

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Rumah Sakit sebagai organisasi pelayanan kesehatan mempunyai peranan yang strategis dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Pesatnya perkembangan industri kesehatan mendorong rumah sakit untuk meningkatkan daya saingnya. Ervita dkk. (2023) menyatakan bahwa rumah sakit tidak hanya dituntut memberikan pelayanan medis yang berkualitas namun juga dituntut membangun citra positif di mata masyarakat. Citra rumah sakit yang baik merupakan faktor penting dalam menjaga kepercayaan pasien (Imran dan Ramli, 2019).

Basalamah dkk. (2022) menyatakan bahwa citra rumah sakit menggambarkan persepsi masyarakat terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, dan reputasi rumah sakit. Persepsi masyarakat yang baik terhadap rumah sakit menjadi faktor penentu utama dalam membangun hubungan emosional antara pasien dan rumah sakit. Rumah sakit yang memiliki citra baik dapat menciptakan rasa aman dan nyaman, sehingga memengaruhi keputusan pasien untuk terus menggunakan pelayanan medis yang dibutuhkan (Sulistyo & Gumilar, 2019). Ariyanti dkk. (2024) menyatakan bahwa selain citra rumah sakit, kualitas pelayanan rumah sakit menjadi indikator penting untuk menilai kepuasan pasien. Aspek kualitas layanan yang umum diukur meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Ketika kualitas layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pasien, kepercayaan pasien terhadap rumah sakit meningkat (Mahfudhoh dan Muslimin, 2020).

Wijaya dkk. (2021) menyatakan bahwa kepercayaan pasien atau kepercayaan merek merupakan salah satu hasil interaksi positif antara citra rumah sakit dengan kualitas pelayanan. Kepercayaan ini dibangun melalui pengalaman pasien yang konsisten dan memenuhi harapan mereka. Pasien yang mempercayai suatu rumah sakit cenderung lebih loyal, baik dalam bentuk kunjungan berulang maupun rekomendasi ke orang lain (Ervita dkk., 2023). Wicaksono dkk. (2024) menyatakan bahwa membangun kepercayaan pasien tidak hanya membutuhkan pelayanan yang baik tetapi juga kemampuan menciptakan citra rumah sakit yang baik. Era informasi terbuka saat ini, pasien dapat dengan mudah membandingkan rumah sakit berdasarkan ulasan, reputasi, dan pengalaman pengguna lainnya. Hal ini menuntut rumah sakit untuk selalu menjaga mutu dan senantiasa meningkatkan citra rumah sakit (Suhermin dan Hermawati, 2021).

RSUD dr. Tjitrowardojo Purworejo merupakan rumah sakit umum yang berperan penting dalam memberikan pelayanan medis di wilayah Purworejo dan sekitarnya. Sejak didirikan pada tahun 1915, rumah sakit ini telah merawat sebanyak 625.769 pasien, menunjukkan peran historis dan keberlanjutannya dalam pelayanan kesehatan masyarakat. Pada tahun 2024, rumah sakit ini melayani sebanyak 21.977 pasien. Waworuntu dkk. (2023) menyatakan bahwa sebagai rumah sakit rujukan, RSUD ini menghadapi tantangan untuk terus meningkatkan citra dan kualitas pelayanan guna menjaga kepercayaan dan loyalitas pasien. Dengan adanya rumah sakit-rumah sakit baru membuat semakin meningkatkan persaingan di sektor layanan kesehatan di kawasan ini. Dalam konteks ini, RSUD dr. Tjitrowardojo harus memahami sejauh mana citra rumah sakit dan kualitas layanannya memengaruhi kepercayaan dan loyalitas pasien (Wijaya dkk., 2021).

Meskipun RSUD dr. Tjitrowardojo Purworejo kini bersaing dengan rumah sakit-rumah sakit baru, rumah sakit ini punya kelebihan unik: sejarah panjangnya sejak 1915 dan kedekatannya dengan masyarakat setempat (Data RSUD dr. Tjitrowardojo Purworejo, 2024). Keberadaan rumah sakit sejak tahun 1915 ini tidak hanya menunjukkan pengalaman, tetapi juga pemahaman mendalam terhadap karakteristik, nilai-nilai, dan kebutuhan unik masyarakat Purworejo, yang dapat disebut sebagai bagian dari kearifan lokal dalam pelayanan kesehatan. Kedekatan historis dan kemampuan beradaptasi dengan budaya setempat ini merupakan aset tak ternilai yang dapat menjadi pondasi utama bagi RSUD dr. Tjitrowardojo untuk

membedakan diri dari kompetitor baru serta memperkuat loyalitas pasien di tengah ketatnya persaingan industri kesehatan di kawasan ini.

Tabel 1. Jumlah pasien di RSUD dr. Tjitrowardojo Purworejo

Tahun	Jumlah pasien
2020	15.459 pasien
2021	11.394 pasien
2022	14.201 pasien
2023	16.833 pasien
2024	21.977 pasien

Sumber: Data RSUD dr. Tjitrowardojo Purworejo tahun 2024

Setiawati dan Lailiyah (2023) menyatakan bahwa loyalitas pasien merupakan aset penting bagi pembangunan berkelanjutan suatu rumah sakit. Pasien yang setia tidak hanya memberikan keuntungan finansial melalui kunjungan berulang tetapi juga membantu memperkuat citra rumah sakit melalui rekomendasi positif kepada masyarakat. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pasien merupakan prioritas strategis bagi rumah sakit (Iswara & Rustam, 2021). Dalam konteks RSUD dr. Tjitrowardojo Purworejo, data dalam tabel 1 tersebut menunjukkan peningkatan jumlah pasien masuk dari tahun 2021 hingga 2024, yang mencerminkan peningkatan kualitas pelayanan. Stabilitas jumlah pasien yang dirawat hingga akhir bulan juga menandakan adanya kepercayaan masyarakat kepada layanan rumah sakit, yang dapat menjadi dasar penting untuk mengembangkan loyalitas pasien di masa depan.

Penelitian terdahulu oleh Wicaksono dkk. (2024) membahas bagaimana kualitas pelayanan dan citra rumah sakit memengaruhi loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 101 pasien, dan hasilnya menunjukkan bahwa pelayanan dan citra rumah sakit dinilai sangat baik oleh pasien. Penelitian juga menemukan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan citra rumah sakit, semakin tinggi pula tingkat loyalitas pasien untuk terus menggunakan layanan rumah sakit tersebut. Secara keseluruhan, kedua faktor ini berkontribusi besar dalam membuat pasien tetap loyal.

Adapun perbedaan penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini mengungkap efek mediasi kepercayaan pasien sebagai *patient trust* yang mengkaji loyalitas pasien terhadap citra rumah sakit dan kualitas layanan rumah sakit. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra rumah sakit, kualitas pelayanan, kepercayaan pasien dan loyalitas pasien di RSUD dr. Tjitrowardojo Purworejo. Penelitian ini penting karena dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana ketiga faktor tersebut saling berinteraksi dan memengaruhi keputusan pasien untuk tetap setia pada RSUD dr. Tjitrowardojo Purworejo. Dengan memahami hubungan ini, rumah sakit dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien (Sutrisno, 2015).

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien?
3. Bagaimana pengaruh citra rumah sakit terhadap kepercayaan pasien?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pasien?
5. Bagaimana pengaruh kepercayaan pasien terhadap loyalitas pasien?
6. Bagaimana pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan pasien?

7. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan pasien?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien
3. Menganalisis pengaruh citra rumah sakit terhadap kepercayaan pasien
4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pasien
5. Menganalisis pengaruh kepercayaan pasien terhadap loyalitas pasien
6. Menganalisis pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan pasien
7. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan pasien

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya bidang pelayanan medis dengan menjelaskan hubungan antara citra rumah sakit, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pasien. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan dan loyalitas pelanggan dalam instansi rumah sakit, serta menguji relevansi teori pemasaran jasa seperti teori loyalitas dalam sektor kesehatan. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi aspek serupa di instansi layanan kesehatan lainnya (Ervita dkk., 2023).

1.4.2. Manfaat Praktis

Panduan Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Citra Rumah Sakit

Memberikan rekomendasi kepada peningmanajemen RSUD dr. Tjitrowardojo dalam meningkatkan citra dan kualitas layanan rumah sakit secara strategis, untuk memenuhi harapan pasien dan membangun kepercayaan yang lebih kuat.

Strategi Loyalitas Pasien

Memberikan dasar yang kuat dalam merancang program loyalitas dan meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pasien, untuk memberikan manfaat finansial dan reputasi dalam jangka panjang.

Daya Saing dalam Industri Pelayanan Kesehatan

Membantu rumah sakit dalam bersaing secara efektif di industri pelayanan kesehatan yang kompetitif dengan menggunakan hasil penelitian sebagai acuan dalam pengambilan keputusan strategis.

2. Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

2.1 Telaah Pustaka

Dalam penelitian ini, *grand theory* yang digunakan adalah *Relationship Marketing*. Teori ini menekankan pentingnya membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan untuk mencapai loyalitas dan kepuasan. Berfokus pada interaksi berkelanjutan dan nilai yang diberikan kepada pelanggan, *Relationship Marketing* mengidentifikasi berbagai aspek yang berkontribusi pada pembentukan ikatan kuat antara rumah sakit dan pasien, seperti citra rumah sakit, kualitas layanan, dan kepercayaan pasien (Leung, 2016). Dengan memahami dinamika hubungan ini, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana rumah sakit dapat menciptakan pengalaman yang lebih bermakna bagi pasien dan dampaknya terhadap kunjungan pasien dan loyalitas. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran yang efektif dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pasien (Guriti dkk., 2024).

Citra Rumah Sakit (*Hospital Image*)

Citra Rumah Sakit mengacu pada persepsi masyarakat terhadap reputasi, layanan dan nilai yang diberikan rumah sakit. Citra positif dibangun melalui komunikasi yang efektif, pengalaman pasien yang memuaskan, dan ulasan positif dari pasien. Dalam konteks pemasaran jasa, citra merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi pilihan dan keputusan loyalitas pasien dalam menggunakan jasa rumah sakit. Relevansi citra rumah sakit ini penting karena mempunyai kemampuan membangun kepercayaan pasien, yang menjadi dasar dari loyalitas pasien (Sulistyo dan Gumilar, 2019).

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas layanan merupakan faktor kunci dalam menciptakan pengalaman pasien yang positif. Berdasarkan teori Servqual, kualitas layanan mencakup lima dimensi utama: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Di sektor kesehatan, kualitas layanan yang dirasakan pasien dapat secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan dan kepercayaan mereka terhadap rumah sakit. Oleh karena itu, kualitas layanan yang bagus merupakan dasar penting untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pasien (Citra dkk., 2021).

Kepercayaan Pasien (*Patient Trust*)

Kepercayaan pasien terhadap pelayanan kesehatan merupakan kepercayaan pasien terhadap kemampuan, integritas dan itikad baik rumah sakit untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Kepercayaan ini dibangun melalui pengalaman pasien yang positif, konsistensi pelayanan dan reputasi yang baik. Dalam hubungan antara pasien dan rumah sakit, kepercayaan memainkan peran mediasi strategis yang menghubungkan citra dan kualitas layanan dengan loyalitas pasien. Rumah sakit dengan kredibilitas merek yang tinggi seringkali memiliki basis pasien yang setia (Ipo dkk., 2021).

Loyalitas Pasien (*Patient Loyalty*)

Loyalitas pasien adalah kesetiaan seseorang untuk terus menggunakan jasa suatu rumah sakit dan merekomendasikan rumah sakit tersebut kepada orang lain. Aspek loyalitas meliputi perilaku kunjungan berulang, preferensi terhadap rumah sakit tertentu, dan dukungan berupa rekomendasi positif. Loyalitas ini tidak hanya membawa manfaat ekonomi bagi rumah sakit namun juga memperkuat reputasi rumah sakit di mata masyarakat. Faktor utama yang memengaruhi loyalitas adalah kepercayaan pasien, citra rumah sakit dan kualitas pelayanan (Iswara & Rustam, 2021).

2.2 Pengembangan Hipotesis

Berikut adalah pengembangan hipotesis berdasarkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini:

1. Pengaruh Citra Rumah Sakit terhadap Loyalitas Pasien

Pasien cenderung loyal pada rumah sakit yang memiliki citra baik karena mereka merasa lebih yakin terhadap layanan dan fasilitas yang ditawarkan. Binendra dan Prayoga (2022) menyatakan bahwa citra rumah sakit yang positif tidak hanya menarik pasien baru tetapi juga mempertahankan pasien yang sudah ada, karena mereka merasa bangga dan percaya dengan reputasi rumah sakit tersebut. Loyalitas pasien terhadap suatu rumah sakit yang mempunyai citra positif sangat dipengaruhi oleh kepercayaan pasien terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Ketika pasien merasa rumah sakit mempunyai reputasi yang baik dan citra positif, maka pasien akan merasa lebih nyaman menjalani perawatan dan cenderung lebih bersedia untuk terus menggunakan rumah sakit tersebut. Andi dkk. (2024) menyatakan bahwa citra positif rumah sakit tidak hanya menarik pasien baru, namun juga menyatakan bahwa membangun kebanggaan di antara pasien lama yang merasa terhubung dengan fasilitas yang dapat mereka percayai. Siklus baik dimana pasien yang setia akan lebih cenderung merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain, sehingga meningkatkan jangkauan dan pengaruh rumah sakit di masyarakat. Oleh karena itu, membangun dan

mempertahankan citra positif penting bagi strategi pemasaran dan layanan rumah sakit untuk menjamin keberlanjutan dan pertumbuhan industri perawatan kesehatan .
(Guriti dkk., 2024)

Hipotesis 1: Citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien

Mahfudhoh dan Muslimin (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang konsisten dan sesuai harapan akan meningkatkan kepuasan pasien, yang kemudian mendorong mereka untuk kembali menggunakan layanan rumah sakit. Selain itu, pelayanan yang baik juga dapat meningkatkan keinginan pasien untuk merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain. Sanggarwati dan Laily (2023) menyatakan bahwa kepuasan pasien yang tinggi berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara pasien dan rumah sakit. Ketika pasien merasa dihargai dan diperhatikan dengan baik oleh staf medis, mereka cenderung memiliki hubungan emosional yang kuat dengan rumah sakit. Hal ini tidak hanya meningkatkan kemungkinan pasien kembali, namun juga menciptakan ikatan jangka panjang. Penelitian menunjukkan bahwa pasien yang puas tidak hanya lebih mungkin untuk kembali, mereka juga lebih mungkin untuk berpartisipasi dalam aktivitas promosi seperti menarik lebih banyak pasien baru dengan berbagi pengalaman positif dan memberikan ulasan bagus di media sosial. Oleh karena itu, fokus pada peningkatan kualitas layanan merupakan strategi yang sangat efektif untuk memperkuat posisi rumah sakit di pasar layanan medis (Suasnawa, 2020).

Hipotesis 2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

3. Pengaruh Citra Rumah Sakit terhadap Kepercayaan Pasien (*Patient Trust*)

Citra rumah sakit yang baik mencerminkan reputasi, kredibilitas, dan kemampuan rumah sakit dalam memenuhi kebutuhan pasien. Imran dan Ramli (2019) menyatakan bahwa citra positif meningkatkan rasa percaya pasien terhadap layanan yang diberikan rumah sakit. Ketika citra rumah sakit dipersepsikan baik, pasien cenderung memiliki keyakinan bahwa rumah sakit tersebut dapat diandalkan dan memenuhi harapan mereka. Muhammad Yoga Dwi Anggara dan Simatupang Indah (2024) menyatakan bahwa citra rumah sakit yang baik tidak hanya berkontribusi pada kepercayaan pasien terhadap rumah sakit, tetapi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan medis. Pasien yang merasa puas dengan citra rumah sakit yang mereka pilih cenderung akan merekomendasikannya kepada orang lain, sehingga menciptakan efek jaringan yang positif untuk rumah sakit tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa citra yang baik dapat meningkatkan loyalitas pasien, yang bisa berdampak pada keberlanjutan dan perkembangan rumah sakit dalam jangka panjang. Dengan demikian, investasi dalam membangun dan mempertahankan citra positif menjadi sangat penting bagi rumah sakit untuk menarik dan mempertahankan kepercayaan pasien, serta untuk meningkatkan daya saing layanan kesehatan yang semakin kompetitif (Ferienda dkk., 2022).

Hipotesis 3: Citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pasien (*patient trust*).

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pasien (*Patient Trust*)

Kualitas pelayanan yang unggul, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, merupakan dasar dalam membangun kepercayaan pasien. Ramadhani dan Sediawan (2022) menyatakan bahwa pelayanan sesuai atau melebihi ekspektasi pasien, rasa percaya terhadap rumah sakit akan semakin meningkat. Kualitas pelayanan merupakan prediktor utama kepercayaan dalam konteks layanan kesehatan. Guriti dkk. (2024) menyatakan bahwa peningkatan kualitas layanan pada rumah sakit tidak hanya berdampak pada kepercayaan pasien tetapi juga berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Ketika pasien merasa kebutuhan dan harapannya terpenuhi dengan baik, mereka akan cenderung menggunakan kembali layanan rumah sakit dan merekomendasikannya kepada

orang lain. Pasien yang puas dengan pelayanan rumah sakit akan merekomendasikan membantu menarik pasien baru melalui rekomendasi pribadi. Hubungan yang baik antara kualitas layanan rumah sakit dengan kepuasan pasien akan memperkuat kepercayaan pada rumah sakit. Peningkatan kualitas layanan merupakan strategi penting bagi rumah sakit untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan pasien (Muhammad Yoga Dwi Anggara dan Simatupang Indah, 2024).

Hipotesis 4: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pasien (*patient trust*).

5. Pengaruh Kepercayaan Pasien terhadap Loyalitas Pasien

Kepercayaan memainkan peran penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara pasien dan rumah sakit. Pasien yang percaya pada kompetensi dan integritas rumah sakit cenderung lebih setia dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Kepercayaan yang tinggi juga membuat pasien merasa nyaman untuk terus menggunakan layanan rumah sakit. Ramadhani dan Sediawan (2022) menyatakan bahwa kepercayaan yang tinggi juga membuat pasien merasa nyaman untuk terus menggunakan layanan rumah sakit. Kepercayaan yang terjalin baik dapat bertindak sebagai pendorong bagi rumah sakit untuk lebih meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan. Muhammad Yoga Dwi Anggara dan Simatupang Indah (2024) menyatakan bahwa Ketika pasien merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik, mereka cenderung memberikan umpan balik yang membangun, membantu rumah sakit mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Hal ini menciptakan siklus baik dimana kepercayaan dan kualitas layanan saling mendukung, sehingga meningkatkan pengalaman pasien secara keseluruhan. Rumah sakit yang secara aktif mendengarkan dan menanggapi kebutuhan pasien cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya berkontribusi pada loyalitas pasien yang lebih kuat. Membangun kepercayaan bukan hanya tentang mengelola harapan pasien, tetapi juga tentang menciptakan lingkungan dimana pasien merasa dilibatkan dan dihargai dalam perjalanan perawatan mereka (Guriti dkk., 2024).

Hipotesis 5: Kepercayaan pasien (*patient trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

6. Pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan pasien

Saputra dan Roosdhani (2024) menyatakan bahwa kepercayaan pasien diyakini sebagai mediator yang menghubungkan citra rumah sakit dengan loyalitas pasien. Citra yang baik akan membangun kepercayaan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pasien. Penelitian sebelumnya mengonfirmasi bahwa kepercayaan pasien berfungsi sebagai jembatan antara faktor-faktor tersebut. Tandion dkk. (2024) menyatakan bahwa citra positif suatu rumah sakit tidak hanya meningkatkan kepercayaan pasien tetapi juga memengaruhi persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Ketika pasien menilai reputasi rumah sakit secara positif, mereka merasa lebih nyaman menerima perawatan dan cenderung lebih berkomitmen terhadap fasilitas tersebut.

Citra rumah sakit yang kuat menciptakan rasa identitas dan rasa memiliki di antara pasien, yang dapat mendorong mereka untuk merekomendasikan rumah sakit dan menerima layanan lagi di masa depan. Oleh karena itu, pengelolaan citra rumah sakit yang efektif sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pasien serta membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Strategi komunikasi yang transparan dan responsif memiliki peran penting dalam memperkuat citra positif pada rumah sakit, pasien yang merasa didengar dan dihargai akan lebih cenderung untuk membangun hubungan yang kuat dengan rumah sakit. Investasi dalam pelatihan staf dan peningkatan kualitas layanan dapat menjadi kunci agar memastikan bahwa citra positif yang dibangun dapat dipertahankan dan diperkuat melalui pengalaman pasien yang memuaskan (Hafidz & Muslimah, 2023).

Hipotesis 6: Kepercayaan pasien memediasi pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien.

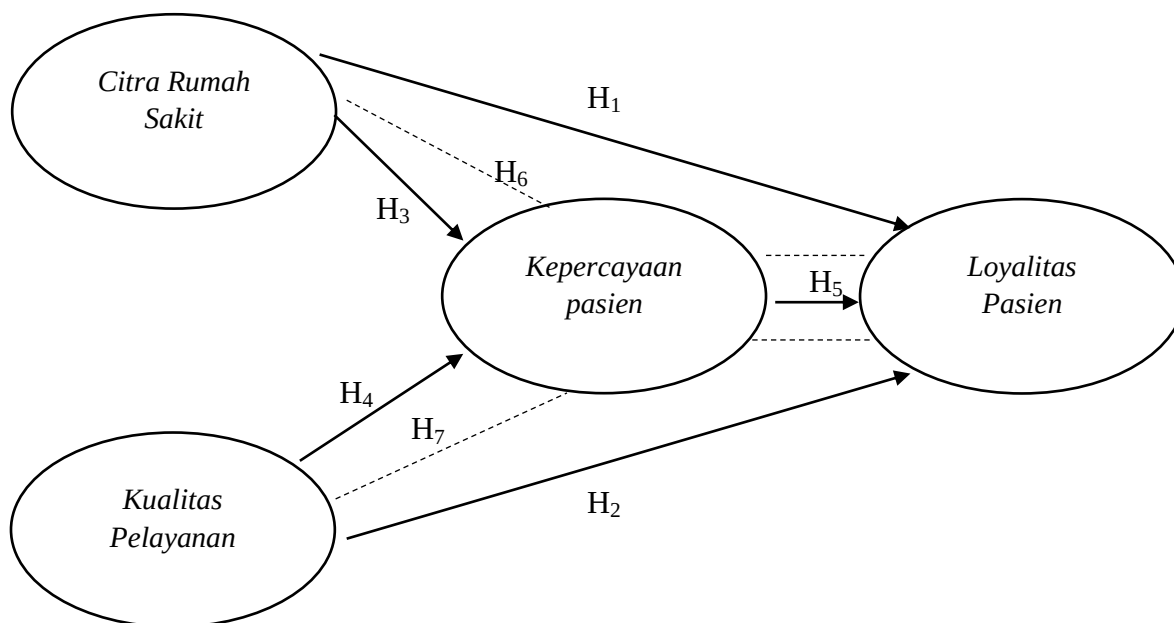
7. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien melalui kepercayaan pasien

Saputra dan Roosdhani (2024) menyatakan bahwa kepercayaan pasien diyakini sebagai mediator yang menghubungkan kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien. Pelayanan berkualitas tinggi akan membangun kepercayaan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pasien. Penelitian sebelumnya mengonfirmasi bahwa kepercayaan pasien berfungsi sebagai jembatan antara faktor-faktor tersebut. Ferianda dkk. (2022) menyatakan bahwa kepercayaan pasien memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman positif yang dapat memperkuat hubungan pasien dan rumah sakit. Ketika pasien memiliki keyakinan terhadap kualitas layanan yang diberikan, mereka akan lebih mungkin berkomunikasi dan berbagi informasi dengan staf medis, sehingga dapat meningkatkan efektivitas pengobatan. Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi tidak hanya meningkatkan loyalitas, tetapi juga meningkatkan kepuasan pasien secara keseluruhan dan berkontribusi terhadap retensi pasien jangka panjang. Oleh karena itu, membangun kepercayaan melalui layanan yang konsisten dan berkualitas tinggi merupakan strategi utama bagi penyedia layanan kesehatan untuk mempertahankan dan menarik pasien baru (Rahayu dan Lilis Sugi Rahayu, 2023).

Hipotesis 7: Kepercayaan pasien memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien.

2.3 Model Penelitian

Gambar 1. Model Penelitian



2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
1	(Aladwan dkk., 2021)	• <i>Kualitas pelayanan</i> • <i>Kepuasan pasien</i> • <i>Loyalitas pasien.</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki efek positif terhadap loyalitas pasien, serta kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Hal ini berarti bahwa staf rumah sakit mampu mengelola beban kerja dan memberikan pelayanan serta perawatan yang memuaskan, sehingga pasien di Rumah Sakit Mafrq merasa puas dan loyal. Selain itu, kepuasan pasien

No	Peneliti, Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
			terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien, sehingga menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan oleh rumah sakit untuk meningkatkan loyalitas. Kepuasan pasien juga berperan sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pasien.
2	(Basalamah dkk., 2022)	• Citra • Kualitas Layanan • Kepuasan • Minat Kembali	Citra, Kualitas layanan, dan Kepuasan memengaruhi minat kembali pasien di RSUD Kota Makassar. Faktor yang paling berpengaruh terhadap Minat kembali pasien di RSUD Kota Makassar adalah Citra rumah sakit.
3	(Ipo dkk., 2021)	• Kualitas Layanan • Kepercayaan • Citra Puskesmas • Loyalitas Pasien • Kepuasan	Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui, dan citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan.
4	(Sulistyo & Gumilar, 2019)	• Citra rumah sakit • Kualitas pelayanan • Loyalitas pelanggan • Kepuasan pelanggan	Terdapat pengaruh positif langsung antara citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berpengaruh positif langsung terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, citra rumah sakit dan kualitas pelayanan juga berdampak langsung pada loyalitas pelanggan. Namun, citra rumah sakit tidak menunjukkan pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan, sementara kualitas pelayanan memiliki pengaruh tidak langsung positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan. Temuan ini menyoroti pentingnya citra dan kualitas pelayanan dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan.
5	(Wicaksono dkk., 2024)	• Kualitas Pelayanan • Citra Rumah Sakit • Loyalitas Pasien	Penilaian responden terhadap variabel loyalitas pasien berada pada kategori tinggi. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan loyalitas pasien rawat jalan, begitu pula antara citra rumah sakit dengan loyalitas pasien rawat jalan. Kesimpulannya, kualitas layanan dan citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.
6	(Ervita dkk., 2023)	• <i>Citra Rumah Sakit</i> • <i>Kualitas Layanan</i> • <i>Kepuasan</i> • <i>Loyalitas Pasien</i>	Citra dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien BPJS Rawat Inap, yang selanjutnya berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Selain itu, citra dan kualitas layanan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan. Temuan ini menekankan pentingnya citra dan kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien di rumah sakit tersebut.

3. Metode Penelitian

3.1 Pendekatan Penelitian

Metode yang dipilih pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survei. Penelitian dengan metode survei merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengambil sampel penelitian dari populasi besar dan kecil dengan tujuan untuk menemukan peristiwa, sebaran relatif yang berbeda, dan membahas mengenai hubungan antara variabel sosiologis dan psikologis (Azahrah dkk., 2021).

3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini akan menggunakan metode Purposive Sampling. Metode ini dipilih karena peneliti membutuhkan sampel yang memiliki kriteria atau karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu pasien yang telah memiliki pengalaman yang memadai untuk mengevaluasi citra rumah sakit, kualitas pelayanan, serta membentuk kepercayaan dan loyalitas terhadap rumah sakit. Adapun kriteria inklusi dalam penentuan sampel ini adalah sebagai berikut:

1. Pasien yang pernah atau sedang memanfaatkan layanan di RSUD dr. Tjitrowardojo Purworejo.
2. Pasien yang setidaknya telah berkunjung atau dirawat minimal dua kali dalam kurun waktu satu tahun terakhir (atau disesuaikan dengan data rekam medis yang tersedia dan relevansi). Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan responden memiliki pengalaman yang cukup untuk memberikan penilaian yang komprehensif terhadap variabel-variabel penelitian.
3. Pasien yang berusia minimal 17 tahun atau telah memenuhi kriteria dewasa.
4. Pasien yang bersedia dan mampu mengisi kuesioner secara mandiri atau dengan bantuan yang minimal.

Untuk mendapatkan data yang komprehensif dan representatif dari berbagai jenis pengalaman pasien, pengumpulan data akan melibatkan pasien rawat jalan dan pasien rawat inap. Asrulla dkk. (2023) menyatakan bahwa penentuan jumlah sampel menggunakan rumus cochrane (ukuran populasi besar dan tidak diketahui jumlahnya) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

P = Peluang Benar sebesar 50% = 0,5

q = Peluang Salah sebesar 50% = 0,5

e = Margin of Error sebesar 10%

Perhitungan:

$$n = (1.96)^2 (0.5) (0.5) / (0.10)^2$$

96,04 (dibulatkan menjadi 100 responden)

Jadi ukuran sampel yang diambil adalah 100 responden.

3.3 Indikator Variabel

Tabel 3. Indikator Variabel

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala pengukuran
1	Citra Rumah Sakit (Castro-González et al., 2024)	Persepsi keseluruhan dan representasi mental yang terbentuk di benak konsumen tentang suatu merek.	Keterikatan emosional Nilai merek Interaksi dengan merek Kegiatan terkait merek Pemahaman kebutuhan	Skala likert 1-5
2	Kualitas pelayanan (Jaakkola dan Terho, 2021)	Kualitas keseluruhan dari pengalaman pelanggan di sepanjang semua titik sentuh (<i>touch points</i>) selama mereka menggunakan layanan.	Personalisasi layanan Keterhubungan tahapan layanan Kelengkapan proses perjalanan Kejelasan Informasi Kepedulian	Skala likert 1-5
3	Kepercayaan pasien (Melewar et al., 2017)	keyakinan atau penilaian rasional pelanggan terhadap kemampuan, integritas, dan keandalan suatu organisasi atau merek.	Keandalan merek Konsistensi Transparansi Respon terhadap masalah Mutu pelayanan	Skala likert 1-5
4	Loyalitas pasien (Francioni dkk., 2022)	keterikatan dan preferensi yang kuat terhadap suatu merek, bahkan ketika ada pilihan lain yang serupa atau setara.	Kesetiaan terhadap merek Rekomendasi kepada orang lain Persepsi terhadap merek Preferensi merek Sikap terhadap merek	Skala likert 1-5

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Partial Least Squares (PLS)* dengan menggunakan software SmartPLS versi 4 yang merupakan metode penyelesaian Structural Equation Modeling (SEM) yang dalam hal ini lebih baik dibandingkan dengan teknik SEM lainnya. SEM memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih besar dalam penelitian yang menghubungkan teori dan data, serta mampu melakukan analisis jalur dengan variabel laten. Oleh karena itu sering digunakan oleh para peneliti yang berfokus pada ilmu-ilmu sosial (Fernanda dkk., 2022).

3.4.1. Pendekatan Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pendekatan model pengukuran berfungsi untuk menghitung kekuatan hubungan antara variabel laten dengan masing-masing indikator. Pada hakikatnya metode ini bertujuan untuk mengetahui kualitas instrumen atau kuesioner yang dibuat dalam suatu penelitian. Pengujian pendekatan model pengukuran meliputi pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Uji validitas berperan dalam menentukan keaslian indikator dalam kuesioner melalui validitas konvergen (nilai kritis 0,7) dan nilai AVE (batas kritis 0,5). Sedangkan pengujian reliabilitas menentukan konsistensi atau reliabilitas data yang diukur dengan dua perhitungan yaitu nilai *cronbach's alpha* (batas nilai kritis 0,7) dan reliabilitas komposit (batas nilai kritis 0,8) (Robi dkk., 2017).

3.4.2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Pendekatan pemodelan struktural berfungsi untuk menghitung kuatnya hubungan antara variabel laten dengan variabel lainnya. Pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel laten yang ditanyakan dalam pertanyaan penelitian, baik secara langsung maupun tidak langsung. Perhitungan model struktural meliputi nilai koefisien β , nilai signifikansi dan koefisien determinasi. Nilai koefisien β dimaksudkan untuk mengetahui arah pengaruh antar variabel. Nilai signifikansi dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Nilai signifikansi bertujuan menentukan ada dan tidaknya pengaruh dengan ketentuan β dipahami bahwa nilai probabilitas yang lebih kecil dari 0,5

berarti terdapat pengaruh yang signifikan dan jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,5 berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) menentukan kontribusi model pencarian terhadap variasi jawaban (Irwan dan Adam, 2020).

3.4.3. Analisis Mediasi

Analisis mediasi merupakan teknik statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara variabel independen (prediktor) dan variabel dependen (hasil) melalui variabel mediasi. Variabel mediasi bertindak sebagai penghubung yang menjelaskan bagaimana atau mengapa variabel independen memengaruhi variabel dependen. Misalnya dalam konteks loyalitas pasien, analisis mediasi dapat mengungkap bagaimana kualitas layanan dan citra rumah sakit memengaruhi loyalitas melalui kepercayaan terhadap rumah sakit. Oleh karena itu, analisis mediasi memberikan wawasan tentang mekanisme yang mendasari hubungan antar variabel (Andikarati dkk., 2024).

Analisis mediasi kepercayaan terhadap rumah sakit (*patient trust*) berperan penting dalam menghubungkan citra rumah sakit dan kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien. Citra rumah sakit yang baik dan kualitas pelayanan yang memuaskan dapat meningkatkan kepercayaan pasien dan merupakan faktor penting dalam menciptakan loyalitas. Ketika pasien yakin bahwa suatu rumah sakit dapat memberikan layanan yang berkualitas dan memiliki reputasi yang baik, kemungkinan besar mereka akan tetap setia dan memilih rumah sakit tersebut untuk perawatan di masa depan. Oleh karena itu, kepercayaan berperan sebagai penghubung yang memperkuat hubungan antara citra dan kualitas layanan dengan loyalitas pasien. Penelitian yang menyelidiki dinamika ini dapat memberikan wawasan berharga bagi manajer rumah sakit untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien dengan meningkatkan citra dan meningkatkan kualitas layanan (Sitepu dan Kosasih, 2024).

3.4.4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan analisis full Structural Equation Modeling (SEM) dengan smartPLS. Pada model persamaan struktural full model selain untuk menguatkan teori juga menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. Pengujian hipotesis dengan memeriksa nilai perhitungan koefisien jalur pada pengujian model internal. Suatu hipotesis dikatakan diterima jika nilai T-statistik lebih besar dari T-tabel 1,96 (α 5%), yaitu jika nilai T-statistik setiap hipotesis lebih besar dari T-tabel dan nilai signifikansinya. probabilitas (p-value) kurang dari 0,05 maka dinyatakan diterima atau terbukti (Mulanda dkk., 2023).