

# Dampak Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien RSUD Blambangan Banyuwangi

Iin Umi Ambarwati ,Nurul Qomariah\*, Abadi Sanosra

Universitas Muhammadiyah Jember

\*Email: [nurulqomariah@unmuhjember.ac.id](mailto:nurulqomariah@unmuhjember.ac.id)

## ABSTRAK

Pandemi Covid 19 telah membuat industry rumah sakit untuk meningkatkan kualitas layanan agar dapat memberikan layanan yang prima. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien RSUD Blambangan Banyuwangi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pasien RSUD yang terdiri dari pasien rawat inap dan rawat jalan yang berjumlah 9002 pasien. Sampel penelitian menggunakan rumus Slovin dengan standart error 5% dengan jumlah sampel sebanyak 383 pasien sebagai responden. Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk menguji kuisioner agar dapat digunakan dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis menggunakan Varianced-based SEM atau Partial Least Square (PLS) dengan program Warp PLS 6.0. Temuan dalam penelitian ini adalah bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pasien RSUD Blambangan Banyuwangi.

Kata Kunci: kualitas layanan; kepercayaan; kepuasan; RSUD.

## INTRODUCTION

Berkembangnya varian virus COVID-19 menjadi varian Alpha, Beta dan Delta membuat semakin banyaknya masyarakat yang terpapar virus tersebut. Pada kasus virus corona yang terjadi pada saat ini, di Indonesia tercatat mengalami peningkatan baik dari jumlah kasus, sembuh maupun yang meninggal dunia. Lonjakan infeksi mengantarkan Indonesia menduduki peringkat satu, negara dengan kasus COVID-19 tertinggi di dunia pada periode bulan Juli 2021, berdasarkan data dari Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Jumlah kumulatif kematian COVID-19 mencapai 32.061 kasus, jumlah itu empat kali lipat lebih banyak dibandingkan pada bulan Juni 2021 dengan total 7.913 kasus kematian. Varian Delta menyumbang kasus terbanyak disertai dengan penularan virus yang sangat cepat. Varian ini lebih berbahaya daripada virus yang sebelumnya kita hadapi selama pandemi.

Dengan semakin meningkatnya jumlah masyarakat yang terpapar Covid 19, maka dibutuhkan fasilitas-fasilitas kesehatan untuk menangani masyarakat yang terpapar virus tersebut. Fasilitas Kesehatan (Faskes) adalah segala sarana dan prasarana alat atau tempat yang dapat menunjang kesehatan atau yang dapat digunakan untuk menyelenggarakan pelayanan kesehatan baik promotive, preventif, maupun kuratif. Fasilitas kesehatan yang digunakan untuk menangani masalah kesehatan masyarakat ini dapat berupa Rumah Sakit, Puskesmas dan Klinik Pratama. Jumlah fasilitas kesehatan yang ada saat ini sudah semakin bertambah seiring dengan bertambah kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan. Perkembangan jumlah fasilitas kesehatan disajikan pada Table. 1.

**Table 1. Number of Hospitals, Health Centers and Primary Clinics in Indonesia**

Year	Hospital	Public Health Center	Primary Clinic
2018	2.813	9.993	5.415
2019	2.877	10.134	7.917
2020	2.985	10.205	10.238

Source: Directorate General of Health Services, Ministry of Health, Republic of Indonesia, 2020

Pada Tabel 1. terlihat bahwa jumlah fasilitas kesehatan untuk pelayanan kesehatan masyarakat semakin meningkat selama tiga tahun terakhir. Hal menunjukkan bahwa persaingan untuk mendapatkan pasien/pelanggan juga semakin meningkat. Tingkat persaingan yang semakin ketat menunjukkan adanya daya saing agar dapat memenangkan persaingan yang ada.

Salah satu dari fasilitas kesehatan yang perlu mendapatkan perhatian adalah rumah sakit. Pengelolaan rumah sakit pada masa lalu dipandang sebagai usaha sosial, tetapi di masa sekarang pengelolaan yang berbasis ekonomi dan manajemen sangat penting artinya untuk menghadapi berbagai situasi persaingan global, mengantisipasi cepatnya perubahan lingkungan, dan menjaga kelangsungan usaha rumah sakit itu sendiri. Persaingan global dan perubahan lingkungan mulai nampak pada pengelolaan rumah sakit swasta multinasional yang terdapat di kota-kota besar.

Peta bisnis dan ekspansi rumah sakit akan semakin kompleks terutama di era pandemi COVID-19 ini. Dengan meningkatnya persaingan yang semakin terbuka maka dituntut agar terus meningkatkan kinerjanya berupa pelayanan yang berkualitas sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas

pasien/pelanggan. Rumah sakit tidak hanya sekedar menampung orang sakit saja melainkan harus lebih memperhatikan aspek kepuasan bagi para pemakai jasanya, yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Kabupaten Banyuwangi juga mempunyai banyak fasilitas kesehatan yang saling berpacu dan bersaing untuk meningkatkan kualitas pelayanannya kepada masyarakat sebagai pengguna jasa. Dengan semakin meningkatnya jumlah fasilitas kesehatan secara tidak langsung memicu bertambahnya persaingan.. Jumlah fasilitas kesehatan yang ada di Kabupaten Banyuwangi disajikan pada Table 2.

**Table 2. Number of Health Facilities in Banyuwangi Regency**

Hospital	Public Health Center	Primary Clinic
13	45	55

Source: Banyuwangi District Health Office, 2021

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Blambangan adalah salah satu fasilitas kesehatan di Kabupaten Banyuwangi yang merupakan rumah sakit milik pemerintah daerah, yang sangat berperan dalam melayani masyarakat terutama dalam menangani kasus pandemi COVID-19. Persaingan semakin terbuka antar rumah sakit milik pemerintah daerah maupun milik swasta. Adanya persaingan yang semakin ketat ini, maka di tuntut kepada pihak rumah sakit agar terus berupaya untuk meningkatkan kinerjanya berupa pelayanan yang berkualitas agar kepuasan dan loyalitas pasien / pelanggan juga akan mengalami peningkatan. Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien pada RSUD Blambangan Banyuwangi?. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien RSUD Blambangan Banyuwangi.

## LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESIS

### Hubungan Antara Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik akan sangat mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi salah satu permasalahan yang cukup banyak mendapat sorotan dari masyarakat. Kondisi masyarakat yang semakin kritis terhadap mutu pelayanan menjadi pendorong bagi fasilitas-fasilitas kesehatan untuk meningkatkan pelayanannya. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas layanan yang diperoleh. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan positif atau baik. Menurut (Buchari, 2007) kualitas dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan kualitas ideal. Jika kualitas pelayanan yang diberikan semakin tinggi, maka akan semakin tinggi pula loyalitas dari pelanggan. Menurut (Kotler & Keller, 2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Penyedia jasa wajib memberikan kualitas layanan yang dapat memberikan pelanggan merasa bahwa produk atau jasa yang dirasakan melebihi harapan dari pelanggan. Kondisi seperti ini yang dinamakan dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian konsumen akan merasa bahwa produk atau jasa yang telah dirasakan dapat memberikan kepuasan. Konsumen yang merasa puas mereka akan memberikan informasi yang baik akan produk atau jasa yang telah dirasakan. Menurut (Tjiptono, 2011), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya yang akan menghasilkan rasa puas atau sebaliknya. Kualitas layanan sangat berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Ini terbukti dari beberapa penelitian yang mengaitkan hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan.

(Saleem & Raja, 2014) menyatakan bahwa kualitas layanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada industry hotel di Pakistan. (Mutmainnah, 2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (Djanas, 2016) juga menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang juga membahas masalah kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan antara lain: (Ariska et al., 2020), (Nursaid et al., 2020a), (Muzammil et al., 2017), (Subagja & Susanto, 2019), (Atmanegara et al., 2019), (Saputra, 2013), (Qomariah, 2012), (Setyawati et al., 2018), (Ratnasari & Gumanti, 2019), (Nursaid et al., 2020b), (Verriana & Anshori, 2017), (Soliha et al., 2019), (Muharmi & Sari, 2019), (Hasniaty, 2015), (Purwati & Hamzah, 2019), (Subagiyo, 2015), (Sutrisno et al., 2017), (Qomariah, Budiastuti, et al., 2020), (Yulisetiarni & Prahasta, 2019), (A. Setiawan et al., 2019), (Mulyawan & Rinawati, 2016), (Parasuraman et al., 1985), (Qomariah, 2008), (Anggriana et al., 2017), (Yanuar et al., 2017), (Maskur et al., 2016), (Qomariah, Fahrurrozi, et al., 2020), (Nursaid et al., 2020b), (Gera et al., 2017), (Omar et al., 2016), (Amin & Nasharuddin, 2013), (Khoo et al.,

2017), (Shanka, 2012), (Shi et al., 2014), (Qin & Prybutok, 2009), (Caruana et al., 2000), (Aliman & Mohamad, 2016), (Kassim & Asiah Abdullah, 2010), (Caceres & Paparoidamis, 2007), (Qomariah et al., 2021). Berdasarkan teori tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta penelitian terdahulu yang sudah banyak dilakukan maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1: Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **Hubungan Kepercayaan Dengan Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Sumarwan, 2011), kepercayaan konsumen merupakan keyakinan, kepercayaan dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang suatu objek atau produk terkait berbagai atribut dan manfaatnya. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Sedangkan manfaat adalah hasil positif yang diberikan kepada konsumen. Kepercayaan merupakan faktor yang juga perlu mendapatkan perhatian. Kepercayaan yang telah ada dalam diri pelanggan akan dapat menimbulkan loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan untuk selalu berulang menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut. Beberapa teori tentang definisi kepercayaan antara lain menurut (Mowen & Minor, 2001) kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Itu tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi seperti kompetensi yang dirasakan perusahaan, integritas, kejujuran dan kebajikan (Kotler & Keller, 2016). Menurut (Ningsih, 2010), kepercayaan bisa diartikan sebagai keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Jika kepercayaan dari pelanggan telah terbentuk maka selanjutnya konsumen akan merasa tertarik terhadap produk atau jasa tersebut sehingga akan memberikan rasa puas. Kepuasan akan membentuk loyalitas dari pelanggan. Semua bisnis yang menyediakan layanan jasa sangat tergantung pada bagaimana membangun hubungan jangka panjang yang berfokus untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

(Usvela et al., 2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa brand image, kepercayaan, dan nilai pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (H. Setiawan et al., 2016) menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Koperasi Rejo Agung Sukses Semarang. (Arifin, 2011) kepercayaan, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Jepara Indah. (Mawey et al., 2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank SulutGo. (Guspul, 2014) menyatakan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah Kospin Layanan Cabang Wonosobo. (Zamry & Nayan, 2020) menyatakan bahwa terdapat penekanan pada efek positif dari kepercayaan dan kepuasan pelanggan. (Osman & Sentosa, 2013) menyatakan bahwa hubungan antara kepercayaan dan profitabilitas mungkin tinggal dalam pengaruh kepercayaan pada loyalitas pelanggan, dan kepercayaan itu memainkan fungsi penting dalam industri pariwisata pedesaan Malaysia. Berdasarkan teori tentang kepercayaan dan kepuasan pelanggan serta penelitian yang sudah dilakukan maka, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2: Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **RESEARCH METHOD**

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori yang merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau mungkin menolak teori atau hipotesis dari hasil penelitian yang sudah ada (Ghozali, 2016). Terdapat 2 (dua) macam variabel dalam penelitian ini yaitu: 1) variabel bebas yang terdiri dari kualitas layanan (X1) dan kepercayaan (X2); 2) variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan/pasien.

Indikator dari variabel kualitas layanan mengacu pada pendapat (Parasuraman et al., 1985) yang terdiri dari : reliabilitas, daya tanggap, empaty, assurance, dan tangible. Indikator kepercayaan mengacu pada pendapat (Mowen & Minor, 2012) yang terdiri dari : integritas, kebaikan, dan kompetensi. Indikator kepuasan pelanggan mengacu pada pendapat (Tjiptono & Candra, 2012) yang terdiri dari: produk layanan, promosi, lokasi, fasilitas dan suasana.

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien RSUD Blambangan yang terdiri dari pasien rawat inap dan pasien rawat jalan yang berjumlah 9002 orang sampai dengan Juli 2021. Penentuan sampel penelitian berdasarkan pada rumus Slovin dengan standar error sebesar 5% sehingga dihasilkan jumlah sampel sebanyak 383 responden.

Uji validitas data dan uji reliabilitas data dilakukan untuk menguji apakah alat ukur yang berupa kuisioner dapat digunakan sebagai alat ukur dengan melihat kriteria pengujiannya (Ferdinand, 2006). Analisis SEM-PLS digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang dikembangkan dalam penelitian ini.

### **RESULT AND DISCUSSION**

#### **Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 383 pasien, sebesar 56,4% atau sebanyak 216 merupakan

pasien perempuan. Sedangkan sisanya yaitu 43,6% atau sebanyak 167 orang merupakan pasien dengan jenis kelamin laki-laki. Berdasarkan usia dari pasien RSUD Blambangan Banyuwangi, diketahui bahwa responden didominasi oleh pasien dengan rentang usia 51-60 tahun. Setelahnya merupakan usia lebih dari 60 tahun. Berdasarkan pendidikan dari responden diketahui bahwa responden dengan pendidikan SD sebesar 20,4% atau sebanyak 78 pasien, responden dengan pendidikan SMP sebesar 21,4% atau sebanyak 82 pasien, responden dengan pendidikan SMA sebesar 25,8% atau sebanyak 99 pasien, dan responden dengan pendidikan sarjana sebesar 32,4% atau sebanyak 124 pasien.

### Hasil Uji Validitas dan Uji Relibilitas Data

Kriteria uji validasi menggunakan kriteria faktor loadings dengan nilai lebih dari 0,70 dan *average variance extracted* (AVE) dengan nilai melebihi 0,70. (Solihin & Ratmono, 2013). Hasil uji validitas dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 2. Berdasarkan Table 2., menunjukkan bahwa masing-masing nilai pada cross-loadings faktor telah mencapai nilai diatas 0,7 dengan nilai p di bawah 0,001. Dengan demikian kriteria uji validitas konvergen telah terpenuhi dalam penelitian ini.

**Table 2. Combined Loadings and Cross-Loadings**

	QLT	TRS	STF	Type (a)	SE	P value
X1.1	<b>0.793</b>	0.180	-0.369	Reflect	0.046	<0.001
X1.2	<b>0.779</b>	0.034	0.197	Reflect	0.046	<0.001
X1.3	<b>0.775</b>	-0.797	0.149	Reflect	0.046	<0.001
X1.4	<b>0.811</b>	0.018	0.443	Reflect	0.046	<0.001
X1.5	<b>0.754</b>	0.576	-0.444	Reflect	0.046	<0.001
X2.1	0.188	<b>0.862</b>	-0.373	Reflect	0.045	<0.001
X2.2	0.087	<b>0.836</b>	-0.385	Reflect	0.045	<0.001
X2.3	-0.340	<b>0.702</b>	0.929	Reflect	0.046	<0.001
Y1.1	-0.092	-0.061	<b>0.807</b>	Reflect	0.046	<0.001
Y1.2	-0.171	0.230	<b>0.818</b>	Reflect	0.046	<0.001
Y1.3	-0.012	-0.447	<b>0.727</b>	Reflect	0.046	<0.001
Y1.4	0.089	-0.028	<b>0.747</b>	Reflect	0.047	<0.001
Y1.5	0.239	0.295	<b>0.703</b>	Reflect	0.046	<0.001

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memastikan instrumen penelitian yang digunakan dapat menyajikan pengukuran konsep secara konsisten tanpa ada bias. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Table 3. Berdasarkan pada Table 3., menunjukkan bahwa instrumen kuesioner dalam penelitian ini telah memenuhi ketentuan uji reliabilitas.

**Table 3. Reliability Test Results**

Variable	Composite Reliability	Cronbach's alpha
Service Quality	0.888	0.842
Trust	0.841	0.715
Satisfaction	0.858	0.792

### Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi kepuasan pasien adalah sebesar 0,755. Hal ini berarti kontribusi model untuk menjelaskan hubungan struktural dari kualitas layanan dan kepercayaan pasien terhadap kepuasan pasien adalah sebesar 75,5% dan sisanya 24,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terlibat dalam model penelitian ini.

### Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji *outer model* menunjukkan bahwa model yang dibangun memiliki tingkat validasi dan reliabilitas yang tinggi dengan nilai aktor loadings dan *average variance extracted* (AVE) lebih dari 0,70. Hasil *outer model* juga menunjukkan semua hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang signifikan. Rangkuman uji hipotesis disajikan pada Tabel 4.

**Table 4: Hypothesis Test Results**

No	Hypothesis	Path Coefficient	P-value	Information
1	H1: Service quality effect on customer satisfaction	0,458	<0,001	Accepted
2	H2: Trust effects customer satisfaction	0,458	<0,001	Accepted

## DISCUSSION

### Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data diperoleh hasil yang menyatakan bahwa kualitas layanan dengan koefisien sebesar 0,458, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD Blambangan Kabupaten Banyuwangi. Hal ini bisa disebabkan adanya aspek-aspek yang berkaitan dengan kualitas layanan yang memberikan dampak terhadap kepuasan pasien. Aspek-aspek kualitas layanan diantaranya adalah: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati,.

(Lupiyoadi, 2013) mengatakan bahwa kualitas layanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas), dan kinerjalah yang dibeli oleh pelanggan, oleh karena itu kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa. (Qomariah, 2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa pelanggan yang merasakan layanan yang melampaui harapannya akan merasakan puas.

Penelitian ini terdapat kesamaan hasil yang signifikan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nursaid et al., 2020b), (Yulisetiari & Prahasta, 2019), (Sutrisno et al., 2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### Pengaruh Kepercayaan Pasien Terhadap Kepuasan Pasien

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data diperoleh hasil yang menyatakan bahwa kepercayaan pasien dengan koefisien sebesar 0,458 berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD Blambangan Kabupaten Banyuwangi. Hal ini disebabkan adanya aspek-aspek yang berkaitan dengan kepercayaan pasien yang telah memberikan dampak positif terhadap kepuasan pasien RSUD Blambangan Kabupaten Banyuwangi. Aspek-aspek kepercayaan pasien tersebut diantaranya adalah: integritas, kebaikan dan kompetensi.

(Sumarwan, 2011) menyatakan bahwa kepercayaan dianggap sebagai batu kunci dari kemitraan strategis, dan tampaknya menjadi elemen mediasi atau perantara dalam hubungan penjual pembeli menemukan kepercayaan menjadi inti dari pendekatan relasional dan mengganggapnya kunci untuk pengembangan pengertian komitmen dalam hubungan penjual pembeli. Kepercayaan juga dipandang sebagai elemen kunci dalam membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan dan dalam mempertahankan pangsa pasar perusahaan. Kepercayaan (trust) merupakan pondasi dari bisnis

Adapun dalam penelitian ini terdapat kesamaan hasil yang signifikan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sutrisno et al., 2017), (H. Setiawan et al., 2016), (Arifin, 2011) yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian (Mawey et al., 2018) menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan jakian teori, riset terdahulu dan hasil penelitian yang sudah dipaparkan maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah : 1) kualitas layanan yang sudah diberikan oleh RSUD Blambangan Banyuwangi telah memberikan rasa puas terhadap pasiennya. Hal ini terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan koefisien yang diperoleh dengan tanda positif. Berkaitan dengan hal ini maka pihak RSUD Blambangan Banyuwangi agar terus memberikan pelayanan kepada pasien yang dapat memberikan kinerja layanan yang melebihi harapan pasien; 2) kepercayaan pasien terhadap RSUD Blambangan Banyuwangi dapat memberikan kepuasan yang maksimal. Dengan demikian pihak RSUD Blambangan agar sebaiknya tetap menjaga kepercayaan dari masyarakat yang dalam hal ini adalah pasien rumah sakit.

Saran untuk penelitian ini kepada pihak rumah sakit yaitu untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada kecepatan karyawan dalam melayani pasien,. Karena kualitas layanan yang cepat akan menimbulkan kepuasan pasien. Adanya diversifikasi layanan yang dapat memenuhi kebutuhan - kebutuhan masyarakat sehingga jenis layanan menjadi semakin lengkap. Hal ini dimaksudkan juga agar dapat meraih pasar dalam menghadapi persaingan. Bagi penelitian selanjutnya agar menambah variable lain seperti brand image dan lainnya.

## REFERENCES

- Aliman, N. K., & Mohamad, W. N. (2016). Linking Service Quality, Patients' Satisfaction and Behavioral Intentions: An Investigation on Private Healthcare in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224(August 2015), 141–148. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.419>
- Amin, M., & Nasharuddin, S. Z. (2013). Hospital service quality and its effects on patient satisfaction and behavioural intention. *Clinical Governance*, 18(3), 238–254. <https://doi.org/10.1108/CGIJ-05-2012-0016>
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online «OM-JEK» Jember. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 137–156.
- Arifin, S. (2011). Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah. 68 *JURNAL DINAMIKA EKONOMI & BISNIS*, 8(1), 67–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.34001/jdeb.v8i1.101>
- Ariska, V., Qomariah, N., & Wijayanti, B. (2020). The impact of service quality, price, products, and trust on «koher mie setan» consumer satisfaction. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(4), 1782–1785. <https://www.ijstr.org/paper-references.php?ref=IJSTR-0420-33932>
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Citra Perusahaan , dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, E-ISSN : 2541-2566, 9(1), 79–89. <https://doi.org/10.32528/jsembi.v9i1.2375>
- Buchari, A. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi*. Alfabeta.
- Caceres, R. C., & Paparoidamis, N. G. (2007). Service quality, relationship satisfaction, trust, commitment and business-to-business loyalty. In *European Journal of Marketing* (Libk. 41, Zenbakiak 7–8). <https://doi.org/10.1108/03090560710752429>
- Caruana, A., Money, A. H., & Berthon, P. R. (2000). Service quality and satisfaction – the moderating role of value. *European Journal of Marketing*, 34(11/12), 1338–1353. <https://doi.org/10.1108/03090560010764432>
- Djanas, A. (2016). Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Serta dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan. *JSM (Jurnal Sains Manajemen) Program*, V(2), 184–192.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Thesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gera, R., Mittal, S., Batra, D. K., & Prasad, B. (2017). Evaluating the effects of service quality, customer satisfaction, and service value on behavioral intentions with life insurance customers in India. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 8(3), 1–20. <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.2017070101>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. In *Universitas Diponegoro* (Edisi 8). <https://doi.org/https://doi.org/10.32929/ethz-b-000238666>
- Guspul, A. (2014). *TERHADAP KEPUASAN NASABAH ( Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo )*. 1, 40–54. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/ppkm/article/view/232/110>
- Hasniaty, H. (2015). Customer Perception On Products Pricing Service Quality Towards Customers Quality Relationships And Loyalty Of Domestic Airlines Indonesia. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 4(8), 181–188. <http://www.ijstr.org/research-paper-publishing.php?month=apr2020>
- Kassim, N., & Asiah Abdullah, nor. (2010). The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings: A cross cultural analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(3), 351–371. <https://doi.org/10.1108/13555851011062269>
- Khoo, S., Ha, H., & McGregor, S. L. T. (2017). Service quality and student/customer satisfaction in the private tertiary education sector in Singapore. *International Journal of Educational Management*, 31(4), 430–444. <https://doi.org/10.1108/IJEM-09-2015-0121>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15e*. Person Prentice Hall, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Salemba Empat.
- Maskur, M., Qomariah, N., & Nursaidah. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, VI(2), 212–221.
- Mawey, T. C., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK SULUTGO. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20106/20331>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2001). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Muharmi, H., & Sari, K. (2019). Pengaruh Service Quality , Food Quality , Dan Perceived Value Terhadap Consumer Satisfaction Dan Behavioral Intentions. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 193–203. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jmbi.v5i2.2880>
- Mulyawan, A., & Rinawati. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta

- Implikasinya Pada Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 10(2), 119–131.
- Mutmainnah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i2.2344>
- Muzammil, A., Yunus, M., & Darsono, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 8(3), 104–133. <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JInoMan/article/viewFile/9342/7643>
- Ningsih, E. R. (2010). *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*. Nora Media Enterprise.
- Nursaid, N., Purnomo, S. H., & Qomariah, N. (2020a). The Impact of Service Quality and Institutional Image on the Satisfaction and Loyalty of Master of Management Students. *1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS 2019)*, 436, 156–161. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.033>
- Nursaid, Purnomo, S. H., & Qomariah, N. (2020b). The Impact of Service Quality and Institutional Image on the Satisfaction and Loyalty of Master of Management Students. *1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences (BIS-HESS 2019)*, 436, 156–161. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.033>
- Omar, M. S., Ariffin, H. F., & Ahmad, R. (2016). Service Quality, Customers' Satisfaction and the Moderating Effects of Gender: A Study of Arabic Restaurants. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224(August 2015), 384–392. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.393>
- Osman, Z., & Sentosa, I. (2013). A study of mediating effect of trust on customer satisfaction and customer loyalty relationship in Malaysian rural tourism. *European Journal of Tourism Research*, 6(2), 192–206. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2735630#](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2735630#)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(Fall 1985), 41–50. <http://www.jstor.org/stable/1251430>
- Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2019). Total service quality management and it's impact on customer satisfaction and loyalty of online transportation in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(11), 1066–1070.
- Qin, H., & Prybutok, V. R. (2009). Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in fast-food restaurants. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(1), 78–95. <https://doi.org/10.1108/17566690910945886>
- Qomariah, N. (2008). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan: (Studi kasus pada Universitas Muhammadiyah Jember)*. Universitas Jember.
- Qomariah, N. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(1), 177–187. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/aplikasi/view/410/447>
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Cahaya Ilmu. [https://www.researchgate.net/publication/326623130\\_MARKETING\\_ADACTIVE\\_STRATEGY](https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY)
- Qomariah, N., Budiastuti, A., Sanosra, A., Susbiani, A., & Budisatoto, E. (2020). Building Student Satisfaction and Loyalty Based on Service Quality and Institutional Image. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 7(9), 24–33. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V7I9P103>
- Qomariah, N., Fahrurrozi, A., & Rozzaid, Y. (2020). Efforts to Increase Retail Customer Satisfaction. *International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 7(7), 25–31.
- Qomariah, N., Pangestu, M. K. M., Herlambang, T., & Putu, N. N. (2021). The Role of Promotion and Service Quality in Increasing Consumer Satisfaction and Loyalty in Pawnshops. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(10), 1948–1960. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i10-17>
- Ratnasari, D., & Gumanti, T. A. (2019). Relationship marketing, service quality, satisfaction and customers loyalty of bank sharia mandiri banyuwangi. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(6), 7–10. <https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=015665522297807158791:e4ankvq01v0&q=http://www.ijstr.org/final-print/june2019/Relationship-Marketing-Service-Quality-Satisfaction-And-Customers-Loyalty-Of-Bank-Sharia-Mandiri-Banyuwangi.pdf&sa=U&ve>
- Saleem, H., & Raja, N. S. (2014). The impact of service quality on customer satisfaction, customer loyalty and brand image: Evidence from hotel industry of Pakistan. *Middle - East Journal of Scientific Research*, 19(5), 706–711. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2014.19.5.21018>
- Saputra, F. I. (2013). Kualitas Layanan , Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan ( Studi Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya ). *Aplikasi Manajemen*, 11(3), 445–457. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2016.05.009>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia Bisnis Indonesia*, 9(2), 114–126.

- <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32528/jsmbi.v9i2.2819>
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathon, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan ). *Journal Of Management*, 2(2). <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/492/478>
- Setyawati, W. A., Rifai, M., & Sasmito, C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas , Harga dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Pasien. *Madani, Jurnal Politik dan Sosial kemasyarakatan*, 10(2), 50–63.
- Shanka, M. S. (2012). Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector. *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, 1(1), 1–9. <http://www.apexjournal.org/JBAMSR>
- Shi, Y., Prentice, C., & He, W. (2014). Linking service quality, customer satisfaction and loyalty in casinos, does membership matter? *International Journal of Hospitality Management*, 40, 81–91. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.013>
- Soliha, E., Rizal, A., Maskur, A., Mawarni, N. B., & Rochmani, R. (2019). Service quality, bank image, and customer loyalty: The mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 2667–2671.
- Solihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS*. Pustaka Pelajar.
- Subagiyo. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Lp3I Cilegon. *Jurnal Lentera Bisnis*, 4(1), 1–26.
- Subagja, I. K., & Susanto, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 69–84. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.249>
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sutrisno, Cahyono, D., & Qomariah, N. (2017). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN , KEPERCAYAAN SERTA CITRA KOPERASI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS ANGGOTA. *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, 7(2), 157–174. <https://doi.org/10.32528/smbi.v7i2.1230>
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2*. Andi.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi.
- Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image , Kepercayaan , Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indoensia*, 5(2), 300–312. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jmbi.v5i2.2930>
- Verriana, R. I., & Anshori, M. Y. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan ( Service Quality ) Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *Accounting and Managemen Journal*, 1(1), 63–79.
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61–80.
- Yulisetiarni, D., & Prahasta, Y. A. (2019). The effect of price, service quality, customer value, and brand image on customers satisfaction of telkomsel cellular operators in east Java Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 5–9. <https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=015665522297807158791:e4ankvq01v0&q=http://www.ijstr.org/final-print/mar2019/The-Effect-Of-Price-Service-Quality-Customer-Value-And-Brand-Image-On-Customers-Satisfaction-Of-Telkomsel-Cellular-Opera>
- Zamry, A. D., & Nayan, S. (2020). What Is the Relationship Between Trust and Customer Satisfaction ? *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*, 2(2). [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2735630#](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2735630#)