

Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image* dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pasien dengan Kepuasan Pasien sebagai Variabel Mediasi

Abstrak

Perkembangan industri perawatan kesehatan di Indonesia telah menjadi pasar yang sangat potensial dan menghadapi persaingan yang ketat. Salah satu strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan yang tinggi adalah menciptakan kepuasan pasien. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji efek mediasi kepuasan pasien pada terhadap hubungan antara kualitas layanan, *brand image*, kepercayaan pasien dan loyalitas pasien. Data primer untuk penelitian ini dikumpulkan dari survei yang dikelola sendiri dari 120 kuesioner yang disebarakan kepada pasien rumah sakit dan kembali 107 tanggapan yang dapat digunakan sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien, sedangkan kepercayaan pasien tidak mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien secara signifikan. Selain itu, variabel kepuasan pasien ditemukan memiliki efek positif pada loyalitas pasien. Secara khusus, kepuasan pasien memediasi hubungan antara kualitas layanan, *brand image* dan loyalitas pasien. Namun, kepuasan pasien tidak memediasi hubungan antara kepercayaan pasien dan loyalitas pasien.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, *brand image*, kepercayaan, kepuasan pasien, loyalitas pasien

The Effect of Service Quality, Brand Image and Trust on Patient Loyalty : The Role of Patient Satisfaction as Mediator

ABSTRACT

The development of health care industry in Indonesia has become very potential market and faced keen competition. One of marketing strategy to win the high competition is to create patient satisfaction. The purpose of this study was to examine the mediating effect patient satisfaction on the relationship between service quality, hospital image, patient trust and patient loyalty. The primary data for the study were collected from a self-administered mail survey of 120 questionnaires from the hospital patients resulting in a sample of 107 usable responses being returned. The results showed that service quality and brand image had significant effect on patient satisfaction and loyalty, while patient trust did not affect significantly patient satisfaction and loyalty. In addition, the variable of patient satisfaction was found to have positive effect on patient loyalty. Specifically, patient satisfaction mediated the relationship between service quality, brand image and patient loyalty. However, it did not mediate the relationship between patient trust and patient loyalty.

Keywords: *service quality, brand image, trust, patient satisfaction, patient loyalty.*