

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN FASILITAS  
TERHADAP LOYALITAS PASIEN DENGAN  
KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Pasien Poliklinik RSUD dr. Rasidin di Kota Padang)**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**Azizah Febri Yanti**

**2010011211079**

**Dosen Pembimbing**

**Irda, S.E., M.A.**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar*

*Sarjana Strata-1*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
2024**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PASIEN DENGAN KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PASIEN POLIKLINIK RSUD DR.RASIDIN DI KOTA PADANG)**

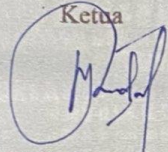
Oleh :

NAMA : Azizah Febri Yanti

NPM : 2010011211079

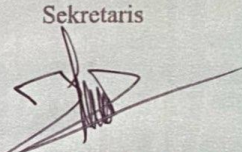
Tim Penguji

Ketua



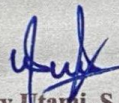
(Irda, S.E., M.A)

Sekretaris



(Reni Yuliyona, S.E., MM., Ph,D)

Anggota



(Wiry Utami, S.E., M.Sc)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 13 Agustus 2024

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bung Hatta

Dekan



(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)



**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PASIEN DENGAN KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PASIEN POLIKLINIK RSUD DR.RASIDIN DI KOTA PADANG)**

Oleh :

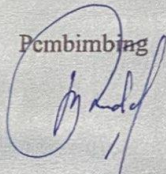
NAMA : Azizah Febri Yanti

NPM : 2010011211079

Telah dipertahankan di depan Tim  
Penguji Pada Tanggal 13 Agustus 2024

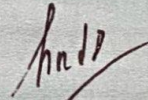
Menyetujui

Pembimbing



(Irda, S.E., M.A)

Ketua Program Studi



(Linda Wati, S.E., M.Si)

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, segala puji hanya berhak diperuntukkan kepada Allah SWT, penulis mengucapkan syukur yang tak bisa diungkapkan atas rahmat dan berkah yang telah penulis terima selama ini. Terutama pada saat penyelesaian skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Brand Image dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pasien Poliklinik RSUD dr.Rasidin di Kota Padang)”. Shalawat dan doa juga penulis ucapkan untuk Nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia ke jalan yang lebih baik dengan risalah hidup akan amal dengan iman dan ilmu pengetahuan dan yang teristimewa kepada Kedua Orang Tua saya, **Bapak Ajisman dan Ibu Asmiyah** yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, menasehati dan mensupport penuh dalam proses perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen strata satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang tak henti-hentinya memberi motivasi, dukungan dan doa demi selesainya study ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Diana Kartika selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Dr.Erni Febrina Harahap, SE., M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Lindawati, SE., M. Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Irda, S.E., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan,

arahan serta saran kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini dari awal sampai selesai.

5. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Program Studi Manajemen yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis selama menjalani perkuliahan. Staf administrasi Jurusan Manajemen yang telah membantu penulis selama perkuliahan dan pengurusan skripsi ini.
6. Kakak saya Fitri Andriani Am.Keb. SKM, adik saya Amelia Nazwa, serta abang ipar saya Bharaka Hotdi Sitorus yang selalu memberikan kasih sayang, mendoakan dan mensupport dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Beserta keluarga penulis yang telah membantu baik moril maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Terimakasih kepada Pratu Gani Wardana selaku orang spesial yang telah menemani, mensupport dan membantu skripsi ini berjalan hingga selesai.
9. Terimakasih kepada diri saya sendiri, Azizah Febri Yanti sudah berjuang dan bertahan sampai sejauh ini, terimakasih untuk tidak menyerah dalam hal sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini, tetaplah bersyukur dan rendah hati.
10. Terimakasih kepada teman saya Novia Marga Lena dan Raudha zahra yang telah membantu dan mensupport dalm penyelesaian skripsi ini.
11. Terimakasih Semua rekan-rekan satu tim penelitian skripsi yang telah berjuang selama pembuatan skripsi ini sampai selesai.
12. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak dan khususnya bagi penulis dan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini, tidak ada yang dapat penulis berikan selain ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya serta untaian doa. Semoga amal baik kalian semua diterima oleh Allah SWT dan mendapatkan balasan berlipat ganda oleh Allah SWT. Aamiin.

Padang, 08 Agustus 2024

Azizah Febri Yanti  
NPM. 2010011211079

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah menulis atau diberikan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 08 Agustus 2024

Azizah Febri Yanti  
NPM. 2010011211079

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN FASILITAS TERHADAP  
LOYALITAS PASIEN DENGAN KEPUASAN PASIEN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PASIEN  
POLIKLINIK RSUD DR.RASIDIN DI KOTA  
PADANG**

**Azizah Febri Yanti<sup>1</sup>, Irda<sup>2</sup>**

**Mahasiswa dan Dosen Program Studi S1**

**Ilmu Manajemen**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta**

**e-mail : <sup>1)</sup>[azizahfebyanti23@gmail.com](mailto:azizahfebyanti23@gmail.com)**

**<sup>2)</sup>[irda@bunghatta.ac.id](mailto:irda@bunghatta.ac.id)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image* dan fasilitas terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variable intervening. Jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan yaitu seluruh pasien poliklinik pada RSUD dr.Rasidin di Kota Padang, Teknik pengambilan sampel memakai sampel *probability sampling* dan perhitungan *slovin* didapatkan 83 responden. Google form kuesioner dipakai untuk pengumpulan data. *Partial least square* adalah metode menganalisis yang digunakan pada penelitian ini dengan bantuan *software* smartPLS dan juga dibantu dengan alat analisis SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan *brand image* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien, fasilitas berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien, *brand image* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien, kepuasan pasien memediasi hubungan antara *brand image* dan loyalitas pasien, dan kepuasan pasien memediasi hubungan antara fasilitas dan loyalitas pasien.

***Kata Kunci : Brand Image, Fasilitas, Kepuasan Pasien, Loyalitas Pasien***



**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND FACILITIES ON  
PATIENT LOYALTY WITH PATIENT SATISFACTION AS  
AN INTERVENING VARIABLE IN POLYCLINIC PATIENTS  
AT DR.RASIDIN RSUD IN KOTA  
PADANG**

**Azizah Febri Yanti<sup>1</sup>, Irda<sup>2</sup>**  
**Undergraduate Study Program Students and Lecturers**  
**Management Science**  
**Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University**  
**email: <sup>1)</sup>[azizahfebyanti23@gmail.com](mailto:azizahfebyanti23@gmail.com)**  
**<sup>2)</sup>[irda@bunghatta.ac.id](mailto:irda@bunghatta.ac.id)**

**ABSTRACT**

This research aims to analyze the influence of brand image and facilities on patient loyalty with patient satisfaction as an intervening variable. Type of quantitative research. The population used was all polyclinic patients at Dr. Rasidin Hospital in Padang City. The sampling technique used *probability sampling* and *slovin* calculations to obtain 83 respondents. Google questionnaire form was used for data collection. Partial least squares is the analysis method used in this research with the help of SmartPLS software and also assisted with SPSS analysis tools. The results of this study show that brand image has no effect on patient loyalty, facilities have a positive effect on patient loyalty, brand image has a positive effect on patient satisfaction, facilities have a positive effect on patient satisfaction, patient satisfaction has a positive effect on patient loyalty, patient satisfaction mediates the relationship between brand image and patient loyalty, and patient satisfaction mediate the relationship between facilities and patient loyalty.

***Keywords: Brand Image, Facilities, Patient Satisfaction, Patient Loyalty***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>JUDUL SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> ....	<b>10</b>
2.1 Kajian Literatur .....	10
2.1.1 Loyalitas Pasien.....	10
2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Pasien.....	10
2.1.1.2 Pentingnya Loyalitas Pasien.....	12
2.1.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien .....	13
2.2.1 Kepuasan Pasien.....	14
2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Pasien.....	14
2.1.2.2 Pentingnya Kepuasan Pasien.....	15
2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien .....	16

2.3.1	Brand Image .....	18
2.1.3.1	Pengertian Brand Image .....	18
2.1.3.2	Pentingnya Brand Image .....	19
2.1.3.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Image.....	19
2.4.1	Fasilitas.....	21
2.4.1.1	Pengertian Fasilitas.....	21
2.4.1.2	Pentingnya Fasilitas.....	22
2.4.1.3	Faktor-faktor yang memperngaruhi Fasilitas .....	22
2.2	Pengembangan Hipotesis .....	23
2.2.1	<i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pasien .....	23
2.2.2	Fasilitas Terhadap Loyalitas Pasien .....	24
2.2.3	<i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pasien .....	24
2.2.4	Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien .....	25
2.2.5	Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien .....	26
2.2.6	Kepuasan Pasien Memediasi hubungan antara <i>Brand Image</i> dan Loyalitas Pasien.....	27
2.2.7	Kepuasan Pasien Memediasi hubungan antara Fasilitas dan Loyalitas Pasien.....	28
2.3	Kerangka Konseptual .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>31</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	31
3.2	Objek, Populasi, dan Sampel Penelitian .....	31
3.3	Jenis Data dan Sumber Daya.....	33
3.4	Defenisi Operasional Variabel .....	33
3.4.1	Loyalitas Pasien .....	33
3.4.2	Kepuasan Pasien.....	34
3.4.3	<i>Brand Image</i> .....	34
3.4.4	Fasilitas .....	35
3.5	Teknik Analisis Data .....	36
3.5.1	<i>Measurement Model Assesment</i> .....	36
3.5.2	<i>Analisis Deskriptif</i> .....	37

3.5.3	<i>R Square</i> .....	39
3.5.4	<i>Structural Model Assessment</i> .....	39
3.6	Tipe-tipe Mediasi .....	40
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>41</b>
4.1	Hasil Analisis .....	41
4.1.1	<i>Respon Rate</i> .....	41
4.1.2	Profil Responde .....	42
4.1.3	<i>Measurement Model Assessment</i> .....	44
4.1.3.1	<i>Convergent Validity</i> .....	44
4.1.3.2	<i>Discriminat Validity</i> .....	47
4.1.4	Analisis Deskriptif.....	50
4.1.4.1	<i>Brand Image</i> .....	50
4.1.4.2	Fasilitas .....	51
4.1.4.3	Kepuasan Pasien.....	52
4.1.4.4	Loyalitas Pasien.....	53
4.1.5	Analisis <i>R square</i> .....	54
4.1.6	<i>Structural Model Assessment</i> .....	54
4.2	Pembahasan.....	58
4.2.1	<i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pasien .....	58
4.2.2	Fasilitas terhadap Loyalitas Pasien.....	59
4.2.3	<i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pasien .....	60
4.2.4	Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien.....	61
4.2.5	Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien.....	61
4.2.6	Kepuasan Pasien sebagai mediasi <i>Brand Image</i> dan Loyalitas Pasien.....	62
4.2.7	Kepuasan Pasien sebagai mediasi Fasilitas dan Loyalitas Pasien .....	63
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>65</b>
5.1	Kesimpulan .....	65
5.2	Implikasi penelitian.....	66

5.3 Keterbatasan dan saran..... 68

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Kunjungan Poliklinik RSUD dr. Rasidin di Kota Padang .....	3
Tabel 1.2 Fenomena Loyalitas Pasien di RSUD dr.Rasidin di Kota Padang.....	4
Tabel 3.1 Kriteria TCR .....	38
Tabel 3.2 Kriteria <i>R square</i> .....	39
Tabel 3.3 Tipe pengujian mediasi .....	40
Tabel 4.1 <i>Response rate</i> .....	41
Tabel 4.2 Profil Responden.....	42
Tabel 4.3 <i>Analisis Outer Loadings</i> (tahap 1) .....	45
Tabel 4.4 <i>Analisis Outer Loadings</i> (tahap 2) .....	46
Tabel 4.5 Hasil analisis <i>Cronbach's alpha, composite reliability dan AVE</i> .....	47
Tabel 4.6 Hasil analisis <i>fornell-lacker criterion</i> .....	48
Tabel 4.7 Hasil analisis <i>Cross loadings</i> .....	49
Tabel 4.8 Deskripsi variabel Brand Image .....	50
Tabel 4.9 Deskripsi variabel Fasilitas .....	51
Tabel 4.10 Deskripsi variabel Kepuasan Pasien .....	52
Tabel 4.11 Deskripsi variabel Loyalitas Pasien .....	53
Tabel 4.12 Hasil Analisis <i>R square</i> .....	54
Tabel 4.13 Hasil Analisis <i>structural model assessment</i> .....	55
Tabel 4.14 Hasil Analisis kepuasan pasien sebagai Variabel Mediasi .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Keranga Konseptual .....	30
Gambar 4.1 <i>Structural Model Assessment</i> .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Mapping Penelitian Terdahulu .....	76
Lampiran 2 Kuesioner.....	95
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	101
Lampiran 4 Profil Responden .....	104
Lampiran 5 <i>Measurement Model Assessment</i> .....	106
Lampiran 6 Analisis Deskriptif .....	110
Lampiran 7 Analisis <i>R square</i> .....	112
Lampiran 8 <i>Structural Model Assesment</i> .....	113

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Rumah sakit awalnya adalah suatu lembaga dengan fungsi sosial, namun terdapatnya rumah sakit swasta membuat rumah sakit memiliki acuan menjadi industri bidang pelayanan kesehatan melalui pengelolaan manajemen badan usaha, sehingga menimbulkan persaingan antar rumah sakit yang dimiliki pemerintah ataupun swasta. Semua rumah sakit berlomba-lomba agar konsumen tertarik menggunakan jasa miliknya (Sanggarwati & Laily, 2023).

Mendapatkan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan, analisis yang lebih menyeluruh dan mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih suatu produk/jasa khususnya jasa kesehatan dalam hal ini harus dilakukan karena pembeli yang rasional atau pelanggan dapat memiliki berbagai pertimbangan yang dapat mengarah pada maksimalisasi utilitas yang mungkin diperoleh, dengan cara membandingkan antara barang atau jasa yang mereka peroleh dengan apa yang dikorbankan (biaya) untuk barang atau jasa tersebut (Tama et al., 2024).

Rumah sakit merupakan sarana dan fasilitas kesehatan yang disediakan baik oleh pemerintah maupun lembaga swasta. Rumah sakit menjadi wadah yang memberikan jasa kesehatan bagi pasien dengan memberikan sejumlah ragam pelayanan diantaranya rawat inap, rawat jalan memiliki sejumlah poli khusus, dan instalasi gawat darurat. Selain rumah sakit, juga tersedia sarana dan fasilitas kesehatan lainnya seperti klinik kesehatan, praktik dokter spesialis, dan klinik

pengobatan alternatif. Diantara fasilitas kesehatan tersebut, terdapat kompetisi untuk memperoleh pasien melalui penggunaan customer relationship management dan peningkatan brand image. Masing masing rumah sakit mempunyai kekhasan dan peraturan tersendiri untuk memelihara hubungan baik antara rumah sakit dan pasien. Selain itu, rumah sakit tersebut memiliki citra yang baik, brand yang selalu diingat masyarakat saat menggunakan jasa medis. Rumah sakit yang mampu membangun hubungan baik dengan konsumen atau pasien serta menjaga citra merek yang diingat oleh masyarakat sebagai pengguna jasa pelayanan kesehatan akan menjamin kepuasan pasien. Pasien akan puas dengan layanan kesehatan ketika mereka menerima perawatan yang sangat baik yang memenuhi harapan mereka. Selain itu, sikap yang baik yang dipertahankan pihak rumah sakit membuat pasien merasa nyaman dan betah selama dirawat di rumah sakit serta puas dengan pelayanannya (Nyoman et al., 2023).

Selanjutnya, untuk memahami fenomena Loyalitas Pasien Poliklinik dapat dilihat dari tabel 1.1 data perbandingan kunjungan poliklinik RSUD dr. Rasidin Kota Padang setiap tahunnya sebagai berikut:



**Tabel 1.1**

**Perbandingan Kunjungan Poliklinik RSUD dr. Rasidin di Kota Padang**

<b>Bulan</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Jan	6.746	8.659	-	3.996	4.720	6.848
Feb	5.225	8.794	-	3.272	5.030	5.882
Mar	6.506	9.157	1.989	3.953	4.790	5.223
Apr	4.807	139	2.185	4.735	4.525	5.661
Mei	5.049	-	2.204	3.406	5.296	5.387
Jun	4.271	-	3.185	4.300	4.400	4.838
Jul	6.161	-	3.853	4.289	5.382	-
Agus	6.076	-	2.663	4.874	5.238	-
Sep	5.963	-	3.315	4.698	6.252	-
Okt	6.495	-	4.257	5.071	7.775	-
Nov	7.145	-	3.980	5.554	5.979	-
Des	7.661	-	4308	5.198	6.670	-
<b>Total</b>	<b>72.105</b>	<b>26.749</b>	<b>31.939</b>	<b>53.346</b>	<b>66.057</b>	<b>33.839</b>

Sumber : RSUD dr.Rasidin di Kota Padang, 2024

Berdasarkan dari data tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa kunjungan pasien poliklinik di RSUD dr.Rasidin Kota Padang tahun 2019 cenderung mengalami kenaikan. Namun, sejak tahun 2020 – 2021 kunjungan pasien poliklinik di RSUD dr.Rasidin Kota Padang tersebut mengalami penurunan yang drastis dimana pada tahun 2020 total kunjungan pasien poliklinik 26.749 pasien, kemudian ditahun 2021 total menjadi 31.939 pasien, meskipun ditahun 2022 – 2023 total pasien di RSUD dr.Rasidin Kota Padang mengalami kenaikan Kembali. Selanjutnya, di tahun 2024 pasien poliklinik di RSUD dr.Rasidin menurun sangat drastis dengan

total pasien 33.839. oleh karena itu, poliklinik di RSUD dr.Rasidin perlu meningkatkan pelayanannya dengan baik agar pasien merasa puas untuk berkunjung ke RSUD dr.Rasidin Kota Padang.

Untuk mengungkapkan fenomena terkait Loyalitas Pasien pada RSUD dr. Rasidin di Kota Padang, maka dilakukan survey awal mengenai Loyalitas Pasien dengan melibatkan 30 responden, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.2**

**Fenomena Loyalitas Pasien di RSUD dr.Rasidin di Kota Padang**

No	Pernyataan	Jawaban					Skor Total	Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	Dengan senang hati, saya akan merekomendasikan rumah sakit ini kepada saudara, keluarga, dan teman	0	3	1	24	2	90	3
2	Apabila saya membutuhkan pelayanan RSUD dr.Rasidin maka saya akan kembali lagi	0	3	1	22	4	96	3,2
3	Saya akan memberitahukan hal-hal yang positif dengan teman	0	2	1	25	2	83	2,7
4	Saya akan tetap berobat di RSUD dr.Rasidin Kota Padang	0	2	1	25	2	83	2,7
Rata-Rata								2,83
Tingkat Capaian Responden (TCR)								56,6%

Sumber : Survey Bulan Mei, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa skor rata-rata jawaban responden adalah 2,83 dengan TCR sebesar 56,6%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Loyalitas pasien terhadap RSUD dr.Rasidin di kota Padang masih tergolong ke dalam kategori rendah (Arikunto, 2006).

Salah satu variable yang mempengaruhi Loyalitas Pasien adalah brand image (Sanggarwati & Laily, 2023). Brand (merek) menjadi peran terpenting bagi perusahaan dikarenakan merek bisa mengidentifikasikan jasa ataupun merek yang hendak digunakan. Selain itu merek ialah media yang digunakan perusahaan yang akan menyajikan suatu hal untuk konsumen. Oleh sebab itu menciptakan ikatan secara emosional yang melibatkan perusahaan dan konsumen. Untuk perusahaan, merek yakni bagian produk yang menghasilkan nilai tambah untuk produk tersebut, dikarenakan merek bukan hanya nama melainkan merek menjadi aset miliki perusahaan.

Variable lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pasien adalah Fasilitas (bilal mahardhika ramdhani, 2024). fasilitas merupakan objek penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, kepuasan permintaan dan kenyamanan pengguna jasa. Jika pelayanan yang diberikan memenuhi persyaratan maka pelanggan akan merasa puas. Artinya, pemberian fasilitas yang memadai akan membantu meningkatkan empati konsumen terhadap setiap kondisi yang tercipta pada saat konsumen melakukan pembelian (Putri et al., 2023). Dapat disimpulkan bahwa semakin baik dan bagusnya Fasilitas akan semakin baik Loyalitas Pasien terhadap rumah sakit.

Variable lain yang juga berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien adalah Kepuasan Pasien (David Sebastian, Tin Agustina Karnawati, 2024). Kepuasan pelanggan, menurut (Kotler & Keller, 2016), merujuk pada perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan jasa yang diharapkan dengan kinerja yang sebenarnya diterima. Pasien akan merasa puas jika kinerja layanan memenuhi harapan mereka. Kinerja di sini adalah persepsi pelanggan tentang apa yang mereka terima setelah menggunakan layanan, sedangkan harapan adalah pikiran pelanggan tentang apa yang akan mereka terima saat menggunakan layanan tersebut. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan tentang kinerja dan harapan.

Selanjutnya, meskipun Brand Image, Fasilitas, dan Kepuasan Pasien merupakan variabel-variabel yang mempengaruhi Loyalitas Pasien, tetapi beberapa penelitian lainnya berpendapat bahwa Brand Image dipengaruhi oleh Kepuasan Pasien (Dewi & Sukei, 2022). Dan Fasilitas juga dipengaruhi oleh Kepuasan Pasien (Ginting & Herman, 2020). Dengan demikian dapat diartikan bahwa apabila semakin baik Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien yang dimiliki oleh setiap rumah sakit maka akan semakin baik pula Brand Image di rumah sakit tersebut. Dan sebaliknya rumah sakit yang tidak memiliki Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien akan mengakibatkan rendahnya Loyalitas Pasien di rumah sakit tersebut.

Penelitian ini merupakan **modifikasi** dari penelitian (Dewi & Sukei, 2022) dimana dalam penelitian tersebut yang dijadikan sebagai variabel bebas adalah *brand image* dan kualitas pelayanan, variabel mediasi adalah kepuasan pasien, dan variabel terikatnya adalah loyalitas pasien. Penelitian ini mengganti variabel

bebasnya kualitas pelayanan dengan fasilitas dimana penggantian variable bebas tersebut didukung oleh penelitian (Tamonsang & Apriliyanto, 2022) yang menemukan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya, penelitian tertarik melakukan penelitian empiris dengan judul **“Pengaruh Brand Image dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pasien dengan Kepuasan Pasien sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada pasien poliklinik RSUD dr. Rasidin kota padang)”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah brand image berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang?
2. Apakah brand image berpengaruh terhadap kepuasan pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang?
4. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang?
5. Apakah kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang?



6. Apakah kepuasan memediasi hubungan antara brand image dan loyalitas pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang?
7. Apakah kepuasan memediasi hubungan antara fasilitas dan loyalitas pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh brand image terhadap loyalitas pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang.
2. Pengaruh brand image terhadap kepuasan pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang.
3. Pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang.
4. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang.
5. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang.
6. Pengaruh kepuasan pasien sebagai mediasi antara brand image dan loyalitas pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang.

7. Pengaruh kepuasan pasien sebagai mediasi antara fasilitas dan loyalitas pasien di RSUD dr. Rasidin di Kota Padang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis. manfaat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

- a. Bagi RSUD dr. Rasidin di Kota Padang .

- 1). Sebagai masukan kepada pihak Manajemen Rumah Sakit dalam menyusun rencana strategis, sehingga visi Rumah Sakit umum daerah dr. Rasidin di Kota Padang tercapai. 2). Sebagai bahan evaluasi untuk menentukan langkah-langkah kebijakan dimasa mendatang, khususnya di bidang pelayanan kesehatan. 3). Sebagai referensi dalam program peningkatan kualitas pelayanan kesehatan untuk meningkatkan kepuasan pasien Rumah Sakit Umum daerah dr. Rasidin di Kota Padang.

- b. Bagi institusi pendidikan Sebagai bahan untuk menambah bahan pustaka serta meningkatkan pengetahuan dan wawasan mahasiswa serta pembaca pada umumnya tentang kualitas pelayanan kesehatan dan kepuasan pasien pada rumah sakit.

- c. Bagi peneliti Sebagai sarana menambah wawasan tentang pengaruh kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien dan sebagai aplikasi dari ilmu yang telah diperoleh peneliti selama perkuliahan.