

Pengaruh Citra Merek Rumah Sakit Citra Medika Depok Terhadap Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien Dan Loyalitas Pasien

Ikha Cahya Mei Yunita, Yanuar Jak, Rachmad
Universitas Respati Indonesia
Email: yanuar_jak@urindo.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh citra merek Rumah Sakit terhadap kualitas pelayanan di RS Citra Medika Depok, (2) pengaruh citra merek Rumah Sakit terhadap kepuasan pasien di RS Citra Medika Depok, (3) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di RS Citra Medika Depok, (4) pengaruh citra merek Rumah Sakit terhadap loyalitas pasien di RS Citra Medika Depok, (5) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien di RS Citra Medika Depok, (6) pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien RS Citra Medika Depok. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian survei, dimana instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien RS Citra Medika Depok. Sampel sebanyak 200 responden yang ditentukan dengan metode sampel (*Judgement Sampling*). Uji validitas instrumen menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan *Alpha Cronbach*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur dengan program AMOS versi 21.0. Hasil penelitian menemukan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di RS Citra Medika Depok

Kata kunci : Rumah Sakit, Pasien, Kualitas, Pelayanan, kepuasan

ABSTRACT

This study aims to determine (1) the effect of Hospital brand image on service quality in Citra Medika Hospital Depok, (2) the influence of Hospital brand image on patient satisfaction at Citra Medika Hospital Depok, (3) the effect of quality of service on patient satisfaction in hospitals Citra Medika Depok, (4) the influence of Hospital brand image on patient loyalty at Depok Medika Hospital, (5) the effect of service quality on patient loyalty at Citra Medika Hospital Depok, (6) influence of patient satisfaction on patient loyalty Depok Citra Medika Hospital. This research is categorized as survey research, where the instrument of this research is a questionnaire. Sample of 200 respondents was determined by the sample method (*Judgment Sampling*). Test the validity of the instrument using the *Confirmatory Factor Analysis* while the reliability test uses *Cronbach Alpha*. The analysis technique used is path analysis with the AMOS version 21.0 program The results of the study found that hospital image had a positive and significant effect on service quality in Citra Medika Hospital Depok

Keywords: Hospital, Patient, Quality, Waiter, Satisfaction

PENDAHULUAN

Rumah sakit merupakan salah satu pelayanan jasa yang dalam melakukan aktivitasnya tidak boleh lepas dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kedua hal tersebut meningkatkan kesadaran dan tuntutan masyarakat terhadap pelayanan jasa kesehatan yang semakin baik. Hal ini juga menyebabkan nilai (*value*) masyarakat berubah terhadap pelayanan jasa kesehatan yang lebih bermutu. Perubahan ini merupakan tantangan bagi pihak rumah sakit yang dihadapkan pada lingkungan usaha yang berubah.

Kondisi sosial ekonomi masyarakat yang semakin meningkat menyebabkan masyarakat semakin sadar akan kualitas. Peningkatan kualitas dan mutu pelayanan kesehatan lebih berorientasi pada kepuasan pasien. Di dalam mencapai tujuan yang berorientasi pada kepuasan pasien yang meliputi aspek fasilitas rumah sakit, peranan dokter, perawat dan staf non medis rumah sakit menjadi sangat penting karena kinerja mereka akan menentukan persepsi pasien terhadap pelayanan yang diberikan.

Perubahan paradigma pelayanan kesehatan saat ini adalah perubahan dari yang dulunya dokter sebagai *center care* sekarang berubah menjadi pasien *center*

care. Tingkat persaingan yang semakin ketat dikalangan usaha rumah sakit mempersyaratkan adanya daya saing bagi rumah sakit agar dapat memenangkan persaingan yang ada. Salah satu bentuk daya saing yang harus diciptakan oleh usaha rumah sakit adalah kualitas layanan. Rumah sakit harus berupaya meningkatkan kualitas jasa pelayanannya secara terus menerus. Semakin tinggi tingkat pemahaman masyarakat terhadap pentingnya kesehatan untuk mempertahankan kualitas hidup, maka masyarakat pengguna akan semakin kritis dalam menerima produk jasa. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan rumah sakit perlu terus menerus dilakukan (Ketut dan Sundring 2011).

Berbagai indikator yang sering dipergunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah *intangibility, perishability, customer contact, variability, physical distribution chain* (Kotler & Armstrong, 1996). Pendapat yang sama dikemukakan oleh Zethmal, Berry & Parasuraman dalam Kotler (2002) bahwa ada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Persepsi pasien tentang pelayanan memegang peranan yang sangat penting. Kualitas pelayanan akan

terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada pasien sesuai dengan apa yang dipersepsikan oleh pasien. Lebih lanjut Welch dalam Kotler (2002) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan jaminan terbaik untuk menciptakan dan mempertahankan kesetiaan konsumen dan benteng pertahanan dalam menghadapi persaingan global (Ketut dan Sundring 2011).

Citra merek rumah sakit telah menarik perhatian di kalangan peneliti model konseptual ditujukan untuk menjawab peran penting citra merek terhadap nilai yang dirasakan pelanggan. Wu (2011) menguji citra merek rumah sakit, kualitas layanan, kepuasan pasien, dan loyalitas. Empat dari enam hipotesis penelitian yang diuji berhasil dibuktikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara citra rumah sakit dengan loyalitas pasien melalui peningkatan pelayanan dan kepuasan pasien.

Pencitraan merupakan sebuah tahapan penting bagi rumah sakit karena dapat mendorong kesetiaan pelanggan. Citra merek rumah sakit memiliki fungsi sebagai penghubung dan penjaga keharmonisan hubungannya dengan pelanggan mereka (Wu, 2011).

Penelitian ini dimotivasi dari penelitian sebelumnya yang menyatakan terdapat hubungan positif antara citra merek rumah sakit dengan loyalitas pasien melalui peningkatan pelayanan dan kepuasan pasien. Citra merek rumah sakit merupakan salah satu faktor kunci keunggulan rumah sakit dalam menghadapi persaingan dan tuntutan dari pasien atau pelanggan. Citra positif merupakan sumber keberhasilan rumah sakit untuk meningkatkan kepuasan pasien dan menjaga loyalitas pelanggannya.

Rumah Sakit Citra Medika Depok, merupakan rumah sakit swasta yang baru berdiri sekitar 1,5 tahun, dengan izin operasional sementara 1 tahun di tipe D yang keluar di bulan September 2014, kemudian perpanjangan izin dan saat ini per tanggal 28 Februari 2015 telah keluar izin operasional tetap dengan kenaikan tipe kelas rumah sakit di tipe C. Rumah Sakit Citra Medika Depok memiliki VISI "Menjadi rumah sakit pilihan yang dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pasien atau pelanggan sepanjang masa".

Wu (2011) menemukan bukti bahwa citra merek rumah sakit memiliki pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa citra merek

rumah sakit yang positif tidak hanya meningkatkan loyalitas pasien secara langsung, tetapi juga meningkatkan kepuasan pasien melalui peningkatan kualitas layanan yang dirasakan, yang pada gilirannya meningkatkan niat ulang kunjungan pasien. Oleh karena itu perlu diuji kembali terutama pada RS Citra Medika Depok apakah mempengaruhi loyalitas untuk selalu menggunakan layanannya kembali melalui kualitas layanan dan kepuasan pasien.

Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka pertanyaan penilaian yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah citra merek Rumah Sakit "Citra Medika Depok" memiliki pengaruh terhadap kualitas pelayanan?
2. Apakah citra merek Rumah Sakit "Citra Medika Depok" memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien?
3. Apakah kualitas pelayanan Rumah Sakit "Citra Medika Depok" memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien?
4. Apakah citra merek Rumah Sakit "Citra Medika Depok" memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien?

5. Apakah kualitas pelayanan Rumah Sakit "Citra Medika Depok" memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien?
6. Apakah kepuasan pasien Rumah Sakit "Citra Medika Depok" memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien?

Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek Rumah Sakit Citra Medika Depok terhadap kepuasan pasien, kualitas pelayanan dan loyalitas pasien.

METODE

Dalam penyusunan tesis ini penulis menggunakan teknik analisa *Structural Equation Modelling* (SEM). Adapun yang akan dibahas terbatas pada seberapa besar pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan dampaknya terhadap loyalitas pasien. Sebagai variabel independen adalah yang diberi lambang citra merek (X1), sedangkan variabel dependen adalah kualitas pelayanan (Y1), kepuasan pelanggan (Y2) dan loyalitas pasien (Y3) diharapkan model penelitian yang telah dikembangkan tersebut dapat menjelaskan hubungan antar variabel sekaligus membuat suatu implikasi yang dapat digunakan untuk memprediksi berkaitan dengan permasalahan

penelitian yang dianalisis. Bab ini mendiskripsikan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk menganalisis sebuah model yang telah dikembangkan pada bab sebelumnya. Sistematika pembahasan dalam bab ini mencakup jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Lokasi Penelitian

Pada Penelitian ini dilakukan di wilayah kerja Rumah Sakit Citra Medika Depok yang berlokasi di Jalan Raya Kalimulya No.68, Kota Kembang, Cilodong, Depok. dan penyebaran kuesioner dilakukan diseluruh pasien baik di rawat inap maupun rawat jalan.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Ridwan dan Engkos, 2008:37). Populasi dalam penelitian ini adalah para pasien di Rumah Sakit Citra Medika Depok yang sudah pernah berkunjung minimal 2 kali kunjungan baik sebagai pasien rawat inap maupun pasien rawat jalan.

Sampel adalah bagian dari populasi sebagian atau wakil populasi yang diteliti

(Ari Kunto dalam Ridwan dan Engkos, 2008). Teknik pengambilan sampel yang diambil penulis adalah metode sampel (*Judgement Sampling*) yaitu sampel yang diambil sesuai dengan karakteristik populasi yang diinginkan, siapapun responden yang bersangkutan, dimana dan kapan saja ditemui, dijadikan elemen-elemen sampel penelitian (Hamid, 2007:32).

Ukuran sampel yang layak dengan penelitian adalah antara 30 – 500 (Sugiyono, 2010:52). Adapun pemilihan responden yang akan diteliti dalam penelitian ini antara lain: pasien yang pernah berkunjung minimal 2 kali kunjungan baik sebagai pasien rawat inap maupun pasien rawat jalan sebanyak 200 orang responden.

HASIL

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada pasien Rumah Sakit Citra Medika Depok, dengan mengambil sampel sebanyak 200 orang. Berikut penulis sajikan mengenai jawaban responden atas dasar karakteristik:

1. Usia Responden

Hasil distribusi usia responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel Distribusi Responden di Rumah Sakit Citra Medika Depok

Usia	Jumlah	Persentase
17 - 30 tahun	76	38%
31 - 40 tahun	44	22%
41 - 50 tahun	40	20%
51 - 60 tahun	32	16%
> 61 tahun	8	4%
Total	200	100.0%

Berdasarkan hasil jawaban terhadap 200 pasien Rumah Sakit Citra Medika Depok terdapat 76 orang atau 38% berusia antara 17 - 30 tahun, 44 orang atau 22% berusia antara 31 – 40 tahun, 40 orang atau 20% berusia antara 41 – 50 tahun, 32 orang atau 16% berusia antara 51 – 60 tahun, dan sebesar 4% atau 8 orang berusia lebih dari 61 tahun.

2. Pendidikan Terakhir

Hasil distribusi pendidikan terakhir responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel Distribusi Responden berdasarkan Pendidikan di Rumah Sakit Citra Medika Depok

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMP / Sederajat	16	8%
SMU / Sederejat	82	41%
Akademi / Diploma	24	12%
Sarjana (S1)	50	25%
Magister (S2)	24	12%
Doktoral (S3)	4	2%
Total	200	100.0%

Berdasarkan hasil jawaban terhadap 200 pasien Rumah Sakit Citra Medika Depok terdapat 16

orang atau 8% pendidikan terakhir SMP / Sederajat, 82 orang atau 41% pendidikan terakhir SMU / Sederejat, 24 orang atau 12% pendidikan terakhir Akademi / Diploma, 50 orang atau 25% pendidikan terakhir Sarjana (S1), 24 orang atau 12% pendidikan terakhir Magister (S2) dan sebesar 2% atau 4 orang pendidikan terakhir Doktoral (S3).

3. Jenis Pekerjaan Responden

Hasil analisis data ini diperoleh nilai distribusi frekuensi terhadap jenis pekerjaan pasien seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel Distribusi Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan di Rumah Sakit Citra Medika Depok

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	14	7%
Karyawan Swasta	68	34%
Wiraswasta	40	20%
PNS	40	20%
TNI / POLRI	16	8%
Lain-lain	20	10%
Total	200	100.0%

Dari tabel 5.3 dapat diketahui bahwa pekerjaan pasien mayoritas adalah karyawan swasta yaitu sebesar 34% (68 orang). Selanjutnya pasien yang memiliki pekerjaan PNS sebanyak 20 orang atau 10%, wiraswasta sebanyak 20

orang atau 18,2%, pelajar/mahasiswa sebanyak 14 orang atau 7%, TNI / POLRI sebanyak 16 orang atau 8%, lain-lain sebanyak 20 pasien atau 10,%.

4. Kunjungan di Rumah Sakit Citra Medika Depok

Hasil analisis data ini diperoleh nilai distribusi frekuensi terhadap kunjungan responden di Rumah Sakit Citra Medika Depok seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel Distribusi Responden berdasarkan Frekuensi Kunjungan di Rumah Sakit Citra Medika Depok

Kunjungan Responden	Jumlah	Persentase
Dua kali	62	31%
Tiga kali	52	26%
Empat kali	36	18%
≥ Empat kali	44	22%
Total	200	100.0%

Dari tabel 5.4 dapat diketahui bahwa kunjungan responden di Rumah Sakit Citra Medika Depok mayoritas adalah sebanyak dua kali yaitu sebesar 31% (62 orang). Selanjutnya pasien yang berkunjung sebanyak tiga kali adalah 52 orang atau 26%, sebanyak empat kali adalah 36 orang atau 18%, sebanyak lebih dari empat kali adalah 44 orang atau 22%.

5. Besarnya pengeluaran

Hasil analisis data ini diperoleh nilai distribusi frekuensi terhadap besarnya pengeluaran pasien seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel Distribusi Responden berdasarkan Besarnya Pengeluaran Pasien di Rumah Sakit Citra Medika Depok

Besarnya pengeluaran	Jumlah	Persentase
Kurang dari 800rb	18	9%
800rb - 1,6jt	40	20%
1,6jt - 4jt	76	38%
4jt - 8jt	42	21%
≥ 8jt	24	12%
Total	200	100.0%

Dari tabel 5.5 dapat diketahui bahwa besarnya pengeluaran pasien yang terbanyak berkisar antara 1,6 juta – 4 juta sebesar 38% (76 orang). Selanjutnya pasien yang memiliki besarnya pengeluaran 4juta – 8 juta sebanyak 42 orang atau 21%; 800 ribu – 1,6 juta sebanyak 40 orang atau 20%, pengeluaran ≥ 8juta sebanyak 24 orang atau 12%, sedangkan pengeluaran kurang dari 800rb sebanyak 18 pasien atau 9%.

6. Motivasi Perawatan Pasien di Rumah Sakit Citra Medika Depok

Hasil analisis data ini diperoleh nilai distribusi frekuensi terhadap motivasi perawatan pasien

di Rumah Sakit Citra Medika Depok seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5.6 Motivasi Perawatan Pasien Responden Rumah Sakit Citra Medika Depok

Motivasi Perawatan	Jumlah	Persentase
Saya belum pernah berobat di RS Citra Medika Depok, sehingga saya ingin mencoba bagaimana kualitas pelayanannya.	20	10%
RS Citra Medika Depok merupakan salah satu rumah sakit baru di lingkungan saya di Kota Depok, sehingga saya ingin memperoleh pelayanan dari RS Citra Medika Depok	50	25%
Biaya perawatan di RS Citra Medika Depok terjangkau bagi saya.	50	25%
RS Citra Medika Depok merupakan langganan saya dan keluarga sejak baru buka.	26	13%
Saya percaya akan kualitas yang dimiliki oleh RS Citra Medika Depok	42	21%
Lainnya	12	6%
Total	200	100%

7. Pengetahuan Sebelum Mengunjungi Rumah Sakit Citra Medika Depok

Hasil analisis data ini diperoleh nilai distribusi frekuensi terhadap pengetahuan pasien sebelum mengunjungi Rumah Sakit Citra Medika Depok seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 5.7 Pengetahuan Responden Sebelum Mengunjungi Rumah Sakit Citra Medika Depok

Pengetahuan pasien sebelum mengunjungi Rumah Sakit Citra Medika Depok	Jumlah	Persentase
Saya tidak tau, saya hanya tau bahwa di RS Citra Medika Depok ada untuk rawat jalan dan rawat inap saja.	50	25%
Saya cuma tau sebagian kecil fasilitas dan layanan yang disediakan RS Citra Medika Depok.	88	44%
Saya mengetahui sebagian besar layanan dan fasilitas yang ada di RS Citra Medika Depok. brosur, spanduk maupun plang marka jalan.	44	22%
Saya mengetahui seluruh layanan dan fasilitas yang ada di RS Citra Medika Depok baik dari	18	9%
Total	200	100%

Deskripsi Hasil Penelitian

Analisis hasil penelitian dengan menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Model/SEM*) dengan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* program AMOS 21.0

Kekuatan prediksi variabel observasi baik pada tingkat individual maupun pada tingkat konstruk dapat dilihat melalui *critical ratio (CR)*. Apabila *critical ratio* tersebut signifikan maka indikator-indikator tersebut akan dikatakan bermanfaat untuk memprediksi konstruk atau variabel laten. Variabel

laten (*construct*) penelitian ini adalah citra merek rumah sakit, kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan loyalitas pasien. Dengan menggunakan model persamaan struktural dari AMOS akan didapatkan indikator-indikator model yang fit. Tolok ukur yang digunakan dalam menguji masing-masing hipotesis adalah nilai *critical ratio (CR)* pada *regression weight* dengan nilai minimum 2,0 secara absolut.

Untuk menguji apakah model yang diusulkan memiliki kesesuaian dengan data atau tidak digunakan kriteria model fit yang terdiri dari 1) derajat bebas (*degree of freedom*) harus positif dan 2) non signifikan Chi-square yang disyaratkan ($p \geq 0,05$) dan di atas konservatif yang diterima ($p = 0,10$) (Hair et.al., 2006), 3) *incremental fit* di atas 0,90 yaitu GFI (*goodness of fit index*), *Adjusted GFI* (AGFI), *Tucker Lewis Index (TLI)*, *The Minimum Sample Discrepancy Function (CMIN)* dibagi dengan *degree of freedom (DF)* dan *Comparative Fit Index (CFI)*, dan 4) RMSEA (*Root Mean Square Error of Aproximation*) yang rendah.

Confirmatory Factor Analysis digunakan untuk meneliti variabel-variabel yang mendefinisikan sebuah konstruk yang tidak dapat diukur secara langsung. Analisis atas indikator-indikator yang digunakan itu memberi makna pada

variabel-variabel laten atau konstruk-konstruk yang dikonfirmasi.

Evaluasi Kriteria Goodness-of-fit

Evaluasi terhadap ketepatan model pada dasarnya telah dilakukan pada waktu model diestimasi oleh AMOS. Secara lengkap evaluasi terhadap model ini dapat dilakukan sebagai berikut:

Evaluasi atas dipenuhinya asumsi Normalitas dalam Data

Normalitas univariate dan multivariate terhadap data yang digunakan dalam analisis ini, diuji dengan menggunakan AMOS 21.0. Hasil analisis terlampir dalam lampiran 5 tentang *Assessment of normality*. Ukuran kritis untuk menguji normalitas adalah c.r. yang di dalam perhitungannya dipengaruhi oleh ukuran sampel dan skewnessnya.

Merujuk nilai pada kolom c.r. pada Lampiran 5, maka jika pada kolom c.r. terdapat skor yang lebih besar dari 2.58 atau lebih kecil dari -2.58 (normalitas distribusi pada alpha 1 persen) terdapat bukti bahwa distribusi data tersebut tidak normal. Sebaiknya bila nilai c.r. di bawah 2.58 atau lebih besar dari -2.58 maka data berdistribusi normal.

Kriteria di atas digunakan untuk mendapatkan kesimpulan bahwa dari sebanyak 16 indikator ada delapan

indikator berdistribusi tidak normal yang nilai c.r. nya lebih besar dari 2.58.

Berdasarkan asumsi normalitas, bahwa untuk menggunakan analisis SEM tidak terlalu kritis, bila data observasi mencapai 100 atau lebih karena berdasarkan Dalil limit Pusat (*Central Limit Theorem*) dari sampel yang besar dapat dihasilkan statistik sampel yang mendekati distribusi normal (Solimun, 2002). Karena penelitian ini secara total menggunakan 200 data observasi (Lampiran 7), maka dengan demikian data dapat diasumsikan normal.

Evaluasi atas Outliers

Evaluasi atas *outliers univariate* dan *outliers multivariate* disajikan berikut ini :

a) Univariate Outliers

Dengan menggunakan dasar bahwa kasus-kasus atau observasi-observasi yang mempunyai z-score ≥ 3.0 akan dikategorikan sebagai *outliers*, dan untuk sampel besar di atas 80 observasi, pedoman evaluasi adalah nilai ambang batas dari z-score itu berada pada rentang 3 sampai dengan 4 (hair et.al., 1995 dalam Augusty, 2005). Oleh karena dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian dengan sampel besar yaitu 200

responden yang berarti jauh di atas 80 observasi, maka outliers terjadi jika z-score ≥ 4.0 ; berdasarkan tabel *descriptive statistics* (sebagaimana terlampir dalam evaluasi atas outlier) bahwa semua nilai yang telah distandardisir dalam bentuk z-score mempunyai rata-rata sama dengan nol dengan standar deviasi sebesar satu, sebagaimana diteorikan (Augusty, 2005). Dari hasil komputasi tersebut diketahui bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bebas dari univariate *outliers* (Lampiran 5), karena tidak ada variabel yang mempunyai z-score di atas angka batas tersebut. Batas minimum z-score -6,01780 (Z-score Y1.5) dan batas maksimum z-score 2,47087 (z-score X25).

b) Multivariate Outliers

Untuk menentukan apakah sebuah kasus yaitu berbagai jawaban dari seorang responden memunculkan *outliers multivariate*, adalah dengan menghitung nilai batas berdasarkan pada nilai Chi-square pada derajat bebas sebesar jumlah variabel pada tingkat signifikansi 0,001 atau $\chi^2 (30: 0,001)$. Kasus multivariate outliers terjadi

jika nilai *mahalanobis distance* lebih besar daripada nilai Chi-square hitung (Augusty, 2005).

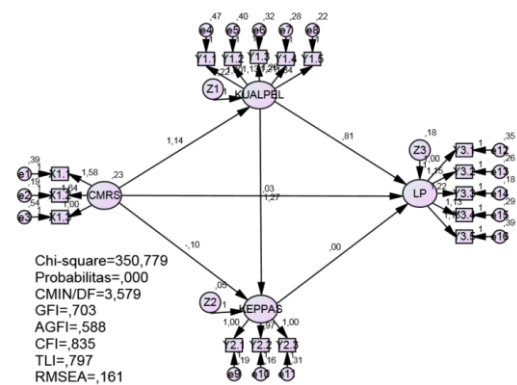
Berdasarkan nilai Chi-square pada derajat bebas 16 (jumlah variabel) pada tingkat signifikansi 0,001 atau $\chi^2 (16; 0,001) = 32,000$ (Gujarati, 1997). Terlihat dari hasil perhitungan menggunakan AMOS diperoleh nilai *mahalanobis distance-squared* minimal 12,585 dan nilai maksimal sebesar 58,651, maka dapat disimpulkan tidak ada indikasi terjadinya multivariate pada observasi.

Hasil Pengukuran Setiap Konstruk atau Variabel Laten

Setelah dilakukan uji asumsi dan tindakan seperlunya terhadap pelanggaran yang terjadi, selanjutnya akan dilakukan analisis model fit dengan kriteria model fit seperti GFI (*Goodness of Fit Index*), *adjusted GFI* (AGFI), *Tucker Lewis Index* (TLI), *Comparative Fit Index* (CFI), RMSEA (*Root Mean Square Error of Aproximation*) baik untuk model individual maupun model lengkap. Hasil pengukuran terhadap dimensi-dimensi atau indikator variabel yang dapat membentuk suatu konstruk atau variabel laten (*laten variable*)

dengan *Confirmatory Factor Analysis* secara berturut-turut dijelaskan sebagai berikut:

Gambar Pengukuran Model Awal hubungan Variabel



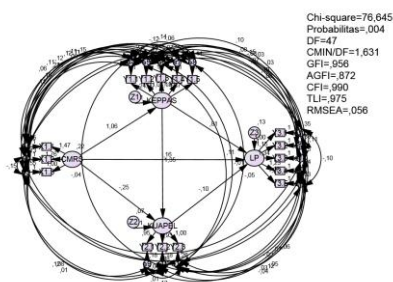
Hasil uji model disajikan pada gambar 5.1 di atas di evaluasi berdasarkan *goodness of fit indices*

Tabel Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Overall Model (Awal)

<i>Goodness of fit Index</i>	Cut-off Value	Hasil Model*	Keterangan
χ^2 – Chi-square	Diharapkan kecil	233,994 < (0,05:200 = 350,779)	Kurang Baik
Probability	≥ 0.05		Kurang Baik
CMIN/DF	≤ 2.00	3,579	Kurang Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.161	Kurang Baik
GFI	≥ 0.90	0.703	Marginal
AGFI	≥ 0.90	0.588	Marginal
TLI	≥ 0.92	0.797	Kurang Baik
CFI	≤ 0.92	0.835	Kurang Baik

Dari evaluasi model menunjukkan dari delapan kriteria *goodness of fit indices* terlihat dari delapan kriteria yang diajukan, terlihat belum ada yang memenuhi kriteria, namun melihat jumlah sampel dan indikator dalam penelitian ini kecil maka perlu ada pembuktian apakah terdapat kesesuaian antara model dengan data melalui pemenuhan nilai kriteria *goodness of fit indices* sehingga dilakukan modifikasi model dengan melakukan korelasi antar error indikator sesuai dengan petunjuk dari *modification indices* dengan syarat modifikasi dilakukan tanpa merubah makna hubungan antar variabel. Hasil analisis setelah model akhir yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Gambar Pengukuran Model Akhir Hubungan Variabel



Hasil uji model disajikan pada gambar 5.2 di atas dievaluasi berdasarkan *goodness of fit indices* pada tabel 5.11 berikut dengan disajikan kriteria model serta nilai kritisnya yang memiliki kesesuaian data.

Tabel Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit Indices Overall Model (Akhir)*

<i>Goodness of fit Index</i>	Cut-off Value	Hasil Model*	Keterangan
χ^2 - Chi-square	Diharapkan kecil	97,351 > (0,05:47=76,645)	Baik
Probability	≥ 0.05	0.04	Baik
CMIN/DF	≤ 2.00	1,631	Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.056	Baik
GFI	≥ 0.90	0.956	Baik
AGFI	≥ 0.90	0.872	Marginal
TLI	≥ 0.92	0.975	Baik
CFI	≤ 0.92	0.990	Marginal

Evaluasi model (Gambar 5.9) menunjukkan dari delapan kriteria *goodness of fit indices* sudah hampir semuanya memenuhi kriteria, berdasarkan prinsip *parsimony theory* maka model sudah dikatakan baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa model secara keseluruhan dapat dikatakan telah sesuai dengan data dan dapat dianalisis lebih lanjut.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh signifikan antara dimensi citra merek rumah sakit terhadap kualitas pelayanan pada rumah sakit. Hal ini berarti citra merek rumah sakit yang semakin baik dibenak pasien, maka kepuasan pasien akan semakin tinggi.
2. Ada pengaruh negatif dan tidak signifikan citra merek rumah sakit terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Citra Medika Depok. Hal ini berarti semakin menurun citra merek rumah sakit maka kepuasan pasien juga akan semakin menurun.

DAFTAR PUSTAKA

1. Andreassen, T.W. & Lindestad, B. (1998). *Customer Loyalty and Complex Service; The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying Degrees of Service Expertise*. Int J. Serv. Ind. Management.
2. Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Analisis*. Jakarta: Rineka Cipta.
3. Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Volume 17, Nomor 2 hlm. 114-126
4. Arzena, Meigy. (2013) Pengaruh Kepuasan atas Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Cabang muaro Padang. *Jurnal Manajemen* Vol 2, No 02.
5. Bayhaqi, Yuzza. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Minat Membeli Ulang. Universitas Diponegoro: *Tesis*
6. Bloemer, J. Ruyter and Wetzel, M. (1998). On The Relationship Between Perceived Service Quality, Service Loyalty and Switching Cost International *Journal of Industry Managemen*, 107 (5); 57-62.
7. Caruana, Albert; Arthur H. Money dan Pierre R. Berthon (2000), "Service Quality and Satisfaction – The moderating role of value", *European Jurnal of Marketing*, Vol 34(11/12), p:1338-1352.

8. Corstjens, M. and Lal, R. (2000), "Building store loyalty through store brands", *Journal of Marketing Research*, Vol. 37 No. 3, pp. 281-92.
9. Deli Darlina, (2015). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Perhotelan. Universitas Riau: *Tesis*
10. Engel, J.F, Blackwell, Rd, and Miniard, DW. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. (Boediono, Terjemahan). Jakarta: Bina Rupa Akasara. Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
11. Engel, J.F, Blackwell, Rd, and Miniard, DW.. (2003). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
12. Fatriansyah. 2014. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan pasien dan dampaknya terhadap Loyalitas Pasien. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
13. Febriani, Valentina Anissa. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pasien Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Dr. Cipto Mangunkusumo). Skripsi Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang
14. Ghozali, Imam. (2011). *Aplikai Analisis Multivarite dengan SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
15. Gremler, D.D. dan Stephen W. Brown. (1997). *Servive Loyalty: Its Nature, Important, and Implications*. New York: Internasional Service Qualiyy Asosiation Inc.
16. Hair Joseph, F, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall Published.
17. Hellier, Philip K., et al.(2002), "Customer Repurchase Intention", *European Journal of Marketing*.
18. Hidajahningtyas, Nurullah. (2013). *Pengaruh Citra Poliklinik Eksekutif Rumah sakit Daerah dr. Soebandi*

- Kabupaten Jember. Jurnal Vol XII No. 1/2013.*
19. Hidajahningtyas, Nurullah; Sularso, Andi; Suroso, Imam. 2013. Pengaruh Citra, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah Dr. Soebandi Kabupaten Jember. *Jeam Vol Xii No. 1/2013.*
20. Istijanto. (2005). *Aplikasi Praktis: Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta Jogiyanto. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
21. Kaihatu, Thomas S., 2012. Kepuasan Konsumen yang Dipengaruhi oleh Kualitas Layanan dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Perantara: Studi Kasus pada Konsumen Rumah Sakit Swasta di Kota Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.3, No. 2, Oktober 2012, 200-210 ISSN 2087-1090
22. Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua belas, Jilid 2 Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Indeks.
23. Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management, The Millenium Edition, International Edition*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.,
24. Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. 8th ed. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall International, Inc
25. Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
26. Retno, Lestari (2014), Analisis Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Carefour, *Jurnal Ilmiah STIE MDP*.
27. Lina, Prahastuti, (2011), Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Indosat, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
28. Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Salemba Empat.
29. Marilees, B. & Fry, M. (2002). *Corporate Branding: A framework for E-Retailers*.

- Corporate Reputation Review Vol.
5.
30. Mohsan, Faizan, *et al.*, (2011).
Impact of Customer Satisfaction
on Customer Loyalty and
Intentions to Switch: Evidence
from Banking Sector of Pakistan.
*International Journal of Business
and Social Science*. Vol. 2. No. 16.
September 2011. P.263-270
31. Mustafa, Zainal & Tony Wijaya.
2012. Panduan Teknik Statistik
SEM & PLS dengan SPSS AMOS.
32. Nuryadin, Afriyana Amelia. 2014.
Analisis *Brand Image* (Citra
Produk) Terhadap Loyalitas Pasien
Di Unit Rawat Inap Rumah Sakit
Ibu Dan Anak Sitti Khadijah 1 Kota
Makassar Tahun 2014. *Tesis* pada
Program Pasca Sarjana Universitas
Hasanuddin Makassar. Hal.1-152.