

PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN PASIEN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA RUMAH SAKIT (STUDI PADA PASIEN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT TIARA SENTOSA KENDARI): (The Effect Of Service Quality On Patient Satisfaction Mediated By Hospital Image In Tiara Sentosa Kendari Hospital)

La Ode Man Sabdar

mansabdar1190@gmail.com

Program Studi Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Halu Oleo

Hasanuddin Bua

bua.hasanuddin@gmail.com

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

Hayat Yusuf

hayatyusufabadi77@gmail.com

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

Dedy Takdir Syaifuddin

dtakdirsyafuddin@gmail.com

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

Sinarwaty

sinarwatysunarjo78@gmail.com

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

Abd. Razak Yusuf

razakuho@gmail.com

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

Info Jurnal	Abstract
<p>Sejarah Artikel:</p> <p>Diterima 12-11-2020</p> <p>Disetujui 15-11-2020</p> <p>Dipublikasikan 28-11-2020</p> <hr/> <p>Keywords: <i>service quality, customer satisfaction, hospital</i></p> <hr/> <p>Klasifikasi JEL: I10, N30</p>	<p><i>This study aims to: 1) examine the influence of service quality on hospital image, 2) examine the effect of service quality on patient satisfaction, 3) examine the influence of hospital image on patient satisfaction, 4) examine the effect of service quality on patient satisfaction mediated by hospital image. The type of this research is explanatory research, then seen from the approach of research strategy or data collection process, this research uses survey method. The population in this study was all patients treated at Tiara Sentosa Kendari Hospital. For sampling techniques researchers use non random or non probability selection in the form of purposive sampling. A total of 135 samples were obtained using the formula Hair et al (2010). Data is collected by interview methods and questionnaires. The analysis tool used is Partial Least Square (PLS). The results showed that both directly and indirectly, the quality of services has a positive and significant effect on patient satisfaction at Tiara Sentosa Kendari Hospital.</i></p>

I. PENDAHULUAN

Pasar berubah dengan cepat, dan sekarang ini adalah era industri layanan global berkembang yang menekankan kedalaman dan luasnya layanan serta kualitas jasa, (Chien, Chi: 2018). Kelengkapan alat-alat rumah sakit yang lengkap dan bersih adalah salah satu harapan dari konsumen. Tak kalah penting juga konsumen rumah sakit mengharapkan penanganan pasien dengan cepat tanpa memandang status. Karena pemasaran merupakan kegiatan yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dengan tujuan untuk tercapainya kepuasan pelanggan yang secara tidak langsung bisa menguatkan kepuasan pelanggan.

Berkembangnya teknologi dan informasi menyebabkan pengetahuan masyarakat meningkat baik ditingkat lokal maupun global, sehingga masyarakat lebih selektif dalam memilih fasilitas layanan yang digunakan. Pemilihan fasilitas layanan tersebut biasanya ditempuh masyarakat dengan cara memanfaatkan bantuan dari berbagai macam media yang kemudian dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan layanan yang akan digunakan.

Salah satu layanan yang penting untuk masyarakat adalah layanan kesehatan. Sebab pada dasarnya setiap orang membutuhkan tubuh yang sehat dalam menjalankan setiap aktifitasnya sehingga mereka dapat melakukan kegiatannya dengan baik. Maka dari itu dibutuhkan layanan kesehatan yang optimal. Kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan dasar bagi dunia kesehatan dalam mencapai keberhasilan pemasaran produk/jasa mereka, karena pemasaran merupakan kegiatan yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dengan tujuan untuk tercapainya kepuasan pelanggan.

Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa Kendari merupakan rumah sakit yang diselenggarakan oleh swasta/lainnya. Rumah sakit mendapatkan izin resmi dari Walikota Kendari untuk beroperasi sebagai usaha jasa kesehatan. Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa terletak di Jl. Raden Soeprapto, Kelurahan Mandonga, Kec. Mandonga, Kota Kendari Sulawesi Tenggara. Suatu perusahaan jasa tentu harus mengutamakan kepuasan pelanggannya untuk mempertahankan eksistensi dalam bidang usaha jasa.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan, pelanggan puas jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka mereka akan merasa puas dan senang. Pelanggan yang puas terhadap barang dan jasa, kemungkinan besar akan membeli ulang dari penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang mampu memuaskan pelanggan akan dapat meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang dari pelanggan.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan pelanggan (*customer services*) yang baik kepada pelanggan. Kualitas pelayanan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan yang mana pada akhirnya menumbuhkan kepuasan pada pelanggan. Kualitas jasa merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas jasa kepada pelanggan, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai. Tinggi rendahnya suatu kualitas jasa tergantung pada bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan nyata yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain kualitas jasa merupakan selisih antara pengharapan pelanggan atau keinginan mereka dengan persepsi mereka (Bayhaqi, 2006: 15). Kualitas jasa yang baik juga harus dilaksanakan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan, baik tidaknya kualitas jasa barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki dan meningkatkan citra perusahaan dimata konsumen.

Kualitas jasa memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya dengan hubungan kinerja yang dirasakan atau dihasilkan suatu produk dan harapannya. Jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja dirasakan memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja dirasakan melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang (Kolter, 1997). Kualitas cita rasa (*taste*) yang sesuai dengan selera masyarakat, harga, konsep yang terbangun, dan kekhasan yang ditawarkan agar memperoleh tempat dihati pelanggan.

Faktor kedua adalah citra, citra merupakan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang berharga dari perusahaan. Citra positif memungkinkan sebuah perusahaan untuk mendapatkan nilai reputasi dan keunggulan kompetitif (Porter dan Claycomb, 1997). Citra yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas jasa, kepuasan pelanggan (Bloemer et al., 1998; Da Silva *et.al.*, 2008 dan. Lai *et al.*, 2009 dalam Hidajahningtyas, 2013: 40). Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu perusahaan dan sebaliknya citra yang buruk akan memperburuk kestabilan suatu perusahaan. Istijanto, (2005) mengemukakan bahwa perusahaan yang memiliki citra atau reputasi yang baik akan mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan, mempertinggi kemampuan bersaing, mendorong semangat kerja karyawan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Citra rumah sakit berdampak pada sikap dan perilaku pasien terhadap rumah sakit. Dengan demikian, pemahaman hubungan antara citra rumah sakit dan pengaruhnya terhadap intensi pasien sangat diperlukan.

Oleh sebab itu, citra positif memungkinkan sebuah perusahaan untuk mendapatkan nilai reputasi dan keunggulan kompetitif (Porter dan Claycomb, 1997). Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu perusahaan dan sebaliknya citra yang buruk akan memperburuk kestabilan suatu perusahaan. Penelitian terkait juga menunjukkan fakta bahwa bagaimana meningkatkan kualitas jasa telah menjadi salah satu metode manajemen utama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Su dan Teng, 2018) dan itu adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi kesuksesan perusahaan dalam membentuk citra yang positif (Ahuja dan Khamba, 2008).

Keberhasilan perusahaan membentuk citra masyarakat, dipengaruhi oleh beberapa faktor misalnya sejarah perusahaan, kelengkapan sarana dan prasarana, dan keberhasilan dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Citra tersebut muncul berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang terhadap suatu obyek. Apabila informasi tersebut baik maka akan menimbulkan citra positif, namun sebaliknya apabila informasi yang diterima buruk, maka akan menimbulkan citra negatif. Informasi-informasi yang di peroleh misalnya mengenai bagaimana pelayanan yang diberikan rumah sakit, bagaimana kelengkapan alat-alat kesehatan, bagaimana kualitas sumber daya manusia (dokter dan perawat) yang ada di rumah sakit, dan sebagainya.

Citra rumah sakit telah menarik perhatian di kalangan peneliti model konseptual ditujukan untuk menjawab peran penting citra merek terhadap nilai yang dirasakan pelanggan. Pencitraan merupakan sebuah tahapan penting bagi rumah sakit karena dapat mendorong kesetiaan pelanggan. Citra rumah sakit memiliki fungsi sebagai penghubung dan penjaga keharmonisan hubungannya dengan pelanggan mereka (Wu, 2011).

Penelitian Wu (2011) menunjukkan bahwa citra rumah sakit dan kualitas jasa memiliki pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap kepuasan pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa citra rumah sakit yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pasien secara langsung, tetapi juga meningkatkan kepuasan pasien melalui peningkatan kualitas jasa yang dirasakan, yang pada gilirannya meningkatkan niat ulang kunjungan pasien. Dimana penulis akan mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Wu (2011) tentang dampak citra rumah sakit, kualitas jasa, kepuasan pasien.

Penelitian ini juga didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu, misalnya penelitian yang dilakukan oleh See Ying Kwok et al (2014), Kiumarsi et al (2015), mengemukakan dalam hasil penelitiannya bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan. Begitu juga yang ditemukan oleh Hadi *et al* (2019), Chien *et al* (2018), Saraswati *et al* (2018), Kai-Fu *et al* (2019), Hadi *et al* (2019) yang menyatakan bahwa kualitas jasa memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Jamaludin dan Ruswanti (2017) menemukan hal yang berbeda, mereka menemukan bahwa kualitas jasa tidak memiliki pengaruh terhadap terbentuknya kepuasan pelanggan.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah : 1) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas jasa terhadap citra rumah sakit di Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa Kendari, 2) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa, 3) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa Kendari, 4) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas jasa

terhadap kepuasan pasien yang dimediasi oleh citra rumah sakit di Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa Kendari.

II. TINJAUAN LITERATUR

Pengertian Kualitas Jasa

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas jasa menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi, 2006: 181).

Kotler (2000:56), "*Quality is our best assurance of customer allegiance, our strongest defense against foreign competition, and the only path to sustained growth and earning*", kualitas merupakan jaminan terbaik kita atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat kita dalam menghadapi pesaing asing, dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng.

Definisi mutu jasa berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Wisnalmawati, 2005:155) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2005:121).

Mengacu pada pengertian kualitas jasa tersebut maka konsep kualitas jasa adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Kualitas jasa mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000) dalam Nanang Tasunar (2006:44). Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suratno dan Purnama, 2004:74).

Dapat disimpulkan kualitas jasa atau *service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas jasa menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Dimensi Kualitas Layanan

Ada beberapa pendapat mengenai dimensi kualitas jasa, salah satunya yaitu Parasuraman yang berhasil mengidentifikasi lima faktor utama yang menentukan kualitas jasa. Kelima faktor tersebut adalah: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*.

Pengertian Citra Perusahaan

Pengertian citra adalah apa yang dipikirkan konsumen tentang suatu produk. Termasuk didalamnya adalah persepsi dan sikap yang didasarkan pada reaksi dan rangsangan yang berkaitan dengan perusahaan yang diterima melalui kelima indera. Kotler (1997:57), "*citra (image) adalah kepercayaan, ide*

dan impresi seseorang terhadap sesuatu". Bagi sebuah perusahaan, image atau citra yang baik mutlak diperlukan. Sedemikian penting arti dari citra (*image*) itu sendiri sehingga perusahaan bersedia mengeluarkan biaya dan tenaga ekstra untuk meraihnya. Citra (*image*) merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan pesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek Sutisna (2001:33). Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai *public relations*. Meskipun demikian pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur.

Kotler (2000) menjelaskan pengertian citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan. Citra merupakan suatu perusahaan yang meliputi nama baik perusahaan, reputasi ataupun keahliannya merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembeli dan sektor jasa dibandingkan sektor produk.

Menurut Nguyen dan Leblane (2001), citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana konsumen membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan. Atribut yang dimaksud misalnya produk, harga, kualitas produk dan kualitas layanan. Konsumen akan membuat persepsi yang subjektif mengenai perusahaan dan segala aktivitasnya. Persepsi yang dirasakan setiap orang akan berbeda meskipun yang dihadapi merupakan objek yang sama.

Adbel-Salam *et al.* (2013) memberikan pengertian yang lebih luas mengenai citra perusahaan yaitu kesan secara umum yang tertinggal di benak konsumen sebagai hasil dari kumpulan ide, sikap, perasaan, dan pengalaman dengan perusahaan yang kemudian kesan tersebut disimpan dalam ingatan. Kesan yang muncul tersebut diubah bentuknya baik itu berupa citra positif atau citra negatif sesuai dengan pengalaman dan perasaan yang dialami konsumen selama berinteraksi dengan perusahaan.

Berdasarkan pemaparan beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa citra perusahaan adalah gambaran singkat mengenai sebuah organisasi atau perusahaan yang diciptakan melalui akumulasi pesan-pesan yang diterima melalui pengalaman yang dirasakan oleh seluruh indera.

Dimensi Citra Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki citra masing-masing dimana citra tersebut pasti berbeda menurut setiap orang tergantung pada persepsi yang dilihat mengenai apa yang dirasakannya terhadap perusahaan tersebut. Citra itu dapat berupa citra positif atau negatif. Dimensi citra menurut Harrison (2007) ada empat, yaitu:

- 1) *Personality* (kepribadian), yaitu karakteristik perusahaan menurut lingkungan di luar perusahaan, seperti tanggung jawab sosial dan keyakinan pada perusahaan. Adapun indikator atau item-item penilainya yaitu: 1) Pegawai dan perawat Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa memiliki kecakapan dalam menangani pasien. 2) Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa memiliki dokter dan perawat yang ahli dan berpengalaman.
- 2) *Reputation* (reputasi), yaitu keyakinan seseorang berdasarkan pengalaman pribadi atau orang lain atas jasa produk perusahaan, ataupun perasaan nyaman ketika menggunakan pelayanan pada jasa perusahaan tersebut. Adapun indikator atau item-item penilainya yaitu: 1) Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa memiliki reputasi yang terjamin. 2) Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa merupakan perusahaan yang dapat dipercaya dan memiliki tanggung jawab.
- 3) *Value/ethics* (nilai/etika), yaitu filosofi dan nilai-nilai yang ada perusahaan, misalnya budaya kerja, keramahan pelayanan, dan komunikasi yang ada di internal perusahaan maupun interaksi perusahaan dengan pihak eksternal. Adapun indikator atau item-item penilainya yaitu: 1) Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa tetap merawat pasien yang membutuhkan perawatan. 2) Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa sangat sopan terhadap pasien yang berkunjung.
- 4) *Corporate identity* (identitas Korporat), yaitu identitas yang dapat berupa nama, logo, simbol, warna merk dan kepentingan perusahaan. Adapun indikator atau item-item penilainya yaitu: 1) Nama Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa mudah diingat oleh masyarakat. 2) Lokasi Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa mudah akses jalannya.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar karena pada dasarnya tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan, karena pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke produk pesaing. Menurut Kotler, kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dkk, 2000: 52). Sedangkan Tse dan Wilton (1988) dalam Lupiyoado (2004:349) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Wilkie (1990) mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2004: 349).

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2000:41), ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer oriented*).
2. Survei kepuasan pelanggan sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.
3. *Ghost shopping*, metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas jasa perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas jasa perusahaan itu sendiri.
4. Analisa pelanggan yang hilang metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab

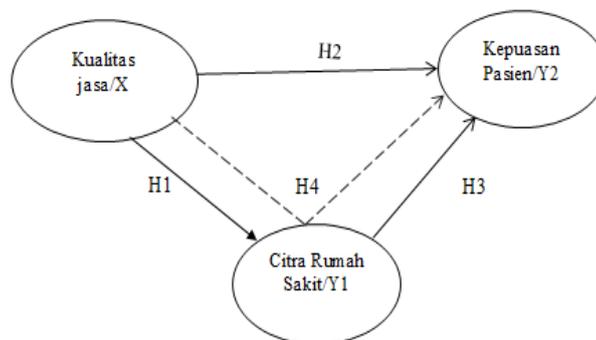
berpindahannya pelanggan ke perusahaan pesaing.

Secara teoritis, dengan adanya kepuasan konsumen maka dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya yaitu hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2000: 24).

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan. Sabarguna (2004) menyatakan ada beberapa aspek kepuasan pelanggan pada ritel yaitu: 1) Aspek kenyamanan, meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamanan. 2) Aspek hubungan pelanggan dengan karyawan, meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, suportif, dan cekatan dalam melayani pelanggan. 3) Aspek kompetensi teknis petugas, meliputi keberanian bertindak dan pengalaman. 4) Aspek biaya, meliputi mahalnya produk, terjangkau tidaknya oleh pelanggan. Dari penjelasan beberapa pendapat tentang dimensi citra organisasi ditarik kesimpulan, dalam rancangan penelitian ini, variable kepuasan pelanggan diadopsi dari Consuegra (2007) yang indikator / dimensinya adalah: 1) *overall satisfaction*, 2) *expectation*, dan 3) *experience*. Dimensi ini paling mewakili untuk penelitian ini.

Hubungan antara variabel kualitas layanan, kompetensi dosen, dan kepuasan mahasiswa

Berdasarkan kajian teoritis, maka penelitian ini mengkaji tiga variabel yaitu kualitas jasa (X), citra rumah sakit (Y1) dan kepuasan pasien (Y2). Penelitian ini akan mengkaji Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Yang Dimediasi Oleh Citra Rumah Sakit (Studi Pada Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa Kendari. Dalam menganalisis pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pasien yang dimediasi oleh citra rumah sakit di RSUD Tiara Sentosa Kendari, maka kerangka konseptual disusun seperti gambar dibawah ini :



Gambar 1 Kerangka Konseptual Penelitian Sumber: Dari kajian teoritis dan empiris

Temuan beberapa penelitian (Paul C S et al, 2011), yang mendukung dampak kualitas jasa yang positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Begitu juga dengan penelitian Ahmadinejad et al (2014) yang memiliki hasil penelitian bahwa kualitas jasa berpengaruh positif terhadap citra perusahaan ETKA. Dan penelitian Hartono dan Saputra (2012) yang mengungkapkan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif terhadap citra perusahaan maskapai Garuda Indonesia.

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra (2011: 180), kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. Sama seperti yang telah diungkapkan oleh Tjiptono (2011: 157), kualitas jasa itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

H1. Kualitas jasa berpengaruh terhadap citra rumah sakit

Kualitas produk baik barang maupun jasa merupakan hal penting dan yang diharapkan oleh para konsumen. Syamsiah (2011) menyebutkan bahwa keterkaitan antara kualitas jasa dengan nilai yang dirasakan adalah bahwa pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan nilai bagi pelanggan sehingga akan dapat menciptakan kepuasan yang akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Wu (2011) menyatakan bahwa kualitas jasa yang tinggi berkorelasi dengan kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pasien berfungsi sebagai medium antara kualitas jasa dan niat perilaku. Kualitas jasa kesehatan tidak hanya berkaitan dengan bagaimana layanan dari tenaga medis memberikan layanan kepada pasien namun juga bagaimana pasien merasa nyaman dengan kondisi dan situasi yang rumah sakit ciptakan. Oleh karena itu, kualitas jasa kesehatan yang dirasakan pasien diprediksi akan meningkatkan kepuasan pasien. Lestari (2014) hasil penelitiannya menunjukkan variabel citra dan kualitas jasa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Semakin ketatnya persaingan, membuat pelanggan selalu mencari yang terbaik (Kotler, 2012). Vigriat (2007) menyatakan bahwa kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rosinta (2010) yang menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan Kiumarsi et al (2015), Sismiyati (2016), Adil (2016), Mulyaningsih dan Suasana (2016) mengemukakan dalam hasil penelitiannya bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan, begitu juga yang ditemukan oleh Seoyoung, Eun-Kyung (2017), Saraswati et al (2018), Chien et al (2018), Kai-Fu et al (2019) dan Hadi et al (2019), yang menyatakan bahwa kualitas jasa memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2. Kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa.

Citra (image) adalah kepercayaan, ide dan impresi seseorang terhadap sesuatu Kotler (2000) citra suatu perusahaan merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembelian. Andreassen dan Lindestad (1998) menyatakan bahwa citra mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui efek penyeleksian. Sementara itu, Da Silva et al. (2003) menyatakan bahwa citra berkorelasi dengan kepuasan pelanggan. Atas dasar pengalaman yang telah dimiliki konsumen (pasien), mereka akan memberikan penilaian dan evaluasi seluruh kinerja layanan rumah sakit. Berdasarkan perbandingan kualitas harapan dengan kualitas kinerja layanan, maka pelanggan akan memberikan emosi positif atau emosi negatif bahkan emosi yang netral, bergantung pada apakah harapan-harapan pelanggan tersebut terpenuhi.

Penelitian terbaru oleh Srivastava dan Sharma (2013) dalam penelitiannya yang berjudul "Service quality, corporate brand image, and switching behavior: the mediating role of customer satisfaction and repurchase intention" menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara citra perusahaan dengan kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, Srivastava et al (2013) menambahkan bahwa saat konsumen kesulitan untuk mengevaluasi kualitas produk, citra perusahaan dapat digunakan sebagai tolok ukur kepuasan. Seiraman dengan penelitian oleh Chien dan Chi (2018) citra perusahaan memiliki efek peningkatan yang positif dan signifikan dari pameran dagang terhadap kepuasan peserta pameran. Kualitas jasa merupakan perbandingan antara pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan. Seirama dengan Mulyaningsih dan Suasana (2016), menemukan dalam hasil penelitiannya bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa.

Collins OpokuAntwi (2020), mendukung dampak kualitas jasa yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan dan kepuasan pelanggan. begitu juga penelitian yang dilakukan oleh

LiHsienChienShuYiChi (2019) yang menemukan dalam hasil penelitiannya terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas jasa terhadap citra dan kepuasan.

H4. Kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan pasien yang dimediasi oleh citra rumah sakit.

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*, selanjutnya dilihat dari pendekatan strategi penelitian atau proses pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode survey. Dilihat dari jenis datanya, penelitian ini merupakan penelitian dengan analisis data yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap di RSUD Tiara Sentosa Kendari. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang berobat di RSUD Tiara Sentosa Kendari. Untuk teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan pemilihan secara *non random* atau *non probabilitas* berupa *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 135 diperoleh dengan menggunakan rumus Hair et al (2010). Data dikumpulkan dengan metode wawancara dan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasien yang terjaring sebagai responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, yakni sebanyak 81 responden atau dengan presentase 60%, dan laki-laki sebanyak 54 responden atau dengan presentase 40%. Hal ini menjelaskan bahwa jawaban responden lebih banyak didominasi oleh jawaban yang tentunya searah dengan karakteristik psikologi pasien perempuan.

Rata-rata jawaban responden untuk variabel kualitas jasa dikategorikan baik dengan nilai rata-rata sebesar 4,05 hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat dipengaruhi oleh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Rata-rata jawaban responden untuk citra rumah sakit dikategorikan baik dengan nilai rata-rata sebesar 4,13 hal ini menunjukkan bahwa citra rumah sakit dapat dipengaruhi oleh *personality*, *reputation*, *value* dan *corporate identity*. Rata-rata jawaban responden untuk kepuasan pasien dikategorikan sangat baik dengan nilai rata-rata sebesar 4,26 hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien dapat dipengaruhi oleh *overall satisfaction*, *expectation* serta *experience*. Rekapitulasi hasil analisis regresi linear berganda tertera pada table berikut:

Tabel 1. Ringkasan Hasil Analisis Jalur

Variabel Penelitian			Koefisien jalur	t _{hitung}	Hasil
Kualitas jasa (X ₁)	→	Citra (Y ₁)	0,805	21,571	Signifikan
Kualitas jasa (X ₁)	→	Kepuasan (Y ₂)	0,378	3,877	Signifikan
Citra (Y ₁)	→	Kepuasan (Y ₂)	0,418	4,156	Signifikan
Q-Square = 0,370			sampel : 135 orang		

Sumber : Data primer diolah, 2019

Hasil analisis jalur sebagaimana tertuang pada tabel 1 di atas menunjukkan bahwa koefisien jalur kualitas jasa (ρX_1) terhadap kepuasan (Y) = 0,378, koefisien jalur citra rumah sakit (ρX_2) terhadap kepuasan (ρY) = 0,418 maka persamaannya adalah:

$$Y = 0,378 + 0,418 + \epsilon$$

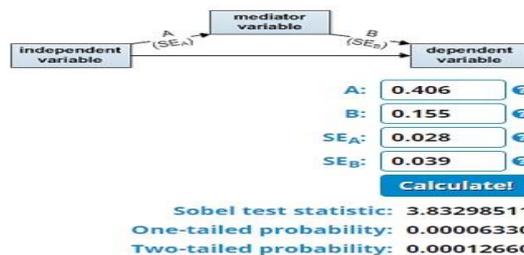
Hasil pengujian pengaruh kualitas jasa terhadap citra rumah sakit dapat dibuktikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,805 dengan arah positif. Koefisien jalur bertanda positif memiliki arti bahwa hubungan antara kualitas jasa terhadap citra rumah sakit adalah searah.

Sedangkan nilai uji t sebesar $21,571 > 1,65$ maka dinyatakan signifikan. Hasil pengujian membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas jasa maka semakin tinggi pula citra rumah sakit. Hasil penelitian ini juga mengandung makna bahwa kualitas jasa searah dan berkontribusi nyata terhadap citra rumah sakit. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra rumah sakit dinyatakan **diterima**.

Hasil pengujian pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan dapat dibuktikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,378 dengan arah positif. Koefisien jalur bertanda positif memiliki arti bahwa hubungan antara kualitas jasa terhadap kepuasan adalah searah. Nilai uji t sebesar $3,877 > 1,65$ maka dinyatakan signifikan. Hasil pengujian membuktikan bahwa semakin baik kualitas jasa maka semakin baik kepuasan. Hasil penelitian ini juga mengandung makna kualitas jasa searah dan berkontribusi nyata terhadap kepuasan. Dengan demikian maka hipotesis satu bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dinyatakan **diterima**.

Hasil pengujian pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan dapat dibuktikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,418 dengan arah positif. Koefisien jalur bertanda positif memiliki arti bahwa hubungan antara citra rumah sakit terhadap kepuasan adalah searah. Sedangkan nilai uji t sebesar $4,156 > 1,65$ maka dinyatakan signifikan. Hasil pengujian membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas jasa maka semakin tinggi pula kepuasan. Hasil pengujian ini mengandung makna bahwa kuacitra rumah sakit searah dan berkontribusi nyata terhadap kepuasan. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dinyatakan diterima.

Gambar 2 Hasil Uji Sobel



Hasil pengujian peran citra rumah sakit dalam memediasi kualitas jasa terhadap kepuasan dapat dibuktikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,336 dengan arah positif. Koefisien jalur bertanda positif memiliki arti bahwa peran citra rumah sakit dalam memediasi kualitas jasa terhadap kepuasan adalah searah. Sedangkan berdasarkan hasil uji t sebagaimana gambar 2 di atas sebesar $3,832 > 1,65$ maka dinyatakan signifikan. Hasil pengujian membuktikan bahwa citra rumah sakit mampu memediasi kualitas jasa terhadap kepuasan dinyatakan **diterima**.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas jasa terhadap citra rumah sakit menemukan pengaruh positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra rumah sakit cukup bukti untuk diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas jasa RSUD Tiara Sentosa Kendari mampu menjelaskan peningkatan citra rumah sakit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tanggapan yang baik terhadap kinerja pegawai RSUD Tiara Sentosa dalam melayani pasien sehingga memberi dampak reputasi dan citra yang baik bagi rumah sakit.

Rumah sakit Umum Tiara Sentosa Kendari menyediakan layanan yang berkualitas serta didukung dengan kemampuan para dokter dan perawat, sehingga memberikan kesan yang baik serta profesional baik di dalam maupun di luar lingkungan rumah sakit. Fasilitas layanan yang disediakan antara lain, ruang klinik anak, poli klinik spesialis kandungan, poli klinik penyakit dalam dan lain-lain dengan mengedepankan pelayanan yang baik dan berkualitas. Dengan demikian dapat diasumsikan semakin baik jasa pelayanan yang diterima oleh pasien, maka akan meningkatkan kesan positif terhadap citra rumah sakit. Hasil analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*, dengan rata-rata sebesar 4,05, skor ini dapat

diinterpretasikan bahwa tanggapan responden terhadap kinerja pegawai RSUD Tiara Sentosa Kendari dapat dikategorikan baik. Selanjutnya, hasil analisis deskriptif terhadap citra rumah sakit dengan rata-rata 4,13. Dimana skor ini dapat diinterpretasikan bahwa tanggapan responden terhadap citra RSUD Tiara Sentosa Kendari dapat dikategorikan baik. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Abiyoso, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati (2017) yang dalam penelitiannya mengemukakan bahwa variabel kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan, kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung pendapat M alfa Nur Rizky, Puji Lestari, Ida Weindijarti (2017) yang dalam penelitiannya mengemukakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas jasa dan variabel citra perusahaan. Hasil penelitian ini juga mendukung yang dikemukakan oleh LiHsien Chien, ShuYi Chi (2018) bahwa variabel kualitas jasa memiliki efek peningkatan yang positif dan signifikan terhadap citra perusahaan pada pameran dagang. Namun, hasil penelitian ini tidak mendukung pendapat yang dikemukakan oleh Luthfy Purnanta Anzie (2015) bahwa kualitas jasa tidak berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pasien menemukan pengaruh positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan cukup bukti untuk diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas jasa RSUD Tiara Sentosa Kendari mampu menjelaskan peningkatan kepuasan pasien.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harapan pasien terhadap kinerja layanan yang diberikan RSUD Tiara Sentosa Kendari adalah melebihi dari apa yang dipersepsikan oleh pasien tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi pasien terhadap kualitas jasa yang diberikan RSUD Tiara Sentosa Kendari memberikan kepuasan kepada pasien yang menerima jasa layanan. Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa Kendari menyediakan layanan yang berkualitas, sebab pengguna jasa layanan umumnya adalah masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan sebagai sarjana sehingga menuntut adanya fasilitas yang memadai. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang, maka semakin besar pengetahuan yang dimiliki, sehingga mereka menuntut fasilitas yang didukung teknologi yang canggih pada pelayanan untuk memberikan kenyamanan dalam proses pengobatan dan penyembuhan. Hasil analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*, rata-rata sebesar 4,05. Skor ini dapat diinterpretasikan bahwa tanggapan responden terhadap kinerja layanan RSUD Tiara Sentosa Kendari dapat dikategorikan baik. Selanjutnya, hasil analisis deskriptif tanggapan responden terhadap kepuasan pasien dengan rata-rata 4,26 dimana skor ini dapat diinterpretasikan bahwa tanggapan responden terhadap kepuasan pasien atas kinerja layanan RSUD Tiara Sentosa Kendari dapat dikategorikan sangat baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas yang dimiliki oleh RSUD Tiara Sentosa Kendari seperti bangunan tertata rapi, bersih dan nyaman serta kondisi ruangan, kamar dan ruang tunggu yang nyaman. Fasilitas lain yang dimiliki RSUD Tiara Sentosa diantaranya gedung perawatan terpadu yang digunakan untuk kegiatan Instalasi Gawat Darurat, kamar operasi, Laboratorium, CSSD, Instalasi Gizi, Laundry, Instalasi Rawat Inap, Poliklinik, dan Bagian Administrasi.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa dari aspek pegawai berpenampilan rapi dan bersih dengan menggunakan seragam putih-putih khas pegawai kesehatan. Hal ini dapat memberikan kesan positif kepada pasien sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri kepada para pasien yang menjalani perawatan di RSUD Tiara Sentosa Kendari. Persepsi kualitas jasa adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diharapkan pelanggan terhadap jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pasien dan berakhir pada persepsi pasien. Kualitas jasa merupakan suatu faktor penting yang digunakan pasien untuk mengevaluasi kinerja jasa suatu rumah sakit yang dibandingkan dengan penawaran rumah sakit lain. Kualitas jasa yang tinggi adalah kinerja layanan yang diharapkan melebihi atau sama dengan kinerja yang dipersepsikan pelanggan. Dalam konteks penelitian ini kualitas jasa diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kinerja pelayanan RSUD Tiara Sentosa Kendari.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Oliver (1980), Blomer (1998), Kotler & Keller (2007) bahwa kepuasan dipengaruhi oleh kualitas jasa. Artinya, semakin baik kualitas jasa yang diberikan oleh

rumah sakit kepada pasien maka akan memberikan kepuasan kepada pasien. Pelanggan yang puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, melakukan pembelian ulang, serta membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan layanannya kepada orang lain. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Zeithalm dan Bitner (2004) dan Engel et.al., (1987) yang mengatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari hasil penilaian pelanggan atas kualitas jasa dan nilai yang ditawarkan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini juga mendukung pendapat Wyckof (dalam Tjiptono, 2000) bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipresepsikan baik dan memuaskan. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Tjiptono (2008) bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Xu, & Du (2018), Kasiri *et al* (2017), Meesala & Paul (2016) bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas jasa merupakan salah satu faktor yang dapat membangun kepuasan. Artinya, semakin tinggi kualitas jasa yang dirasakan pelanggan maka kepuasan semakin tinggi. Namun hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Kurniawan & Susanto (2017), Shanti & Hartati (2017) bahwa kualitas jasa tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien menemukan pengaruh positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien cukup bukti untuk diterima. Penelitian ini menunjukkan citra Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa Kendari mampu menjelaskan peningkatan kepuasan pasien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tanggapan yang baik terhadap reputasi yang dimiliki oleh RSUD Tiara Sentosa Kendari sehingga memberikan dampak pada adanya keinginan pasien untuk menggunakan jasa rumah sakit manakala sedang memerlukan pengobatan dan perawatan. Selanjutnya, dengan adanya keinginan tersebut maka akan memberikan sikap positif pasien yang selanjutnya akan membentuk pemikiran baik terhadap rumah sakit.

Hasil analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap kepribadian (*personality*), reputasi (*reputation*), nilai/etika (*value*) dan identitas perusahaan (*corporate identity*) dengan rata-rata skor 4,13. Skor tersebut dapat diinterpretasikan bahwa tanggapan responden terhadap citra RSUD Tiara Sentosa Kendari dapat dikategorikan baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi rumah sakit dikalangan pasien baik, hal ini dikarenakan RSUD Tiara Sentosa Kendari memiliki dokter dan perawat yang ahli dan berpengalaman. Tidak hanya itu, para pegawai baik perawat, bidan, apoteker dan tenaga medis lainnya memiliki kecakapan dalam menangani pasien yang sedang melakukan perawatan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dari aspek nama rumah sakit yang gampang diingat dan lokasi yang mudah untuk diakses menjadi salah satu alasan pasien dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pengobatan dan perawatan di Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa Kendari. Citra rumah sakit terbentuk dari pemikiran pasien untuk selanjutnya memberikan efek dalam proses penyeleksian sampai dengan proses pengambilan keputusan. Atas dasar pengalaman yang telah dimiliki pasien, mereka akan memberikan penilaian dan evaluasi seluruh kinerja layanan rumah sakit. Berdasarkan perbandingan kualitas harapan dengan kualitas kinerja layanan, maka pelanggan memberikan emosi positif, negatif maupun netral tergantung pada apakah harapan-harapan pelanggan terpenuhi.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Srivastava dan Sharma (2013) yang mengatakan bahwa terdapat hubungan positif antara citra perusahaan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan pasien akan membentuk pemikiran positif terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Chien dan Chi (2018) bahwa citra perusahaan memiliki efek peningkatan yang positif dan signifikan dari pameran aging terhadap kepuasan peserta pameran. Hasil serupa juga didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh Mulya Ningsih dan Susana (2016) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian dari

Sondakh (2014), yang mengungkapkan bahwa citra organisasi memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Demikian pula hasil penelitian yang dikemukakan oleh Lubis (2019) bahwa citra perusahaan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis kualitas jasa terhadap kepuasan melalui citra rumah sakit menemukan pengaruh yang positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan melalui citra rumah sakit cukup bukti untuk diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel citra rumah sakit mampu memediasi kualitas jasa terhadap kepuasan pasien di RSUD Tiara Sentosa Kendari. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*, dengan skor rata-rata 4,05, skor ini dapat diinterpretasikan bahwa tanggapan responden terhadap kinerja RSUD Tiara Sentosa Kendari dapat dikategorikan baik. Selanjutnya, hasil analisis deskriptif tanggapan responden terhadap citra rumah sakit dengan skor rata-rata 4,13, dimana skor ini dapat diinterpretasikan bahwa tanggapan responden terhadap citra rumah sakit dapat dikategorikan baik.

Selanjutnya, hasil analisis deskriptif tanggapan responden terhadap kepuasan pasien dengan skor rata-rata 4,26, dimana skor ini dapat diinterpretasikan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kepuasan atas kinerja layanan RSUD Tiara Sentosa Kendari dikategorikan sangat baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra rumah sakit mampu menjadi variabel yang memediasi kualitas jasa terhadap kepuasan pasien. Pengaruh secara langsung kualitas jasa terhadap kepuasan memiliki koefisien jalur sebesar 0,378, sedangkan pengaruh tidak langsung kualitas jasa terhadap kepuasan pasien memiliki koefisien jalur sebesar 0,418 (variabel intervening). Dengan demikian, maka pengaruh tidak langsung kualitas jasa terhadap kepuasan melalui citra rumah sakit memiliki koefisien yang lebih tinggi daripada pengaruh langsung kualitas jasa terhadap kepuasan.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas jasa yang diberikan oleh RSUD Tiara Sentosa Kendari kepada pasien, maka akan semakin tinggi pula persepsi baik yang dirasakan oleh pasien, sehingga dapat memberikan pelayanan yang melebihi harapan dari para pasien yang membentuk kepuasan pasien tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan tersedianya fasilitas yang memadai yang disediakan oleh RSUD Tiara Sentosa diantaranya peralatan penunjang yang memadai serta respon permintaan pasien yang dilakukan dengan baik, maka dapat memberikan kesan yang baik dan berdampak pada nama baik rumah sakit.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat yang dikemukakan oleh Collins Opoku Antwi (2020), yang mengatakan bahwa pengaruh yang diberikan oleh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan dapat dimediasi oleh citra perusahaan. Citra baik yang dirasakan oleh pelanggan setelah mendapatkan pelayanan yang melebihi harapan mereka berdampak pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung pendapat LiHsienChienShuYiChi (2019) yang mengemukakan bahwa citra rumah perusahaan yang tinggi dan kualitas jasa kemungkinan besar akan mengarah pada peningkatan kepuasan. Namun penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dikemukakan oleh Ruben Marty Theofilus Saragih, Djahur Hamid Andriani Kusumawati (2015) bahwa kualitas jasa tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan yang dimediasi oleh citra perusahaan.

V. KETERBATASAN PENELITIAN

Peneliti menyadari dalam pelaksanaan penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan yang dialami, selain keterbatasan waktu dan biaya adalah :

1. Spesifikasi model yang dikembangkan dalam penelitian ini masih bersifat umum sehingga belum diperoleh hasil yang benar-benar kompleks. Selain itu, penelitian ini hanya dilakukan berdasarkan *cross-sectional data*, sedangkan untuk mengetahui sikap dan perilaku sebaiknya dilakukan dengan membutuhkan jangka waktu yang panjang dan *interview*.
2. Penelitian ini hanya difokuskan pada satu obyek penelitian yakni Rumah Sakit Umum Tiara Sentosa Kendari, kedepan dapat melakukan penelitian dengan lingkup yang lebih luas lagi.

3. Variabel yang mempengaruhi kepuasan pasien cukup banyak, namun variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya variabel kualitas jasa dan citra perusahaan sehingga tidak dapat digeneralisasi bahwa kepuasan pasien hanya dipengaruhi oleh variabel kualitas jasa dan citra rumah sakit.

VI. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas jasa yang diberikan oleh RSUD Tiara Sentosa Kendari berdampak secara langsung terhadap peningkatan kepuasan pasien.
2. Citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra atau kesan yang diberikan oleh RSUD Tiara Sentosa, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pasien.
3. Kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra rumah sakit. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas jasa yang diberikan oleh RSUD Tiara Sentosa Kendari, maka semakin baik pula citra rumah sakit di benak pasien..
4. Kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien melalui citra rumah sakit. Hal ini menunjukkan bahwa dengan membaiknya kualitas jasa yang disajikan oleh RSUD Tiara Sentosa Kendari, akan meningkatkan citra di mata pasien. Dan dengan citra yang baik akan meningkatkan kepuasan pasien yang ada di RSUD Tiara Sentosa Kendari.

DAFTAR PUSTAKA

- Alves, H., & Raposo, M. (2007). Conceptual Model of Student Satisfaction in Higher Education. *Total Quality Management & Business Excellence*, 18:5, 571 – 588.
- Amirin, T. M. (2011). *Populasi dan Sampel Penelitian 4: Ukuran sampel Rumus Slovin*. Jakarta : Erlangga.
- Ariani, D. W. (2009). *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Assauri, S. (2003). Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction dalam Usahawan, No. 01, Januari, hal. 25-30.
- Bavendam, J. (2000). *Managing Job Satisfaction*. J. Special Report, Vol. 6. Bavendam Research Incorporated, Mercer Island. <http://www.bavendam.com/>.
- Christiani. (19 November 2013). Pengertian Dosen. Retrieved From <https://lucakristiani.wordpress.com/2013/06/19/pengertian-dosen/>.
- Daftar Perguruan Tinggi Kopertis Wilayah IX-Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Utara, Sulawesi Barat, Gorontalo. (07 Februari 2017). Retrieved From <http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/index.php/kopertis-ix-sulawesi-selatan-sulawesi-tenggara-sulawesi-tengah-sulawesi-utara-sulawesi-barat-gorontalo/>.
- Daftar Universitas Terbaik di Indonesia 2018 dalam Rangking Dunia. (20 April 2018). Retrieved From <https://www.diedit.com/universitas-terbaik-indonesia/>.
- Enoh, M. (2006). Pengaruh Kepemimpinan Dosen, Kualitas Layanan Akademik, dan Kualitas Layanan Administratif terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol. 3 No. 2, p 1-9.
- Giantari IGAK, dkk. (2008). Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Proses Belajar Mengajar di Program Diploma III FE UNUD. *Buletin Studi Ekonomi*. Volume 13 Nomor 1.
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Yogyakarta : Media Pressindo.