

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kesehatan telah menjadi bagian penting bagi masyarakat karena dengan kesehatan yang maksimal maka seseorang akan dapat menjalankan aktivitasnya dengan baik. Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, setiap orang berhak atas kesehatan. Kesehatan masyarakat yang baik akan tercipta suatu keadaan kehidupan yang tentram. Tubuh yang sehat merupakan sebuah keinginan dari semua orang sehingga dalam upaya mewujudkan suatu kondisi sehat tersebut, maka harus dilakukan beberapa hal, salah satu diantaranya dengan menyelenggarakan pelayanan kesehatan bagi masyarakat. Upaya yang harus dilakukan oleh pemerintah adalah rumah sakit. Penyelenggaraan rumah sakit di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit. Undang-undang ini mengatur tentang kewajiban rumah sakit untuk menyediakan layanan kesehatan yang bermutu, aman, dan terjangkau bagi masyarakat.

Rumah sakit di Jember telah melalui perjalanan panjang dari masa lalu hingga saat ini. Dahulu, akses masyarakat terhadap layanan kesehatan masih terbatas. Namun, berkat upaya Pemerintah dan masyarakat kini rumah sakit di Jember telah tumbuh menjadi lembaga pelayanan kesehatan yang modern dan berstandar. Rumah sakit di Jember tidak hanya berperan sebagai pusat pelayanan kesehatan, tetapi juga sebagai motor penggerak pembangunan daerah. Keberadaan rumah sakit

yang berkualitas dapat meningkatkan daya tarik daerah, menarik minat investor, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Seiring dengan perkembangannya, rumah sakit di Jember diharapkan dapat terus berkontribusi dalam mewujudkan masyarakat Jember yang sehat dan sejahtera. Sebagai salah satu kota besar di Jawa Timur, Jember memiliki sejumlah fasilitas kesehatan yang cukup memadai, berikut ini adalah daftar beberapa rumah sakit yang ada di kota Jember :

Tabel 1.1 Data Daftar Fasilitas Kesehatan di Kabupaten Jember

No.	Jenis Fasilitas Kesehatan	Tahun 2024
1.	Rumah Sakit	14
2.	Puskesmas	50
3.	Polindes	24
4.	Klinik Pratama/Primary Clinic	84

Sumber: Dinas Kesehatan Kabupaten Jember, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1. Jumlah fasilitas kesehatan yang ada di Jember sangat banyak, berkaitan dengan hal tersebut RSD Balung juga merupakan salah satu rumah sakit yang berkecimpung dalam industri jasa kesehatan yang ada di Kabupaten Jember. Persaingan di industri jasa kesehatan semakin ketat seiring dengan meningkatnya jumlah fasilitas kesehatan yang ada di Jember, rumah sakit dan klinik serta fasilitas kesehatan lainnya berlomba-lomba memberikan pelayanan yang prima, mulai dari pelayanan pasien hingga fasilitas yang lengkap. Persaingan ini semakin intensif didorong oleh beberapa faktor utama yaitu kemajuan teknologi, reputasi online, dan kualitas sumber daya manusia yang menjadi faktor kunci dalam memenangkan persaingan di sektor kesehatan, di mana rumah sakit yang mampu memberikan layanan berkualitas tinggi dan membangun reputasi yang baik cenderung lebih diminati.

RSD Balung memiliki visi "Terwujudnya Rumah Sakit Daerah Balung yang prima, profesional dan modern di bidang pelayanan kesehatan" dan misi

"Memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu, aman, dan nyaman kepada masyarakat dengan mengutamakan profesionalisme dan modernitas". Dalam persaingan rumah sakit di Jember yang semakin ketat, RSD Balung telah berupaya untuk membedakan diri dengan berkomitmen memberikan layanan kesehatan yang berkualitas dan terpercaya yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien. Namun demikian berdasarkan data kunjungan pasien rawat jalan di RSD Balung selama lima tahun terakhir (tahun 2019 sd tahun 2023) menunjukkan fluktuasi yang signifikan pada proporsi kunjungan pasien rawat jalan lama dan baru. Peneliti memperoleh data pada Instalasi Rawat Jalan berdasarkan frekuensi kunjungan lama dan baru menunjukkan data sebagai berikut:

Tabel 1.2 Data Kunjungan Pasien di Rawat Jalan Rumah Sakit Daerah Balung Tahun 2019 s.d. 2023

No	Tahun	Jumlah Kunjungan Pasien		
		Baru	Lama	Total
1	2019	14.173	39.206	53.379
2	2020	9.368	28.048	37.416
3	2021	6.994	26.674	33.668
4	2022	8.290	47.602	55.892
5	2023	7.250	44.907	52.157

Sumber : Laporan Data Kunjungan Pasien Rumah Sakit Daerah Balung

Berdasarkan Tabel 1.2., kunjungan pasien di rawat jalan RSD Balung dari tahun 2019 hingga 2023 menunjukkan tren yang menarik. Pada tahun 2019 jumlah kunjungan pasien mencapai 53.379, namun pada tahun 2020 terjadi penurunan signifikan dimana jumlah kunjungan pasien sebesar 37.416 dan terus berlanjut di tahun 2021 dengan jumlah kunjungan pasien 33.668. Menariknya, pada tahun 2022 terjadi lonjakan kunjungan pasien kembali sebesar 55.892 dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2023 dengan kunjungan pasien sebesar 52.157. Adapun kunjungan pasien baru dari tahun 2019 hingga 2023 menunjukkan penurunan

secara bertahap, sementara kunjungan pasien lama terus meningkat setiap tahun. Penurunan ini patut dicermati dan memerlukan analisis mendalam untuk memahami penyebabnya dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengatasinya. Beberapa kemungkinan penyebab penurunan jumlah kunjungan pasien rawat jalan di RSD Balung antara lain kurangnya kualitas layanan, kepercayaan pasien, kepuasan pasien dan loyalitas pasien. Untuk mengidentifikasi penyebab yang pasti, diperlukan penelitian lebih lanjut yang mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal.

Industri jasa merupakan sektor vital dalam perekonomian modern yang menyediakan berbagai macam layanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari transportasi, perbankan, hingga pendidikan, semua sektor ini bergantung pada kemampuan untuk memberikan layanan yang berkualitas. Salah satu sektor jasa yang sangat penting adalah industri kesehatan yang memberikan layanan esensial untuk menjaga kesejahteraan masyarakat. Industri kesehatan memiliki peran yang sangat strategis. Perkembangan pesat dalam teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan intensifikasi persaingan telah membentuk bisnis jasa yang sangat kompetitif. Konsumen saat ini semakin menuntut layanan yang cepat, personal, dan sesuai dengan preferensi mereka. Selain itu, meningkatnya penggunaan teknologi digital telah memungkinkan konsumen untuk memberikan umpan balik secara real-time, yang secara signifikan mempengaruhi reputasi dan kinerja perusahaan (Parasuraman et al., 1985). Perusahaan jasa yang dapat beradaptasi dengan perubahan perkembangan jaman dalam persaingan globalisasi di industri serta terus berinovasi akan mampu bertahan dan berhasil

dalam jangka panjang. (Widjaja Hartono, 2012; Stojcic et al., 2021; Sharma & Bhat, 2019). Dalam era perkembangan pesat yang dipicu oleh kemajuan teknologi, perubahan perilaku konsumen dan persaingan yang semakin ketat, loyalitas pelanggan telah menjadi faktor kunci dalam meraih keberhasilan. Konsumen yang semakin digital menuntut layanan yang cepat, personal, dan responsif, serta lebih sering memberikan umpan balik online yang berdampak langsung pada reputasi perusahaan. Persaingan yang intensif mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dalam layanan mereka, dengan kualitas layanan dan nilai yang dirasakan menjadi faktor penentu utama kepuasan dan loyalitas pelanggan. Loyalitas ini sangat penting karena dapat mengurangi biaya pemasaran, meningkatkan profitabilitas, serta mendorong advokasi positif dari pelanggan yang puas (Parasuraman et al., 1988); (Oliver, 1999)

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan utama bagi semua organisasi dalam membangun keberlanjutan bisnis yang kuat dan menghadapi persaingan pasar. Dengan mempertahankan pelanggan yang loyal, organisasi dapat memastikan aliran pendapatan yang stabil, mengurangi biaya akuisisi pelanggan baru, dan menciptakan basis pelanggan yang akan mendukung merek mereka melalui rekomendasi positif dan pembelian berulang. Menurut Oliver (1997), loyalitas pelanggan adalah komitmen mendalam dari pelanggan untuk terus membeli atau menggunakan produk atau layanan tertentu secara konsisten di masa depan meskipun ada pengaruh situasional atau upaya pemasaran dari pesaing yang dapat mendorong mereka untuk berpindah ke alternatif lain. Beberapa aspek penting dari loyalitas pelanggan adalah : loyalitas kognitif, loyalitas afektif, loyalitas konatif,

loyalitas perilaku. Sementara menurut Keller (2021), loyalitas pelanggan dipandang sebagai komitmen yang mendalam dari konsumen untuk secara konsisten membeli atau mendukung merek tertentu meskipun terdapat pengaruh situasional dan upaya pemasaran dari pesaing, serta menekankan bahwa loyalitas pelanggan adalah hasil dari pengalaman positif yang berulang, kepercayaan yang tinggi terhadap merek, dan kepuasan yang konsisten dari waktu ke waktu. Dan menurutnya terdapat beberapa aspek utama dari loyalitas pelanggan yaitu : loyalitas perilaku, keterikatan sikap, rasa kebersamaan, keterlibatan aktif. Selain itu membangun loyalitas pelanggan memerlukan perhatian yang berkelanjutan terhadap beberapa faktor utama, yaitu kualitas layanan, kepercayaan, dan Kepuasan. Kepuasan pelanggan yang tinggi, pelayanan yang berkualitas, serta kepercayaan pelanggan yang kuat dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan dan mendukung keberlanjutan bisnis (Parasuraman et al., 1990). Hal ini dikuatkan dengan beberapa penelitian yang mengatakan kualitas layanan dan kepercayaan sangat penting dan sangat berperan dalam menumbuhkan kepuasan pasien dan membuat pelanggan menjadi loyal (Bahri & Yullyta, 2020; Nugroho et al., 2022). Lebih lanjut penelitian (Shie et al., 2022) mengatakan bahwa pelanggan yang loyal cenderung menggunakan layanan tersebut lebih sering dan merekomendasikannya kepada orang lain. Kepuasan adalah fondasi kuat yang menopang loyalitas terhadap suatu layanan. Pelanggan yang merasa puas akan cenderung menjadi pelanggan setia dan bahkan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain (Eftitah et al., 2023).

Faktor kunci yang memiliki hubungan yang kuat dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas layanan. Parasuraman (1988), mengatakan bahwa definisi kualitas layanan adalah penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima, melalui model SERVQUAL menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang tinggi, seperti kehandalan, daya tanggap, dan jaminan, secara signifikan berkontribusi pada peningkatan loyalitas. Sejalan dengan itu pada tahun 2000 dan tahun 2002 Model SERVQUAL dikembangkan oleh (Parasuraman et al., 2002) dan telah menjadi acuan bagi banyak perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Model SERVQUAL terus mengalami pengembangan dan adaptasi seiring berjalannya waktu. Banyak peneliti telah mengembangkan instrumen pengukuran yang lebih spesifik berdasarkan model SERVQUAL untuk mengukur kualitas layanan dalam berbagai sektor industri. Hal ini sejalan dengan temuan (Oliver, 1999) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas layanan itu baik maka pelanggan akan merasa puas dan jika pelanggan merasa puas dengan kualitas suatu organisasi maka pasien akan cenderung lebih loyal dan bersedia kembali untuk menggunakan layanan tersebut di masa depan dan bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain (Arman et al., 2023).

Penelitian terdahulu tentang kualitas layanan yang dihubungkan dengan loyalitas pelanggan sudah banyak dilakukan, diantaranya penelitian (Surachman & Agustina, 2023); (Arlin, 2023); (Oentara, 2022) semuanya

menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Namun, di sisi lain terdapat penelitian yang menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan, bahkan hubungan negatif antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan (Sektianingsih et al., 2019); (Arman et al., 2023); (Qomariah, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain selain kualitas layanan mungkin juga berperan dalam menentukan loyalitas pelanggan.

Faktor kunci berikutnya yang sangat penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan adalah kepercayaan. Menurut Holbrook & Chaudhuri (2001), kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan konsumen bahwa suatu merek dapat diandalkan dan akan memenuhi janji-janji yang dibuatnya. Kepercayaan ini mencakup keyakinan bahwa merek tersebut memiliki integritas dan kompetensi untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara konsisten. Kepercayaan menjadi elemen penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara konsumen dan merek, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Menurut Morgan & Hunt (1994), kepercayaan adalah keyakinan yang dimiliki oleh satu pihak bahwa pihak lain memiliki integritas dan dapat diandalkan untuk memenuhi komitmen yang telah dibuat. Kepercayaan dalam konteks ini mencakup keyakinan bahwa pihak lain memiliki niat baik dan akan bertindak dengan cara yang konsisten dengan harapan yang ada dalam hubungan tersebut. Kepercayaan dianggap sebagai elemen kunci dalam membangun dan memelihara hubungan jangka panjang yang sukses, baik dalam konteks bisnis maupun dalam hubungan lainnya, karena memberikan dasar bagi kerjasama yang berkelanjutan dan saling menguntungkan.

Kepercayaan adalah keyakinan atau ekspektasi seseorang terhadap niat baik, integritas dan kompetensi pihak lain dalam suatu hubungan (Gallagher et al., 2002). Ini mencakup keyakinan bahwa pihak lain akan bertindak dengan niat baik, memiliki kemampuan untuk memenuhi tugas atau komitmen, serta akan bertindak sesuai dengan nilai-nilai moral atau etika yang dapat diandalkan. Suatu organisasi harus menjaga kepercayaan karena kepercayaan adalah fondasi utama dalam membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, mitra bisnis, dan masyarakat umum. Ketika kepercayaan terjaga, organisasi lebih mungkin untuk meningkatkan kepuasan dan mendapatkan loyalitas dari pelanggan karena dengan adanya kepercayaan dari pelanggan maka pelanggan tersebut akan menggunakan produk atau jasa itu kembali.

Penelitian - penelitian empiris tentang kepercayaan yang dihubungkan dengan loyalitas juga sudah banyak dilakukan, diantaranya penelitian seperti yang dilakukan oleh (Priliandani & Tjahjaningsih, 2022); (Wiliana et al., 2019), telah secara konsisten membuktikan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi tidak hanya mendorong pasien untuk menggunakan layanan secara berulang, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kepuasan pasien, loyalitas, serta rekomendasi positif kepada orang lain. Temuan ini sejalan dengan studi seminal oleh (Friedel et al., 2023) yang menyoroti peran sentral kepercayaan dalam membentuk citra positif lembaga kesehatan, meningkatkan efisiensi operasional, dan pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang dalam industri kesehatan yang semakin kompetitif. Namun meskipun sejumlah penelitian menunjukkan hubungan

positif yang signifikan antara kepercayaan pasien dan loyalitas, temuan lain seperti (Khu & Sukei, 2020; (Trisno & Berlianto, 2023); (Lutfiani, 2022) justru mengindikasikan tidak adanya hubungan yang signifikan, bahkan hubungan negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan yang dirasakan, biaya, kemudahan akses, dan rekomendasi dari orang terdekat, mungkin memiliki peran yang sama penting atau bahkan lebih dominan dalam menentukan loyalitas pelanggan

Faktor berikutnya yang meningkatkan loyalitas adalah kepuasan pelanggan. Setiap organisasi dibidang jasa hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau layanan yang dirasakan dengan ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2007). Jika kinerja produk atau layanan melebihi ekspektasi maka pelanggan akan merasa puas, namun sebaliknya jika kinerja tersebut di bawah ekspektasi, pelanggan akan merasa kecewa. Dan menurut Oliver (1980), kepuasan pelanggan adalah hasil dari proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan ekspektasi mereka terhadap suatu produk atau layanan dengan kinerja aktual yang mereka rasakan setelah menggunakannya. Selain itu kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan terhadap suatu pelayanan dengan persepsi mereka terhadap pelayanan yang sebenarnya diterima (Parasuraman et al., 1988). Ketika persepsi pelanggan sesuai atau melebihi harapan mereka, maka akan timbul kepuasan. Sebaliknya jika persepsi pelanggan lebih rendah dari harapan mereka, maka akan timbul ketidakpuasan. Dengan demikian kepuasan sangat penting dalam membangun

loyalitas karena jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang ataupun merekomendasikan kepada orang lain.

Berbagai penelitian terdahulu tentang Kepuasan pelanggan yang dihubungkan dengan loyalitas sudah banyak dilakukan, diantaranya penelitian oleh (Mahyardiani et al., 2020) menyatakan bahwa kepuasan pasien memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien RSIA Budi Kemuliaan. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Syur'an et al., 2020) membuktikan bahwa Kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien pengguna jasa pelayanan pada poliklinik yang ada di Rumah Sakit Universitas Andalas. Selain itu (Eftitah et al., 2023) dalam penelitiannya membuktikan bahwa Kepuasan pasien rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Islam Fatimah RSUD Banyuwangi. Dan terdapat pula penelitian (Kartika et al., 2023) yang menunjukkan bahwa kepuasan pasien yang tinggi akan memberikan tingkat loyalitas yang tinggi di Instalasi Rawat Inap RSUD Bhakti Dharma Husada Surabaya. Penelitian - penelitian tersebut menunjukkan bahwa begitu eratnya hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas. Namun selain itu terdapat pula pada penelitian terdahulu temuan kontradiktif dari penelitian lain seperti (Liu et al., 2021; Sektiyaningsih et al., 2019; Sari et al., 2020) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ketidakkonsistenan ini mengindikasikan bahwa hubungan antara kepuasan pasien dan loyalitas mungkin lebih kompleks daripada yang diperkirakan, faktor-faktor seperti kualitas layanan dan kepercayaan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan memakai produk/ jasa itu kembali dan bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan temuan (Oliver, 1999) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kualitas layanan yang unggul tidak hanya mampu memuaskan pelanggan saat ini, tetapi juga mendorong terjadinya pembelian ulang dan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Kualitas layanan merupakan aset tak ternilai bagi setiap bisnis, kualitas layanan yang unggul secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya memperkuat loyalitas dan reputasi perusahaan.

Penelitian (Nanincova, 2019); (Sigit & Soliha, 2017); (Monica & Marlius, 2023), mendukung mengenai kepuasan pelanggan yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini menyatakan bahwa dengan meningkatkan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun banyak penelitian menunjukkan hubungan positif antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, namun terdapat temuan kontradiksi dalam penelitian (Hidayat, 2019); (Wijaya et al., 2023), yang menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel ini mungkin lebih kompleks dari yang diperkirakan sebelumnya dan dipengaruhi oleh faktor-faktor kontekstual yang spesifik, seperti karakteristik produk, segmen pasar, atau budaya organisasi.

Faktor utama lainnya yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kepercayaan. Kepercayaan memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Menurut Morgan & Hunt, (1994), bahwa kepercayaan merupakan komponen kunci dalam membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan dan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan, dimana keyakinan yang dipegang oleh salah satu pihak bahwa pihak lainnya memiliki integritas dan dapat diandalkan untuk memenuhi komitmen yang telah dibuat. Kepercayaan dalam konteks ini mencakup keyakinan bahwa pihak lain memiliki niat baik dan berperilaku dengan cara yang konsisten dengan harapan-harapan dalam hubungan tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian (Ganesan, 1994) menunjukkan bahwa kepercayaan meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima, yang pada gilirannya memperkuat kepuasan. Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus fokus pada pembangunan dan pemeliharaan kepercayaan melalui interaksi yang konsisten, transparan dan berorientasi pada kepentingan pelanggan.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah secara konsisten menunjukkan adanya korelasi positif antara kepercayaan pelanggan dan kepuasan mereka. Temuan ini diperkuat oleh studi (Asiati et al., 2019) yang menggarisbawahi pengaruh signifikan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syari'ah di Palembang. Menariknya, (Sari et al., 2023) dalam kajian terpisah, juga menemukan pengaruh positif dan signifikan yang serupa pada nasabah PT. Bank Sulselbar. Hasil-hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kepercayaan

layaknya fondasi yang kokoh dan menjadi kunci dalam membangun kepuasan pelanggan yang berkelanjutan. Namun, meskipun sejumlah penelitian seperti menunjukkan hubungan yang kuat antara kepercayaan dan kepuasan pelanggan, temuan-temuan lain justru menghadirkan gambaran yang lebih kompleks. Seperti penemuan (Sudaryana, 2020; Juwaini et al., 2022; Ikhsan, 2019) yang menemukan pengaruh positif namun tidak signifikan antara kepercayaan dan kepuasan konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan antara kepercayaan dan kepuasan pelanggan mungkin tidak selalu linier dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor kontekstual.

Berdasarkan adanya fluktuasi kunjungan pasien dan hasil penelitian terdahulu yang mengindikasikan adanya potensi kesenjangan, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih mendalam pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pasien. Untuk memahami mekanisme pengaruh yang lebih kompleks, penelitian ini juga akan menganalisis peran kepuasan pasien sebagai variabel intervening. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien dan memberikan rekomendasi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien di RSD Balung, dengan begitu penelitian ini penting untuk dilakukan dengan judul "Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pasien Berbasis Kualitas Layanan dan Kepercayaan (Studi Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Daerah Balung)". Penelitian ini akan mengkaji lebih mendalam bagaimana variabel-variabel tersebut saling terkait dan berdampak pada perilaku loyalitas pasien di rumah sakit tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut diatas, rumusan masalah secara umum dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di RSD Balung?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di RSD Balung?
3. Apakah kepuasan Pasien berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di RSD Balung?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di RSD Balung?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di RSD Balung?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di RSD Balung melalui kepuasan pasien sebagai variable mediasi?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di RSD Balung melalui kepuasan pasien sebagai variable mediasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dibangun ialah:

1. Untuk menguji kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di RSD Balung?.
2. Untuk menguji kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di RSD Balung?
3. Untuk menguji kepuasan pasien berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di RSD Balung?
4. Untuk menguji kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di RSD Balung?
5. Untuk menguji kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di RSD Balung?
6. Untuk menguji kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di RSD Balung melalui kepuasan pasien sebagai variable mediasi?
7. Untuk menguji kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di RSD Balung melalui kepuasan pasien sebagai variable mediasi?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di rumah sakit daerah.
2. Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan teori baru atau

memperkuat teori yang sudah ada tentang loyalitas pasien di rumah sakit.

3. Penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang manajemen rumah sakit, khususnya dalam hal kualitas layanan, kepercayaan, dan loyalitas pasien.
4. Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya tentang topik-topik terkait, seperti faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pasien di rumah sakit.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Temuan penelitian ini dapat membantu Rumah Sakit Daerah Balung dalam mengidentifikasi aspek-aspek kualitas layanan yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien.
2. Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang peningkatan kepercayaan pasien terhadap rumah sakit akan membuat pasien merasa lebih aman dan nyaman dalam memilih rumah sakit tersebut untuk perawatan.
3. Dengan meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan, Rumah Sakit Daerah Balung dapat meningkatkan loyalitas pasien, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan reputasi rumah sakit.
4. Penelitian ini dapat membantu Rumah Sakit Daerah Balung dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien, sehingga memungkinkan rumah sakit untuk mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pasien.
5. Temuan penelitian ini dapat mendorong Rumah Sakit Daerah Balung untuk meningkatkan kualitas layanannya, sehingga pasien dapat menerima layanan kesehatan yang lebih baik.

6. Dengan meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan, pasien di Rumah Sakit Daerah Balung diharapkan akan merasa lebih puas dengan layanan yang mereka terima.
7. Pasien yang puas dengan layanan Rumah Sakit Daerah Balung lebih cenderung untuk kembali ke rumah sakit tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain.

