

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Rumah Sakit merupakan sub sistem pelayanan kesehatan yang memberikan dua jenis pelayanan kepada masyarakat, yaitu pelayanan kesehatan dan pelayanan administrasi. Pelayanan kesehatan rumah sakit meliputi pelayanan keperawatan, pelayanan medis dan pelayanan rehabilitasi medik. Layanan ini diberikan melalui unit gawat darurat, unit rawat inap dan unit rawat jalan. Rumah Sakit merupakan insitusi yang kompleks, dinamis dan kompetitif. Rumah Sakit merupakan institusi yang padat karya, padat modal, serta padat teknologi dan mudah mengalami perubahan.

Keberadaan pelayanan kesehatan sangatlah penting dalam pembangunan negara demi mewujudkan masyarakat yang sehat. Sejumlah lembaga pelayanan kesehatan primer dan tersier, baik pemerintah maupun swasta, telah didirikan di berbagai daerah untuk memudahkan akses masyarakat terhadap layanan kesehatan. Jenis pelayanan kesehatan yang ada di setiap daerah tersebut dapat memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memilih pelayanan kesehatan yang dibutuhkannya sesuai dengan keinginannya sendiri.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh rumah sakit yang bergerak di bidang jasa. Rumah sakit harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien dengan sebaik mungkin jika ingin memperoleh kepuasan dari pasien. Saat rumah sakit sudah menciptakan kualitas pelayanan yang baik dengan dapat memenuhi harapan dan keinginan pasien sehingga kepuasan pasien terpenuhi. Kualitas pelayanan yang dirasakan baik berpengaruh terhadap citra perusahaan. Jika kualitas pelayanan semakin baik dan sesuai dengan harapan dari pasien maka citra dari rumah sakit akan semakin baik juga.

Penting bagi setiap institusi pelayanan kesehatan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, supaya dijadikan pilihan dan loyalitas masyarakat di dalam menjaga kesehatannya (Setiawan, 2021). Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang pada dasarnya mengatur hak-hak konsumen, dimana konsumen harus diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, tidak dibeda-bedakan, serta untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/jasa yang digunakannya (Bahrul, 2022).

Kualitas jasa pelayanan harus ditingkatkan secara terus menerus oleh industri rumah sakit. Bertambahnya tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan untuk menjaga kualitas hidup, maka masyarakat sebagai konsumen akan lebih kritis dalam menerima produk jasa. Oleh sebab itu, industri rumah sakit harus secara terus menerus meningkatkan kualitas pelayanannya. Kesan pasien terhadap pelayanan menjadi peranan yang amat penting. Kualitas pelayanan dapat terpenuhi jika pasien sebagai penerima jasa dapat merasakan layanan yang diberikan oleh pemberi jasa sesuai dengan apa yang diharapkannya (Wirawan dan Yunita, 2017).

Selain kualitas pelayanan faktor fasilitas juga berkaitan dengan kepuasan konsumen, karena fasilitas mempunyai peranan penting yang berkaitan dengan persepsi konsumen yang diperoleh dari interaksi konsumen dengan fasilitas yang disediakan. Kotler & Keller (2021) mendefinisikan fasilitas merupakan peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk menciptakan kenyamanan pasien. Menurut Tjiptono (2020) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus disediakan sebelum jasa tersebut dapat ditawarkan ke konsumen.

Fasilitas dalam jasa kesehatan beragam dan seringkali sangat spesifik seperti limbah medis dan peralatan medis seringkali menyulitkan dan penanganan dilaksanakan asal selesai dan asal jalan sangat sulit untuk memperoleh pengalaman yang secara terus menerus dapat dikembangkan sebagai cara relevan dan dapat diterima, berikut fasilitas yang terdapat dalam bidang jasa kesehatan antara lain bangunan, peralatan, daya, komunikasi, dan keamanan (Sabarguna, 2015).

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2022) upaya yang dapat dijalankan oleh organisasi atau manajemen yang berkaitan langsung dengan kepuasan pasien sehingga dapat mempertahankan konsumen tersebut adalah dengan memberikan fasilitas yang sebaik-baiknya.

Menurut Kotler dan Keller (2021) citra adalah kesan yang dirasakan seseorang mengenai suatu objek atau barang ataupun organisasi secara keseluruhan yang kemudian akan tersimpan dalam ingatan konsumen. Membangun citra itu penting bagi kelangsungan organisasi di masa mendatang, sehingga citra perusahaan memengaruhi kepuasan perusahaan. Citra yang positif memungkinkan suatu perusahaan untuk memperoleh *value* dari sebuah reputasi dan *competitive advantage*. Sebuah citra yang mempunyai reputasi baik akan memberikan dampak positif dalam meningkatkan kepuasan pasien. Fasilitas adalah sesuatu yang menyertai pelayanan produk atau jasa yang diberikan oleh manajemen perusahaan jasa, dagang maupun industri. Kualitas layanan, fasilitas dan citra perusahaan yang baik dapat memberikan dan menciptakan kepuasan pasien. Penelitian mengenai kepuasan pasien telah dilakukan oleh Giil (2023), Siregar (2023), Siregar (2024), AlOmari (2022), Ramakrishna (2016).

Permasalahan yang terjadi pada Rumah Sakit Mitra Bangsa Pati adalah:

Tabel 1.1.
Nilai BOR dan TOI RS. Mitra Bangsa Pati
Tahun 2024

NO	Bulan	BOR	TOI
1	Januari	103,51	-0,12
2	Februari	106,93	-0,25
3	Maret	106,03	-0,23
4	April	108,51	-0,31

Sumber: SIM RS. Mitra Bangsa Pati, 2024

Berdasarkan tabel 1.1. tentang nilai BOR, dan TOI RS. Mitra Bangsa Pati tahun 2024 diketahui bahwa nilai *Bed Occupancy Rate (BOR)* di bulan Januari sebesar 103,51%, bulan Februari sebesar 106,93%, bulan Maret sebesar 106,03% dan bulan April sebesar 108,51%. Hal ini berarti bahwa pada tahun 2024 nilai BOR di RS. Mitra Bangsa di atas nilai ideal yaitu 60%-85%. Nilai BOR yang melebihi nilai ideal dapat menurunkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien dan kinerja tim medis yang kurang maksimal serta menurunkan kepuasan serta keselamatan terhadap pasien. *Turn Over Interval (TOI)* bulan Januari -0,12 hari, Februari -0,23 hari, Maret -0,23 hari dan April -0,31 hari, ini berarti TOI di atas nilai ideal 1-3 hari yang dapat diartikan pergantian penggunaan tempat tidur dari satu pasien ke pasien yang lainnya tidak ada jangka waktu dan dapat mengakibatkan terjadinya infeksi. Berdasarkan uraian latar belakang dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini mengeksplorasi Kepuasan Pasien dari Perspektif Kualitas Pelayanan dan Fasilitas melalui Citra Rumah Sakit.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari masalah yang diangkat dalam penelitian, perumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra Rumah Sakit?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap citra Rumah Sakit?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien?
4. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien?
5. Bagaimana pengaruh citra terhadap kepuasan pasien?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien dengan citra Rumah Sakit sebagai variabel mediasi?
7. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien dengan citra Rumah Sakit sebagai variabel mediasi?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra Rumah Sakit.
2. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap citra Rumah Sakit.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.
4. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien.
5. Untuk menganalisis pengaruh citra terhadap kepuasan pasien.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien dengan citra Rumah Sakit sebagai variabel mediasi.
7. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien dengan citra Rumah Sakit sebagai variabel mediasi.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan ilmu pengetahuan serta menjadi bahan referensi untuk penelitian di masa yang akan datang mengenai kepuasan pasien.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dijadikan masukan untuk pengembangan bangunan baru dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas kesehatan untuk kepuasan pasien.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Landasan Teori

2.1.1. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah teori yang memperkirakan pertimbangan dalam perilaku manusia. Secara psikologis, sifat perilaku manusia dapat dipertimbangkan dan direncanakan (Ajzen, 1991). Ajzen (1991) menyatakan *Theory of Planned Behavior* memiliki keunggulan dibandingkan teori keperilaku lainnya. *Theory of Planned Behavior* merupakan teori perilaku yang dapat mengenali bentuk keyakinan seseorang, terhadap kontrol atas sesuatu yang akan terjadi dari hasil perilaku. Dari sinilah, perbedaan perilaku antara seseorang yang berkehendak dengan yang tidak berkehendak dapat dibedakan.

2.1.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah pengembangan yang kuat yang diidentifikasi dengan item, administrasi, individu, siklus, dan kondisi yang dapat memenuhi atau melampaui asumsi. Kualitas diidentifikasi dengan kepuasan konsumen, kualitas menawarkan dukungan kepada klien untuk membangun koneksi yang umum membantu di antara klien dan organisasi. Ikatan emosional semacam ini memberi organisasi pengaturan untuk memiliki opsi mengatasi masalah dan asumsi untuk klien. Dengan demikian organisasi dapat memperluas kepuasan konsumen, di mana organisasi dapat memperkuat pengalaman luar biasa klien dan membatasi pengalaman atau membuat pengalaman klien yang tidak diinginkan hilang.

Pelayanan adalah interpretasi dari kata *service* dalam bahasa Inggris yang sesuai Tjiptono (2020) segala sesuatu untuk perilaku situasi ini atau tindakan yang dapat ditawarkan dari satu pertemuan ke pertemuan berikutnya pada dasarnya adalah *intangible* dan tidak menciptakan kepemilikan sesuatu. Kualitas jasa ternyata sangat membingungkan untuk dibicarakan mengingat fakta bahwa penilaian kualitas jasa unik dalam kaitannya dengan evaluasi kualitas produk, sifat yang tidak nyata (*intangible*) menjadi salah satu hal mendasar. Arti kualitas jasa seperti yang ditunjukkan oleh Parasuraman dkk yang disebut Tjiptono (2020) adalah penilaian terakhir dari pemeriksaan antara asumsi pembelanja dan bantuan nyata yang mereka dapatkan.

Kualitas layanan atau kualitas jasa menurut Parasuraman dkk dalam Kotler dan Keller (2016) merupakan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima oleh konsumen pada waktu tertentu. Kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan tingkat pentingnya pada dimensi-dimensi pelayanan. Kualitas pelayanan berubah menjadi kesempurnaan untuk memenuhi keinginan klien. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat dipengaruhi oleh dua komponen mendasar, yaitu: jasa yang diharapkan (layanan yang diharapkan) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Pada dasarnya kualitas jasa positif atau negatif bergantung pada bantuan yang diberikan oleh organisasi dalam mengumpulkan asumsi bagi pembeli dengan andal.

Menurut Tjiptono (2020) lima dimensi kualitas jasa adalah *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (produk produk fisik). *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberi pelayanan yang dijanjikan secara tepat (*accurately*) dan dapat dipercaya (*constantly*), dalam memberikan pelayanan secara tepat waktu

(*on time*), dengan andal sebagaimana yang di janjikan dan tanpa melakukan kesalahan. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu pekerjaan tenaga kerja untuk menawarkan jenis bantuan yang dibutuhkan pembeli. Dengan tidak tanggapnya karyawan atau tenaga kerja dengan kebutuhan pembeli memberikan kesan buruk yang seharusnya tidak terjadi. Kecuali jika kesalahan segera ditangani, menjadi pengalaman penting dan menarik bagi pembeli. *Assurance* (jaminan), meliputi pelayanan yang menyenangkan, perhatian, berpengetahuan, terampil, dan dapat diandalkan dari setiap orang untuk menjawab pertanyaan pembeli dalam membuat keyakinan bahwa semuanya aman dari bahaya dan risiko. *Empathy* (empati), yang mengingat disposisi setiap pekerja atau organisasi untuk mengatasi kebutuhan dan kesulitan pembeli, komunikasi yang efektif, perhatian pribadi, kesederhanaan komunikasi atau koneksi. *Tangibles* (produk-produk fisik), termasuk fasilitas aktual, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain sebagainya, yang harus tersedia dalam proses jasa. Untuk penilaian pada pengukuran ini dapat diperpanjang sebagai asosiasi dengan pembeli penerima manfaat jasa

2.1.3. Fasilitas

Menurut Tjiptono (2020) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus disediakan sebelum jasa tersebut dapat ditawarkan ke konsumen atau pasien. Fasilitas mempunyai peranan yang cukup penting di dalam kegiatan pemasaran jasa. Jasa yang ditawarkan ke konsumen, sangat memerlukan fasilitas pendukung di dalam pemberitahuannya. Sumayang (2013) mendefinisikan fasilitas merupakan perlengkapan fisik yang disediakan untuk memberikan kemudahan pada konsumen untuk menjalankan kegiatan atau aktivitasnya sehingga kebutuhan sehari-hari dari konsumen dapat dipenuhi.

Adapun fasilitas dalam jasa kesehatan beragam dan seringkali sangat spesifik seperti limbah medis dan peralatan medis seringkali menyulitkan dan penanganan dilaksanakan asal selesai dan asal jalan sangat sulit untuk memperoleh pengalaman yang secara terus menerus dapat dikembangkan sebagai cara relevan dan dapat diterima, berikut fasilitas yang terdapat dalam bidang jasa Kesehatan Tjiptono (2020) antara lain bangunan, peralatan, daya, komunikasi dan keamanan.

2.1.4. Citra (*Brand Image*)

Citra merupakan persepsi yang dirasakan oleh pasien atau calon pasien yang dibangun dari berbagai informasi yang diterima dan pengalaman sebelumnya terhadap produk atau jasa yang tersedia (Sutisna, 2013). Sedangkan Kotler (2022) memberikan penjelasan tentang citra produk adalah jumlah dari gambaran, kesan dan keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek. Menurut Irawan (2015) citra perusahaan melekat dalam memori stekholders yang berhubungan dengan perusahaan yang memproduksi barang atau penyedia jasa. Dari beberapa definisi citra perusahaan adalah keseluruhan asosiasi yang melekat pada perusahaan dan merupakan persepsi masyarakat yang merupakan aset penting bagi perusahaan.

Citra yang baik suatu produk atau jasa merupakan aset terpenting karena citra mempunyai dampak pada persepsi konsumen dari komunikasi dan operasi dalam berbagai hal, menurut Irawan (2015) ada tujuh manfaat yang diperoleh dari citra perusahaan yang baik adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan dengan citra yang baik, biasanya mampu menarik orang yang berkualitas dalam jangka panjang perusahaan dengan kualitas sumber daya yang baik tentu akan memiliki daya saing yang tinggi.
2. Mereka yang memperoleh kesempatan bisnis yang jauh lebih besar dari perusahaan dengan citra yang buruk. Para vendor, biasanya akan berusaha untuk menyediakan pelayanan yang lebih baik kepada perusahaan dengan citra yang lebih baik.
3. Persentase kesuksesan produk atau pelayanan jasa baru diluncurkan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan dengan citra dibawah rata-rata industri.
4. Kegiatan atau aktivitas pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien. Perusahaan dengan citra yang baik iklan, promosi dan aktivitas komunikasi lainnya akan lebih efisien.
5. Para investor akan lebih percaya dan akhirnya akan berpengaruh harga saham terutama bagi perusahaan yang sudah go publik.
6. Loyalitas pelanggan akan meningkat dan mereka relatif tidak sensitif terhadap harga.
7. Perusahaan menikmati pertumbuhan pendapatan dan laba yang lebih baik.

Menurut Tjiptono (2020) ada beberapa unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa, seperti pertimbangan atau perencanaan parsial, perancang ruang, perlengkapan atau perabotan, tata cahaya, warna, dan pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

2.1.5. Kepuasan Pasien

Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2021) adalah perasaan senang dan kecewa yang timbul dari diri seseorang dikarenakan membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan ekspektasinya. Menurut Lupiyoadi (2021) kepuasan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang yang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Menurut (Nasution, 2014), adalah suatu respon atau tanggapan pelanggan terhadap evaluasi apa yang dirasakan tidak sesuai antara harapan sebelum pemakaian dengan kinerja *actual* produk yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan pada hal ini adalah kesesuaian antara kinerja produk dan jasa sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Perbandingan jasa yang sedang atau baru dirasakan dengan jasa lain yang pernah dirasakan sebelumnya bukan lagi menjadi dasar sebagai penilaian kepuasan konsumen, melainkan hanya berfokus pada produk tersebut saja dengan memperhatikan efek yang timbul dikemudian pada pembelinya. Tingkat kesenangan yang ditimbulkan dari evaluasi atau hasil penilaian merupakan kepuasan konsumen. Jika kesenangan konsumen bertambah setelah merasakan produk atau jasa, artinya produk atau jasa tersebut menghasilkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, jika kesenangan konsumen menurun setelah merasakan produk atau jasa, maka artinya produk atau jasa tersebut menghasilkan ketidakpuasan konsumen.

Menurut (Nasution, 2014), menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah merupakan respon dari konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi antara harapan konsumen atau pasien sebelumnya dengan kinerja aktual jasa yang dirasakan oleh konsumen atau pasien

setelah pemakaian. Berdasarkan keterangan dari para ahli diatas bahwa kepuasan konsumen mencakup harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Apabila hasil kinerja dibawah dari harapan konsumen dapat dipastikan konsumen akan tidak puas sedangkan sebaliknya jika kinerja yang dilakukan melebihi harapan konsumen pastinya konsumen akan merasa sangat puas.

Menurut Lupiyoadi (2021) menyebutkan bahwa terdapat lima faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

2.2. Hasil Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1.

Hasil penelitian yang relevan

Nama	Hasil	Variable
Giil (2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dan sikap, persediaan obat, dan lingkungan apotek berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien di apotek komunitas. Ketepatan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Faktor pelayanan yang paling efektif terhadap kepuasan pasien adalah penyediaan obat. Selain itu, hasil kami menentukan bahwa kepuasan pasien sangat mempengaruhi loyalitas pasien di apotek komunitas.	Ada tambahan variabel bebas: fasilitas, variabel mediasi: citra. Objek penelitian pada RS. Mitra Bangsa Pati.
Siregar (2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas rumah sakit mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Begitu pula pelayanan rumah sakit juga mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap tingkat kepuasan pasien.	Ada tambahan variabel mediasi: citra. Objek penelitian pada RS. Mitra Bangsa Pati.
Siregar (2024)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas, budaya organisasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap citra rumah sakit dan kepuasan pasien. Terakhir, fasilitas, budaya organisasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepuasan pasien melalui citra rumah sakit.	Variabel budaya organisasi tidak digunakan. Objek penelitian pada RS. Mitra Bangsa Pati.
AlOmari (2022)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara langsung biaya perawatan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Citra rumah sakit secara parsial memediasi hubungan antara biaya perawatan dan kepuasan pasien. citra rumah sakit secara parsial memediasi hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pasien.	Ada tambahan variabel bebas: fasilitas. Variabel biaya perawatan tidak digunakan. Objek penelitian pada RS. Mitra Bangsa Pati.

Ramakrishna (2016)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kesehatan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pasien mempunyai hubungan yang signifikan dengan niat berperilaku.	Ada tambahan variabel bebas: fasilitas, variabel mediasi: citra. Objek penelitian pada RS. Mitra Bangsa Pati.
Hermawan (2017)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap citra perusahaan dan kepuasan pelanggan. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Ada tambahan variabel bebas: fasilitas, variabel mediasi: citra. Objek penelitian pada RS. Mitra Bangsa Pati.
Nicholas (2022)	Hasilnya penelitian menunjukkan bahwa fasilitas MSQ berpengaruh signifikan secara statistik terhadap citra institusi dan kepuasan pengguna.	Ada tambahan variabel bebas: kualitas pelayanan, variabel mediasi: citra. Objek penelitian pada RS. Mitra Bangsa Pati.
Setyadi (2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra universitas. Citra universitas berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Citra dapat menjadi perantara antara kualitas layanan dengan kepuasan. Citra tidak dapat menjadi perantara antara fasilitas dengan kepuasan.	Objek penelitian pada RS. Mitra Bangsa Pati.

2.3. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang diteliti dan kebenarannya perlu diuji secara empiris. Penelitian ini menggunakan penelitian hipotesis *kausal* yang menyatakan adanya pengaruh satu variabel dengan variabel lainnya.

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra rumah sakit

Kualitas pelayanan menjadi kunci kesuksesan bagi organisasi atau instansi yang berfokus pada bidang jasa. Kualitas pelayanan yang dirasakan baik berpengaruh terhadap citra perusahaan. Jika kualitas pelayanan semakin baik dan sesuai dengan harapan dari pasien maka citra dari rumah sakit akan semakin baik juga.

Hasil penelitian dari Siregar (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap citra rumah sakit. AlOmari (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap citra rumah sakit. Hermawan (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Setyadi (2023) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra universitas.

Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap citra Rumah Sakit.

2. Pengaruh fasilitas terhadap citra rumah sakit

Fasilitas merupakan salah satu pendukung penting untuk alat penunjang rumah sakit dari mulai fasilitas kesehatan yang digunakan sampai fasilitas umum untuk para pengunjung, pasien ataupun keluarga, yang dinilai sebagai sarana untuk mencapai tujuan tertentu. Kelengkapan fasilitas yang diterima pasien, membuat mereka dapat menilai dan memberikan kesan yang baik sehingga menciptakan citra yang positif bagi rumah sakit.

Hasil penelitian dari Siregar (2024) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap citra rumah sakit. Nicholas (2022) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap citra institusi. Setyadi (2023) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra. Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₂ : Fasilitas berpengaruh positif terhadap citra Rumah Sakit.

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien

Kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh rumah sakit yang bergerak di bidang jasa. Rumah sakit harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien dengan sebaik mungkin jika ingin memperoleh kepuasan dari pasien. Saat rumah sakit sudah menciptakan kualitas pelayanan yang baik dengan dapat memenuhi harapan dan keinginan pasien sehingga kepuasan pasien terpenuhi.

Hasil penelitian dari Siregar (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, AlOmari (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Ramakrishna (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Hermawan (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Setyadi (2023) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit.

4. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien

Kotler dan Keller (2021) menyatakan bahwa fasilitas merupakan semua peralatan fisik yang disediakan oleh penjual jasa untuk menciptakan perasaan nyaman dari konsumen atau pasien. Fasilitas yang memadahi adalah sesuatu

yang disediakan oleh pelaku bisnis kepada konsumen dengan maksud untuk memudahkan dan menunjang konsumen dalam menikmati produk yang ditawarkan. Dengan adanya fasilitas yang baik dan menciptakan kenyamanan bagi konsumen akan menimbulkan kepuasan dalam diri konsumen dari produk atau jasa yang dibeli.

Hasil penelitian dari Siregar (2023) menyatakan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien sedangkan Siregar (2024) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Nicholas (2022) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₄ : Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit.

5. Pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien

Menurut Kotler dan Keller (2021) mengungkapkan bahwa citra adalah kesan yang dirasakan seseorang mengenai suatu objek atau barang ataupun organisasi secara keseluruhan yang kemudian akan tersimpan dalam ingatan konsumen. Membangun citra itu penting bagi kelangsungan organisasi di masa mendatang, sehingga citra perusahaan memengaruhi kepuasan perusahaan.

Hasil penelitian dari Siregar (2024) menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dan AlOmari (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien. Hermawan (2017) menyatakan bahwa citra berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Setyadi (2023) menyatakan bahwa citra universitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₅ : Citra berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit.

6. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien dengan citra rumah sakit sebagai variabel mediasi

Menurut Tjiptono (2020) kualitas pelayanan menitikberatkan pada konteks upaya memenuhi keinginan, kebutuhan konsumen serta derajat ketepatan dalam penyampaian untuk mengimbangi ekspektasi konsumen. Citra merupakan suatu aset (*intangible assets*) tidak berwujud yang sangat berharga dari sebuah perusahaan. Citra yang positif memungkinkan suatu perusahaan untuk memperoleh *value* dari sebuah reputasi dan *competitive advantage*. Sebuah citra yang mempunyai reputasi baik akan memberikan dampak positif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan dan citra perusahaan yang baik dapat memberikan dan menciptakan kepuasan pasien dan akhirnya dapat menghasilkan loyalitas.

Hasil penelitian dari Siregar (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien melalui citra rumah sakit dan AlOmari (2022) menyatakan bahwa citra rumah sakit memediasi hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pasien. Setyadi (2023) menyatakan bahwa citra menjadi perantara antara layanan dengan kepuasan.

Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₆ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien dengan citra Rumah Sakit sebagai variabel mediasi.

7. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien dengan citra rumah sakit sebagai variabel mediasi

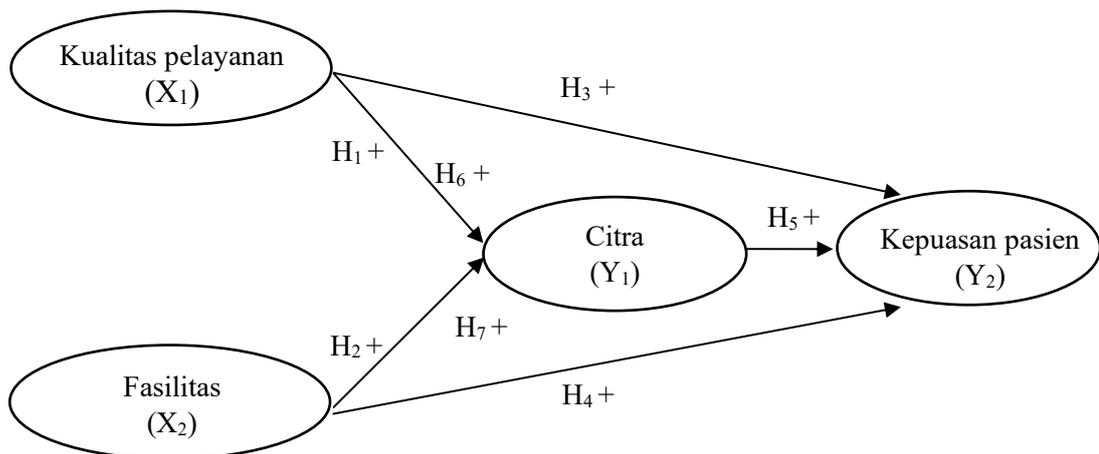
Fasilitas adalah sesuatu yang menyertai pelayanan produk atau jasa yang diberikan oleh manajemen perusahaan jasa, dagang maupun industri. Citra merupakan persepsi yang dirasakan oleh pasien atau calon pasien yang dibangun dari berbagai informasi yang diterima dan pengalaman sebelumnya terhadap produk atau jasa yang tersedia (Sutisna, 2013). Adanya fasilitas dan citra rumah sakit yang dapat memberikan pelayanan maksimal sehingga pasien merasakan nyaman dan puas.

Hasil penelitian dari Siregar (2024) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien melalui citra rumah sakit. Setyadi (2023) menyatakan bahwa citra tidak dapat menjadi perantara antara fasilitas dengan kepuasan. Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₇ : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien dengan citra Rumah Sakit sebagai variabel mediasi.

2.4. Model Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut, maka model penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Penelitian

Berdasarkan gambar 3.1. di atas, dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan (X₁) dan fasilitas (X₂) citra (Y₁) kepuasan pasien (Y₂)

3. Metode Penelitian

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survey, yaitu dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang utama adanya hipotesis yang akan di uji kebenarannya dalam penelitian ini, maka jenis penelitian yang dipakai adalah *explanatory research*, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel dengan melalui pengujian hipotesis.

3.2. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat inap Rumah Sakit Mitra Bangsa Pati periode januari 2024 sampai dengan April 2024 yaitu sebanyak 4.713.

3.3. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini digunakan teknik *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan sampel dengan acak sederhana dimana setiap unit analisis memperoleh kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel penelitian. Besarnya sampel diambil dengan penentuan jumlah sampel minimal, dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2018)

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d = Toleransi nilai presisi ketetapan rata-rata yang diharapkan tidak menyimpang adalah 10 %.

$$n = \frac{4.713}{4.713 (0,1)^2 + 1}$$

= 99,9 dibulatkan 100 orang.

Berdasarkan perhitungan di atas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 100 orang.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data melalui survei dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang diberikan kepada pasien yang berusia di atas 15 tahun dengan menggunakan *google form* baik secara *online* maupun *offline*. Ciri-ciri penelitian survei adalah pengumpulan data yang mengandalkan teknik pemberian kuesioner dan wawancara berstruktur. Kuesioner menggunakan daftar periksa (*checklist*) dan skala penilaian.

Pada penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien dengan citra sebagai variabel mediasi, peneliti akan secara langsung terlibat sebagai pewawancara untuk memastikan keakuratan data yang diperoleh. Izin akan diperoleh sebelum melaksanakan wawancara, dan setiap responden diberikan

penjelasan tentang tujuan penelitian dan hak-hak mereka sebagai responden. Skala Likert terdiri dari berbagai pernyataan yang menunjukkan sikap responden terhadap item yang diteliti. Setiap pernyataan memiliki lima poin berdasarkan skala sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

3.5. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Tabel 3.1.
Konseptualisasi dan Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian	Definisi konsep	Indikator
Kualitas pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2020)	Tolak ukur kualitas layanan sesuai dengan (Tjiptono, 2020) 1) Bukti langsung (<i>tangibles</i>) 2) Keandalan (<i>reliability</i>) 3) Daya tanggap/ketanggapan (<i>responsiveness</i>) 4) Jaminan (<i>assurance</i>) 5) Empati (<i>empathy</i>)
Fasilitas (X ₂)	Menurut Tjiptono (2020) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus disediakan sebelum jasa tersebut dapat ditawarkan ke konsumen atau pasien.	Tolak ukur fasilitas menurut Tjiptono (2020) 1) Bangunan 2) Peralatan, 3) Daya 4) Komunikasi 5) Keamanan
Citra (Y ₁)	Citra merupakan persepsi yang dirasakan oleh pasien atau calon pasien yang dibangun dari berbagai informasi yang diterima dan pengalaman sebelumnya terhadap produk atau jasa yang tersedia (Sutisna, 2013).	Tolak ukur citra menurut (Sutisna, 2013): 1) Tanggung jawab sosial 2) Inovasi 3) Kualitas manajemen 4) Kepercayaan masyarakat
Kepuasan Pasien (Y ₂)	Lupiyoadi (2021) kepuasan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang yang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.	Terdapat lima faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu (Lupiyoadi, 2021): 1) Mendapatkan pelayanan yang baik 2) Petugas menyelesaikan tugasnya dengan benar dan tepat 3) Kemampuan dan keterampilan petugas 4) Respon dalam menanggapi keluhan konsumen atau pasien

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan *software SmartPLS versi 4*. PLS adalah salah satu metode penyelesaian *Struktural Equation Modeling* (SEM) yang dalam hal ini lebih dibandingkan dengan teknik-teknik SEM lainnya. SEM memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi pada penelitian yang menghubungkan antara teori dan data, serta mampu melakukan analisis jalur (*path*) dengan variabel laten sehingga sering digunakan oleh peneliti yang berfokus pada ilmu sosial. *Partial Least Square* (PLS merupakan metode analisis yang cukup kuat karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Data juga tidak harus berdistribusi normal multivariate (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama), sampel tidak harus besar (Ghozali, 2018).

1. Model Pengukuran atau *Outer Model*

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner tersebut mampu mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas diterapkan terhadap seluruh item pertanyaan yang ada pada setiap variabel. Terdapat beberapa tahap pengujian yang akan dilakukan yaitu melalui Uji validitas *convergent validity*, *average variance extracted* (AVE), dan *discriminant validity*.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai kehandalan dari pertanyaan atau pernyataan yang diberikan. Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi responden di dalam menjawab setiap item pertanyaan atau pernyataan kuesioner. Untuk menguji reliabilitas dapat dilakukan melalui *composite reliability*. Jika nilai *composite reliability* $\geq 0,7$ maka variabel tersebut dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2018).

2. Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model (*inner relation*, *structural model* dan *substantive theory*) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dilihat dari *R-square* untuk variabel dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t dari koefisien parameter jalur struktural. Penilaian PLS dimulai dengan melihat *R-square* setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan *R-square* digunakan untuk melakukan penilaian terhadap pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen (Ghozali, 2018).

3. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan analisis *full model structural equation modeling* (SEM) dengan *smartPLS* yang fungsinya untuk mengkonfirmasi teori, dan mengkonfirmasi hubungan antara variabel laten (Ghozali, 2018). Pengujian hipotesis dilakukan dari melihat nilai perhitungan *Path Coefisien* pada pengujian *inner model*. Hipotesis dikatakan diterima apabila nilai T statistik lebih besar dari T tabel 1,96 ($\alpha = 5\%$) yang berarti apabila nilai T statistik setiap hipotesis lebih besar dari T tabel maka dapat dinyatakan diterima atau terbukti.