

**STUDY LOYALITAS PASIEN DENGAN KEPUASAN PASIEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA LAYANAN RAWAT JALAN
DI RUMAH SAKIT PARU JEMBER**

**STUDY OF PATIENT LOYALTY WITH PATIENT SATISFACTION AS AN
INTERVENING VARIABLE IN OUTPATIENT SERVICES
IN RUMAH SAKIT PARU JEMBER**

Samsul Anas¹, Ni Nyoman Putu Martini G.^{2*}, Toni Herlambang³
¹²³Universitas Muhammadiyah Jember

Koresponden : Ni Nyoman Putu Martini | E-mail : ninyomanputu@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Pelayanan menjadi hal yang sangat perlu untuk dibahas karena pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa kesehatan secara langsung dirasakan oleh pasien sehingga bila terdapat sedikit kelalaian dalam menangani pasien dapat berdampak buruk bagi pasien dan bagi penyedia jasa kesehatan itu sendiri. Penelitian ini dilakukan di lingkungan Rumah Sakit Paru Jember. Jumlah sampel pasien Rumah Sakit Paru Jember yang diambil sebanyak 339 orang pasien. Penelitian ini dapat dikatakan menggunakan metode random sampling. Analisis data dan permodelan persamaan struktural dengan menggunakan software Smart PLS 4.0. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening pada layanan rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember memiliki pengaruh yang signifikan.

Hasil uji menunjukkan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Paru Jember. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Paru Jember. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien Rumah Sakit Paru Jember. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Kepuasan Pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember melalui Kepuasan Pasien. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien pada pasien Rumah Sakit Paru Jember melalui kepuasan Pasien.

Kata Kunci : Loyalitas Pasien, Kepuasan Pasien

ABSTRACT

Service is something that really needs to be discussed because the services provided by health service providers are directly felt by patients so that if there is a slight negligence in treating patients it can have a negative impact on patients and for the health service providers themselves. This research was conducted in the Jember Lung Hospital. The number of samples taken from Jember Lung Hospital was 339 patients. This research can be said to use random sampling method. Data analysis and structural equation modeling using Smart PLS 4.0 software. The purpose of this study was to determine whether the effect of brand image and service quality on patient loyalty with patient satisfaction as an intervening variable in outpatient services at Jember Lung Hospital has a significant effect.

The test results show that brand image has a significant effect on patient satisfaction at the Jember Lung Hospital. Service quality has a positive and significant effect on patient satisfaction at the Jember Lung Hospital. Brand image has a positive and significant effect on patient loyalty at the Jember Lung Hospital. Service quality has a significant effect on Jember

Lung Hospital patient loyalty. Patient satisfaction has a positive and significant effect on patient loyalty at the Jember Lung Hospital. Service Quality has a significant effect on Jember Lung Hospital Patient Loyalty through Patient Satisfaction. Brand image has a positive and significant effect on patient loyalty in Jember Lung Hospital patients through patient satisfaction.

Keywords: Patient Loyalty, Patient Satisfaction

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan kebutuhan dasar setiap orang karena setiap aspek kehidupan berhubungan langsung dengan kesehatan. Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan, kesehatan adalah keadaan sehat baik secara fisik, mental, spiritual maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk dapat hidup produktif baik secara sosial maupun secara ekonomis. Tingkat mobilitas yang sangat tinggi menciptakan peningkatan terhadap kebutuhan pelayanan kesehatan baik untuk level klinik maupun rumah sakit. Hal ini mengakibatkan perlunya penyedia jasa kesehatan untuk terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya menjadi lebih baik lagi. Pelayanan menjadi hal yang sangat perlu untuk dibahas karena pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa kesehatan secara langsung dirasakan oleh pasien sehingga bila terdapat sedikit kelalaian dalam menangani pasien dapat berdampak buruk bagi pasien dan bagi penyedia jasa kesehatan itu sendiri. Oleh karena itu, tingkat kepuasan pengguna layanan dapat diukur dari keberhasilan penyedia jasa pelayanan kesehatan.

Rumah Sakit menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2018 adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. (Supartiningsih, 2017) juga mendefinisikan rumah sakit adalah suatu organisasi yang dilakukan oleh tenaga medis profesional yang terorganisir baik dari sarana prasarana kedokteran, asuhan keperawatan yang berkesinambungan, diagnosis serta pengobatan penyakit yang diderita oleh pasien. (Bramantoro, 2017) juga menjelaskan bahwa rumah sakit merupakan suatu fasilitas pelayanan kesehatan yang melaksanakan upaya kesehatan secara berdayaguna dan berhasil guna pada upaya penyembuhan dan pemulihan yang terpadu dengan upaya peningkatan dan pencegahan serta melaksanakan upaya rujukan.

Rumah Sakit sekarang ini menghadapi persaingan yang sangat kompetitif karena kebijakan keterbukaan pasar bebas di industri pelayanan medis. Pertumbuhan jumlah penduduk dan peningkatan kepedulian pada kesehatan mendorong permintaan layanan masyarakat yang berkualitas dalam pelayanan kesehatan. Oleh karena itu, bidang pelayanan kesehatan kini mengubah diri kearah orientasi pasien. Rumah Sakit Paru Jember berusaha membangun strategi pemasaran yang menaikkan Citra merek (*brand image*) dengan upaya promosi, peningkatan kualitas layanan (*service quality*) terhadap pasien, sehingga terwujud loyalitas pasien (*patient loyalty*) dan kepuasan pasien (*patient satisfaction*) di mata masyarakat Jember.

Keberhasilan perusahaan membentuk citra didalam masyarakat, dipengaruhi oleh beberapa faktor misalnya sejarah perusahaan, kelengkapan sarana dan prasarana, dan keberhasilan dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Citra tersebut muncul berdasarkan pengetahuan dan informasi - informasi yang diterima seseorang terhadap suatu obyek. Apabila informasi tersebut baik maka akan menimbulkan citra positif, namun sebaliknya apabila informasi yang diterima buruk, maka akan menimbulkan citra negatif. Informasi-informasi yang diperoleh misalnya mengenai bagaimana pelayanan yang diberikan rumah sakit, bagaimana kelengkapan alat-alat kesehatan, bagaimana kualitas sumber daya manusia

(dokter dan perawat) yang ada dirumah sakit, dan sebagainya. Citra rumah sakit telah menarik perhatian dikalangan peneliti model konseptual ditujukan untuk menjawab peran penting citra merek terhadap nilai yang dirasakan pasien. Pencitraan merupakan sebuah tahapan penting bagi rumah sakit karena dapat mendorong loyalitas pasien. Citra rumah sakit memiliki fungsi sebagai penghubung dan penjaga keharmonisan hubungannya dengan pasien mereka.

Loyalitas pasien (*patient loyalty*) secara harfiah loyal berarti setia dan loyalitas diartikan sebagai suatu kesetiaan. Secara umum loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang suatu barang atau jasa tertentu. Kesetiaan ini sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tapi timbul dari kesadaran sendiri. Dahulu usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan pasien lebih cenderung kepada mempengaruhi sikap pasien, sedangkan konsep loyalitas pasien (*patient loyalty*) lebih menekankan pada perilaku dibanding sikap. Menurut Kotler (2016) bahwa pasien yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk disini merekomendasikan orang lain untuk membeli. Selanjutnya Hurriyati (2015) mengemukakan bahwa loyalitas pasien adalah komitmen pasien bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali, atau melakukan pembelian ulang barang atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Berdasarkan pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Brand Image menurut Kotler dan Keller (2016) bahwa citra merek sebagai persepsi mengenai sebuah merek sebagaimana direfleksikan oleh asosiasi merek yang terdapat dalam benak pasien. Sedangkan menurut Tjiptono, Fandy, (2015), Citra merek (Brand Image) adalah pengamatan dan kepercayaan yang dinggung pasien, seperti yang dicerminkan diasosiasi atau diingatan pasien. Menurut Kotler (2016), persepsi pasien tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran pasien. Citra merek merupakan asosiasi yang muncul dalam benak pasien ketika mengingat suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek. Berdasarkan pada uraian definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa brand image adalah kesan yang dimiliki oleh pasien maupun publik terhadap suatu merek sebagai suatu refleksi atas evaluasi merek yang bersangkutan.

Menurut Dwi Apriliani (2020) Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek (*brand image*) terhadap loyalitas pasien berpengaruh positif dan tidak signifikan. Menurut Margita Enno Yunida (2016) variabel citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien (*patient loyalty*) di berpengaruh positif dan signifikan. RS. Amal Sehat Wonogiri. Hasil dari olah data dan pembahasan kedua penelitian ini memunculkan gab yang perlu dicari kebenarannya, karena penelitian tersebut saling bertentangan pada hasil temuannya, sehingga perlu dilakukan penelitian kembali antar keterkaitan dua variabel tersebut.

Kualitas layanan (*service quality*) yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pasien. Menurut Kotler (2015) kepuasan pasien ialah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Keberhasilan sebuah perusahaan apabila karyawan mampu menghasilkan pelayanan yang dianggap baik sampai pasien merasa puas dan dimata pasien citra menjadi positif. Menurut Kasmir, (2017) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pasien sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Lain halnya Menurut Lupiyoadi (2016), kualitas pelayanan yang ditampilkan oleh setiap karyawan merupakan gambaran dari motivasi kerja yang dimiliki oleh karyawan itu sendiri, sehingga agar kualitas pelayanan karyawan semakin meningkat maka karyawan

perlu untuk memiliki motivasi kerja. Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa service quality adalah suatu tingkat ukuran akan keunggulan yang diharapkan atas kualitas pelayanan yang dihubungkan dengan perkembangan motivasi kerja atau tingkat perbandingan pengharapan kualitas jasa pasien dengan kinerja perusahaan yang dirasakan pasien untuk menjadi pengendali perkembangan harga.

Kualitas layanan (*service quality*) selain dapat mempengaruhi satisfaction, juga berpengaruh secara langsung terhadap patient loyalty. Berdasarkan hasil penelitian Chusnul Rofiah (2017), dinyatakan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan pasien yang akhirnya mengarah pada terciptanya loyalitas pasien (*patient loyalty*). I Gede Benny Subawa (2020) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, serta kualitas pelayanan dan kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien pada perusahaan. Zainuddin Tahuman (2016), dalam penelitiannya juga menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi Loyalitas pasien (*patient loyalty*) adalah kualitas pelayanan. Menurut Tyas (2016) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan (*Service Quality*) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Loyalitas Pasien Pada Inul Vizta Karaoke Di Jakarta.

Kepuasan pasien (*Patient satisfaction*) menurut Kotler (2016) kepuasan pasien adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pasien tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pasien amat puas dan senang. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, pasien tersebut akan merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pasien, pasien akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pasien akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pasien yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut. Menurut Menurut Tjiptono (2015) Kepuasan pasien adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Menurut Daniel Pereira (2016) Kepuasan (*satisfaction*) ditemukan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Loyalitas pasien (*patient loyalty*) Koperasi Dadirah Di Dili Timor-Leste.

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu isu sangat krusial dimasa pandemi Covid-19, karena tuntutan masyarakat terhadap perbaikan kualitas pelayanan menjadi sangat penting dengan tujuan untuk menghilangkan rasa khawatir dengan kebiasaan baru yang dirasakan pasien karena pandemi Covid-19. Masa adaptasi kebiasaan baru diartikan sebagai perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal. Dalam kaitannya dengan situasi pandemi Covid-19, masa adaptasi kebiasaan baru dapat didefinisikan sebagai suatu tatanan baru yang memungkinkan masyarakat hidup “berdampingan” dengan Covid-19, yakni masyarakat dapat melakukan kegiatan seperti biasa namun dengan mengikuti protokol kesehatan yang ada (menerapkan pola hidup bersih sehat, menjaga jarak dan mengurangi kontak fisik dengan orang lain, dan lainnya) untuk menghindari penularan dan penyebaran virus. Pelayanan kesehatan sebagai sektor yang paling terdampak oleh situasi ini juga harus bersiap untuk menghadapi pandemi Covid-19. Rumah Sakit harus mulai memikirkan langkah yang akan diambil untuk tetap merawat pasien Covid-19 namun di saat bersamaan juga memberikan pelayanan kepada pasien umum dengan risiko penularan seminimal mungkin, sehingga disebut sebagai balancing act.

Kepuasan pasien (*Patient satisfaction*) menjadi sangat perlu dimunculkan agar pasien dapat memberikan apresiasi terhadap pelayanan dengan melakukan kunjungan berulang, ini merupakan suatu perasaan pasien sebagai respon terhadap produk barang maupun jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan dikatakan suatu pembandingan antara layanan atau hasil yang diterima pasien dengan harapan pasien, merasakan mutu pelayanan terbaik dari Rumah Sakit, karena pelayanan kesehatan di Rumah Sakit hampir semua terkait satu dan

lainnya, atas dasar kondisi Rumah Sakit tersebut perlu penelitian mengenai pengaruh Kualitas Layanan (*service quality*) dan brand image yang dapat memberikan kontribusi terhadap loyalitas pasien (*patient loyalty*) dengan melewati kepuasan pasien (*Patient satisfaction*) sebagai penghubung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai penelitian *explanatory research* yaitu penelitian yang mencoba menjelaskan suatu pokok permasalahan dan terdapat sebuah pengujian hipotesa serta melakukan analisis dari data yang diperoleh. Penelitian ini menggunakan alat analisa Partial Least Square untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Layanan (*service quality*) dan Citra merek (*brand image*) terhadap Loyalitas pasien (*patient loyalty*) dengan Kepuasan pasien (*patient satisfaction*) sebagai variabel intervening pada layanan rawat jalan di Rumah Sakit Paru.

Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek /subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono:2016), sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian.

Jumlah populasi seluruh pasien yang melakukan rawat jalan lewat pelayanan poli umum dan spesialis pada tahun 2021 rata-rata tiap bulan sebanyak 2207 orang pasien. Penelitian ini menggunakan metode random sampling untuk menetapkan sampelnya. Menurut Nursalam (2017) jumlah dan besar sampel dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(d)^2}$$
$$n = \frac{2207}{1+2207(0,05)^2}$$
$$N= 338,6 = 339 \text{ orang}$$

Keterangan:

n: Besar sampel

N: Besar populasi

d: Tingkat signifikansi

Besaran atau ukuran sampel sangat tergantung dari besaran tingkat ketelitian atau toleransi kesalahan (*error tolerance*) yang diinginkan peneliti. Pada penelitian ini tingkat toleransi kesalahan penelitian maksimal adalah 5% (0,05). Makin besar tingkat kesalahan maka makin kecil jumlah sampel. Namun semakin besar jumlah sampel (semakin mendekati populasi) maka semakin kecil peluang kesalahan generalisasi dan sebaliknya, semakin kecil jumlah sampel (menjauhi jumlah populasi) maka semakin besar peluang kesalahan generalisasi. Sehingga sampel dalam penelitian adalah sejumlah 339 orang pasien RS Paru Jember.

HASIL

Hasil Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Analisis *Outer Model*

Sehubungan dengan indikator-indikator yang membentuk variabel laten dalam penelitian ini bersifat refleksif, maka evaluasi model pengukuran (*measurement model/outer*

model), untuk mengukur validitas dan reliabilitas indikator-indikator tersebut menggunakan: a) convergent validity, b) discriminant validity, dan c) composite reliability dan cronbach alpha.

a. *Convergent Validity*

Convergent validity merupakan suatu kriteria dalam pengukuran validitas indikator yang bersifat reflektif. Evaluasi ini dilakukan melalui pemeriksaan terhadap koefisien outer loading masing-masing indikator terhadap variabel latennya. Suatu indikator dikatakan valid, jika koefisien outer loading diantara 0,60 – 0,70 namun untuk analisis yang teorinya tidak jelas maka outer loading 0,50 direkomendasikan (Lathan dan Ghazali, 2012), serta signifikan pada tingkat alpha 0.05 atau t-statistik 1,96.

Tabel 1 Nilai Outer Loading Hasil Estimasi Model

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1.1 <- Citra _Merek (X1)	0,912	0,911	0,027	34,229	0,000
X1.2 <- Citra _Merek (X1)	0,929	0,928	0,019	48,338	0,000
X1.3 <- Citra _Merek (X1)	0,909	0,907	0,024	38,230	0,000
X2.1 <- Kualitas _Layanan X2	0,745	0,746	0,024	31,615	0,000
X2.2 <- Kualitas _Layanan X2	0,826	0,826	0,026	31,799	0,000
X2.3 <- Kualitas _Layanan X2	0,778	0,778	0,023	33,785	0,000
X2.4 <- Kualitas _Layanan X2	0,788	0,788	0,035	22,409	0,000
X2.5 <- Kualitas _Layanan X2	0,817	0,816	0,025	33,305	0,000
Y1 <- Loyalitas _Pasien Y	0,775	0,774	0,030	25,609	0,000
Y2 <- Loyalitas _Pasien Y	0,865	0,865	0,031	28,112	0,000
Y3 <- Loyalitas _Pasien Y	0,909	0,909	0,014	66,457	0,000
Y4 <- Loyalitas _Pasien Y	0,887	0,888	0,014	62,529	0,000
Z1 <- Kepuasan _Pasien (Z)	0,790	0,789	0,034	23,077	0,000
Z2 <- Kepuasan _Pasien (Z)	0,874	0,874	0,017	51,070	0,000
Z3 <- Kepuasan _Pasien (Z)	0,901	0,901	0,011	85,725	0,000
Z4 <- Kepuasan _Pasien (Z)	0,862	0,862	0,020	43,544	0,000

Sumber : Hasil Olah Data

Hasil perhitungan Smart PLS 4.0 pada Tabel 1 menunjukkan bahwa masing-masing nilai pada *cross-loadings factor* telah mencapai nilai diatas 0,5 dengan nilai p di bawah 0,001. Dengan demikian kriteria uji validitas konvergen telah terpenuhi.

b. *Discriminant Validity*

Pengukuran validitas indikator-indikator yang membentuk variabel laten, dapat pula dilakukan melalui discriminant validity. Diskriminan validitas dapat dilakukan dengan membandingkan koefisien Akar AVE ($\sqrt{\text{AVE}}$ atau Square root Average Variance Extracted) setiap variabel dengan nilai korelasi antar variabel dalam model. Suatu variabel dikatakan valid, jika akar AVE ($\sqrt{\text{AVE}}$ atau Square root Average Variance Extracted) lebih besar dari nilai korelasi antar variabel dalam model penelitian (Lathan dan Ghazali, 2012), dan AVE lebih besar dari 0,50.

Tabel 2 Perbandingan Akar dari AVE dengan Korelasi antar Variabel

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Citra _Merek (X1)	0,905	0,906	0,940	0,840
Kepuasan _Pasien (Z)	0,879	0,879	0,917	0,736

Kualitas _Layanan X2	0,853	0,862	0,893	0,626
Loyalitas _Pasien Y	0,882	0,884	0,919	0,741

Sumber : Hasil Olah Data

c. *Composite* reliability dan Cronbach alpha

Suatu pengukuran dapat dikatakan reliabel, apabila *composite* reliability dan cronbach alpha memiliki nilai lebih besar dari 0,70. *Composite* reliability dan Cronbach alpha adalah merupakan suatu pengukuran reliabilitas antar blok indikator dalam model penelitian.

Tabel 3 Uji *Composite* Reliability dan Cronbach Alpha

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Citra _Merek (X1)	0,905	0,906
Kepuasan _Pasien (Z)	0,879	0,879
Kualitas _Layanan X2	0,853	0,862
Loyalitas _Pasien Y	0,882	0,884

Sumber: Hasil Olah Data

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *composite* reliability dan Cronbach Alpha seluruh konstruk telah menunjukkan nilai lebih besar dari 0.70 sehingga memenuhi syarat reliabel berdasarkan kriteria *composite* reliability.

2. Analisis Inner Model

R-Square (R2) dapat menunjukkan kuat lemahnya pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel dependen terhadap variabel independen. R-Square (R2) juga dapat menunjukkan kuat lemahnya suatu model penelitian. Menurut Chin, (1995) nilai R-Square (R2) sebesar 0,67 tergolong model kuat, R-Square (R2) sebesar 0,33 model moderat, dan R-Square (R2) sebesar 0,19 tergolong model yang lemah.

Tabel 4 Uji R Square

	R-square	R-square adjusted
Kepuasan _Pasien (Z)	0,545	0,542
Loyalitas _Pasien Y	0,661	0,658

Sumber: Hasil Olah Data

Tabel 4 menunjukkan Nilai R Square pengaruh secara bersama-sama atau simultan X1 dan X2 Terhadap Y adalah sebesar 0,661 dengan nilai adjusted r square 0,658. Maka, dapat dijelaskan bahwa semua konstruk exogen (X1 dan X2) secara serentak mempengaruhi Y sebesar 0,658 atau 65,8%. Oleh karena Adjusted R Square kurang dari 0,67 % maka pengaruh semua konstruk eksogen X1 dan X2 terhadap Y termasuk moderat.

Nilai R Square pengaruh secara bersama-sama atau simultan X1, X2 dan Y Terhadap Z adalah sebesar 0,545 dengan nilai adjusted r square 0,542. Maka, dapat dijelaskan bahwa semua konstruk exogen (X1, X2 dan Y) secara serentak mempengaruhi Z sebesar 0,542 atau 54,2%. Oleh karena Adjusted R Square lebih dari 33% namun kurang dari 67% maka pengaruh semua konstruk eksogen X1, X2 dan Y terhadap Z termasuk moderat.

3. Perhitungan Nilai Koefisien Jalur dan Pengujian Hipotesis

Bagian ini menggambarkan proses pembuktian apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh atau tidak pada variabel dependen sesuai jalur yang ada pada gambar model yang diuji. Jalur yang diuji dalam penelitian ini menunjukkan besarnya pengaruh langsung dari setiap variabel independen yaitu variabel Citra Merek (X1) dan Kualitas Layanan (X2) terhadap Loyalitas Pasien (Y) dan Kepuasan Pasien (Z) Pegawai di Rumah Sakit Paru Jember, serta pengaruh tidak langsung kedua variabel independen tersebut terhadap Loyalitas Pasien (Y) melalui Kepuasan Pasien (Z). Pengujian hipotesis untuk menjawab apakah hipotesis yang diajukan diakui atau diabaikan. Proses uji dilakukan untuk

mengatasi spekulasi dalam penelitian ini yang berhubungan dengan jalur pengaruh langsung dan dengan jalur pengaruh tidak langsung yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>P Values</i>
Citra Merek (X1) -> Kepuasan Pasien (Z)	0,085	0,024
Kualitas Layanan X2 -> Kepuasan Pasien (Z)	0,772	0,000
Citra Merek (X1) -> Loyalitas Pasien Y	0,192	0,001
Kualitas _Layanan X2 -> Loyalitas _ Pasien Y	0,436	0,000
Kepuasan Pasien (Z) -> Loyalitas Pasien Y	0,336	0,000

Sumber: Hasil Olah Data

Tabel 6 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>P Values</i>
Citra _Merek (X1) -> Kepuasan _ Pasien (Z) -> Loyalitas _ Pasien Y	0,029	0,033
Kualitas _Layanan X2 -> Kepuasan _ Pasien (Z) -> Loyalitas _ Pasien Y	0,259	0,000

Sumber: Hasil Olah Data

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,024 < 0,05$. Ini berarti bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Nilai original sampel dari Lingkungan Kerja sebesar 0,085, ini berarti apabila citra merek Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata meningkatkan Kepuasan Pasien sehingga hipotesis kesatu dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,000 < 0,050$. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Ini berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Nilai original sampel dari kualitas layanan sebesar 0,772, ini berarti apabila kualitas layanan Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata akan dapat meningkatkan kepuasan Pasien sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,001 < 0,050$. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Nilai original sampel dari kompensasi sebesar 0,192, ini berarti apabila Citra Merek Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata akan dapat meningkatkan loyalitas Pasien sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,000 < 0,050$. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Nilai original sampel dari kompensasi sebesar 0,436, ini berarti apabila Kualitas Layanan Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata meningkatkan loyalitas Pasien sehingga hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,000 < 0,050$. Kepuasan Pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Nilai original sampel dari kepuasan kerja sebesar 0,336 ini berarti apabila Kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata akan meningkatkan loyalitas Pasien sehingga hipotesis kelima dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,000 < 0,050$. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember melalui Kepuasan Pasien Nilai original sampel dari Lingkungan kerja sebesar 0,259 ini berarti

apabila Kualitas Layanan dioptimalkan secara nyata akan meningkatkan Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien sehingga hipotesis keenam dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,033 < 0,05$. Ini berarti citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien pada pasien Rumah Sakit Paru Jember melalui kepuasan Pasien. Nilai original sampel dari Kompensasi sebesar 0,029 ini berarti apabila citra merek Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan secara nyata akan dapat meningkatkan loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien sebagai variabel intervening sehingga hipotesis ketujuh dalam penelitian ini diterima.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember.

Hasil penelitian ini menguji pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember, diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,024 < 0,05$. Ini berarti bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Nilai original sampel dari Lingkungan Kerja sebesar 0,085, ini berarti apabila citra merek Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata meningkatkan Kepuasan Pasien sehingga hipotesis kesatu dalam penelitian ini diterima.

Citra merek (brand image) merupakan seperangkat keyakinan pada sebuah nama, simbol, desain, dan kesan yang dimiliki oleh pasien terhadap satu merek yang didapat dari informasi fakta kemudian mereka menggunakan merek tersebut. Hal ini dapat menimbulkan kesan yang relatif panjang sehingga terbentuk didalam benak pasien. Kepuasan Pasien dapat dirasakan setelah Pasien membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan Pasien serta kepuasan Pasiennya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Hatane (2019), Nugraheni (2019), Leliga (2013).

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember.

Hasil penelitian ini menguji pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Pegawai Rumah Sakit Paru Jember, diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,000 < 0,050$. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Ini berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Nilai original sampel dari kualitas layanan sebesar 0,772, ini berarti apabila kualitas layanan Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata akan dapat meningkatkan kepuasan Pasien sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Daniel Pereira (2016).

Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh pasien. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari suatu layanan yang telah diterima oleh pasien untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya. Usaha perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan Pasien, dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap Pasien maka akan menciptakan kepuasan Pasien dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan Pasien menjadi harmonis, Pasien akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas Pasien, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan Perusahaan.

3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember.

Hasil penelitian ini menguji pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember, diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,001 < 0,050$. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Nilai original sampel dari kompensasi sebesar 0,192, ini berarti apabila Citra Merek Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata akan dapat meningkatkan loyalitas Pasien sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Safi (2017), dan penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Upamannyu and Bhakar (2015).

Citra merek atau brand image merupakan bentuk persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh pasien, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pasien. Terdapat kecenderungan bahwa pasien akan memilih produk yang telah dikenal baik melalui pengalaman menggunakan produk maupun berdasarkan informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber. Loyalitas Pasien merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di era kompetisi bisnis yang semakin ketat seperti saat ini. Pentingnya loyalitas Pasien bagi perusahaan sudah tidak diragukan lagi, banyak perusahaan sangat berharap dapat mempertahankan Pasiennya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan loyalitas pasien akan memperoleh kesuksesan jangka panjang. Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan bahwa citra merek yang merupakan bentuk persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh pasien, sedangkan loyalitas merupakan bentuk kesetiaan yang dimiliki oleh responden dalam melakukan konsumsi terhadap produk atau jasa yang secara citra merek sudah dikenal dengan baik. Loyalitas dapat digunakan sebagai tolak ukur atas keinginan atau minat pasien terhadap produk yang sudah dikenal dengan persepsi baik oleh pasien.

4. Pengaruh Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember.

Hasil penelitian ini menguji pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember, diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,000 < 0,050$. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Nilai original sampel dari kompensasi sebesar 0,0436, ini berarti apabila Kualitas Layanan Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata belum tentu meningkatkan loyalitas Pasien sehingga hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Daniel Pereira (2016).

Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh pasien. Pengukuran Kualitas Pelayanan dapat dilihat dari suatu layanan yang telah diterima oleh pasien untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya. Loyalitas Pasien merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di era kompetisi bisnis yang semakin ketat seperti saat ini. Pentingnya loyalitas Pasien bagi perusahaan sudah tidak diragukan lagi, banyak perusahaan sangat berharap dapat mempertahankan Pasien nya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan loyalitas pasien akan memperoleh kesuksesan jangka panjang.

5. Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember.

Hasil penelitian ini menguji pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien, diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,000 < 0,050$. Kepuasan Pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Nilai original sampel dari kepuasan kerja sebesar 0,336 ini berarti apabila Kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata akan meningkatkan loyalitas Pasien sehingga hipotesis kelima dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan

hasil penelitian Widjaja dan Nugraha (2016), dan juga penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Nugraheni (2019).

Kepuasan Pasien merupakan penilaian setiap pasien dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi Pasien maka Pasien akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi Pasien maka Pasien akan merasa kecewa. Loyalitas Pasien pada dasarnya merupakan kesetiaan pasien yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk. Indikasi loyalitas yang sesungguhnya diperlukan suatu pengukuran terhadap sikap yang dikombinasikan dengan pengukuran terhadap perilaku. Perasaan loyal pada Pasien tidak terbentuk dalam waktu yang singkat, Pasien perlu mendapatkan pengalaman dan perasaan senang sesuai harapan, maka Pasien akan loyal dan membeli lagi.

6. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember.

Hasil penelitian ini menguji Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember, diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,000 < 0,050$. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember melalui Kepuasan Pasien. Nilai original sampel dari Lingkungan kerja sebesar 0,259 ini berarti apabila Kualitas Layanan dioptimalkan secara nyata akan meningkatkan Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien sehingga hipotesis keenam dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Pasiyanus (2021) dimana Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien memiliki pengaruh signifikan.

Kualitas Pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan loyalitas Pasien. Persepsi Pasien mengenai Kualitas Pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan Kualitas Pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa, Kualitas Pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur loyalitas Pasien. Bila Kualitas Pelayanan jasa yang dirasakan lebih kecil dari yang diharapkan maka Pasien akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan berakibat Pasien akan berpindah ke perusahaan lain untuk mendapatkan kualitas layanan yang terbaik. Kepuasan Pasien merupakan suatu pemenuhan harapan. Pasien dapat dikatakan puas dengan produk maupun pelayanan yang perusahaan berikan apabila harapan Pasien akan produk/pelayanan yang perusahaan berikan tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka. Dalam industri jasa, kepuasan Pasien diukur dengan tingkat kepuasan Pasien berdasarkan keseluruhan pengalaman dengan perusahaan. Dengan kata lain, kepuasan Pasien dapat diukur dengan tingkatannya berdasarkan keseluruhan pengalaman yang dirasakan para Pasien selama menerima layanan perusahaan. Loyalitas Pasien merupakan kesetiaan pihak yang menggunakan produk atau jasa baik untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan produk atau jasa secara berulang-ulang dan dengan suka rela merekomendasikan produk dan jasa perusahaan kepada rekan-rekannya. Indikatornya adalah adanya pembelian ulang, penolakan pesaing, tidak terpengaruh terhadap daya tarik barang lain, dan merekomendasikan pada orang lain.

7. Pengaruh Citra merek Terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember.

Hasil penelitian ini menguji Pengaruh Citra merek Terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember, diketahui bahwa nilai signifikansi p-value sebesar $0,033 < 0,05$. Ini berarti citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien pada pasien Rumah Sakit Paru Jember melalui kepuasan Pasien. Nilai

original sampel dari Kompensasi sebesar 0,029 ini berarti apabila citra merek Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan secara nyata akan dapat meningkatkan loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien sebagai variabel intervening sehingga hipotesis ketujuh dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Leliga (2013) dimana Citra merek Terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Setiap perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya khusus untuk kegiatan pemasaran memiliki suatu tujuan untuk meningkatkan penjualan bagi perusahaan, salah satunya dengan cara mempertahankan citra mereka dimata pasien terlebih dimata para Pasien yang meletakkan loyalitasnya pada perusahaan, perasaan puas atau tidaknya pasien terjadi setelah mempunyai pengalaman dengan perusahaan yang diawali dengan adanya keputusan pembelian, sehingga dapat disimpulkan keberadaan citra yang baik penting sebagai sumber daya internal objek dalam menentukan hubungannya dengan perusahaan. Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan, tanggapan seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai suatu objek, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai atau tidak dari objek tersebut. Dimana suatu citra terhadap satu objek bisa berlainan tergantung persepsi perorangan bahkan bisa saja citra satu objek sama bagi semua orang. Loyalitas sebagai suatu kecenderungan emosi terhadap suatu objek. Hal ini mengacu pada segi afektif (suka/tidak suka), kecenderungan emosi ini didapatkan oleh pasien melalui pengalaman terdahulu terhadap suatu merek ataupun berasal dari informasi-informasi yang didapat dari orang lain. Kemudian kecenderungan mengevaluasi terhadap suatu merek. Kecenderungan ini meliputi evaluasi yang bersifat positif berdasarkan kriteria-kriteria yang dianggap relevan untuk menggambarkan kegunaan suatu merek bagi pasien. Kecenderungan ini pun diperoleh oleh pasien melalui pengalaman terdahulu dan dari informasi-informasi yang didapat mengenai merek tersebut. Sedangkan kepuasan Pasien diukur dengan tingkat kepuasan Pasien berdasarkan keseluruhan pengalaman dengan perusahaan. Dengan kata lain, kepuasan Pasien dapat diukur dengan tingkatannya berdasarkan keseluruhan pengalaman yang dirasakan para Pasien selama menerima layanan perusahaan.

KESIMPULAN

1. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Apabila citra merek Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata meningkatkan Kepuasan Pasien.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Apabila kualitas layanan Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata akan dapat meningkatkan kepuasan Pasien.
3. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Apabila Citra Merek Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata akan dapat meningkatkan loyalitas Pasien.
4. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Apabila Kualitas Layanan Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata akan meningkatkan loyalitas Pasien.
5. Kepuasan Pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember. Apabila Kepuasan Pasien Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan maka secara nyata akan meningkatkan loyalitas Pasien.
6. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Paru Jember melalui Kepuasan Pasien. Apabila Kualitas Layanan dioptimalkan secara nyata akan meningkatkan Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien sebagai variabel intervening.

7. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien pada pasien Rumah Sakit Paru Jember melalui kepuasan Pasien. Apabila citra merek Rumah Sakit Paru Jember dioptimalkan secara nyata akan dapat meningkatkan loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien sebagai variabel intervening.

SARAN

1. Bagi pengembang ilmu pengetahuan hendaknya terus menggali potensi-potensi yang bersifat positif dalam dinamika loyalitas Pasien. Mengingat pentingnya layanan kesehatan akan menentukan eksistensi sebuah organisasi, diharapkan dengan penelitian pengaruh citra merek, kualitas layanan, loyalitas Pasien dan kepuasan Pasien pada layanan rawat jalan di rumah sakit paru jember akan lebih sempurna dan lebih lengkap lagi bagi kemajuan suatu instansi atau perusahaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian sejenis sebaiknya menambahkan variabel baru yang belum dimasukkan dalam penelitian ini misalnya place, price, promotion dan sebagainya. Selain itu diharapkan untuk menambah jumlah responden dalam penelitian tersebut yang bertujuan untuk menyempurnakan penelitian – penelitian yang dilakukan sebelumnya.
3. Bagi Rumah Sakit Paru diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengetahui komponen - komponen apa saja yang berpengaruh pada Loyalitas Pasien dan masalah apa yang ada serta bagaimana seharusnya mereka mengatasi masalah – masalah yang sedang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas 2016, Pengaruh Service Quality Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Pada Inul Vizta Karaoke Di Jakarta (Studi Kasus Pada Kepuasan Pasien Inul Vizta Karaoke Di Jakarta), *Jurnal Ekonomi Volume 7 Nomor 2, November 2016*.
- Felicia Juliani Leliga (2013), Analisa Pengaruh Brand Image Terhadap Patient loyalty Dengan Patient satisfaction Sebagai Mediator Pada The Dreamland Luxury Villas And SPA, Bali., *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa Vol 1, No 1 (2013)*.
- Hatane Samuel 2019, Brand Image, Patient satisfaction Dan Patient loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 13, No. 1, April 2019, 27–34*.
- Hurriyati, R. 2015. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pasien. Bandung: CV Alfabeta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Lupiyoadi. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik, Jakarta: Salemba Empat.
- Nugraheni dkk. (2019), Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien Di Hotel X Surabaya, *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, Vol 7, No 2 (2019)*.
- Yani Restiani Widjaja, Irpan Nugraha 2016, Loyalitas Merek Sebagai Dampak Dari Kepuasan Konsumen, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol 1, No 1 (2016)*.
- Ova Pasianus dan Any Agus Kana (2021), Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Swalayan Pamella Enam Yogyakarta, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Cakrawangsa Bismis , Vol 2, No 2 (2021)*.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, 2015 . Brand Management & Strategy. Yogyakarta : Andi
- Upamannyu, N. K., Bhakar, S., & Gupta, M. (2015). Effect of corporate image on brand trust and brand effect. *International Journal of Applied Science-Research and Review (IJAS)*.

- Daniel Pereira, Ni Gusti Ketut Gantari dan I Putu Gede Sukaatmadja 2016, Pengaruh Service Quality Terhadap Satisfaction Dan Customer Loyalty Koperasi Dadirah Di Dili Timor-Leste, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.3 (2016) : 455-488
- Latan, H. dan Ghozali, I. 2012. Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 2.0 M3. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Nursalam. (2017). Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan (4th ed). Jakarta : Salemba Medika.

