabel independen (citra dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (loyalitas pasien) dengan adanya variabel mediasi (kepuasan pasien). Bentuk model empiris dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METHOD

Rancangan dalam penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini dilakukan menguji jalur empiris dan pengukuran berdasarkan teori yang ada. Model penelitian ini adalah model survey dengan menggunakan instrument kuesioner (Sugiono, 2009). Metode penelitian survey dilakukan untuk mendapatkan data opini individu responden. Penelitian ini menguji pengaruh citra dan kualitas pelayanan (variabel eksogen) terhadap loyalitas pasien (variabel endogen) dengan mediasi kepuasan pasien (variabel mediasi). Penelitian ini dilakukan di Rumah sakit Provita Jayapura.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien baik itu umum, BPJS maupun asuransi yang pernah berobat atau melakukan perawatan pada tahun 2023 di rumah sakit Provita Jayapura. Sehingga sampel yang digunakan sebanyak 90 responden. Dalam penelitian ini menggunakan model mediasi untuk menganalisis data. Teknik analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah PLS dengan software Smart PLS versi 3.0 (Ramayah et al., 2018).

RESULTS AND DISCUSSION

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan yaitu uji instrument menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini telah lulus uji validitas (*convergent validity* dan *discriminant validity*) dan reliabilitas (*composite reliability*) (Lucas et al., 1996). Berikut adalah hasil uji instrument penelitian.

Convergent Validity

Tabel 1
Hasil Uji *Convergent Validity*

Variabel	Indikator	Loading Factor	Standar	Keterangan
Loyalitas Pasien	LP.1	0,933	> 0,6	Valid
	LP.2	0,966	> 0,6	Valid
	LP.3	0,732	> 0,6	Valid
	LP.4	0,971	> 0,6	Valid
	LP.5	0,970	> 0,6	Valid
Kepuasan Pasien	KP.1	0,939	> 0,6	Valid
	KP.2	0,947	> 0,6	Valid
	KP.3	0,817	> 0,6	Valid
	KP.4	0,946	> 0,6	Valid
Citra	CA.1	0,835	> 0,6	Valid
	CA.2	0,897	> 0,6	Valid
	CA.3	0,935	> 0,6	Valid
	CA.4	0,911	> 0,6	Valid
	CA.5	0,807	> 0,6	Valid
Kualitas Pelayanan	KL.1	0,887	> 0,6	Valid
	KL.2	0,947	> 0,6	Valid
	KL.3	0,907	> 0,6	Valid
	KL.4	0,803	> 0,6	Valid
	KL.5	0,908	> 0,6	Valid

Discriminant Validity

Tabel 2
Hasil Uji *Discriminant Validity*

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Standar	Keterangan
Loyalitas Pasien	0,845	> 0,5	Valid
Kepuasan Pasien	0,835	> 0,5	Valid
Citra	0,771	> 0,5	Valid
Kualitas Pelayanan	0,795	> 0,5	Valid

Composite Reliability

Tabel 3
Hasil Uji *Composite Reliability*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Standar	Keterangan
Loyalitas Pasien	0,951	0,964	> 0,7	Reliabel
Kepuasan Pasien	0,933	0,953	> 0,7	Reliabel
Citra	0,925	0,944	> 0,7	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,935	0,951	> 0,7	Reliabel

Hasil pengujian *convergent validity* data di atas dapat disimpulkan valid, karena nilai loading factor > 0,6. Sedangkan hasil pengujian *convergent validity* pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian telah lulus uji karena nilai *square root of average variance extracted* (AVE) berada diatas 0,5. Untuk pengujian *composite reliability* dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* (α) dan *composite reliability* > 0,7 (Ghozali & Latan, 2015). Dengan demikian dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reliable*. Pengujian inner model atau model struktural untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen (Ghozali & Latan, 2015).

Inner Model

Tabel 4
Hasil Uji *Inner Model*

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Loyalitas Pasien	0,505	0,487
Kepuasan Pasien	0,159	0,139

Berdasarkan *hasil pengujian R-Square* pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *R-Square Adjusted* loyalitas pasien 0.487, nilai *R-Square Adjusted* digunakan karena jumlah variabel bebas lebih dari dua variabel. Sedangkan nilai *R-Square* kepuasan pasien 0.159 nilai *R-Square* digunakan karena jumlah variabel bebas yaitu dua variabel. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel citra, kualitas pelayanan dan kepuasan pasien berpengaruh terhadap variabel loyalitas pasien sebesar 48.7% atau dapat diklasifikasikan moderat. Sedangkan citra dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pasien sebesar 0.159 atau 15.9% atau dapat diklasifikasikan lemah.

Selanjutnya telah dilakukan uji pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung atau mediasi untuk melihat pengaruh variabel, baik secara langsung maupun secara mediasi. Berikut adalah tabel hasil pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung.

Tabel 5
Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Konstruk	Original Sampel (O)	T Statistik	P Values	Pengaruh	Keterangan
Pengaruh Langsung					
Citra-> Loyalitas Pasien	0,178	3,123	0,002	Berpengaruh	H1-diterima
Kualitas Pelayanan-> Loyalitas Pasien	0,249	2,934	0,004	Berpengaruh	H2-diterima
Kepuasan Pasien-> Loyalitas Pasien	0,485	5,469	0,000	Berpengaruh	H3-diterima
Citra-> Kepuasan Pasien	0,077	0,573	0,567	Tidak Berpengaruh	H4-ditolak
Kualitas Pelayanan-> Kepuasan Pasien	0,358	3,357	0,001	Berpengaruh	H5-diterima
Tabel Pengaruh Langsung Terhadap Kepuasan	1,662	Tabel Pengaruh Langsung Terhadap Loyalitas			1,662
Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)					
Citra-> Kepuasan Pasien-> Loyalitas Pasien	0,038	0,565	0,572	Tidak Memediasi	H6-ditolak
Kualitas Pelayanan-> Kepuasan Pasien-> Loyalitas Pasien	0,174	2,883	0,004	Memediasi	H7-diterima
Standar Mediasi			1,96		

Pembahasan Hasil Penelitian**Pengaruh Citra Terhadap Loyalitas Pasien**

Citra merek rumah sakit memiliki fungsi yang strategis. Melalui kegiatan strategi pemasaran, citra merek suatu rumah sakit dapat digunakan untuk membantu meningkatkan posisi persaingannya. Dengan demikian, citra merek rumah sakit yang baik membantu memperkuat keinginan pasien dalam memilih rumah sakit dan meningkatkan loyalitas pasien. Hal tersebut sejalan dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dimana teori ini menjelaskan bahwa keyakinan dapat mempengaruhi sikap dan norma sosial yang mana akan merubah bentuk keinginan berperilaku baik dipandu ataupun terjadi begitu saja dalam sebuah perilaku individu (Hale et al., 2002). Artinya masyarakat merasa adanya

kerjasama atau MoU yang dilakukan oleh beberapa asuransi kesehatan terhadap rumah sakit Provita Jayapura dan juga penunjukan rumah sakit Provita Jayapura sebagai salah satu rumah sakit rujukan di kota Jayapura membuat masyarakat di kota Jayapura menjadi semakin percaya atas kinerja rumah sakit Provita Jayapura dan meningkatkan loyalitas yang dimilikinya terhadap rumah sakit Provita Jayapura.

Hal tersebut juga terlihat dari jawaban responden terutama pada indikator ketiga yaitu Reliabilitas (potensi atau keandalan yang dimiliki perusahaan). Adanya komitmen mengenai waktu dan kualitas tenaga kesehatan sudah cukup mumpuni sehingga masyarakat merasa bahwa adanya potensi besar dari rumah sakit Provita Jayapura kedepannya. Selain dari reliabilitas citra yang baik juga harus disertai dengan reputasi. Dalam membentuk reputasi yang baik membutuhkan waktu dan proses yang lama dan membutuhkan upaya yang serius dari pihak rumah sakit. Apabila reputasi sudah tercipta di antara pelanggan dan perusahaan akan terbentuk loyalitas pengguna. Reputasi rumah sakit diyakini berperan dalam pembentukan persepsi pengguna terhadap rumah sakit. Reputasi sendiri terbentuk karena adanya kredibilitas. Kredibilitas merupakan sumberdaya manusia dan juga fasilitas yang dapat menunjukkan kualitas rumah sakit. Rumah sakit Provita Jayapura harus menunjukkan bahwa telah memiliki tenaga kesehatan yang mumpuni dan juga fasilitas yang memadai kepada masyarakat (Abigael & Ernawaty, 2020).

Kredibilitas atau kualitas rumah sakit tersebut tentunya dapat menimbulkan *trustworthines* atau kepercayaan pasien dan masyarakat akan kualitas yang dimiliki oleh rumah sakit Provita Jayapura. Dengan adanya kepercayaan tersebut bukan berarti rumah sakit Provita Jayapura dapat berbangga namun rumah sakit Provita Jayapura harus menunjukkan rasa tanggungjawab atas reputasi maupun kepercayaan yang diberikan oleh pasien. Tanggungjawab (*responsibility*) harus ditunjukkan oleh rumah sakit Provita Jayapura atas citra yang sudah terbentuk sehingga baik secara persepsi maupun kondisi yang ada atau pelayanan yang diterima oleh pasien sesuai dengan citra rumah sakit Provita Jayapura yang telah tercipta (Khainuddin et al., 2019). Artinya bahwa citra rumah sakit Provita Jayapura bukan hanya sekedar persepsi semata namun dapat dibuktikan secara nyata.

Citra tersebut yang membentuk kepercayaan masyarakat untuk berobat di rumah sakit ini, mulai dari fasilitas kesehatan yang memadai hingga ketersediaan tenaga kesehatan yang kompeten, dengan adanya citra yang baik di masyarakat, maka membuat pasien loyal terhadap rumah sakit ini dan ada rasa kebanggaan tersendiri atas citra tersebut yakni, pasien merasa bangga saat mendapatkan perawatan di rumah sakit Provita karena rumah sakit ini memiliki citra yang baik di masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfia & Dwiridotjahjono, 2023; Binendra & Prayoga, 2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra dengan loyalitas. Sehingga citra dapat meningkatkan loyalitas. Sedangkan hasil berbeda diperoleh (Indraswari & Susanti, 2023; Prastiwi & Rivai, 2022; Winata et al., 2022) yang menyatakan bahwa citra tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan secara langsung berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit mampu menjadikan pasien loyal atau setia menjadikan rumah sakit Provita sebagai rumah sakit rujukan utama yang dituju ketika mengalami masalah kesehatan. Hal ini tentu saja didukung oleh pelayanan prima dalam bentuk respon cepat saat menangani pasien yang diberikan tenaga kesehatan yang kompeten di rumah sakit ini, tentu saja kesadaran akan pentingnya keselamatan pasien menjadi fokus utama (pasien center) dalam pelayanan yang diberikan di rumah sakit Provita (Hadi, 2016).

Kualitas pelayanan yang diberikan tersebut sejalan dengan teori manajemen sumber daya manusia, kesinambungan atau keberlanjutan perusahaan jasa tidak lepas dari loyalitas yang diberikan oleh konsumen atau pengguna jasa dalam hal ini pasien. Maka untuk menumbuhkan loyalitas tersebut dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik dari setiap tenaga kesehatan maupun fasilitas pendukung

lainnya. Sebab kualitas pelayanan diukur bukan hanya dari kualitas tenaga kesehatan namun juga bukti fisik seperti alat-alat medis yang digunakan (Busro, 2018). Rumah sakit Provita Jayapura telah menyediakan alat-alat kesehatan atau fasilitas pendukung yang cukup baik. Selain itu adanya jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Juga terdapat jaminan mengenai pengetahuan baik dari tenaga kesehatan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pasien.

Hal tersebut tentunya didukung dengan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan dimana nilai persetujuan tertinggi terdapat pada indikator keempat yaitu empati (perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi). Sikap empati merupakan perhatian yang ditunjukkan oleh setiap tenaga kesehatan kepada pasien melalui tindakan nyata yang dilakukannya. Sikap empati dengan memahami setiap kebutuhan pasien inilah yang membuat pasien merasa telah menerima pelayanan yang baik dari rumah sakit Provita Jayapura. Selain dari sikap empati yang ditunjukkan oleh tenaga kesehatan, juga didukung dengan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Artinya para tenaga kesehatan rumah sakit Provita Jayapura memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pasien. Dalam memberikan layanan tentunya juga harus memiliki sikap tanggap yaitu keinginan tenaga kesehatan untuk membantu para pasien dan memberikan layanan dengan tanggap dan segera.

Pasien merasakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit Provita secara langsung saat berobat jalan maupun pada saat pasien menjalani perawatan di kamar perawatan setelah menjalani tindakan di kamar operasi didukung dengan tersedianya peralatan kesehatan yang memadai dan hal ini terbukti dalam survei KARS tahun 2022 lalu bahwa rumah sakit Provita mendapatkan predikat paripurna bintang lima. Kualitas yang ada di rumah sakit inilah yang menjadikan pasien loyal terhadap rumah sakit ini. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maharani et al., 2023; Monica & Marlius, 2023; Surachman & Agustina, 2023) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas. Sehingga kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas. Sedangkan hasil berbeda diperoleh (Winata et al., 2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien secara langsung berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien artinya kepuasan atau perasaan nyaman yang dirasakan oleh pasien membuat pasien menjadi loyal terhadap rumah sakit. Kepuasan yang dirasakan pasien membuat pasien tidak ragu untuk kembali mendapatkan pelayanan di rumah sakit Provita Jayapura jika dikemudian hari membutuhkan pelayanan kesehatan karena telah merasakan sendiri kepuasan atas hasil yang diharapkan, dalam hal ini pasien mendapatkan kembali kesehatan yang menjadi tujuan utama pasien berobat, yakni untuk dapat kembali pulih seperti sedia kala, disinilah terbentuk loyalitas pasien terhadap rumah sakit Provita Jayapura.

Hal tersebut sejalan dengan teori manajemen sumber daya manusia, dimana dengan adanya sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang kesehatan yang dimiliki oleh rumah sakit Provita Jayapura membuat timbulnya kepercayaan dari pasien dan sehingga pasien merasa mendapatkan jaminan kesehatan jika berobat atau menjalani perawatan kesehatan pada rumah sakit Provita Jayapura. Penjelasan serupa juga terdapat dalam teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menjelaskan bahwa keyakinan dapat mempengaruhi sikap dan norma sosial yang mana akan merubah bentuk keinginan berperilaku baik dipandu ataupun terjadi begitu saja dalam sebuah perilaku individu (Rahayu, 2022).

Artinya bahwa dengan adanya pasien telah memiliki keyakinan akan rumah sakit Provita Jayapura sehingga membuat perasaan dan sikap yang dimiliki oleh pasien menjadi lebih baik. Hal tersebut juga tergambar melalui respon dari pasien terhadap kuesioner yang telah disebarkan dimana nilai persetujuan tertinggi terdapat pada indikator ketiga yaitu mengenai kepuasan terhadap proses

layanan kesehatan, termasuk hubungan antar manusia. Hubungan antara manusia yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bentuk perhatian dan kepedulian yang ditunjukkan oleh tenaga kesehatan rumah sakit Provita Jayapura. Ketulusan setiap tenaga kesehatan yang dimiliki oleh rumah sakit Provita Jayapura dalam melakukan pelayanan kepada pasien membuat pasien merasa mendapatkan perhatian dan kepedulian yang tinggi sehingga akan timbul perasaan untuk setia atau loyal kepada rumah sakit Provita Jayapura.

Selain itu ketersediaan layanan kesehatan pada waktu dan kondisi yang tepat juga salah satu hal yang meningkatkan kepuasan pasien. Ketepatan waktu tersebut didukung dengan adanya jaminan berupa kemampuan dan kompetensi tenaga kesehatan yang mumpuni dari rumah sakit Provita Jayapura. Tingkat pengetahuan, kompetensi dan kesopanan staf juga turut serta meningkatkan perasaan nyaman pasien ketika menjalani perawatan dan pengobatan. Bukan hanya tingkat pengetahuan, kompetensi dan kesopanan staf namun rumah sakit Provita Jayapura juga telah memiliki fasilitas kesehatan yang dapat menunjang kegiatan operasional rumah sakit secara profesional. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Binendra & Prayoga, 2022; Maharani et al., 2023; Putri & Pradiani, 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pasien dengan loyalitas. Sehingga dengan adanya kepuasan yang dimiliki oleh pasien akan membuat dirinya menjadi loyal atau dengan kata lain dapat meningkatkan loyalitas pasien. Namun hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil kajian yang dilakukan (Arianto & Nirwana, 2021) menyatakan sebaliknya yaitu bahwa kepuasan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas.

Pengaruh Citra Terhadap Kepuasan Pasien

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra secara langsung tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien artinya citra yang dimiliki rumah sakit belum mampu menjadikan pasien merasa puas berobat pada rumah sakit Provita Jayapura sebagai rumah sakit rujukan utama yang akan dituju ketika mengalami permasalahan kesehatan. Hal tersebut sejalan dengan adanya kerjasama yang terjalin antara rumah sakit Provita Jayapura dengan beberapa Asuransi dan perusahaan sehingga pasien yang menjalani perawatan di rumah sakit Provita Jayapura belum merasa puas karena citra yang dimiliki rumah sakit ini, akan tetapi disebabkan atau didorong oleh adanya MoU atau kontrak yang telah disepakati sehingga pasien harus berobat di rumah sakit Provita Jayapura.

Selain itu rumah sakit Provita Jayapura yang merupakan rumah sakit rujukan, memiliki fasilitas yang memadai dalam hal peralatan kesehatan oleh sebab itu, pasien yang menjalani pengobatan maupun perawatan di rumah sakit ini bukan berdasarkan citra yang dimiliki, akan tetapi karena pasien dirujuk ke rumah sakit ini dikarenakan di rumah sakit lain yang merujuk tersebut tidak memiliki peralatan kesehatan selengkap peralatan dan tenaga medis yang dimiliki rumah sakit Provita Jayapura. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, maka dapat dilihat bahwa nilai ketersetujuan terendah adalah pada indikator pertama citra yaitu *Reputation* (reputasi yang dimiliki perusahaan). Artinya bahwa rumah sakit Provita Jayapura perlu meningkatkan publikasi terkait dengan keberhasilan-keberhasilan rumah sakit Provita Jayapura dalam menangani pasien sehingga citra yang dimiliki oleh rumah sakit Provita Jayapura dapat mengalami peningkatan dan pengakuan dari masyarakat kota Jayapura.

Dalam membangun kepuasan pasien bukan hanya dilihat melalui pelayanan yang diberikan, namun juga citra yang perlu untuk dikembangkan. Sebuah perusahaan perlu dikenal untuk dapat menarik minat dari konsumen. Maka rumah sakit Provita Jayapura perlu untuk terus membangun reputasinya sehingga kerjasama-kerjasama yang dilakukan dengan beberapa asuransi maupun jaminan kesehatan lainnya dapat terus terjalin dengan baik. Padahal kredibilitas atau kualitas rumah sakit tersebut tentunya dapat menimbulkan *trustworthines* atau kepercayaan pasien dan masyarakat akan kualitas yang dimiliki oleh rumah sakit Provita Jayapura. Selain itu tanggungjawab (*responsibility*) telah diberikan oleh rumah sakit Provita Jayapura atas citra yang sudah terbentuk sehingga baik secara

persepsi maupun kondisi yang ada atau pelayanan yang diterima oleh pasien sesuai dengan citra rumah sakit Provita Jayapura yang telah tercipta. Artinya bahwa citra rumah sakit Provita Jayapura bukan hanya persepsi semata namun dapat dibuktikan secara nyata.

Hal ini berkaitan dengan teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menjelaskan bahwa keyakinan dapat mempengaruhi sikap dan norma sosial yang mana akan merubah bentuk keinginan berperilaku, baik dipandu ataupun terjadi begitu saja dalam sebuah perilaku individu. Maka rumah sakit Provita Jayapura harus terus berupaya membangun kepercayaan melalui peningkatan atau pembangunan reputasi ditengah masyarakat kota Jayapura. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prastiwi & Rivai, 2022) yang menyatakan bahwa citra tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien atau dengan kata lain citra belum mampu meningkatkan kepuasan yang dimiliki oleh pasien. Namun hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil kajian (Putri & TJ, 2022) yang menyatakan sebaliknya yaitu bahwa citra berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit telah mampu membuat pasien lebih yakin dan merasa aman ketika menjadikan rumah sakit Provita Jayapura sebagai utama yang akan dituju ketika mengalami masalah kesehatan. Hal tersebut dapat dilihat dari mudahnya akses yang diberikan oleh rumah sakit Provita Jayapura bagi pasien dalam melakukan pendaftaran, pelayanan yang dilakukan oleh tenaga kesehatan yang ramah dan profesional sehingga menjadikan perasaan pasien lebih tenang karena adanya fasilitas dan sistem pada rumah sakit yang telah terkoordinasi dengan sangat baik.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner mengenai kualitas pelayanan dimana nilai ketersetujuan tertinggi terdapat pada indikator empati lalu bukti fisik pada urutan kedua tertinggi. Artinya bahwa adanya sikap empati yang diberikan oleh setiap tenaga kesehatan terkait dengan masalah dan keluhan dari pasien dan didukung dengan fasilitas fisik, perlengkapan, kompetensi tenaga kesehatan dan sarana kesehatan yang dimiliki rumah sakit Provita Jayapura telah cukup memadai telah dapat menimbulkan kepuasan pada pasien. Hal tersebut juga sejalan dengan teori manajemen sumber daya manusia, dimana menurut teori ini bahwa ketika suatu perusahaan jasa dalam hal ini jasa layanan kesehatan mampu mengelola sumber daya manusia yang dimiliki maka secara langsung akan berdampak pada timbulnya rasa senang dan nyaman atau kepuasan yang dimiliki oleh setiap konsumen dalam hal ini yaitu pasien yang mendapatkan atau menjalani perawatan pada rumah sakit Provita Jayapura.

Pasien yang telah merasakan pelayanan yang diberikan serta fasilitas pendukung yang dapat dikatakan cukup lengkap serta adanya tenaga kesehatan yang kompeten dimiliki oleh rumah sakit Provita Jayapura membuat pasien merasa bahwa mendapatkan jaminan kesembuhan atas sakit yang sedang dideritanya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien atau dengan kata lain kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan yang dimiliki oleh pasien. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan (Prastiwi & Rivai, 2022) yang menyatakan sebaliknya yaitu bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan.

Pengaruh Citra Terhadap Loyalitas di Mediasi Kepuasan Pasien

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien belum mampu memediasi citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien, hal ini disebabkan karena loyalitas pasien terbentuk berdasarkan kualitas layanan yang diberikan rumah sakit Provita Jayapura dan telah dirasakan sendiri secara langsung oleh pasien dan bukan berdasarkan citra yang dimiliki rumah sakit. Walaupun secara langsung citra dapat mempengaruhi loyalitas pasien namun belum mampu mempengaruhi kepuasan pasien artinya rumah sakit Provita Jayapura dituntut untuk terus mengembangkan citra yang dimiliki melalui potensi atau keandalan yang dimiliki oleh rumah sakit itu sendiri melalui publikasi layanan kesehatan maupun

prestasi rumah sakit sehingga masyarakat secara khusus yang ada di kota Jayapura melihat atau memandang rumah sakit secara baik.

Dalam hal ini baik masyarakat yang sudah pernah menjalani perawatan di rumah sakit Provita Jayapura maupun yang belum pernah menjalani perawatan di rumah sakit Provita Jayapura. Sehingga kepuasan bukan hanya dilihat atau diukur melalui kualitas pelayanan namun dapat dibangun melalui publikasi kinerja rumah sakit atau tenaga kesehatan dan fasilitas yang dimilikinya. Mengingat saat ini pembangunan citra sangat diperlukan oleh rumah sakit untuk menghadapi tantangan maupun pesaing dimasa yang akan datang. Belum efektifnya penyebaran informasi hubungan masyarakat (*Humas/Public Relation*) dalam menyampaikan informasi terkait sistem pelayanan dan fasilitas yang dimiliki oleh rumah sakit Provita Jayapura membuat citra rumah sakit Provita Jayapura belum sepenuhnya terbentuk di masyarakat kota Jayapura (Laksamana, 2018). Hal ini dapat menjadi evaluasi bagi pihak manajemen rumah sakit Provita Jayapura terutama terkait dengan publikasi yang menunjukkan mengenai perawatan dan keandalan yang dimiliki oleh rumah sakit Provita Jayapura.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nisa & Sukei, 2022) yang menyatakan bahwa kepuasan tidak dapat memediasi pengaruh citra terhadap loyalitas. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Putri & TJ, 2022) yang menyatakan sebaliknya yaitu bahwa kepuasan dapat memediasi pengaruh citra terhadap loyalitas.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Kepuasan Pasien

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien mampu memediasi kualitas pelayanan rumah sakit terhadap loyalitas pasien, hal ini disebabkan karena loyalitas pasien terbentuk secara linear dari kualitas pelayanan baik dan memuaskan yang diberikan rumah sakit Provita Jayapura dan telah dirasakan sendiri secara langsung oleh pasien. Dikatakan kepuasan dapat memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas pasien karena jelas pasien menjadi loyal terhadap rumah sakit dikarenakan rasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit.

Berdasarkan teori manajemen sumber daya manusia, loyalitas pasien adalah mengenai kesinambungan atau keberlanjutan rumah sakit Provita Jayapura tidak lepas dari loyalitas yang diberikan oleh pasien atau pengguna jasa. Maka untuk menumbuhkan loyalitas tersebut dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik, selain itu dengan adanya kualitas pelayanan yang optimal diberikan oleh rumah sakit Provita Jayapura tentunya akan memberikan rasa kepuasan bagi pasien yang menjalani perawatan. Dengan baiknya pelayanan akan menimbulkan kepuasan bagi pasien dan berdampak pada tumbuhnya loyalitas pasien sebagai pengguna jasa. Hal tersebut tentunya didukung dengan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan dimana nilai ketersetujuan tertinggi terdapat pada indikator keempat variabel kualitas pelayanan yaitu empati (perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi). Sikap empati merupakan perhatian yang ditunjukan oleh setiap tenaga kesehatan kepada pasien melalui tindakan nyata yang dilakukannya. Sikap empati dengan memahami setiap kebutuhan pasien inilah yang membuat pasien merasa telah menerima pelayanan yang baik dari rumah sakit Provita Jayapura.

Sejalan dengan itu pada variabel kepuasan terutama indikator mengenai kepuasan terhadap proses layanan kesehatan, termasuk hubungan antar manusia memperoleh nilai ketersetujuan tertinggi. Berdasarkan kedua hal tersebut maka kualitas pelayanan yang diberikan melalui empati tenaga kesehatan terhadap pasien merupakan proses layanan kesehatan dalam bentuk hubungan antar manusia yang terus dijaga oleh setiap tenaga kesehatan rumah sakit Provita Jayapura sehingga dapat menimbulkan sikap loyal pada pasien terhadap rumah sakit Provita Jayapura. Setiap pasien tentunya membutuhkan layanan kesehatan dan fasilitas kesehatan seperti obat-obatan dan perawatan medis, namun lebih dari itu seseorang yang mengalami gangguan kesehatan juga membutuhkan perhatian dari orang lain. Sikap empati dan hubungan antar manusia yang ditunjukan oleh tenaga kesehatan rumah sakit Provita Jayapura membuat pasien merasa lebih nyaman dan tenang ketika menjalani perawatan,

sehingga walaupun proses pengobatan maupun perawatan telah selesai dilakukan namun pasien masih akan terus mengingat sikap tulus yang diberikan oleh setiap tenaga kesehatan pada rumah sakit Provita Jayapura.

Hal tersebut juga terlihat dari jawaban pasien dalam variabel loyalitas pasien dimana salah satu indikator dengan nilai ketersetujuan tertinggi yaitu *emotion commitment* atau merupakan janji psikologi pasien terhadap jasa layanan. Artinya pasien merasa bahwa hubungan antar manusia dalam hal ini kepedulian dan ketulusan yang telah ditunjukkan oleh tenaga kesehatan rumah sakit Provita Jayapura membuatnya merasa memiliki janji psikologis terhadap rumah sakit Provita Jayapura. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Oentara & Bernarto, 2022) yang menyatakan bahwa kepuasan dapat menjadi mediasi yang baik antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien. Sedangkan hasil berbeda dengan temuan penelitian (Putri & TJ, 2022) yang menyatakan sebaliknya yakni bahwa kepuasan dapat menjadi mediasi yang baik antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien

CONCLUSION

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan maka dibuatlah kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukan secara langsung citra berpengaruh secara terhadap loyalitas pasien pada rumah sakit Provita Jayapura.
2. Hasil penelitian menunjukan secara langsung kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada rumah sakit Provita Jayapura.
3. Hasil penelitian menunjukan secara langsung kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada rumah sakit Provita Jayapura.
4. Hasil penelitian menunjukan secara langsung citra tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien pada rumah sakit Provita Jayapura.
5. Hasil penelitian menunjukan secara langsung kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada rumah sakit Provita Jayapura.
6. Hasil penelitian menunjukan secara tidak langsung atau mediasi citra tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien pada rumah sakit Provita Jayapura.
7. Hasil penelitian menunjukan secara tidak langsung atau mediasi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien pada rumah sakit Provita Jayapura.

Berdasarkan dari kajian hasil penelitian maka penulis bermaksud memberikan saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi secara teoritis maupun secara praktis. Pernyataan sarabn dalam kajian ini lebih terfokus pada beberapa hasil yang tidak mendukung pernyataan hipotesis kajian ini antara lain;

1. Pihak rumah sakit sebaiknya membuat tagline yang menunjukan adanya ketersediaan layanan rumah sakit Provita Jayapura kepada pasien. Tagline dimaksud dapat berbentuk baliho, banner atau running teks maupun dapat ditampilkan pada web rumah sakit Provita Jayapura. Hal ini dilakuakn dengan tujuan agar pasien mamiliki pengetahuan bahwa ada layanan-layanan yang telah disediakan oleh pihak rumah sakit rumah sakit Provita Jayapura dan dapat dimanfaatkan oleh pasien. Diharapkan dengan adanya kebijakan ini maka ekspetasi pasien dapat terpenuhi yang selanjutnya akan membentuk tingkat kepuasan pasien secara labih baik.
2. Pihak rumah sakit dalam upaya untuk mempertahankan tingkat loyalitas pasien melalui citra pelayanan maka perlu untuk menempuh beberapa kebijakan. Kebijakan tersebut antara lain kebijakan terkait pengadaan tagline diatas harusnya dapat dipertanggung jawabkan. Artinya bahwa layanan yang tersedia harus dijalankan dengan dengan baik berdasarkan SOP yang tersedia. Selanjutnya pihak rumah sakit Provita Jayapura perlu untuk membangun ikatan emosial dengan pasien melalui layanan yang prima kepada pasien, menyediakan sarana seperti kotak saran dan melakukan survey kepuasan pasien sehingga tercipta hubungan komunikasi antara pihak rumah sakit dan pasien dan melakukan evaluasi pelayanan kepada pasien dengan memperhatikan dan

mempertimbangan respons/saran yang bersumber dari kokat saran dan hasil survey tersebut. Hasil evaluasi dimaksud selanjutnya di rumuskan menjadi program perbaikan layanan yang akan dilaksanakan di periode selanjutnya.

REFERENCES

- Aaker, D. (2014). *Aaker on branding: 20 principles that drive success*. Morgan James Publishing.
- Abigael, N. F., & Ernawaty, E. (2020). Literature Review: Pengukuran Kesiapan Tenaga Kesehatan dalam Menerima Telehealth atau Telemedicine antara Negara Maju dan Negara Berkembang. *Jurnal Kesehatan*, 11(2), 302-310.
- Ahri, R. A., Puspitasari, A. W., Haeruddin, H., Yuliati, Y., Hardi, I., Yusuf, R. A., & Amelia, A. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Kembali Pasien Rawat Inap Melalui Kepuasan Sebagai Mediasi Di Rumah Sakit Umum Sisaldjufrie Palu. *Jurnal Ekonomika*, 7(1), 171-184.
- Alfia, N., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(1), 32-44.
- Agustinus Numberi, Victor Pattiasina, Eduard Yohannis Tamaela, (2020). The Increased Satisfaction of Customer Loyalty: An Impact of Variety Seeking Moderation, *International Journal of Advance and Tecnology*, 29(5s), 1717-1723, <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/8323>
- Arianto, N., & Nirwana, Y. K. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 179-192.
- Binendra, O. V., & Prayoga, D. (2022). Pengaruh Citra dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap pada Rumah Sakit: Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 5(10), 1199-1205.
- Busro, M. (2018). *Teori-teori manajemen sumber daya manusia*. Prenada Media.
- Chandra, E., Revida, E., Fuadi, F., Simarmata, H. M., Silitonga, H. P., Butarbutar, M., Munsarif, M., Sinaga, O. S., Sisca, S., & Purba, S. (2022). Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia.
- Eduard Yohannis Tamaela Said Perintah & Herman Surijadi, (2018). The Burnout Antecedent Model Extension and its Consequences to the Lecturer's Job Satisfaction Level in private Colleges, Ambon; a Case Study for the Structural Position's Holder, *Scientific Research Journal (SCIRJ)*, VI(III), 36-60, <http://www.scirj.org/papers-0318/scirj-P0318513.pdf>
- Eftitah, E., Martini, N. N. P., Susbiyani, A., & Herlambang, T. (2023). Pengaruh Kepuasan Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pasien. *RELASI: JURNAL EKONOMI*, 19(1), 69-88.
- Evandinnartha, A. N., & Hidayat, M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien BPJS terhadap Loyalitas Pasien: Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 6(6), 1025-1032.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan Program Smart PLS 3.0. *Universitas Diponegoro. Semarang*.
- Hadi, I. (2016). *Buku Ajar Manajemen Keselamatan Pasien*. Deepublish.
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253-274.
- Hale, J. L., Householder, B. J., & Greene, K. L. (2002). The theory of reasoned action. *The persuasion handbook: Developments in theory and practice*, 14(2002), 259-286.
- Indraswari, N. R., & Susanti, E. D. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Burger King Selama Pandemi Covid-19. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(2), 650-666.
- Joko Rizkie Widokarti, Eduard Yohannis Tamaela, Milcha Handayani Tammubua, (2023) Analisis Peran Kepuasan Kerja dan Budaya Kerja Terhadap Kinerja Pegawai, *Journal of Economics Review (JOER)*, 3(1), 1 – 9, <https://www.jurnal.ppsuniyap.ac.id/index.php/joer/article/view/41/22>

- Khainuddin, K., Kusmanto, H., & Isnaini, I. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Rawat Inap Pada Badan Layanan Umum Rumah Sakit Umum Daerah Kota Subulussalam. *Strukturasi: Jurnal Ilmiah Magister Administrasi Publik*, 1(1), 22-31.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson London.
- Laksamana, A. (2018). *Public Relations in the Age of Disruption: 17 Pengakuan Professional PR & Kunci Sukses Membangun Karier pada Era Disrupsi*. Bentang B first.
- Lucas, R. E., Diener, E., & Suh, E. (1996). Discriminant validity of well-being measures. *Journal of personality and social psychology*, 71(3), 616.
- Maharani, P. H., Dewi, L. K. C., & Martini, L. K. B. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Mediasi Di Masa Pandemi Covid Di RSK Bedah Bimc, Kuta. *RELASI: JURNAL EKONOMI*, 19(1), 134-145.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53-62.
- Nisa, D. M. K., & Sukesu, T. W. (2022). Hubungan Antara Kesehatan Lingkungan dengan Kejadian Stunting di Wilayah Puskesmas Kalasan Kabupaten Sleman. *Jurnal Kesehatan Lingkungan Indonesia*, 21(2), 219-224.
- Oentara, S., & Bernarto, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien dengan Kepuasan Pasien sebagai Mediasi di WellClinic Gading Serpong [The Effect of Service Quality on Patient Loyalty Mediated by Patient Satisfaction in WellClinic Gading Serpong]. *Indonesian Marketing Journal*, 2(1), 1-14.
- Oktoriani, E. N. (2023). Pengaruh Citra Rumah Sakit, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien BPJS Rawat Inap. *Jurnal Manajemen Informasi Kesehatan Indonesia*, 11(1).
- Pattiasina, V. (2011). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Pelayanan Dengan Budaya Kerja dan Penerapan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Rumah Sakit di Kota Ambon)* Universitas Brawijaya].
- Pinem, G. Z. D. (2021). *Analisis Kepuasan Pasien BPJS Dalam Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Laras Kabupaten Simalungun* Universitas Islam Negeri Sumatera Utara].
- Prastiwi, E. S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 244-256.
- Putra, H. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Rajawali Citra 2022. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 7(2), 183-190.
- Putri, R. D., & TJ, H. W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Dimediasi Oleh Kepuasan Pasien.
- Putri, T., & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan Sebagai Intervening Di Klinik Fast Medika Center. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 1-17.
- Rahayu, S. W. A. (2022). *Pengaruh Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover Di Kota Magelang (Studi Analisis Pada Pembelian Kosmetik Makeover di Kota Magelang)* Universitas Muhammadiyah Magelang].
- Ramayah, T., Cheah, J., Chuah, F., Ting, H., & Memon, M. A. (2018). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using smartPLS 3.0. *An updated guide and practical guide to statistical analysis*.
- Richard J. Varey dan Barbara R. Lewis, (1999). a Broadened Conception of Internal Marketing. *European Journal of Marketing*, 33 (9/10), 926-944. https://www.researchgate.net/publication/230555229_A_Broadened_Conception_of_Internal_Marketing
- Risnawati, H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan PT Strait Liner Express Di Jakarta. *Cakrawala Ekonomi dan Keuangan*, 30(1), 100-117.
- Rossiter, J. R. (2014). 'Branding'explained: Defining and measuring brand awareness and brand attitude. *Journal of Brand Management*, 21, 533-540.
- Rumondang, A., Sudirman, A., & Sitorus, S. (2020). Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen. In:

Yayasan Kita Menulis.

Sugiono, P. (2009). Metodologi penelitian kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.

Sukei, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan pada Loyalitas Pasien dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(1), 9-21.

Surachman, S. S., & Agustina, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Di RSIA Kartini Padalarang. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 421-429.

Tjiptono, F. (2009). Strategi Pemasaran Jasa. *CV. Andi: Yogyakarta*.

Wartiningsih, M., & Setyawan, F. E. B. (2023). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Kristen Mojowarno. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS. Dr. Soetomo*, 9(1), 196-208.

Victorio Fernando Nahuway dan Eduard Yohannis Tamaela, (2020) Model Efektifitas dan Efisiensi E-Procurement serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Pengguna di Provinsi Maluku, *Maneksi*, 9(1), 275-282, <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/327>

Winata, H., Wahyoedi, S., & Gunardi, W. D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pasien yang Dimediasi oleh Citra Rumah Sakit dan Kepuasan Pasien (Studi pada Pasien Rawat Inap RS Ukrida Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSII)*, 6(2), 120-127.