Analysis of Satisfaction in Increasing Loyalty through Trust (Study on BPJS Participant Patients at UPT Puskesmas Cimaragas Ciamis Regency)

Analisis Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas melalui Kepercayaan (Studi pada Pasien Peserta BPJS di UPT Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis)

Peni Cahyati

Politeknik Kesehatan Tasikmalaya

Jl. Babakan Siliwangi No. 35, Tasikmalaya 46115

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of satisfaction on trust and its implications for loyalty (a study on BPJS participant patients at UPT Puskesmas Cimaragas, Ciamis Regency). The results of this study are expected to become input for the UPT Puskesmas Cimaragas, Ciamis Regency, which is useful for increasing satisfaction so that patient trust and patient loyalty can be achieved. The research method used is descriptive analysis and verification. The data collection used was interviews using a questionnaire accompanied by observation and literature techniques, the p-sampling technique was carried out by consecutive sampling using inclusion and exclusion criteria. Data collection in the field was carried out in 2019. Data analysis techniques used Path Analysis. The results showed that in general the satisfaction, trust, and loyalty of patients at the UPT Puskesmas Cimaragas, Ciamis Regency were in the poor category. There is an effect of satisfaction on trust and its implications for patient loyalty. The better the patient's satisfaction, the better the patient's trust in the Puskesmas, which in turn will have an impact on increasing patient loyalty at the UPT Puskesmas Cimaragas.

Keywords: *patient satisfaction, trust, loyalty*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan dan implikasinya terhadap loyalitas (studi pada pasien peserta BPJS di UPT Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi UPT Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis, yang berguna untuk meningkatkan kepuasan sehingga tercapai kepercayaan pasien dan loyalitas pasien. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan menggunakan kuesioner disertai dengan teknik observasi dan kepustakaan, teknik pengambilan p sampel dilakukan secara *consecutive sampling* dengan menggunakan kriteria inklusi dan eksklusi. Pengumpulan data di lapangan dilaksanakan pada tahun 2019. Teknik analisis data menggunakan Analisis Jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum kepuasan, kepercayaan, loyalitas pasien di UPT Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis termasuk kategori kurang baik. Terdapat pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan serta implikasinya pada loyalitas pasien. Semakin baik kepuasan yang diterima pasien, semakin baik pula kepercayaan pasien terhadap Puskesmas yang pada akhirnya akan berdampak terhadap peningkatan loyalitas pasien di UPT Puskesmas Cimaragas.

Kata kunci: *kepuasan, kepercayaan, loyalitas pasien*

*) Corresponding Author: peni_poltekestsm@yahoo.com

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan hak asasi manusia dan salah satu unsur kesejahteraan yang harus diwujudkan sesuai dengan cita-cita bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pasal 28 H yang menetapkan bahwa setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin bertempat tinggal dan mendapatkan lingkungan hidup baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan dan Negara bertanggung jawab mengatur agar terpenuhi hak hidup sehat bagi warga negaranya. Puskesmas (Pusat Kesehatan Masyarakat) sebagai salah satu jenis fasilitas pelayanan kesehatan tingkat pertama memiliki peranan penting dalam sistem kesehatan nasional, khususnya subsistem upaya kesehatan (Andini et al., 2019).

Puskesmas adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan upaya kesehatan masyarakat dan upaya kesehatan perorangan tingkat pertama dengan lebih mengutamakan upaya promotif dan preventif, untuk mencapai derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya di wilayah kerjanya. Penyelenggaraan puskesmas perlu ditata ulang untuk meningkatkan aksesibilitas, keterjangkauan dan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dan menyukseskan program jaminan sosial nasional. (Permenkes No 75 Tahun 2014). Dalam menjalankan perannya, Puskesmas harus selalu memperhatikan kualitas staf medis, pelayanan gawat darurat, perawatan perawat, tersedianya pelayanan yang lengkap, rekomendasi dokter, peralatan yang modern, karyawan yang sopan santun, lingkungan yang baik, penggunaan Puskesmas sebelumnya, ongkos perawatan, rekomendasi keluarga, dekat dari rumah, ruangan pribadi dan rekomendasi teman (Cooper, 1995).

Jasa atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh perusahaan tentunya harus berkualitas. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Woodruff, 1997). Pada perusahaan jasa, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan dari suatu perusahaan sangatlah penting, yang mana harapan konsumen akan dibentuk oleh pelayanan yang diberikan sebelumnya dan kualitas pelayanan tersebut akan sangat berdampak terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Apabila pasien merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit, maka mereka akan melakukan pemanfaatan jasa pelayanan rumah sakit yang berulang-ulang. Di samping itu mereka cenderung untuk melakukan *word of mouth communication* (dorongan/saran dari teman) kepada relasi-relasi terdekatnya agar mereka melakukan hal yang sama seperti dirinya, yakni memanfaatkan pelayanan kesehatan yang berorientasi kepada kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien (Tjiptono, 2017).

Dalam persaingan pasar yang semakin tinggi saat ini, mewujudkan kepuasan konsumen adalah hal yang penting dan merupakan salah satu tujuan utama dari setiap organisasi (Ekasari et al., 2017). Inti dari konsep pemasaran adalah menciptakan kepuasan pelanggan yang menimbulkan loyalitas pelanggan. Pemasaran merupakan suatu proses memersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas pelayanan (Kotler & Keller, 2016). Pada konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan telah dicapai konsensus bahwa harapan pelanggan (*customer expectation*) memainkan peran penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas maupun kepuasan pelanggan. Barang atau jasa dikatakan bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi konsumen akan nilai produk tersebut. Artinya mutu merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan konsumen. Produsen dikatakan telah menyampaikan mutu jika produk atau jasa yang ditawarkannya sesuai atau melampaui ekspektasi pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Loyalitas pelanggan adalah kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap sebuah produk, mempunyai komitmen terhadap produk tersebut dan bermaksud melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Selain itu biaya yang dibutuhkan untuk menarik pelanggan baru juga jauh lebih besar dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang loyal pada perusahaan (Kotler & Keller, 2016). Loyalitas pelanggan sendiri tidak dapat dipisahkan dari kepuasan pelanggan. Kalangan praktisi maupun akademisi sepakat bahwa kepuasan dan loyalitas terkait secara erat dan tak terpisahkan. Tetapi pola hubungan antara keduanya bersifat asimetri mengingat konsumen yang loyal kebanyakan konsumen yang terpuaskan, tetapi tidak semua kepuasan konsumen bermakna loyalitas (Oliver, 2014).

Penelitian dilakukan di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis dikarenakan sejak tanggal 1 Januari 2014, berlaku Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang dikelola oleh BPJS. Dengan berlakunya BPJS bahwa peraturan tentang pelayanan kesehatan menjadi berubah demikian pula dengan alur pelayanan dan administrasi yang harus ditempuh. Tak dapat dipungkiri hal ini memerlukan berbagai perubahan dan proses adaptasi dalam pelayanan

kesehatan dan pelayanan administrasi. Dengan berlakunya BPJS, yang mana Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis merupakan salah satu dari sedikit Puskesmas yang melaksanakan program JKN ini sejak pertama kali digulirkan merupakan fasilitas kesehatan tingkat pertama yang memberikan rujukan kepada fasilitas kesehatan rujukan tingkat lanjutan untuk memberikan pelayanan kesehatan. Pada pelaksanaannya pasien yang mengikuti program tersebut selanjutnya dikenal dengan istilah pasien BPJS/pasien JKN.

Saat ini program atas loyalitas menjadi sesuatu yang banyak dilakukan perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan retensi (bertahannya) pelanggan yaitu melalui usaha meningkatkan kepuasan dan nilai kepada pelanggan tertentu. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan perusahaan jangka panjang.

Peningkatan kualitas pelayanan kesehatan di puskesmas merupakan faktor yang sangat penting dalam meningkatkan sistem pelayanan kesehatan. Seiring dengan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap pelayanan publik yang lebih baik, maka puskesmas sebagai unit pelayanan publik dihadapkan tantangan dalam upaya meningkatkan mutu pelayanannya. Apalagi di dalam era JKN dan dengan berkembangnya fasilitas kesehatan swasta di sekitar puskesmas apabila puskesmas tidak meningkatkan kualitas pelayanannya maka puskesmas akan ditinggalkan oleh masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut di atas peneliti ingin mengetahui kepercayaan dan loyalitas pasien terhadap layanan yang di berikan oleh Puskesmas Cimaragas.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif, dengan tujuan untuk memperoleh deskripsi tentang kepuasan pelayanan keperawatan, kepercayaan, dan loyalitas, dan mengetahui hubungan (pengaruh) antar variabel melalui pengujian hipotesis dari hasil pengumpulan data di lapangan. Selanjutnya dilakukan generalisasi berdasarkan hasil pengujian terhadap sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *consecutive sampling* dengan jumlah 100 orang. Teknik analisis dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*). Unit observasi yang digunakan adalah pasien-pasien peserta BPJS di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis.

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan, pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data, mempelajari dan mencatat bagian-bagian yang dianggap penting dari literatur dan data sekunder yang berkenaan dengan masalah penelitian.
2. Studi lapangan, dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terstruktur, di mana pertanyaan dan jawaban telah tersedia. Dalam penelitian ini kuesioner diisi oleh seluruh subyek penelitian yang termasuk kriteria inklusi Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis.

Kuesioner penelitian diberi skor dengan menggunakan skala Likert. Di mana skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015). Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan-pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan Kuantitatif maka jawaban diberi skor positif sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Bobot Nilai	
	Positif	Negatif
SS (Sangat Setuju)	5	1
S (Setuju)	4	2

Jawaban Pertanyaan	Bobot Nilai	
	Positif	Negatif
R (Ragu-ragu)	3	3
TS (Tidak Setuju)	2	4
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Perbedaannya adalah sebagai berikut:.

1. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama yang diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner kepada responden yang dianggap telah mewakili populasi.
2. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sebelumnya, diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel, dan tulisan-tulisan ilmiah (Umar, 2000).

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur cocok untuk mengukur apa yang ingin diukur. Jadi dapat dikatakan bahwa, semakin tinggi tingkat validitas suatu alat ukur, akan semakin mampu mencapai sasarannya. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat validitas akan semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen ukur dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen ukur tersebut dapat menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur sesuai dengan makna dan tujuan pengukuran tersebut. Untuk menguji tingkat validitas alat ukur dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi pearson. Dari hasil penghitungan, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka butir/item tersebut valid, tetapi jika sebaliknya maka butir atau item tersebut harus dikeluarkan dari instrumen (Santoso, 2014).

Reliabilitas adalah tingkat konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Jika suatu alat ukur dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel. Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukur yang baik. Ide pokok dari konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, yaitu sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*error of measurement*). Pengujian reliabilitas alat penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode "*Alpha Cronbach*". Jika nilai α mendekati satu, maka instrumen tersebut reliabel (Santoso, 2014).

Berdasarkan paradigma dan hipotesis penelitian yang telah ditetapkan, maka analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur (*path analysis*). Pemilihan metode analisis jalur dilakukan dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Metode ini mampu memberikan kejelasan hubungan dan besarnya antara variabel penelitian yang sangat berguna bagi upaya peneliti dalam mengupas secara lebih dalam berbagai variabel yang diteliti.
2. Analisis jalur cocok digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat, baik untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung variabel penyebab (variabel eksogen) terhadap set variabel akibat (variabel endogen), baik secara simultan maupun parsial.

Analisis jalur (*path analysis*), menurut (Ahmaddien & Syarkani, 2019) mempunyai beberapa karakteristik utama seperti terangkum pada tabel berikut.

Tabel 2. Karakteristik Analisis Jalur

Peninjauan	Deskripsi
Tujuan	Menganalisis hubungan kausal antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung 1. Bagaimana pengaruh variabel penyebab X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap variabel Y ?
Terminologi untuk variabel yang diteliti	2. Berapa besar pengaruh langsung, tidak langsung, total maupun pengaruh bersama variabel penyebab X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap variabel Y
Skala pengukuran variabel utama	Sekurang-kurangnya interval

Peninjauan	Deskripsi
Persamaan yang dianalisis	Persamaan regresi multiple: $Y_1 = F(X_1, X_2, X_3, X_4, \epsilon)$ <ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan antar variabel linier 2. Antar variabel penyebab tidak terdapat problem multikolinieritas. Artinya, matriks kovariansi/korelasi yang dihasilkan data sampel adalah matriks <i>positive definite</i>. 3. Model yang hendak diuji dibangun atas dasar teori yang kuat dan hasil penelitian yang relevan, sehingga secara teoritis model yang diuji tidak diperdebatkan lagi. 4. Variabel yang diteliti diasumsikan dapat diobservasi langsung, karena itu model pengukuran variabel dapat memenuhi kriteria <i>congenric measurement model</i>.
Asumsi	

Sumber: Ahmaddien & Syarkani (2019)

Adapun untuk keperluan analisis telah ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:

1. Sebagaimana yang dirancang dalam operasionalisasi variabel, maka nilai variabel-variabel kepuasan pasien, kepercayaan pasien, dan loyalitas pasien merupakan data yang bersifat ordinal. Dengan menggunakan tipe pertanyaan tertutup (*closed-end question*) setiap item pertanyaan ditentukan peringkat dengan lima alternatif jawaban. Pilihan jawaban responden merupakan nilai skor jawaban, sehingga nilai variabel diperoleh dari total skor jawaban dari setiap item.
2. Teknik analisis jalur memerlukan syarat data yang mempunyai tingkat pengukuran sekurang-kurangnya interval. Maka untuk ketiga variabel tersebut di atas, yakni kepuasan pasien, kepercayaan pasien, dan loyalitas pasien yang memiliki tingkat pengukuran ordinal harus diubah menjadi interval. Karena itu melalui *methods of successive intervals* (MSI) dilakukan transformasi data dengan langkah kerja sebagai berikut:
 - a. Berdasarkan hasil jawaban responden, untuk setiap pertanyaan dihitung frekuensi setiap pilihan jawaban.
 - b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan hitung proporsi setiap pilihan jawaban.
 - c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
 - d. Untuk setiap pertanyaan tentukan nilai untuk Z dalam setiap pilihan jawaban.
 - e. Hitung *scala value* (nilai interval rata-rata) untuk setiap pilihan jawaban.
3. Menyiapkan pasangan data dari variabel independen dan dependen dari semua sampel penelitian untuk pengujian hipotesis.

Analisis jalur merupakan bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam analisis jalur pengaruh independen dan dependen dapat berupa pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung (*direct & indirect effect*), atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh tidak langsung suatu independen variabel terhadap dependen variabel adalah melalui variabel yang lain yang disebut variabel antara (*intervening variable*). Untuk menggambarkan hubungan-hubungan kausalitas antar variabel yang akan diteliti pada penelitian ini digunakan diagram jalur (*path diagram*). Diagram jalur adalah alat untuk melukiskan secara grafis, struktur hubungan kausalitas antar variabel independen, *intervening*, dan variabel dependen (Riduwan, 2014).

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu kepuasan pasien (variabel X), variabel antara (*intervening*) kepercayaan pasien (Y) sedangkan variabel terikat adalah loyalitas pasien (Z).

Gambar 1. Struktur hubungan X, Y, dan Z

Di mana:

X : Kepuasan pasien

Y : Kepercayaan pasien

Z : Loyalitas pasien

ε : Faktor yang mempengaruhi Y dan Z

Dalam hal ini ρ_{xy} , ρ_{zy} dan ρ_{zx} , merupakan koefisien jalur. Struktur hubungan variabel tersebut dapat dinyatakan ke dalam persamaan, yaitu:

$$Z = \rho_{yx} + \rho_{zx} + \rho_{zy} + \varepsilon$$

$$Y = \rho_{yx} + \varepsilon_1$$

$$Y = \rho_{zx} + \varepsilon_2$$

$$Y = \rho_{zy} + \varepsilon_3$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 3. Jawaban Kepuasan Pasien

No	Ukuran Deskriptif	Nilai
1	Keselamatan	3,49
2	Efektivitas	3,25
3	Keadilan	3,24
4	Ketepatan Waktu	3,09
5	Keberpusatan Pasien	3,09
6	Efisiensi	4,14
	Rata-rata keseluruhan	3,34

Tabel 3 memberikan gambaran keseluruhan jawaban kepuasan pasien peserta BPJS di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis. Rekapitulasi jawaban memberikan nilai rata-rata variabel kepuasan pasien sebesar 3.34 berada di nilai interval 2.61–3.40, yang berarti kepuasan pasien yang terdiri dari dimensi keselamatan (*safety*), efektivitas (*effectiveness*), keadilan (*equity*), aktualitas (*timeliness*), keberpusatan pasien (*patient-centeredness*) dan efisiensi (*efficiency*) di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis diinterpretasikan dalam kriteria kurang puas. Apabila dibandingkan antara dimensi, maka dimensi efisiensi (*efficiency*) memberikan gambaran yang paling baik sedangkan dimensi ketepatan waktu (*timeliness*) dan keberpusatan pasien (*patient-centeredness*) memberikan gambaran yang paling rendah. Nilai rata-rata tertinggi berada pada indikator mengenai Dokter berkemampuan baik dalam mendiagnosis penyakit pasien, dan biaya perawatan sesuai sedangkan nilai rata-rata terendah berada pada indikator mengenai perawat kurang cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pasien, pelayanan yang diberikan kepada pasien kurang sesuai keinginan dan kebutuhan pasien.

Tabel 4. Jawaban Kepercayaan Pasien

No.	Ukuran Deskriptif	Nilai
1	Kemampuan	3,40
2	Integritas	2,84
3	Kebajikan	2,83
	Rata-rata keseluruhan	3,00

Tabel. 4 memberikan gambaran keseluruhan jawaban mengenai kepercayaan pasien. Rekapitulasi jawaban memberikan nilai rata-rata variabel kepercayaan pasien sebesar 3.00 berada di nilai interval 2.61–3.41, yang berarti kepercayaan pasien yang terdiri dari dimensi kemampuan (*ability*), integritas (*integrity*) dan kebijakan (*benevolence*) di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis diinterpretasikan dalam kriteria kurang percaya. Apabila dibandingkan antara dimensi, maka dimensi kemampuan (*ability*) memberikan gambaran yang paling baik sedangkan dimensi kebijakan (*benevolence*) memberikan gambaran yang paling rendah.

Nilai rata-rata tertinggi berada pada indikator mengenai percaya kemampuan petugas dalam memanfaatkan alat-alat kedokteran, dan percaya bahwa dokter dapat memberikan perhatian sesuai harapan sedangkan nilai rata-rata terendah berada pada indikator mengenai percaya dokter bersedia meluangkan waktu untuk pasien berkonsultasi, percaya terhadap kejujuran petugas (dokter, perawat dan petugas lainnya) dalam menyampaikan informasi, dan percaya perawat dapat memberikan perhatian sesuai harapan pasien.

Tabel 5. Jawaban Loyalitas Pasien

No.	Ukuran Deskriptif	Nilai
1	Loyalitas	3,04
	Rata-rata keseluruhan	3,04

Tabel. 5 memberikan gambaran keseluruhan jawaban mengenai loyalitas pasien peserta BPJS di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis. Rekapitulasi jawaban memberikan nilai rata-rata variabel loyalitas pasien sebesar 3.04 berada di nilai interval 2.61–3.41, yang berarti loyalitas pasien yang terdiri dari dimensi melakukan pembelian ulang secara teratur, mereferensikan kepada orang lain, membeli produk/jasa yang lain di tempat yang sama, dan tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing diinterpretasikan dalam kriteria kurang loyal. Hal ini terlihat dari Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis bukan satu-satunya Puskesmas tempat pelayanan kesehatan yang terbaik dan peserta BPJS tidak akan merekomendasikan Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis kepada orang lain, jika akan membutuhkan pelayanan kesehatan.

Gambar 2. Koefisien jalur X terhadap Y dan Z

Keterangan:

KP : Kepuasan Pasien
 KeP : Kepercayaan Pasien
 LP : Loyalitas Pasien

Arti dari persamaan di atas yaitu $b_0=0.785$: Kepuasan pasien bernilai positif sebesar 0.785, artinya jika kepuasan pasien dipersepsikan bertambah baik, maka kepuasan pasien akan memberikan kontribusi positif terhadap kepercayaan pasien sebesar 0.785. Kemudian $b_1=0.344$: Kepuasan pasien bernilai positif sebesar 0.344, artinya jika kepercayaan pasien dipersepsikan bertambah baik, maka kepuasan pasien akan memberikan kontribusi positif terhadap loyalitas pasien sebesar 0.344. Selanjutnya, $b_3=0.712$: Kepercayaan pasien bernilai positif sebesar 0.712 artinya jika kepercayaan pasien dipersepsikan bertambah baik, maka kepercayaan pasien akan memberikan kontribusi positif terhadap loyalitas pasien sebesar 0.712.

Gambar 3. Substruktur 1

Dari *output* di atas diperoleh nilai koefisien jalur p_{YX} sebesar 0.785 dan nilai R^2_{YX} sebesar 0.616 atau 61.62%. Dengan nilai R^2_{YX} tersebut dapat diperoleh pengaruh dari faktor

lain (*error*) sebesar $100\% - 61.62\% = 38.38\%$. Dengan demikian diperoleh persamaan substruktur 1 ialah $Y = 0.785 X + 0.383$. Jika digambarkan akan tampak sebagai berikut.

Gambar 4. Pengaruh kepuasan pasien terhadap kepercayaan pasien

Untuk menguji signifikansi pengaruh dari variabel kepuasan pasien (X) terhadap kepercayaan pasien (Y) yang direpresentasikan oleh persamaan pada sub struktur 1 di atas, akan digunakan pengujian dengan uji t.

$H_0: \rho_{YX} = 0$; kepuasan pasien (X) tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pasien (Y)

$H_a: \rho_{YX} \neq 0$; kepuasan pasien (X) berpengaruh terhadap kepercayaan pasien (Y)

Tabel 6. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.184	1.738		5.284	.000
	X	.723	.058	.785	11.491	.000

Dependent Variable: Y

Berdasarkan *output* di atas, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel X sebesar 0.000. Nilai ini < 0.05 sehingga kesimpulannya adalah tolak H_0 dan terima H_a , artinya adalah terbukti bahwa kepuasan pasien (X) berpengaruh terhadap kepercayaan pasien (Y) dengan pengaruh sebesar 61.62%.

Gambar 5. Substruktur 2

Dari *output* di atas diperoleh nilai koefisien jalur ρ_{ZX} sebesar 0.344 dan nilai R^2_{YX} sebesar 0.118 atau 11.83%. Dengan nilai R^2_{ZX} tersebut dapat diperoleh pengaruh dari faktor lain (*error*) sebesar $100\% - 11.83\% = 88.17\%$. Dengan demikian diperoleh persamaan substruktur 2 ialah $Y = 0.344 X + 0.881$. Jika digambarkan akan tampak sebagai berikut.

Gambar 6. Pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien

Untuk menguji signifikansi pengaruh dari variabel kepuasan pasien (X) terhadap loyalitas pasien (Z) yang direpresentasikan oleh persamaan pada sub struktur 2 di atas, akan digunakan pengujian dengan uji t.

$H_0: \rho_{ZX} = 0$; kepuasan pasien (X) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien (Z)

$H_a: \rho_{ZX} \neq 0$; kepuasan pasien (X) berpengaruh terhadap loyalitas pasien (Z)

Tabel 7. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.365	1.142		6.448	.000
	X	.309	.038	.344	6.719	.000

Dependent Variable: Z

Berdasarkan *output* di atas, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel X sebesar 0.000. Nilai ini < 0.05 sehingga kesimpulannya adalah tolak H_0 dan terima H_a , artinya adalah terbukti bahwa kepuasan pasien (X) berpengaruh terhadap loyalitas pasien (Z) dengan pengaruh sebesar

11.83%.

Gambar 7. Substruktur 3

Dari *output* di atas diperoleh nilai koefisien jalur p_{ZY} sebesar 0.712 dan nilai R^2_{YX} sebesar 0.506 atau 50.69%. Dengan nilai R^2_{ZX} tersebut dapat diperoleh pengaruh dari faktor lain (*error*) sebesar $100\% - 50.69\% = 49.31\%$. Dengan demikian diperoleh persamaan substruktur 3 yaitu $Z = 0.712 Y + 0.493$. Jika digambarkan akan tampak sebagai berikut.

Gambar 8. Pengaruh kepercayaan pasien terhadap loyalitas pasien

Untuk menguji signifikansi pengaruh dari variabel kepercayaan pasien (Y) terhadap loyalitas pasien (Z) yang direpresentasikan oleh persamaan pada sub struktur 2 di atas, akan digunakan pengujian dengan uji t.

H_0 : $p_{ZY} = 0$; kepercayaan pasien (Y) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien (Z)

H_a : $p_{ZY} \neq 0$; kepercayaan pasien (Y) berpengaruh terhadap loyalitas pasien (Z)

Tabel 8. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.835	.901		4.258	.000
	Y	.633	.454	.712	9.427	.000

Dependent Variable: Z

Berdasarkan *output* di atas, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Y sebesar 0.000. Nilai ini < 0.05 sehingga kesimpulannya adalah tolak H_0 dan terima H_a , artinya adalah terbukti bahwa kepercayaan pasien (Y) berpengaruh terhadap loyalitas pasien (Z) dengan pengaruh sebesar 50.69%.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai korelasi dan koefisien jalur yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS v. 20.0 dapat diketahui besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien melalui loyalitas pasien. Adapun hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

Pengaruh langsung:

$$(p_{zx})^2 = 0.344 \times 0.344 = 11.83\%$$

Pengaruh tak langsung:

$$(p_{yx} \times p_{zy}) = 0.785 \times 0.712 = 55.89\%$$

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung antara kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan pasien adalah sebesar 55.89%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan pasien lebih besar dibandingkan dengan pengaruh langsungnya.

Tabel 9. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepercayaan Pasien

Interpretasi Analisis Jalur			
Ket		Pengaruh	%
X	Pengaruh langsung ke Z	0.1183	11.83
	Pengaruh tidak langsung melalui Y ke Z	0.5589	55.89

Sumber: Diolah (2020)

Pembahasan

Hasil rekapitulasi jawaban memberikan nilai rata-rata variabel kepuasan pasien sebesar 3.34 berada di nilai interval 2.61–3.40, yang berarti kepuasan pasien yang terdiri dari dimensi keselamatan (*safety*), efektivitas (*effectiveness*), keadilan (*equity*), aktualitas (*timeliness*), keberpusatan pasien (*patient-centeredness*) dan efisiensi (*ef-ficiency*) di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis diinterpretasikan dalam kriteria kurang puas. Apabila dibandingkan antara dimensi, maka dimensi efisiensi (*ef-ficiency*) memberikan gambaran yang paling baik sedangkan dimensi ketepatan waktu (*timeliness*) dan keberpusatan pasien (*patient-centeredness*) memberikan gambaran yang paling rendah. Nilai rata-rata tertinggi berada pada indikator mengenai Dokter berkemampuan baik dalam mendiagnosis penyakit pasien, dan biaya perawatan sesuai sedangkan nilai rata-rata terendah berada pada indikator mengenai perawat kurang cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pasien, pelayanan yang diberikan kepada pasien kurang sesuai keinginan dan kebutuhan pasien.

Hasil rekapitulasi jawaban memberikan nilai rata-rata variabel kepercayaan pasien sebesar 3.00 berada di nilai interval 2.61–3.41, yang berarti kepercayaan pasien yang terdiri dari dimensi kemampuan (*ability*), integritas (*integrity*) dan kebijakan (*benevolence*) di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis diinterpretasikan dalam kriteria kurang percaya. Apabila dibandingkan antara dimensi, maka dimensi kemampuan (*ability*) memberikan gambaran yang paling baik sedangkan dimensi kebijakan (*benevolence*) memberikan gambaran yang paling rendah. Nilai rata-rata tertinggi berada pada indikator mengenai percaya kemampuan petugas dalam memanfaatkan alat-alat kedokteran, dan percaya bahwa dokter dapat memberikan perhatian sesuai harapan sedangkan nilai rata-rata terendah berada pada indikator mengenai percaya dokter bersedia meluangkan waktu untuk pasien berkonsultasi, percaya terhadap kejujuran petugas (dokter, perawat dan petugas lainnya) dalam menyampaikan informasi, dan percaya perawat dapat memberikan perhatian sesuai harapan pasien.

Hasil rekapitulasi jawaban memberikan nilai rata-rata variabel loyalitas pasien sebesar 3.04 berada di nilai interval 2.61–3.41, yang berarti loyalitas pasien yang terdiri dari dimensi melakukan pembelian ulang secara teratur, mereferensikan kepada orang lain, membeli produk/jasa yang lain di tempat yang sama, dan tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing diinterpretasikan dalam kriteria kurang loyal. Hal ini terlihat dari Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis bukan satu-satunya Puskesmas tempat pelayanan kesehatan yang terbaik dan peserta BJPS tidak akan merekomendasikan Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis kepada orang lain, jika akan membutuhkan pelayanan kesehatan. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka secara keseluruhan gambaran dari ketiga variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 10. Nilai Rata-Rata, Rentang Nilai dan Kriteria Jawaban Responden

No	Variabel	Nilai	Nilai Interval		Kriteria
1	Kemampuan	3,40	2.61	s/d 3.41	Kurang Puas
2	Integritas	2,84	2.61	s/d 3.41	Kurang Percaya
3	Kebajikan	2,83	2.61	s/d 3.41	Kurang Loyal

Berdasarkan tabel di atas, di mana nilai rata-rata setiap masing-masing variabel berada pada nilai rata-rata 3.00 sampai dengan 3.34. Di mana kepuasan pasien merupakan variabel yang mempunyai nilai rata-rata tertinggi dan kepercayaan pasien merupakan variabel yang mempunyai nilai rata-rata terendah. Namun demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan, kepercayaan, loyalitas pasien di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis termasuk kategori kurang baik.

Berdasarkan hasil uji empiris, diketahui bahwa hasil t_{hitung} (11.491) > daripada t_{tabel} (3.974). atau dapat dilihat dari hasil pengolahan menggunakan hasil pengolahan data menggunakan SPSS v. 20.0 yang menunjukkan nilai sig t yang sebesar 0.000 dengan α yang lebih kecil dari 5% sehingga dapat dinyatakan bahwa signifikan. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak atau dengan kata lain menerima H_1 . Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepuasan pasien berpengaruh terhadap kepercayaan pasien.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan pasien terhadap kepercayaan pasien di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis yaitu sebesar 61.62%. Hal ini berarti bahwa semakin baik kepuasan pasien yang dirasakan, maka semakin tinggi pula kepercayaan pasien terhadap Puskesmas. Demikian pula sebaliknya bahwa semakin rendah kepuasan pasien yang dirasakan pasien, maka semakin rendah pula kepercayaan pasien terhadap Puskesmas.

Pengalaman konsumen merupakan dasar terciptanya rasa percaya dan akan mempengaruhi evaluasi konsumen dalam konsumsi, penggunaan atau kepuasan secara langsung dan kontak tidak langsung dengan merek (Costabile, 2000), sehingga apabila konsumen tidak percaya dengan penyedia jasa berdasarkan pengalaman yang mereka alami sebelumnya maka akan timbul rasa tidak puas (Chiou et al., 2002). Penelitian yang telah dilakukan oleh (Bloemer & Odekerken-Schröder, 2002) menemukan bahwa kepercayaan dan komitmen yang dibangun oleh pelanggan merupakan mediator atau perantara dari hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan secara positif menguatkan kepercayaan pelanggan dan mengarahkan komitmen mereka hingga akhirnya mampu meningkatkan *word of mouth*, niat membeli / loyalitas pelanggan dalam bentuk *purchase intention*, dan ketidakpekaan terhadap harga (*price insensitivity*).

Berdasarkan hasil uji empiris, diketahui bahwa hasil t_{hitung} (6.719) > daripada t_{tabel} (3.974). atau dapat dilihat dari hasil pengolahan menggunakan hasil pengolahan data menggunakan SPSS v. 20.0 yang menunjukkan nilai sig t yang sebesar 0.000 dengan α yang lebih kecil dari 5% sehingga dapat dinyatakan bahwa signifikan. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak atau dengan kata lain menerima H_1 . Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis yaitu sebesar 11.83%. Nilai positif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pasien dalam mengonsumsi pelayanan, maka loyalitas pasien terhadap Puskesmas juga semakin meningkat. Demikian pula sebaliknya bahwa semakin rendah kepuasan yang dirasakan pasien dalam mengonsumsi pelayanan, maka loyalitas pasien terhadap Puskesmas juga semakin rendah.

Kepuasan pelanggan menempati posisi penting dalam praktik di dunia bisnis karena manfaat yang dapat ditimbulkannya bagi perusahaan. Pertama, banyak peneliti setuju bahwa konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal (Anderson & Narus, 1990; Fornell et al., 1996) Konsumen yang puas terhadap barang dan jasa yang dikonsumsi akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan untuk membeli ulang sebagai akibat dari kepuasan ini adalah keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk. Kedua, kepuasan merupakan faktor yang akan

mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth communication*) yang bersifat positif (Solomon et al., 2020).

Bentuk dari komunikasi dari mulut ke mulut yang disampaikan oleh orang yang puas ini bisa berbentuk rekomendasi kepada calon konsumen lain, dorongan kepada rekan untuk melakukan bisnis dengan penyedia di mana konsumen puas, dan mengatakan hal-hal yang baik tentang penyedia jasa di mana ia puas (Zeithaml, 2000). Faktor terakhir dari efek kepuasan konsumen terhadap perilaku adalah konsumen yang puas cenderung untuk mempertimbangkan penyedia jasa yang mampu memuaskan sebagai pertimbangan pertama jika ingin membeli produk atau jasa yang sama.

Kepuasan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang akan menyebabkan komitmen dalam hubungan bisnis (Burnham et al., 2003), dengan demikian hal ini akan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian berulang (Morgan & Hunt, 1994). Memang, dampak kepuasan pada komitmen dan retensi bervariasi dalam hubungannya dengan industri, produk atau jasa, lingkungan, dan lain-lain.

Kepuasan dan loyalitas pelanggan sangat berkorelasi (Athanasopoulos et al., 2001; Pritchard & Silvestro, 2005) dengan membentuk dua konstruksi yang berbeda (Bennett & Rundle-Thiele, 2004; Oliver, 2014) Kepuasan pelanggan terhadap bank merupakan dasar yang bagus untuk kesetiaan (Bloemer & Odekerken-Schröder, 2002), meskipun tidak menjamin itu, karena pelanggan yang puas kemungkinan akan beralih kepada bank lain, salah satu alasan penting untuk beralih adalah harga (Dowling, 2004) Oleh karena itu, bank telah meluncurkan loyalitas pelanggan program yang menyediakan insentif terhadap pelanggan. Meskipun efektivitas loyalitas program telah diperiksa (Verhoef, 2003), penelitian telah menunjukkan bahwa mereka memiliki signifikan, dampak positif ada retensi pelanggan, pelayanan penggunaan, dan/atau bagian pembelian pelanggan.

Beberapa peneliti sepakat bahwa adanya pelanggan yang puas bersifat kondusif ke arah loyalitas pelanggan (Silvestro & Cross, 2000). Para pelanggan yang puas dengan suatu produk atau jasa kemungkinan besar akan membeli kembali jika mereka memiliki kesempatan untuk membeli. Kedua, kepuasan pelanggan juga menghasilkan suatu *referral* atau getok tular yang positif. Ketiga, para pelanggan yang puas akan bersedia membayar lebih banyak atas manfaat yang mereka terima dan kemungkinan besar akan lebih toleran terhadap peningkatan harga (Fornell et al., 1996).

Loyalitas pelanggan merupakan suatu variabel endogen yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan. Jika hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan adalah positif, maka kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan (Jones & Sasser, 1998).

Berdasarkan hasil uji empiris, diketahui bahwa hasil t_{hitung} ($9.427 >$ daripada t_{tabel} (3.974). atau dapat dilihat dari hasil pengolahan menggunakan hasil pengolahan data menggunakan SPSS v. 20.0 yang menunjukkan nilai sig t yang sebesar 0.000 dengan α yang lebih kecil dari 5% sehingga dapat dinyatakan bahwa signifikan. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak atau dengan kata lain menerima H_1 . Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepercayaan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan pasien terhadap loyalitas pasien di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis yaitu sebesar 50.69% . Nilai positif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepercayaan yang dirasakan pasien dalam mendapatkan pelayanan kesehatan, maka loyalitas pasien terhadap Puskesmas juga semakin meningkat. Demikian pula sebaliknya bahwa semakin rendah kepercayaan yang dirasakan pasien dalam mengonsumsi pelayanan jasa kesehatan, maka loyalitas pasien terhadap Puskesmas juga semakin rendah.

Morgan & Hunt (1994) menyatakan bahwa kepercayaan dan komitmen merupakan perantara kunci dalam membangun loyalitas. Sementara itu penelitian Kurniasari & Hadi (2012) memperoleh hasil bahwa kepercayaan merupakan bagian mendasar bagi terbentuknya komitmen, dan komitmen mempunyai kecenderungan untuk melawan preferensi yang menjadi sebuah kunci perintis untuk loyalitas (Aaker, 1991). Kesetiaan konsumen akan timbul bila ada kepercayaan dari konsumen terhadap merek produk sehingga ada komunikasi dan interaksi di antara konsumennya yaitu dengan membicarakan produk tersebut. Hubungan antara kepercayaan dengan loyalitas pelanggan yaitu, semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, maka akan semakin tinggi pula tingkat kesetiaan konsumen pada suatu merek.

Komitmen konsumen terhadap produk merupakan kepercayaan dalam menggunakan suatu produk yang meliputi rekomendasi dan kepercayaan. Dengan demikian semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, maka akan semakin tinggi pula tingkat kesetiaan konsumen pada suatu merek. Komitmen konsumen terhadap produk merupakan kepercayaan dalam menggunakan suatu produk yang meliputi rekomendasi dan kepercayaan. Secara tidak langsung perusahaan dapat memanfaatkan kontak hubungan, pengalaman, spesialisasi, dan skala ekonomis operasi para karyawan dengan konsumen untuk meningkatkan komitmen konsumen terhadap merek produk (Aaker, 1991).

Kepercayaan merupakan faktor penting yang dapat mengatasi krisis dan kesulitan antara organisasi dan pelanggan, juga merupakan aset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi (Rousseau et al., 1998). Selanjutnya ada keterhubungan antara dua pihak yang melakukan pertukaran, dalam hal ini pengguna informasi penelitian dengan para peneliti, kualitas interaksi dengan peneliti, keterlibatan peneliti dalam proses penelitian, dan komitmen untuk melakukan keterhubungan (Moorman et al., 2010).

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan pasien adalah sebesar 55.89%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan pasien lebih besar dibandingkan dengan pengaruh langsungnya. Kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dari definisi tadi bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan. Bila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik. Sebaliknya bila jasa yang diharapkan tidak sesuai dengan jasa yang diterima maka persepsi kualitas jasa dipersepsikan buruk. Oleh karena itu baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Sebagai institusi pelayanan kesehatan milik pemerintah daerah, salah satunya Puskesmas, kualitas pelayanan menjadi sorotan masyarakat, sehingga meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan menjadi sebuah tuntutan yang harus dilaksanakan. Peningkatan kualitas pelayanan ini baik dari sisi fasilitas fisik, alat yang tersedia dan sumber daya manusia baik secara kuantitas maupun kualitas, hal ini akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian rumah sakit harus mengutamakan kepuasan pasiennya sebagai pengguna jasa.

Menurut Grönroos (2001) pengalaman dalam menggunakan jasa merupakan sebuah fungsi dari dua dimensi kualitas yaitu *technical quality* adalah apa yang diperoleh pelanggan sebagai hasil dari transaksi antara penyedia dan pengguna jasa dan *functional quality* adalah bagaimana pelanggan memperoleh jasa tersebut. Dua model dimensi kualitas jasa tersebut menentukan citra perusahaan, hal ini karena adanya pengaruh persepsi pelanggan akan kualitas jasa tersebut. Persepsi pelanggan tersebut merupakan hasil penilaian pelanggan terhadap perbandingan antar jasa yang dirasakan dan diharapkan.

Sia Tjun Han et al. (2012) menyatakan bahwa kepuasan pasien memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Penelitian tentang pengaruh kepuasan pasien terhadap kepercayaan rumah sakit besar di Taiwan juga menunjukkan adanya pengaruh langsung yang positif dan signifikan serta terdapat pengaruh tidak langsung antara kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan pasien. Hasil penelitian (Solikhah, 2008) juga menunjukkan hasil yang serupa dengan penelitian ini yaitu terdapat pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara kepuasan pasien dengan pemanfaatan ulang pelayanan pengobatan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Bloemer & Odekerken-Schröder (2002) menemukan bahwa kepercayaan dan komitmen yang dibangun oleh pelanggan merupakan mediator atau perantara dari hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan secara positif menguatkan kepercayaan pelanggan dan mengarahkan komitmen mereka hingga akhirnya mampu meningkatkan *word of mouth*, niat membeli / loyalitas pelanggan dalam bentuk *purchase intention*, dan ketidakpekaan terhadap harga (*price insensitivity*).

Sementara itu hasil penelitian Cahyani & Rahanatha (2014) di Rumah Sakit Bunda Kandungan Surabaya menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepercayaan pasien baik secara langsung maupun tidak langsung. Kualitas layanan mempengaruhi kepercayaan

secara tidak langsung melalui kepuasan sebagai variabel *interviening*. Kualitas layanan mempengaruhi kepuasan secara langsung. Pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepercayaan mempunyai nilai lebih besar dibandingkan kualitas layanan terhadap kepuasan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis kepuasan pelayanan keperawatan terhadap komitmen organisasi dan implikasinya pada kinerja perawat di Puskesmas Cimaragas Kabupaten Ciamis dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukannya penelitian ini terdapat pengaruh kepuasan pelayanan keperawatan terhadap kepercayaan, terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pasien, terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pasien, dan terdapat pengaruh tidak langsung dari kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan pasien lebih besar dibandingkan dengan pengaruh langsungnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. a. (1991). Managing Brand Equity. *Journal of Marketing*.
- Ahmaddien, I., & Syarkani, Y. (2019). *Statistika Terapan dengan Sistem SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Anderson, J. C., & Narus, J. A. (1990). A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1252172>
- Andini, R., Avianty, I., & Nasution, A. (2019). Faktor-faktor yang berhubungan dengan kejadian kelurahan Paledang kecamatan Bogor Tengah kota Bogor. *Jurnal Mahasiswa Kesehatan Masyarakat*.
- Athanassopoulos, A., Gounaris, S., & Stathakopoulos, V. (2001). Behavioural responses to customer satisfaction: an empirical study. *European Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1108/03090560110388169>
- Bennett, R., & Rundle-Thiele, S. (2004). Examining the satisfaction-loyalty relationship. *Journal of Services Marketing*.
- Bloemer, J. M. M., & Odekerken-Schröder, G. (2002). Store Satisfaction and Store Loyalty Explained by Customer and Store Related Factors. *Journal of Consumer Satisfaction Dissatisfaction, and Complaining Behavior*.
- Burnham, T. A., Frels, J. K., & Mahajan, V. (2003). Consumer switching costs: A typology, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1177/0092070302250897>
- Cahyani, K., & Rahanatha, G. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan di Rumah Sakit Bunda Kandungan Surabaya. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Chiou, J. S., Droge, C., & Hanvanich, S. (2002). Does Customer Knowledge Affect How Loyalty is Formed? *Journal of Service Research*. <https://doi.org/10.1177/109467002237494>
- Cooper, P. D. (1995). Health Care Marketing: A Foundation for Managed Quality. *Journal For Healthcare Quality*. <https://doi.org/10.1097/01445442-199507000-00013>
- Costabile, M. (2000). A dynamic model of customer loyalty. *16th IMP Annual Conference, Bath, England*.
- Dowling, G. R. (2004). Journalists' Evaluation of Corporate Reputations. *Corporate Reputation Review*. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540220>
- Ekasari, R., Pradana, M. S., Adriansyah, G., Prasnowo, M. A., Rodli, A. F., & Hidayat, K. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Puskesmas Dengan Metode Servqual. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 9(1), 82. <https://doi.org/10.30739/darussalam.v9i1.118>
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, purpose, and findings. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1251898>
- Grönroos, C. (2001). The perceived service quality concept—a mistake? *Managing Service*

- Quality: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/09604520110393386>
- Jones, T. O., & Sasser, W. E. (1998). Why satisfied customers defect. *IEEE Engineering Management Review*. [https://doi.org/10.1061/\(asce\)0742-597x\(1996\)12:6\(11.2\)](https://doi.org/10.1061/(asce)0742-597x(1996)12:6(11.2))
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Mangement*. In *Pearson Edition Limited*.
- Kurniasari, A., & Hadi, C. (2012). Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa oleh Konsumen Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda AHASS UD. Ramayana Motor Surabaya. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*.
- Moorman, C., Deshpande, R., & Zaltman, G. (2010). in Market Affecting Trust. *Journal of Marketing*.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Oliver, R. L. (2014). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer, Second edition. In *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, Second Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315700892>
- Pritchard, M., & Silvestro, R. (2005). Applying the service profit chain to analyse retail performance: The case of the managerial strait-jacket? *International Journal of Service Industry Management*. <https://doi.org/10.1108/09564230510613997>
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. In *Academy of Management Review*. <https://doi.org/10.5465/AMR.1998.926617>
- Santoso, S. (2014). *Statistik Multivariat Edisi Revisi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sia Tjun Han, Agustinus Nugroho, Endo W. Kartika, & Thomas S. Kaihatu. (2012). Komitmen afektif dalam organisasi yang dipengaruhi perceived organizational support dan kepuasan kerja. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Silvestro, R., & Cross, S. (2000). Applying the service profit chain in a retail environment: Challenging the "satisfaction mirror." *International Journal of Service Industry Management*. <https://doi.org/10.1108/09564230010340760>
- Solikhah. (2008). Hubungan Kepuasan Pasien dengan Minat Pasien dalam Pemanfaatan Ulang Pelayanan Pengobatan. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*.
- Solomon, M. R., Marchall, G. W., & Stuart, E. W. (2020). *Marketing Real people real choices 10th edition*. Pearson.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*.
- Tjiptono. (2017). *Analisis Perbedaan Kualitas Pelayanan & Kepuasan*. Young Consumers.
- Umar, H. (2000). *Metode Penelitian : Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Verhoef, P. C. (2003). Understanding the Effect of Customer Relationship Management Efforts on Customer Retention and Customer Share Development. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1509/jmkg.67.4.30.18685>
- Woodruff, R. B. (1997). Customer value: The next source for competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1007/BF02894350>
- Zeithaml, V. A. (2000). Service quality, profitability, and the economic worth of customers: What we know and what we need to learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1177/0092070300281007>

Vol. 3, No. 1,
April 2021,
pp. 103-117

e-ISSN:

2686-5009

**Analysis of
Satisfaction in
Increasing
Loyalty
Through Trust
(Study on BPJS
Participant
Patients at UPT
Puskesmas
Cimaragas
Ciamis
Regency)**

Peni Cahyati