

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN CITRA PUSKESMAS TERHADAP LOYALITAS PASIEN MELALUI KEPUASAN: Studi Pada Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi. (*The Influence Of Service Quality, Trust And Image Of Public Health Centers On Patient Loyalty Through Satisfaction: Study at Waetuno Public Health Center, Wangi-Wangi District, Wakatobi Regency*).

Muhammad Aswin Mukka Ipo

ners.aswin@gmail.com

Program Studi Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Halu Oleo

Murdjani Kamaluddin

murdjanik54@gmail.com

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

Endro Sukotjo

endrosukoco@gmail.com

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

Sudirman Zaid

sudirman_zaid@yahoo.com

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

Nursaban Rommy Suleman

nursabansuleman@gmail.com

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

Sinarwaty

sinarwatvsunario78@gmail.com

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

Info Jurnal

Sejarah Artikel:

Diterima

15 – 07 – 2021

Disetujui

26 – 07 – 2021

Dipublikasikan

28 – 08 - 2021)

Keywords:

Service Quality, Trust,

Corporate Image,

Loyalty, Satisfaction

Klasifikasi JEL:

M31; L96

Abstract

The purpose of this study is to examine and explain the effect of service quality, trust and image on patient loyalty through satisfaction either partially or through mediation at the Waetuno Health Center, Kec. Regency Wangi-Wangi. Wakatobi. This research approach is a survey with an explanatory research design. Data collection was carried out cross-sectionally by using an instrument in the form of a questionnaire. Sampling used the accidental technique so that the number of respondents was 42. The analytical equipment used to test the hypothesis was Partial Least Square (PLS). The results showed that service quality had a positive and significant effect on goals, trust had a positive and significant effect on goals, image had a positive and significant effect on the effect, satisfaction had a positive and significant effect on loyalty, service quality had a positive and significant impact on loyalty, and trust had a significant impact on loyalty. positive and significant effect on loyalty, image has a positive and significant effect on loyalty, service quality has a positive and significant effect on loyalty and trust has a positive and significant effect on loyalty through, and image has a positive and significant effect on loyalty through satisfaction.

I. PENDAHULUAN

Kesehatan adalah merupakan kebutuhan yang penting bagi masyarakat. Meningkatnya status sosial masyarakat pada saat ini mempengaruhi tuntutan masyarakat akan kualitas layanan penyedia jasa kesehatan. Hal ini menuntut para penyedia jasa pelayanan kesehatan untuk selalu meningkatkan kualitas layanannya untuk lebih baik lagi.

Dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan menyebutkan bahwa pembangunan kesehatan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang agar terwujud derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya, sebagai investasi bagi pembangunan sumber daya manusia yang produktif secara sosial dan ekonomis. Pemerintah telah berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat akan pelayanan kesehatan dengan mendirikan Rumah Sakit dan Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas) di seluruh wilayah Indonesia. Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas) sebagai salah satu sarana kesehatan yang memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat memiliki peran yang sangat strategis dalam mempercepat peningkatan derajat kesehatan masyarakat.

Dalam Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 75 Tahun 2014 tentang Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas), Pasal 39 menyatakan bahwa dalam upaya peningkatan mutu pelayanan Puskesmas wajib dilakukan akreditasi secara berkala minimal tiga tahun sekali. Tingkat kepuasan penerima layanan dapat diukur dari keberhasilan penyedia pelayanan kesehatan. Kepuasan penerima layanan dicapai apabila penerima layanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan (Wigati, 2008).

Banyak penyedia jasa yang membedakan-bedakan pasien karena status sosialnya. Perawatan yang baik hanya diperuntukkan bagi pasien yang mempunyai banyak uang, sedangkan pasien yang kurang mampu belum mendapatkan perawatan yang baik (Efyoun, 2011). Memberikan pelayanan yang terbaik untuk pasien merupakan tuntutan penyedia jasa pelayanan kesehatan. Bagi mereka yang membutuhkan pelayanan kesehatan pasti akan mencari penyedia layanan kesehatan yang baik dan dapat memberikan kepuasan bagi mereka (Assauri, 2003).

Loyalitas pelanggan sangat penting dalam era persaingan yang ketat seperti sekarang. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk, produk atau jasa berdasarkan sikap positif yang tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Imasari & Kurniawati, 2011). Kotler (2017) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu institusi perlu memperoleh loyalitas pelanggannya. Pertama, pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberikan keuntungan besar kepada institusi yaitu penurunan marketing costs untuk mendapatkan pelanggan baru, serta peningkatan penjualan. Kedua, biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibanding dengan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga, pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat, biaya operasional institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan yang loyal karena sesuai hukum pareto bahwa 20% pelanggan yang loyal dapat menghasilkan 80% laba perusahaan. Kelima, institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Terakhir, pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan (Setiawan, 2011). Loyalitas merupakan penggunaan berulang dari layanan secara konsisten oleh pasien. Maka faktor penyebab dari kunjungan ulang menjadi faktor yang dapat mendorong loyalitas pasien, salah satunya ialah kualitas layanan.

Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan sebab dan akibat satu sama lain dan memainkan peran yang menentukan untuk eksistensi dan keberhasilan dalam hal bisnis yang dapat memimpin pasar yang kompetitif. Dalam hal hubungan karyawan di perusahaan (Oliver, 1993) menegaskan bahwa kualitas layanan merupakan perwujudan dari kepuasan pelanggan terlepas dari apakah dari interaksi setiap harinya atau dari semua aktivitas diperusahaan. Hasil penelitian terdahulu yang telah membuktikan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen telah dilakukan oleh Wulur et al. (2020), A. Azhari et al. (2020) dan Ellynia & Widjaja (2020) hasil penelitian menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan Hasil penelitian menunjukkan bahwa

kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi loyalitas pasien dan sebaliknya. Meskipun demikian masih terdapat kontradiksi atau kesenjangan temuan penelitian oleh Normasari dkk. (2013) dan Fahmi et al. (2020) bahwa kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pasien. Disamping hasil penelitian di atas, terdapat juga temuan beberapa peneliti lain yang menunjukkan bahwa kepuasan dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas, seperti Ngo & Nguyen (2016), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dikonfirmasi sebagai mediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

Kepercayaan didefinisikan sebagai keinginan konsumen untuk bergantung pada perusahaan berdasarkan kepercayaan konsumen (Moorman et al., 1993). Jika salah satu pihak percaya pihak lain, pada akhirnya akan mengarah pada minat perilaku positif terhadap pihak kedua (Lau dan Lee, 1999). Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien hasil penelitian yang dilakukan oleh Afrizal dan Suhardi (2018), Wulur, et al. (2020), Fachmi (2020) dan Susilo et al. (2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Meskipun demikian masih terdapat kontradiksi atau kesenjangan temuan penelitian oleh Mawey et al. (2018) bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Menurut Robinette (2001:13) faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen salah satunya adalah kepercayaan. Para ahli menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu unsur penting dalam loyalitas konsumen, kepercayaan sebagai dasar penting untuk membangun dan memelihara hubungan jangka panjang (Rousseau et al., 1998). Hasil penelitian terdahulu yang telah membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dilakukan oleh Akbar & Parvez (2009), Arfianti (2014), Tanisah & Maftuhah (2015), dan Wicaksono (2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil berbeda oleh penelitian yang dilakukan Lita (2009), Fachmi et al. (2020), dan Wulur et al. (2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kemudian Rahayu (2015) dalam penelitiannya mendapatkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas.

Selain faktor kualitas pelayanan dan kepercayaan, faktor citra adalah faktor yang juga perlu diperhatikan dalam jasa kesehatan. Citra dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, citra merupakan keseluruhan persepsi terhadap produk atau merek yang berbentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap produk atau merek itu (Sutisna, 2003:83). Sebuah citra yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas layanan, loyalitas, dan niat pembelian kembali Bloemer et al. (1998), Da Silva et al. (2008) dan. Lai et al. (2009). Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu perusahaan dan sebaliknya citra yang buruk akan memperpuruk kestabilan suatu perusahaan.

Penelitian terdahulu yang mengkaji tentang hubungan citra terhadap kepuasan konsumen dilakukan oleh Murdyanti (2018) dan Sriani (2019) bahwa citra Puskesmas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Meskipun demikian masih terdapat kontradiksi atau kesenjangan temuan penelitian oleh Khilmi (2013) bahwa citra perusahaan mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Disamping hasil penelitian di atas, terdapat juga temuan peneliti lain bahwa kepuasan dapat memediasi pengaruh citra terhadap loyalitas, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Arfianti (2014) bahwa kepuasan mampu memediasi pengaruh citra terhadap loyalitas secara positif dan signifikan.

Dari hasil survei pendahuluan peneliti di lapangan pada tahun 2020, peneliti menemukan bahwa pasien yang datang berkunjung ke Puskesmas Waetuno mengeluhkan tentang belum optimalnya layanan. Hal ini dapat dilihat dari pihak Puskesmas yang belum menyediakan tempat parkir yang memadai untuk pasien dan keluarganya, penampilan pakaian petugas belum seragam sehingga sulit membedakan mana petugas dan mana pengunjung, pemeriksaan kesehatan lambat dilakukan karena staf yang belum disiplin waktu, sehingga pasien menyimpulkan bahwa informasi layanan yang diberikan oleh petugas Puskesmas belum sesuai dengan kenyataan. Selanjutnya pasien memberikan penilaian bahwa Puskesmas Waetuno dikenal lambat menangani keluhan pasien dan juga jarang melaksanakan bakti sosial seperti turut aktif

mengikuti kerja bakti membersihkan lingkungan serta penyuluhan kesehatan pada kelompok kemasyarakatan seperti majelis ta'lim dan kelompok ibu-ibu tim penggerak PKK Desa di wilayah kerjanya. Pasien dan keluarga merasa belum puas atas penyediaan fasilitas fisik di Puskesmas seperti penyediaan tempat parkir dan alat-alat medis penunjang pemeriksaan kesehatan, serta ketepatan waktu pelayanan. Dari uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Citra terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan di Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi". Dari hasil survei pendahuluan peneliti di lapangan pada tahun 2020, peneliti menemukan bahwa pasien yang datang berkunjung ke Puskesmas Waetuno mengeluhkan tentang belum optimalnya layanan. Hal ini dapat dilihat dari pihak Puskesmas yang belum menyediakan tempat parkir yang memadai untuk pasien dan keluarganya, penampilan pakaian petugas belum seragam sehingga sulit membedakan mana petugas dan mana pengunjung, pemeriksaan kesehatan lambat dilakukan karena staf yang belum disiplin waktu, sehingga pasien menyimpulkan bahwa informasi layanan yang diberikan oleh petugas Puskesmas belum sesuai dengan kenyataan. Selanjutnya pasien memberikan penilaian bahwa Puskesmas Waetuno dikenal lambat menangani keluhan pasien dan juga jarang melaksanakan bakti sosial seperti turut aktif mengikuti kerja bakti membersihkan lingkungan serta penyuluhan kesehatan pada kelompok kemasyarakatan seperti majelis ta'lim dan kelompok ibu-ibu tim penggerak PKK Desa di wilayah kerjanya. Pasien dan keluarga merasa belum puas atas penyediaan fasilitas fisik di Puskesmas seperti penyediaan tempat parkir dan alat-alat medis penunjang pemeriksaan kesehatan, serta ketepatan waktu pelayanan. Dari uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Citra terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan di Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi".

II. TINJAUAN LITERATUR

Kualitas Layanan (Service Quality)

Kualitas layanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh (Parasuraman et al., 1988). Pengukuran variabel kualitas pelayanan dalam riset ini menggunakan lima indikator yaitu: (1) Tangibles (bukti fisik), (2) Reliability (kehandalan), (3) Responsiveness (daya tanggap), (4) Assurance (jaminan), dan (5) Empathy (empati), yang diadopsi dari teori yang dikemukakan oleh Parasuraman et. al. (1988)

Kepercayaan (Trust)

Morgan dan Hunt (1994) menyatakan bahwa kepercayaan (trust) ada jika suatu pihak mempunyai keyakinan (confidence) terhadap integritas dan reliabilitas pihak lain atau menyatakan kepercayaan sebagai kemauan untuk mempercayai pihak lain yang telah diyakini. Pengukuran kepercayaan dalam penelitian ini terdiri dari tiga indikator yaitu: (1) Trust Integrity (kepercayaan atas integritas), (2) Trust Benevolence (kepercayaan atas niat baik), (3) Trust Competence (kepercayaan atas kompetensi), yang diadopsi dari pendapat yang dikemukakan oleh Xu et al. (2015)

Citra Perusahaan (Corporate Image)

Citra perusahaan merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya (Kotler and Keller, 2016). Indikator penilaian citra dalam penelitian ini yaitu: (1) Physical Factor (faktor fisik) (2) Communication Factor (faktor komunikasi), (3) Quality Factor (faktor kualitas) dan (4) Social Responsibility Factor (faktor tanggung jawab sosial), yang diadopsi dari pendapat dan hasil penelitian Bayin et al. (2015).

Kepuasan (Satisfaction)

Satisfaction berasal dari bahasa latin yaitu satis yang berarti cukup dan facere melakukan atau membuat. Berdasarkan pendekatan linguistic ini maka kepuasan dapat diartikan bahwa produk atau jasa yang mampu memberikan lebih dari pada yang diharapkan konsumen. Kepuasan konsumen adalah

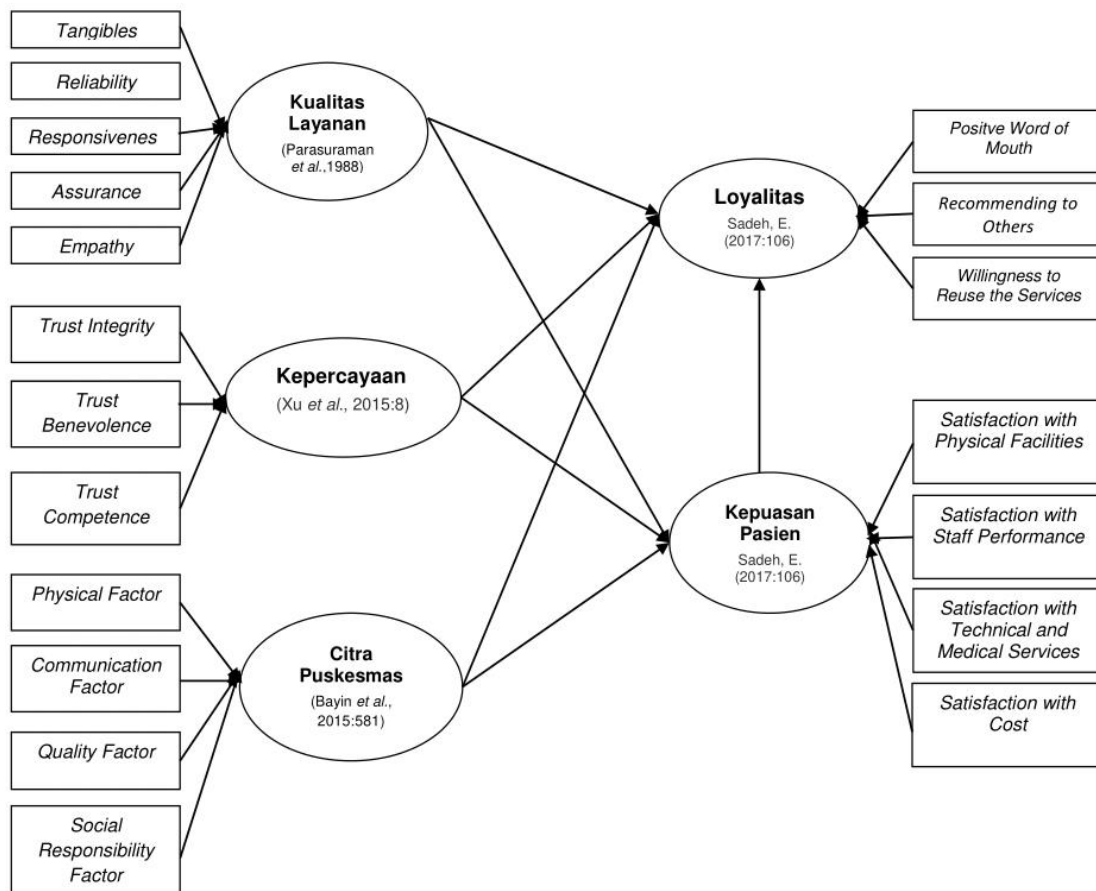
kondisi dimana harapan konsumen mampu dipenuhi oleh produk (Armstrong dan Kotler, 2018). Indikator penilaian kepuasan pasien dalam penelitian ini yaitu: (1) Satisfaction with physical facilities (kepuasan pada fasilitas fisik), (2) Satisfaction with staff performance (kepuasan pada tugas staf), (3) Satisfaction with technical and medical services (kepuasan pada layanan teknis dan medis) dan (4) Satisfaction with cost (kepuasan pada biaya), yang diadopsi dari pendapat dan hasil penelitian Sadeh, E. (2017).

Loyalitas (Loyalty)

Sebuah perusahaan jasa bukan mempertahankan konsumen yang sudah ada saja yang perlu diperhatikan, tetapi yang lebih penting lagi ialah bagaimana mereka menjadi loyalis-loyalis, yaitu orang yang membela nama baik, dan menyebarkan nilai-nilai positif perusahaan ke dunia luar (Alma, 2007:275). Indikator loyalitas konsumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (1) Positive word of mouth (menyebarkan informasi positif), (2) Recommending to others (merekendasikan kepada orang lain), dan (3) Willingness to reuse the services (kesediaan untuk menggunakan kembali layanan), yang diadopsi dari pendapat dan hasil penelitian Sadeh, E. (2017).

Hubungan Antara Variabel Kualitas Layanan, Kepercayaan, Citra, Kepuasan Dan Loyalitas

Berdasarkan hubungan antar variabel yang telah diuraikan sebelumnya yang merupakan dasar dalam pembentukan kerangka konseptual dijelaskan bahwa kepuasan memiliki peran penting dalam memediasi kualitas layanan, kepercayaan, citra, terhadap loyalitas. Berdasarkan hasil kajian teoritis dan kajian empiris dirumuskan kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar Kerangka Konseptual
 Sumber: Kajian Teoritis dan Empiris

Berdasarkan kerangka konseptual pada gambar diatas maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

H1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan sebab dan akibat satu sama lain dan memainkan peran yang menentukan untuk eksistensi dan keberhasilan dalam hal bisnis yang dapat memimpin pasar yang kompetitif. Dalam hal hubungan karyawan di perusahaan, (Oliver, 1993) menegaskan bahwa kualitas layanan merupakan perwujudan dari kepuasan pelanggan terlepas dari apakah dari interaksi setiap harinya atau dari semua aktivitas diperusahaan. Kualitas layanan merupakan komponen yang sangat diperlukan untuk menentukan kepuasan pelanggan (Zeithaml et al., 2009). Kualitas layanan adalah evaluasi terkonsentrasi yang mencerminkan persepsi pelanggan tentang jaminan, empati, keandalan, dan respons, sementara kepuasan bersifat inklusif dan dipengaruhi oleh persepsi kualitas dan harga produk, kualitas layanan, serta faktor pribadi dan situasional (Wilson et al., 2008). Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris diketahui bahwa meningkatnya kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

H2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

Kepercayaan pasien adalah elemen penting dari pemberian perawatan kesehatan yang sukses (LaVeist, Isaac, & Williams, 2009; Schwei, Kadunc, Nguyen, & Jacobs, 2014). Kepercayaan adalah kredibilitas, janji dan kebaikan rumah sakit yang diharapkan atau dirasakan pelanggan. Jika kepercayaan terbentuk, maka komitmen hubungan antara rumah sakit dan pelanggan memiliki potensi untuk menjadi saling memberi manfaat (Achrol, 1991, Doney dan Cannon, 1997, Kim et al., 2008, Setyorini, 2008, Alrubaiee, 2011). Adanya kepuasan yang ada pada konsumen maka konsumen akan tetap percaya pada produk yang diterima sudah sesuai dengan harapan dan kebutuhan. Kepercayaan diperlukan dalam menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen sebab kepercayaan yang sudah ada dalam diri konsumen ketika sebelumnya telah menggunakan produk atau jasa, konsumen akan menimbulkan kepuasan lanjutan. Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris diketahui bahwa meningkatnya kepercayaan dapat meningkatkan kepuasan.

H3. Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

Selain faktor kualitas pelayanan dan kepercayaan, faktor citra adalah faktor yang juga perlu diperhatikan dalam jasa kesehatan. Citra dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, citra merupakan keseluruhan persepsi terhadap produk atau merek yang berbentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap produk atau merek itu (Sutisna, 2003:83). Citra merupakan salah satu aset penting dalam perusahaan atau perusahaan yang seharusnya terus menerus dibangun dan dipelihara. Citra yang baik bukan hanya untuk menarik konsumen/pasien dalam memilih produk atau jasa, melainkan juga dapat memperbaiki sikap dan kepuasan pelanggan/pasien terhadap perusahaan atau Puskesmas. Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris diketahui bahwa meningkatnya citra dapat meningkatkan kepuasan.

H4. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

Kotler & Keller (2009:173) menyatakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan dengan hasil yang diharapkan. Apabila kinerja memenuhi harapan atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan dikatakan puas atau amat puas, sedangkan jika kinerja berada dibawah yang diharapkan, maka pelanggan dikatakan tidak puas. Pelanggan yang merasa puas akan membentuk perilaku loyal yaitu dengan membeli ulang, menginformasikan ke orang lain mengenai pengalaman baik tentang produk tersebut. Pelanggan yang tidak puas akan cepat beralih ke produk lain. Kuncinya adalah memadukan harapan pelanggan

dengan kinerja perusahaan. Perusahaan yang cerdas mempunyai tujuan membuat gembira pelanggan dengan menjanjikan apa yang dapat mereka berikan, kemudian memberi lebih banyak dari apa yang mereka janjikan. Semakin besar derajat pengalaman kepuasan, semakin besar probabilitas pelanggan akan meninjau ulang penyedia produk yang sama (Burns & Neiser, 2006). Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris diketahui bahwa meningkatnya kepuasan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

H5. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

Kualitas layanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Menurut Goetsch & Davis (1994) kualitas layanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi dan melebihi harapan pelanggan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas layanan. Rangkuti (2006:17) mengemukakan bahwa tujuan manajemen jasa pelayanan adalah untuk mencapai tingkat kualitas pelayanan tertentu. Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris diketahui bahwa meningkatnya kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

H6. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

Menurut Robinette (2001:13) faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen salah satunya adalah kepercayaan. Kepercayaan timbul dari proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin antara perusahaan dan konsumen, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah. Para ahli menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu unsur penting dalam loyalitas konsumen, kepercayaan sebagai dasar penting untuk membangun dan memelihara hubungan jangka panjang (Rousseau et al., 1998 dalam Akbar dan Parvez, 2009). Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan modal penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen terutama dalam membangun hubungan jangka panjang, sehingga kepercayaan memegang peranan penting dalam keberlangsungan organisasi untuk waktu yang akan datang. Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris diketahui bahwa meningkatnya kepercayaan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

H7. Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

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, dan sebagainya. 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 loyalitas pelanggan. Citra akan melekat pada benak konsumen jika konsumen berpikir bahwa suatu merek berbeda dari merek pesaing dan akhirnya akan membentuk kesetiaan terhadap merek tertentu atau disebut dengan loyalitas (Rangkuti, 2002). Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris diketahui bahwa meningkatnya citra dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

H8. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan

Semua bisnis yang menyediakan layanan jasa sangat tergantung pada bagaimana membangun hubungan jangka panjang yang berkonsentrasi pada mempertahankan loyalitas konsumen (Rousan, 2010). Loyalitas dari konsumen sangat mempengaruhi tujuan awal yang di bentuk, karena loyalitas konsumen

merupakan salah satu faktor kunci akan kesuksesan dari suatu perusahaan (Singh, 2006). Loyalitas konsumen dapat di bentuk dari rasa puas yang telah diciptakan sebelumnya yang berada di benak konsumen (Qin Hong, 2008). Fenomena tersebut memperlihatkan, bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas dengan melalui kepuasan konsumen. Mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen merupakan tujuan dari penelitian. Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris diketahui bahwa meningkatnya kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas konsumen melalui kepuasan.

H9. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan

Dalam lingkungan kesehatan, untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang anatar pihak puskesmas dan pasien, kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting untuk diperhatikan. Apabila puskesmas mendapatkan tingkat kepercayaan yang diharapkan maka pasien tersebut akan merasa puas, sehingga menumbuhkan sikap loyal pada seluler simpati. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian oleh Akbar and Parvez (2009:34) yang menguji kepercayaan pada perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas, juga menunjukkan hasil positif antara kepercayaan terhadap loyalitas dengan adanya kepuasan karena konsumen merasa apa yang diterima sesuai dengan harapan dan yang ditawarkan perusahaan sehingga konsumen merasa puas dan terbentuk loyalitas. Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris diketahui bahwa meningkatnya kepercayaan dapat meningkatkan loyalitas melalui kepuasan.

H10. Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan

Citra puskesmas memiliki fungsi strategi. Citra dipandang sebagai filter yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas keseluruhan Hidajahningtyas (2013). Dengan demikian, citra puskesmas yang menguntungkan membantu memperkuat niat pasien untuk memilih puskesmas. Penilaian masyarakat merupakan hal penting karena hal tersebut akan mempengaruhi informasi yang beredar mengenai kinerja dan layanan yang diberikan puskesmas. Marilees dan Fry (2002) menemukan bahwa citra memiliki efek langsung pada loyalitas. Namun demikian, citra dapat dilihat jelas sebagai penduga loyalitas pelanggan disisi lain dengan mengetahui citra puskesmas yang baik maka pasien berharap akan merasa puas ketika diberikan pelayanan di puskesmas tersebut sehingga pasien akan loyal. Citra yang baik akan membentuk pola pikir masyarakat bahwa apabila masyarakat memiliki kendali kesehatan, masyarakat tidak perlu berpikir dua kali kemana mereka akan mendapatkan layanan kesehatan, karena berdasarkan pengalaman yang mereka alami sendiri atau berdasarkan informasi yang mereka peroleh. Kepuasan yang dirasakan pasien ketika memilih puskesmas sebagai tempat mengatasi kendala kesehatan membuat pasien menjadi loyal berdasarkan citra puskesmas. Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris diketahui bahwa meningkatnya kepercayaan dapat meningkatkan loyalitas melalui kepuasan.

III. METODE PENELITIAN

Pedekatan penelitian ini adalah verifikasi dan penjelasan (*explanatory research*). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di wilayah kerja Puskesmas Waetuno yang sedang berkunjung pada Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi. Berdasarkan jumlah rata-rata populasi 44 orang kunjungan dalam satu bulan (tidak lebih besar dari 100 orang responden), maka peneliti mengambil 100% jumlah populasi yaitu 42 responden. Dengan menggunakan tehnik penarikan sampel yaitu *accidental sampling*. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner, yang selanjutnya dianalisis dengan software SmartPLS (*Partial Least Square*).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir pasien, dan pekerjaan. Sebanyak 42 kuesioner yang diberikan kepada responden semuanya dikembalikan. Dengan demikian tingkat pengembalian kuesioner responden yang diperoleh adalah 100 %. Responden yang mengisi kuesioner penelitian lebih banyak perempuan daripada laki-laki. Jika dilihat dari jumlah persentase yang berkunjung pada Puskesmas Waetuno dalam kurun waktu penelitian dilakukan maka perempuan lebih mendominasi di banding laki-laki yaitu 78,57% di banding laki-laki hanya 21,43%. responden dalam penelitian ini memiliki tingkatan usia 21-30 tahun yakni sebanyak 16 orang atau 38,10% selanjutnya disusul dengan tingkatan usia 31-40 tahun sebanyak 11 orang atau 26,19%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien Puskesmas Waetuno yang berkunjung di masa kurung waktu dilakukannya penelitian ini memiliki masa usia masih produktif. responden berdasarkan tingkat pendidikan yang terbanyak adalah yang memiliki tingkat pendidikan sarjana SMA yaitu sejumlah 20 responden (47,62%) selanjutnya disusul yang memiliki tingkat pendidikan SD sebanyak 14 orang atau 33,33%. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pasien Puskesmas Waetuno yang berkunjung di masa kurung waktu dilakukannya penelitian ini memiliki tingkat pendidikan SMA dan SD. responden berdasarkan pekerjaan yang terbanyak adalah ibu rumah tangga (IRT) yaitu sejumlah 27 responden (64,28%) selanjutnya disusul dengan yang memiliki pekerjaan sebagai petani sebanyak 11 orang atau 26,20%. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pasien Puskesmas Waetuno yang berkunjung di masa kurung waktu dilakukannya penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga.

Hasil Uji Path Coefficient, Uji Goodness of Fit Dan Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Jalur (Path Coefficient)

Evaluasi koefisien jalur (*path coefficient*) digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen kepada variabel dependen. Berdasarkan ringkasan hasil koefisien jalur (*path coefficient*) yang telah ditampilkan pada tabel 5.16 di bawah dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien jalur (*path coefficient*) yaitu pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien yakni 0,222, koefisien jalur pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas yakni 0,092, koefisien jalur pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pasien yakni 0,376, koefisien jalur pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas yakni 0,134, koefisien jalur pengaruh citra puskesmas terhadap kepuasan pasien yakni 0,404, koefisien jalur pengaruh citra puskesmas terhadap loyalitas yakni 0,518, dan koefisien jalur pengaruh kepuasan terhadap loyalitas yakni 0,255. Koefisien jalur pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan pasien yakni $0,092 * 0,255 = 0,025$, koefisien jalur pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien yakni $0,134 * 0,255 = 0,034$. Demikian pula dengan koefisien jalur pengaruh citra Puskesmas terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien yakni $0,518 * 0,255 = 0,13$.

Berdasarkan uraian hasil tersebut, menunjukkan bahwa keseluruhan variabel dalam model ini memiliki *path coefficient* dengan angka yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika semakin besar nilai *path coefficient* pada satu variabel independen terhadap variabel dependen, maka semakin kuat pula pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen tersebut.

2. Uji Kebaikan Model (Goodness of Fit)

Pengujian terhadap model Struktural dilakukan dengan melihat nilai *predictive relevance R-Square* (R^2) yang merupakan uji *goodness fit model*. Adapun nilai Q square dapat disajikan melalui tabel di bawah ini:

Variabel	R-Square
Kualitas Layanan	
Kepercayaan	
Citra Puskesmas	
Kepuasan	0,98
Loyalitas	0,98
Q-square	0,99

Sumber: Hasil olah data melalui PLS, 2021.

Model pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan citra terhadap kepuasan memberikan nilai R-square sebesar 0,98. Model pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan citra terhadap loyalitas pasien memberikan nilai R-Square sebesar 0,98, sedangkan nilai Q-Square sebesar 0,99 yang dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas konstruk loyalitas pasien dapat dijelaskan oleh kualitas layanan, kepercayaan dan citra serta peran mediasi kepuasan sebesar 99% sedangkan sisanya 1% dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti.

3. Uji Hipotesis

Pada pembahasan sebelumnya telah dikemukakan bahwa untuk dapat menjawab permasalahan dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen maka dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*) dan *Goodness of Fit*. Ringkasan hasil perhitungan analisis jalur dalam penelitian ini dapat disajikan melalui tabel di bawah ini:

Ringkasan Hasil Analisis Jalur

Variabel Penelitian	Koefisien Jalur	T-Statistik (T Kritis : 1,98)	Sig (P<0,05)	Keterangan
Kualitas Layanan → Kepuasan	0,222	3,0389	0,004	Signifikan
Kualitas Layanan → Loyalitas	0,092	2,3516	0,023	Signifikan
Kepercayaan → Kepuasan	0,376	5,6439	0,000	Signifikan
Kepercayaan → Loyalitas	0,134	2,4014	0,021	Signifikan
Citra → Kepuasan	0,404	5,0256	0,000	Signifikan
Citra → Loyalitas	0,518	6,235	0,000	Signifikan
Kepuasan → Loyalitas	0,255	2,318	0,025	Signifikan
Q-Square = 0,99	Sampel: 42 Responden			

Sumber: Hasil olah data melalui smartPLS ver 2.0, 2021

Berdasarkan hasil analisis jalur diperoleh persamaan jalur sebagai berikut:

$$Z = 0,066 + 0,240 + 0,205 + e$$

$$Y = 0,533 + 0,381 + 0,212 + 0,311 + e$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan bahwa:

1. Apabila kualitas layanan baik dan nyaman maka dapat meningkatkan kepuasan pasien dan meningkatkan loyalitas pasien.
2. Apabila kepercayaan baik maka kepercayaan pasien meningkat dan loyalitas pasien juga meningkat.
3. Apabila citra Puskesmas baik maka kepercayaan pasien meningkat dan loyalitas pasien juga meningkat.
4. Apabila kepercayaan pasien tinggi maka loyalitas pasien juga menjadi meningkat.

Sedangkan untuk mengetahui signifikansi pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan pasien, serta pengaruh tidak langsung kepercayaan terhadap terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan pasien dan pengaruh tidak langsung citra Puskesmas terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan pasien dapat diukur melalui kalkulator uji Sobel. Adapun hasil uji sobel dapat disajikan melalui tabel berikut ini:

Ringkasan Hasil Uji Sobel Test

Variabel Penelitian	T Statistic	P-Value
Kepuasan Memediasi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pasien	1.843	0.065
Kepuasan Memediasi Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pasien	2.132	0.032
Kepuasan Memediasi Citra Puskesmas Terhadap Loyalitas Pasien	2.103	0.035

Sumber : calculator uji sobel, 2021.

Berdasarkan tabel maka kepuasan dalam memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas pasien dengan t-statistik sebesar 1,843 dan p-value sebesar 0,065. Selanjutnya kepuasan dalam memediasi kepercayaan terhadap loyalitas pasien dengan t-statistik sebesar 2,135 dan p-value sebesar 0,032. Sedangkan pengaruh citra Puskesmas terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan memperoleh hasil t-statistik sebesar 2,103 dan p-value sebesar 0,035.

Hasil Uji Pengaruh Langsung

No	Variabel Eksogen	Variabel Intervening	Variabel Endogen	Pengaruh	T-Statistik	Keterangan
1.	Kualitas Layanan	Kepuasan		0,222	3,0389	Signifikan
2.	Kualitas Layanan		Loyalitas	0,092	2,3516	Signifikan
3.	Kepercayaan	Kepuasan		0,376	5,6439	Signifikan
4.	Kepercayaan		Loyalitas	0,134	2,4014	Signifikan
5.	Citra	Kepuasan		0,404	5,0256	Signifikan
6.	Citra		Loyalitas	0,518	6,2395	Signifikan
7.		Kepuasan	Loyalitas	0,255	2,4014	Signifikan

Sumber: hasil analisis, 2021.

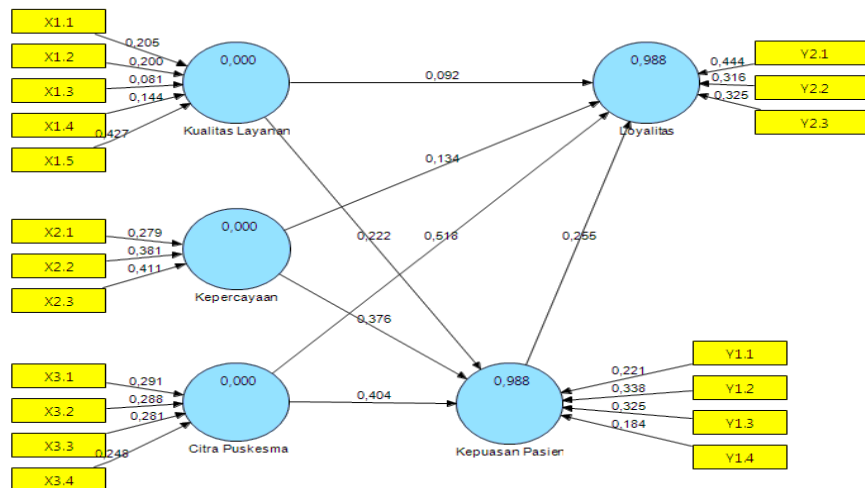
Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total

NO	Variabel Eksogen	Variabel Intervening	Variabel Endogen	Pengaruh	Total	T-statistik	Keterangan
1.	Kualitas Layanan	Kepuasan	Loyalitas	0,056	0,2056	1,843	Tidak Sig
2.	Kepercayaan	Kepuasan	Loyalitas	0,096	0,3256	2,135	Signifikan
3.	Citra	Kepuasan	Loyalitas	0,103	0,72435	2,103	Signifikan

Sumber: hasil analisis, 2021.

Hasil Analisis Jalur secara visual dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Model Empirik Hasil Penelitian



1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi menemukan pengaruh yang positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi cukup bukti untuk diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan mampu menjelaskan peningkatan kepuasan Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi. Hasil penelitian ini mendukung pendapat dari Prasetyo dan Miftahul (2012:72) yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan

dapat memuaskan 42 pasien. Sebaliknya jika yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas dipersepsikan tidak memuaskan. Hasil penelitian sejalan penelitian Neupane & Devkota (2017), Murdyanti (2018), dan Sriani (2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi menemukan pengaruh yang positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi cukup bukti untuk diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mampu menjelaskan peningkatan kepuasan Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi. Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian Erviana (2013), Rahayu (2015) dan Ariani dkk. (2016) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi akan memberikan kepuasan terhadap pasien

3. Pengaruh Citra Terhadap Kepuasan Pasien

Berdasarkan hasil analisis pengaruh citra terhadap kepuasan Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi menemukan pengaruh yang positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi cukup bukti untuk diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel citra mampu menjelaskan peningkatan kepuasan Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi. Hasil penelitian ini mendukung pendapat dari Pradipta (2012) yang menyebutkan bahwa citra yang semakin tinggi maka dapat meningkatkan kepuasan. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik citra Puskesmas dalam benak pasien maka kepuasan pasien akan semakin tinggi. Hasil penelitian mendukung penelitian Normasari dkk. (2013), Rahayu (2015) dan Yunida (2016) hasil penelitian menunjukkan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan RS Amal Sehat Wonogiri

4. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi menemukan pengaruh yang positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi cukup bukti untuk diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan mampu menjelaskan peningkatan loyalitas Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi. Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian Wulur et al. (2020), bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien pada RS Pertamina Balikpapan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan yang tinggi akan menimbulkan loyalitas yang tinggi dari pasien. Demikian pula dengan penelitian Fachmi et al. (2020), Sriani (2019), dan Ramli (2017) juga mengungkapkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

5. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pasien

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi menemukan pengaruh yang positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi cukup bukti untuk diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan mampu menjelaskan peningkatan loyalitas Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi. Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian A. Azhari et al. (2020) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas jika kualitas diperhatikan, maka loyalitas akan lebih mudah diperoleh. Demikian pula dengan penelitian Wulur, et al. (2020), juga mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

6. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pasien

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi menemukan pengaruh yang positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi cukup bukti untuk diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mampu menjelaskan peningkatan loyalitas Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi. Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian Akbar & Parvez (2009), Arfianti (2014), Tanisah & Maftuhah (2015), dan Wicaksono (2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas.

7. Pengaruh Citra Terhadap Loyalitas Pasien Puskesmas

Berdasarkan hasil analisis pengaruh citra terhadap loyalitas Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi menemukan pengaruh yang positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi cukup bukti untuk diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel citra mampu menjelaskan peningkatan loyalitas Pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi. Hasil penelitian terdahulu yang telah membuktikan bahwa citra berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dilakukan oleh Arfianti (2014), Rahayu (2015) dan Ramli (2017) menunjukkan bahwa citra berpengaruh secara signifikan dan berdampak positif terhadap loyalitas

8. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan menemukan pengaruh yang positif dan tidak signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas dimediasi oleh kepuasan pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi tidak diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan tidak mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi. Penelitian ini sejalan hasil penelitian Kusumawati, H.D. (2018) bahwa kepuasan tidak dapat memediasi antara kualitas layanan dan loyalitas artinya bahwa adanya variabel kepuasan tidak memiliki dampak dalam menghubungkan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas.

9. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Puskesmas

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan menemukan pengaruh yang positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dimediasi oleh kepuasan pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan mampu memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi. Penelitian ini mendukung hasil penelitian Denget et al., (2010). yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien. Arfianti (2014) juga menemukan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien.

10. Pengaruh Citra Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Puskesmas

Berdasarkan hasil analisis pengaruh citra terhadap loyalitas melalui kepuasan menemukan pengaruh yang positif dan signifikan, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dimediasi oleh kepuasan pasien Puskesmas Waetun Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan mampu memediasi pengaruh citra terhadap loyalitas pasien Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hussain et al., (2016), menunjukkan bahwa citra perusahaan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan, jika perusahaan tersebut memiliki citra yang baik dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan puas sehingga akan menciptakan loyalitas. Reyghana dan Mirza (2017) menjelaskan bahwa citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan.

V. KETERBATASAN DAN PENELITIAN SELANJUTNYA

Adapun keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Banyak responden yang menolak untuk mengisi kuesioner yang diberikan penulis dengan berbagai alasan.
2. Adanya keterlambatan dalam hal pengisian kuesioner oleh responden dikarenakan yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pasien sehingga tidak fokus untuk melakukan penelitian.
3. Hasil penelitian ini tidak dapat di generalisasi pada fasilitas pelayanan kesehatan yang lain.

Bagi peneliti selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian yang ada, maka untuk selanjutnya disarankan:

1. Mengganti atau menambahkan variabel independen dengan variabel lainnya, seperti: variabel biaya, variabel promosi dan variabel komitmen.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi sehingga berbeda apabila penelitian dilakukan di tempat lain atau pada cakupan wilayah yang lebih luas, dikarenakan perbedaan lingkungan ataupun kareakteristik lain. Harapannya penelitian berikutnya dapat dilakukan di tempat lain yang memiliki karakteristik responden yang lebih beragam.

VI. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan temuan penelitian, dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
3. Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
4. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.
5. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.
6. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.
7. Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.
8. Kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan.
9. Kepuasan signifikan memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas.
10. Kepuasan signifikan memediasi pengaruh citra terhadap loyalitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, B. Modding, I. Labbase And A. Plyriadi. 2020. *The Effect Of Quality Of Service, Image, And Business Ethics On Satisfaction And Loyalty Of Patients In Hospitals In Makassar City*. Universitas Muslim Indonesia, Indonesia. International Journal Of Management Progress. Volume 1 Number 2
- Afrizal, & Suhardi. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Dan Implikasinya Pada Loyalitas Pasien*. Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Stie Pertiba Pangkalpinang, 4(1), 70-86.
- Akbar, Mohammad Muzahid, And Noorjahan Parves. 2009. *Impact Of Service Quality, Trust And Customer Satisfaction On Customer Loyalty*. Abac Journal. Vol 29, No.1, Pp 24-38
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arfianti, S. R. 2014. *Pengaruh Citra Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah*. Management Analysis Journal, 3(2), 1-13.
- Amstrong Dan Kotler. 2018. *Principles Of Marketing*. Ed 17th, Harlow, England: Pearson Education
- Assauri. 2003. *Customer Service Yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction Dan Usahawan*, No. 01 Tahun Xxxii Hal 25-30. Jakarta.
- Efyou. 2011. *Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

- Ellynia & Widjaja, A. 2020. *The Effect Of Service Quality On Patient Loyalty (A Study On Inpatients Of Regional Public Hospitals In Jakarta, Indonesia)*. Husada Hospital School Of Health Sciences, Jakarta, Indonesia. International Journal Of Advanced Engineering, Management And Science (Ijaems). Vol-6, Issue-1
- Fahmi, A, Qomariah, N & Cahyono, D. 2020. *Effect Of Service Quality And Service Innovation Of Patient Satisfaction And Loyalty*. Universitas Muhammadiyah Jember. International Journal Of Engineering Research & Technology (Ijert). Vol. 9 Issue 06
- Hussain, R. 2016. *The Mediating Role Of Customer Satisfaction: Evidence From The Airline Industry*. Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics. Vol. 28
- Imasari, K., & Kurniawati, K. 2011. *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Bca Tbk*. Fokus Ekonomi (Fe), 10(3), 183–192.
- Khilmi, M. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Lion Air Di Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Kotler, Philip. 2017. *Marketing 4.0*. Published By John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. Simultaneously In Canada
- Kotler, Philip. Dan Kevin L. Keller. 2016. *A Framework For Marketing Management*. Global Edition, Harlow, England: Pearson Education
- Kusumawati, H. D. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bprs Suriyah Cabang Semarang)* (Doctoral Dissertation, lain Salatiga).
- Lau, G. & Lee, S. 1999. *Customers' Trust In A Brand And Link To Brand Loyalty*. Journal Of Market Focused Management, 4: 341-70.
- Lita, R. P. 2009. *Pengaruh Kepercayaan Pada Komitmen Loyalitas Pelanggan*. Trikonomika, Vol. 8, No. 2, 71–77.
- Mawey, T.C, Tumbel, A.L, Ogi, I.W.J. 2018. *The Influence Of Trust And Quality Of Service To Customer Satisfaction Pt. Bank Sulutgo*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.
- Moorman, C., Deshpande., R. & Zaltman, G. 1993. *Factors Affecting Trust In Market Research Relationships*. Journal Of Marketing, 57 (1): 81-101.
- Morgan, R. M., & Hunter, S. D. 1994. *The Commitment Trust Theory Of Relationship Marketing?*. Journal Of Marketing, 58 (7): 20 38.
- Murdyanti, D.Y. 2018. *Pengaruh Citra Puskesmas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Puskesmas Dongko Trenggalek*. Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang.
- Neupane, Ramesh. Dan Devkota, Manju. 2017. *Evaluation Of The Impacts Of Service Quality Dimensions On Patient/Customer Satisfaction: A Study Of Private Hospitals In Nepal*. Int. J. Soc. Sc. Manage. Vol. 4, Issue-3: 165-176.
- Ngo, M. V., & Nguyen, H. H. 2016. *The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty : An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector*. Journal of Competitiveness, 8(2) : 103-116.
- Normasari, S., Kumadji, S., Kusumawati, A. 2013. *'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan'*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6, No. 2.
- Oliver, Rl. 1993. *A Conceptual Model Of Service Quality And Service Satisfaction: Compatible Goals, Different Concepts*. Advances In Service Marketing And Management 2: 6585.
- Parasuraman Valerie A. Zeithaml And Leonard L. Berry. 1988. *Servqual: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality*. Journal Of Retailing, Vol.64 (1) Pp 12-37
- Rahayu. 2015. *The Influence Of Service Quality, Trust And Brand Image Toward Customer Satisfaction And Its Impact To Brand Loyalty*. International Journal Of Advanced Research (2015), Volume 3, Issue 10 , 1867 – 1873.
- Ramli, A.H. 2017. *Patient Satisfaction, Hospital Image And Patient Loyalty In West Sulawesi Province*. Master Of Management, Trisakti University. Business And Entrepreneurial Review. Vol.17, No.1
- Robinette: Scott Brand, Claire. 2001. *Emotion Marketing The Hallmark Way Of Winning Customers For Live*. Mc.Graw-Hill.
- Rousseau, O. M., Sitkin, S. B., Et Al, 1998. *Not So Different After All: A Cross Discipline View Of Trust*. Academy Of Management Review, Vol. 23, Pp. 393-404.
- Sadeh, Ehsan. 2017. *"Interrelationships Among Quality Enablers, Service Quality, Patients' Satisfaction And Loyalty In Hospitals."* The Tqm Journal. <https://doi.org/10.1108/Tqm-02-2015-0032>
- Setiawan, S. 2011. *Loyalitas Pelanggan Jasa*. Penerbit Ipb Press, Bogor.
- Sriani, Inti. 2019. *Pengaruh Citra Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Jkn Di Puskesmas Caile Kabupaten Bulukumba*. Pps Stie Amkop Makassar

- Susilo, R., Bernarto, I., & Purwanto, A. 2020. *Effect Of Trust, Value And Atmosphere Towards Patient Satisfaction (Case Study On Preama Clay Of Wae Laku, Indonesia)*. International Journal Of Advanced Science And Technology, 29(3), 6716-6723.
- Sutisna. 2003. *Prilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. Pt. Remaja Rosdakarya.
- Tanisah, & Maftuhah, I. 2015. *The Effect Of Service Quality, Customer Satisfaction, Trust, And Perceived Value Towards Customer Loyalty*. Jurnal Dinamika Manajemen, Vol. 6, No. 1, 55–61.
- Wicaksono, 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. Studi Kasus Pelanggan Di Pt Indo Samudera Perkasa Semarang. Jurnal Of Management. 4. (4).
- Wigati & Asmita. 2008. *Analisis Pengaruh Pasien Tentang Mutu Pelayanan Dokter Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Umum Wilasa Citarum Semarang*. Tesis Magister Ilmu Kesehatan Masyarakat. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Wulur, L. M., Militina, T., & Achmad, G. N. 2020. *Effect Of Service Quality And Brand Trust On Customer Satisfaction And Customer Loyalty Pertamina Hospital Balikpapan*. International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar), 4(01). E-Issn: 2614-1280 P-Issn 2622-4771. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/ijebar>
- Xu, J. D., Cenfetelli, R. T., & Aquino, K. 2015. *Do Different Kinds Of Trust Matter? An Examination Of The Three Trusting Beliefs On Satisfaction And Purchase Behavior In The Buyer–Seller Context*. The Journal Of Strategic Information Systems, 25(1), 15-31. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2015.10.004>
- Yunida, M.E. 2016. *Pengaruh Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta