

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS PASIEN KLINIK KESEHATAN
KOPERASI KARYAWAN PLN BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Bunga Divi Iswara

170910307

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS PASIEN KLINIK KESEHATAN
KOPERASI KARYAWAN PLN BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Bunga Divi Iswara
170910307**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Bunga Divi Iswara
NPM : 170910307
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PASIEN
KLINIK KESEHATAN KOPKAR PLN BATAM**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 30 Juli 2021



Bunga Divi Iswara

NPM. 170910307

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS PASIEN KLINIK KESEHATAN
KOPERASI KARYAWAN PLN BATAM**

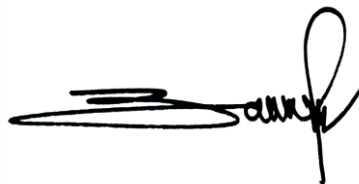
SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh :
Bunga Divi Iswara
170910307**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 23 Agustus 2021



**Triana Ananda Rustam, S.E., M.M.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, pelayanan, dan keduanya secara simultan terhadap loyalitas pasien di poliklinik kesehatan koperasi PLN Batam. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan jumlah populasi dan sampel sebanyak 148 pasien yang berkunjung ke Klinik Kesehatan Koperasi Pegawai Perusahaan Listrik Negara Kota Batam. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis yang akan dibantu dengan aplikasi SPSS versi 25. Penelitian ini menemukan bahwa: (1) Variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien pada klinik kesehatan koperasi pegawai PLN Batam. Semakin lengkap fasilitas yang diberikan berarti pasien yang setia akan memeriksakan diri, (2) Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien pada klinik kesehatan koperasi pegawai PT PLN Batam. Semakin besar peluang indikator pelayanan maka pasien akan loyal berkunjung atau kontrol kesehatan, dan (3) Variabel pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pasien pada klinik kesehatan koperasi pegawai PLN Batam.

Kata kunci : *Loyalitas, Pelayanan, dan Fasilitas klinik kesehatan koperasi karyawan PLN Batam*

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of the facilities, service, and both of them simultaneously on patient loyalty at the health clinic of the State Electricity Company Batam cooperative. This study used a quantitative research design with a total population and sample was 148 patients who visited the Health Clinic of the State Electricity Company Batam City Employees Cooperative. The data analysis techniques applied in this study were the data quality test, classical assumption test, influence test, and hypothesis test which will be assisted by the application of SPSS version 25. This study found that: (1) The facility variable has a positive and significant impact on patient loyalty at the State Electricity Company Batam employee cooperative health clinic. The more complete the facilities provided meant that the loyal patients would check themselves, (2) The service variable has a positive and significant effect on patient loyalty at the State Electricity Company Batam employee cooperative health clinic. The greater the opportunity for service indicators, the patient would be loyal to visit or health control, and (3) The service and facility variables simultaneously affect patient loyalty significantly and positively at the State Electricity Company Batam employee cooperative health clinic.

Keywords: *Patient Loyalty, , Service, Facilities, Health Clinic, Kopkar State Electricity Company Batam*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat serta karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. Selaku Dekan Univeristas Putera Batam
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E, M.M Selaku Pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Seluruh Bapak-Ibu Dosen yang sudah mentransfer ilmunya selama masa perkuliahan
6. Orang tua saya, saudara kandung, dan seluruh keluarga besar yang telah mensupport saya secara lahir dan batin.
7. Semuan pihak Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam yang telah mendukung peneliti dalam melakukan penelitian.
8. Sahabat-sahabat saya dan pacar saya, Uud, Sonya, May, yang membuat masa perkuliahan saya menjadi lebih berwarna, teruntuk Safrianto yang selalu menyemangati.
9. Semua teman – teman seperjuangan di Universitas Putera Batam angkatan 2017 dan pihak yang telah mendukung dalam penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 17 Juli 2021

Bunga Divi Iswara
170910307



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Perumusan Masalah.....	7
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1. Manfaat Teoritis	8
1.6.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori.....	10
2.1.1. Fasilitas	10
2.1.1.1. Definisi Fasilitas	10
2.1.1.2. Manfaat Fasilitas	11
2.1.1.3. Pengukuran Fasilitas.....	11
2.1.1.4. Indikator Fasilitas	12
2.1.2. Kualitas Pelayanan	13
2.1.2.1. Pengertian Pelayanan.....	13

2.1.2.2.	Karakteristik Pelayanan.....	14
2.1.2.3.	Asas-Asas Pelayanan.....	15
2.1.2.4.	Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.3.	Loyalitas	17
2.1.3.1.	Pengertian Loyalitas	17
2.1.3.2.	Keuntungan dari loyalitas.....	18
2.1.3.3.	Strategi Loyalitas Merek	19
2.1.3.4.	Indikator Loyalitas Pasien	20
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	21
2.3.	Kerangka Pemikiran	24
2.4.	Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Jenis Penelitian	27
3.2.	Sifat Penelitian	27
3.3.	Lokasi dan Periode Penelitian	28
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	28
3.3.2.	Periode Penelitian.....	28
3.4.	Populasi dan Sampel	29
3.4.1.	Populasi	29
3.4.2.	Sampel.....	29
3.4.3.	Teknik Sampling	29
3.5.	Metode Pengumpulan Data	30
3.6.	Alat Pengumpulan Data.....	31
3.7.	Definisi Operasional Variabel	31
3.7.1.	Variabel Independen	31
3.7.2.	Variabel Dependen.....	32
3.8.	Metode Analisis Data	33
3.8.1.	Analisis Deskriptif	33
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	34
3.8.2.1.	Uji Validitas Data.....	34
3.8.2.2.	Uji Reliabilitas.....	34
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	35

3.8.3.1.	Uji Normalitas Data.....	35
3.8.3.2.	Uji Heteroskedastisitas	35
3.8.3.3.	Uji Multikolinearitas	36
3.8.4.	Uji Pengaruh	36
3.8.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.8.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	36
3.9.	Uji Hipotesis	37
3.9.1.	Uji Parsial (Uji T)	37
3.9.2.	Uji Simultan (Uji F)	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian.....	39
4.1.1.	Profil Responden.....	39
4.1.1.1.	Karakteristik Responden Menurut Gender.....	39
4.1.1.2.	Karakteristik Responden Menurut Umur	40
4.1.1.3.	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	40
4.1.1.4.	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan.....	41
4.1.2.	Analisis Deskriptif	41
4.1.2.1.	Deskriptif Variabel Fasilitas.....	42
4.1.2.2.	Deskriptif Variabel Pelayanan.....	44
4.1.2.3.	Deskriptif Variabel Loyalitas Pasien.....	45
4.1.3.	Uji Kualitas Data.....	46
4.1.3.1.	Uji Validitas	46
4.1.3.2.	Uji Reliabilitas.....	47
4.1.4.	Uji Asumsi Klasik.....	48
4.1.4.1.	Uji Normalitas	48
4.1.4.2.	Uji Multikolinearitas	51
4.1.4.3.	Uji Heteroskedastisitas	51
4.1.5.	Uji Pengaruh	52
4.1.5.1.	Analisis Regresi Berganda	52
4.1.5.2.	Koefisien Determinasi (Adjusted R^2).....	54
4.1.6.	Uji Hipotesis	55
4.1.6.1.	Uji Parsial (Uji T).....	55

4.1.6.2. Uji F (Uji Simultan)	56
4.2. Pembahasan	57
4.2.1. Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pasien	57
4.2.2. Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien	58
4.2.3. Pengaruh Pelayanan serta Fasilitas terhadap Loyalitas Pasien	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	60
5.2. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran 1 Pendukung Penelitian

Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3 Surat Izin Penelitian

Lampiran 4 Hasil Turnitin

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Grafik Histogram	49
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot.....	49
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplots</i>	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Fasilitas	3
Tabel 1.2 Data Kunjungan Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	28
Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1 Persebaran Responden Menurut Gender.....	39
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Umur	40
Tabel 4.3 Tabel Persebaran Responden Menurut Pekerjaan.....	40
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Usia	41
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Deskriptif	41
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Variabel Fasilitas	42
Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Variabel Pelayanan.....	44
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Variabel Loyalitas Pasien	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.10 Indeks Koefisien Realibilitas	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas, Pelayanan, dan Loyalitas Pasien	48
Tabel 4.12 Hasil <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.14 Analisis Regresi Berganda	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi (R^2)	54
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	55
Tabel 4.17 Hasil Uji F Simultan	56

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rentang Skala	33
Rumus 3.2 Reliabilitas <i>Cronbach Alpha</i>	34



Universitas Putera Batam

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Peningkatan bidang usaha terjadi dimana-mana termasuk di Kota Batam. Peningkatan ini terjadi karena muncul berbagai sektor bidang usaha baru, yang menyebabkan semakin meningkat pula tingkat persaingan antar suatu bisnis yang satu dengan yang lainnya. Untuk itu agar perusahaan dapat bertahan ditengah ketatnya persaingan, setiap badan usaha perlu menghadirkan daya unggul usahanya yang berkompetitif. Kemajuan dunia usaha/bisnis tidak hanya meningkatkan ketatnya persaingan, tetapi juga menciptakan dampak positif yaitu meningkatkan taraf hidup lingkungan bermasyarakat yang ada didalamnya.

Loyalitas pasien merupakan awal dari peluang bagi suatu bidang usaha salah satunya pada sektor klinik kesehatan. Hal tersebut disebabkan karena dengan keloayan pasien atas suatu tempat yang dipakai jasanya, akan memberikan informasi-informasi mengenai kelebihan yang ada didalam tempat ataupun klinik kesehatan tersebut. Oleh karenanya dalam menghadapi persaingan perusahaan memiliki keahlian untuk meraih loyalitas pasien. Loyalitas bisa berupa kesetiaan pada orang, pekerjaan, maupun produk. Kecenderungan yang terjadi pada pelanggan ialah loyalitas pada produk tersebut yang bisa berupa barang atau jasa. Loyalitas pada produk barang bisa diwujudkan pada produk atau pelayanan jasa atas suatu tempat usaha. Loyalitas ialah komitmen seseorang

untuk selalu membeli sebuah jasa dengan terus menerus diwaktu yang akan datang. Loyalitas pasien ini berdampak pada factor-faktor yang mempengaruhi.

Klinik kesehatan ialah suatu bidang usaha dalam bidang jasa layanan kesehatan. Untuk dapat mendapatkan loyalitas atas jasa pelayanan kesehatan pada suatu klinik kesehatan, maka perlu melaksanakan beberapa usaha untuk mendorong ketertarikan pelanggan ataupun konsumen yang dalam hal ini adalah pasien . Klinik kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam berperan penting untuk memenuhi perubahan kesehatan bagi kehidupan di masyarakat, maupun karyawan perusahaan. Klinik yang merupakan fasilitas kesehatan yang bekerja sama dengan perusahaan PLN Batam yang harus memenuhi kualitas pelayanan pasien.

Faktor yang dapat menciptakan adanya loyalitas pasien terhadap suatu klinik salah satunya ialah dengan kualitas layanan yang baik. Dimana apabila kualitas layanan jasa dari suatu klinik kesehatan baik maka dapat membuat konsumen atau pasien merasa nyaman dan akan memicu untuk menggunakan tempat atau jasa layanan klinik kesehatan tersebut kembali. Kualitas pelayanan sendiri mengacu pada dua hal yaitu timbal balik atas layanan yang diberikan oleh jasa yang diterima . (Valeri Zheithami, 87) menjelaskan kualitas layanan sangat mempengaruhi dalam suksesnya suatu klinik tersebut yakni kualitas pelayanan yang baik, dan sarana fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan pasien.

Faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau pasien terhadap suatu klinik kesehatan adalah kelengkapan fasilitas yang memadai. Fasilitas yang lengkap juga sangat penting yang dirasa secara langsung yang disediakan oleh Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam. Fasilitas

tersebut dapat berupa alat medis atau non-medis, yang dalam hal ini perlu dipersiapkan dengan maksimal guna dapat menunjang kebutuhan pasien yang juga dapat memberikan dampak positif atas kinerja tenaga kerja kesehatan yang ada pada klinik tersebut.

Fasilitas yang tersedia pada klinik kesehatan koperasi karyawan PLN Batam kurang lengkap, selain kurang lengkap dan terlalu kecil sehingga beberapa pasien mengeluh dengan fasilitas yang kurang memadai. Adapun fasilitas yang dimiliki Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam yaitu yang kurang memadai yang peneliti amati secara langsung mulai dari kedatangan sampai keluar dari klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam.

Tabel 1.1 Data Fasilitas

Fasilitas Utama	Keterangan
Parkiran	Parkiran yang tidak terlalu luas dengan ukuran 5 meter.
Front Office	Front Office yang mepet dengan pintu membuat akses masuk pasien sulit dan susah membuka pintu.
Ruang Tunggu	Ruang Tunggu yang tersedia sempit dan membosankan.
Ruangan Pemeriksaan	Ruangan Pemeriksaan yang kurang lengkap.

Sumber: Klinik Kesehatan Kopkar PLN Batam, 2020

Berdasarkan Tabel diatas dapat di jelaskan bahwa parkiran yang sempit membuat pasien sulit untuk dapat mengakses sampai di klinik. Kemudian Front Office yang sangat berdekatan dengan pintu masuk membuat akses membuka pintu dan masuk kedalam sulit. Kemudian ruang tunggu yang sedikit membuat pasien

berdekatan dan tidak bisa berjaga jarak. Kemudian ruang pemeriksaan yang kurang lengkap sehingga pasien merasa kurang puas saat di periksa oleh seorang dokter. Tentu dengan kekurangan fasilitas ini berpengaruh terhadap loyalitas pasien untuk berobat di klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam. Dengan kepuasan yang telah tercapai dapat kita ketahui bahwa timbul kepercayaan pada pasien yang loyal (Tjiptono, 2012)

Kualitas pelayanan merupakan bentuk upaya yang diberikan oleh suatu badan usaha agar dapat memuaskan keinginan pelanggan dengan bermacam cara dan strategi agar konsumen atau pasien merasa puas dan dapat menggunakan jasa lagi dimasa yang akan datang. Kualitas pelayanan diantaranya berupa kesopanan karyawan dalam memberikan bantuan keperluan pasien serta cepat dalam menanggapi keinginan maupun kebutuhan para pasien tersebut. Kualitas Pelayanan yang diberikan Karyawan Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam hanya berupa sambutan yang kurang hangat dan intonasi pemberitahuan yang kurang pas.

Namun didapati kekurangan kualitas pelayanan pada kotak saran yang disediakan oleh Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam. Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi di jelaskan bahwa karyawan tidak menggunakan senyum sapa yang sopan saat penyambutan pasien. Kemudian pasien mengeluh saat dokter tidak memeriksa pasien yang sedang konsultasi dan tidak tersedia obat yang dianjurkan dokter serta harus menebus keluar di apotik-apotik yang bekerja sama. Selain itu, terjadi perbedaan jam pelayanan baik BPJS maupun karyawan dan harga obat yang dibedakan antara pasien dengan karyawan. Jam

pelayanan pada karyawan lebih lama mulai dari 09.00-20.00 WIB sedangkan untuk pengguna BPJS hanya 09.00-12.00 WIB.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, pihak klinik perlu menerapkan system manajemen yang baik baik dalam segi SDM yang berkualitas hingga sarana prasarana yang disediakan. Untuk itu manajemen perlu memahami aspek-aspek yang dapat berpengaruh untuk mempertahankan dan membuat pasien merasa puas dan nyaman sehingga loyalitas pasien terjalin.

Berikut data kunjungan pasien di Klinik Kesehatan Karyawan PLN Batam

Tabel 1.2 Data Kunjungan Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam

No	Bulan	Jumlah Kunjungan Pasien 2020	Delta
1	Januari	138 Pasien	11
2	Februari	145 Pasien	12
3	Maret	203 Pasien	12
4	April	109 Pasien	10
5	Mei	106 Pasien	12
6	Juni	114 Pasien	11
7	Juli	165 Pasien	13
8	Agustus	126 Pasien	13
9	September	139 Pasien	13
10	Oktober	158 Pasien	17
11	November	148 Pasien	14
12	Desember	164 Pasien	11

Sumber Data: Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam

Dalam meningkatkan loyalitas pasien agar dapat mewujudkan derajat Kesehatan yang optimal maka diperlukan pengelolaan kepuasan pelanggan ataupun pasien yang berkunjung. Adapun loyalitas pasien yang dapat dipengaruhi beberapa faktor diantara lain yaitu pelayanan. Pelayanan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi loyalitas pasien untuk mengunjungi kembali dan memberikan saran

kepada pasien lain yang membutuhkan jasa pelayanan Kesehatan. Apabila kepuasan pelanggan tidak tercapai maka hilang kepercayaan pelanggan tersebut. Maka dari itu loyalitas pasien yang berkunjung sangat dibutuhkan pelayanan untuk meningkatkan karakter perusahaan ini. Oleh karena itu untuk memperoleh kepuasan pasien, maka setiap klinik ataupun badan usaha harus menyediakan layanan dengan kualitas yang maksimal (Dewi,etal., 2014:263).

Dalam menciptakan daya saing yang kompetitif, maka suatu badan usaha perlu memperoleh loyalitas konsumen dimana unsur tersebut merupakan aspek yang sangat penting dan mudah berubah. Pernyataan ini di dukung oleh penelitian (customer loyalty) (Khotimah, et al, 2016). Contohnya dalam penanganan pasien yang datang dengan keadaan lemas dan merasakan tidak nyaman dalam kondisi sakit maka pelayanan yang baik yang diterima seorang pasien akan mengobati keluhan yang dideritanya. Kemudian pasien merasakan kepuasan dan kenyamanan yang diterima. Selain faktor pelayanan yang mempengaruhi loyalitas pasien, faktor fasilitas yang memadai sangat dibutuhkan untuk loyalitas pasien.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, peneliti membuat penelitian **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam”**

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian yaitu:

1. Fasilitas yang minim mengurangi loyalitas pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam.
2. Kurangnya kualitas pelayanan yang di berikan Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam.

1.3. Batasan Masalah

Batasan permasalahan pada penelitian yaitu melingkupi faktor fasilitas dan faktor pelayanan terhadap loyalitas pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam dengan objek pasien yang sudah pernah melakukan kunjungan berobat lebih dari 2 kali.

1.4. Perumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian, yaitu:

1. Apakah fasilitas mempengaruhi loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam?
2. Apakah pelayanan mempengaruhi loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam?
3. Apakah fasilitas dan pelayanan berpengaruh secara simultan pada loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan diselenggarakannya penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas yang disediakan terhadap loyalitas pasien di klinik kesehatan koperasi PLN Batam
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pasien di klinik kesehatan koperasi PLN Batam
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan secara simultan terhadap loyalitas pasien di klinik kesehatan koperasi PLN Batam

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Dapat memberi mandaat pada bidang strategi pemasaran yang berkalitan dengan loyalitas yang mempengaruhi pasien klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Peneliti berharap dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, dengan mengetahui bahwa apakah benar ada berpengaruh jika fasilitas,kualitas pelayanan, dan kepercayaan akan meningkatkan Loyalitas Pasien. Dan juga dapat menambah ilmu tentang pemasaran berdasarkan teori teori terbaru dari penelitian ini.

2. Bagi Institusi

Bisa memperbanyak referensi dan bahan pustaka untuk Universitas Putera Batam.

3. Bagi badan usaha atau klinik kesehatan

Bisa memberi pandangan atas permasalahan serta sebagai bahan pertimbangan tentang bagaimana memaksimalkan loyalitas konsumen ataupun pasien



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Fasilitas

2.1.1.1. Definisi Fasilitas

Munawir (2018) mengemukakan fasilitas ialah alat yang dapat dilihat secara fisik yang menjadi sumber daya wajib yang disediakan sebelum mempromosikan jasa kepada konsumen. Fasilitas ialah semua hal yang dapat mempermudah pelanggan untuk memperoleh rasa puas atas suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu badan usaha. Setyawati (2018) mendefinisikan fasilitas sebagai semua hal yang meningkatkan rasa nyaman pelanggan yang telah dipersiapkan oleh penyedia jasa berupa sumber daya fisik.

Definisi lainnya yang dikemukakan Syahsudarmi (2018) yakni fasilitas sebagai bagian bukti fisik yang melingkup semua aspek atau *the service scape* yaitu melingkupi terciptanya konsisi lingkungan, faktor hasil karya manusia, dan lingkungan fisik jasa)

Iskandarsyah (2019) menjelaskan fasilitas ialah alat untuk membuat suatu usaha menjadi lancar dan mudah selama proses penyediaan produk atau jasa sedang dilakukan. Fasilitas ialah alat perlengkapan yang dapat memudahkan nasabah untuk melakukan segala aktivitas agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah seperti internet banking (Herawati, 2019).

Dari beberapa definisi diatas penarikan kesimpulan tentang fasilitas adalah sarana dan prasarana ataupun fasilitas fisik yang diperlukan untuk melaksanakan dan melancarkan aktivitas untuk meningkatkan loyalitas pasien yang akan berkunjung. Dengan tersedianya fasilitas yang nyaman maka akan mendapatkan kepuasan dan kesetiaan pasien.

2.1.1.2.Manfaat Fasilitas

Manfaat fasilitas menurut pemaparan Purnomo (2010) terdiri dari beberapa hal, yaitu :

1. Memperkecil adanya investasi peralatan untuk kedua kalinya
2. Menambah keefektifan penggunaan ruang
3. Memudahkan karyawan dan menciptakan rasa nyaman kepada konsumen
4. Menambah efektivitas
5. Meningkatkan jasa layanan usaha

2.1.1.3.Pengukuran Fasilitas

Menurut Tjiptono (2005), ada beberapa pengukuran fasilitas yang dapat digunakan, yaitu:

1. Kinerja dengan dokter
2. Kinerja dengan perawat
3. Kondisi fisik dan image fasilitas
4. Makanan dan minuman

5. Sistem administrasi pelayanan
6. Pembiayaan/ rekam medis/ kerahasiaan

2.1.1.4.Indikator Fasilitas

Munawir (2018) menyebutkan ada beberapa indikator dari fasilitas , yaitu:

1. Pertimbangan/perencanaan spasial.

Aspek ini mencakup semua hal yang perlu dipersiapkan untuk mengetahui apa saja sarana yang diinginkan oleh kostumer untuk menggunakan produk atau jasa yang disediakan, dalam ini mencakup jumlah proposrsi, teksturm warna, dan hal lain yang perlu dinilai.

2. Perencanaan ruang.

Ruang sebagai tempat berlangsungnya proses transaksi dan pelaksanaan layanan atas jasa juga perlu direncanakan dengan matang, yakni mencakup interior dan arsitektur yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Perlengkapan/perabotan.

Segela yang menyangkut usaha baik dalam bidang barang ataupun jasa pasti membutuhkan peralatan atau perabotan untuk menunjang proses antara penyedia usaha dengan pelanggan, untuk itu perlu diadakan persiapan yang matang atas alat-alat maupun yang dibutuhkan selama proses pelaksanaannya berlangsung guna menciptakan rasa nyaman dan meumudahkan bagi para penggunanya.

4. Pencahaayaan dan pewarnaan.

Selain ruang, tata pencahayaan dan warna dari suatu tempat yang menjadi fasilitas suatu layanan usaha juga perlu diperhatikan agar dapat menciptakan rasa dan suasana yang nyaman untuk para pelanggan

5. Pesan yang disampaikan secara grafis.

Grafis dapat menimbulkan kesan atas gambar yang ditampilkan serta memiliki arti yang dapat membuat konsumen menjadi lebih tertarik atas pesan tersebut. Grafis disini dapat berupa foto, gambar, poster, papan informasi dan lainnya.

6. Unsur pendukung.

Unsur pendukung lainnya yang harus diperhatikan untuk menjamin adanya fasilitas yang baik yaitu adanya fasilitas lain untuk memenuhi kebutuhan konsumen diluar layanan utama yang diberikan, yaitu seperti tempat parker, kantin, toilet, area internet, tempat toilet, dan lain sebagainya

2.1.2. Kualitas Pelayanan

2.1.2.1. Pengertian Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah suatu langkah dalam memenuhi keinginan pelanggan serta kebutuhannya dengan cara mengukur perbandingan hasil dengan keinginan serta melihat bagaimana pelanggan telah menerima pelayanan yang bermutu (Syahsudarmi, 2018). Kualitas layanan juga sebagai alat ukur untuk melihat tingkat pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan keinginannya (Aswad, 2018). Suatu pelayanan jasa dapat memiliki kelebihan yang

unggul dilihat dari keunikan dan kualitas mutu yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi dari konsumennya (Setyawati, 2018).

Persepsi kualitas menggambarkan tanggapan semua konsumen terhadap kelebihan dan kualitas dari merek tersebut. Persepsi kualitas ialah penilaian konsumen pada keseluruhan kelebihan produk atau superioritas yang tidak sama dengan kelebihan obyektif (Herawati, 2019). Kualitas pelayanan sebagai persepsi kualitas kinerja produk secara menyeluruh. Kualitas yang dimaksud ialah keterampilan dalam memanfaatkan fitur yang menciptakan kepuasan pelanggan serta dijadikan sebagai kriteria dalam menentukan keputusan dalam membeli produk atau jasa.

Kualitas ialah sebagus apa servis yang ditawarkan sama dengan ekspektasi konsumen. Mutu penyajian dikatakan bagus apabila sama dengan keinginan konsumen. Mutu penyajian dikatakan buruk, apabila pelayanan tersebut tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Mutu penyajian ialah hal yang berkelanjutan yang bisa melengkapi ataupun melebihi keinginan dari pelanggan. Konsep konsumsi serta kebutuhan hidup konsumen mengharuskan perusahaan untuk selalu menyediakan servis yang bermutu. pada dasarnya pengertian mutu penyajian hanya tertuju kepada kelengkapan keperluan serta harapan pelanggan yang relevan dengan apa yang mereka harapkan.

2.1.2.2. Karakteristik Pelayanan

Pelayanan suatu jasa dapat dikategorikan menjadi beberapa macam, yaitu:

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jenis layanan tipe ini tidak memiliki bentuk fisik, tetapi berupa dalam bentuk kenikmatan, rasa nyaman, dan kepuasan atas jasa yang diberikan

2. Beragam (*Heterogeneity*)

Merupakan jenis karakteristik pelayanan yang memiliki sifat yang mempunyai banyak variasi baik dalam bentuk ukuran, warna, jenis, pengemasan, dan lainnya yang disesuaikan dengan minat konsumen.

3. Tidak dapat di Pisahkan (*Inseparability*)

Karakteristik layanan jenis ini layanan yang diberikan tidak bisa dipisahkan karena umumnya diproses dengan mengawali produksi terlebih dahulu yang setelahnya baru bisa dinikmati

4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Jenis pelayanan yang diberikan tidak berlangsung dalam kurun waktu yang lama, serta tidak bisa disimpan untuk pemakaian berulang sehingga hanya dipakai untuk satu waktu dan tidak diperjualbelikan kembali.

2.1.2.3.Asas-Asas Pelayanan

Sesuai dengan Ketetapan KEMENPAN No.63 Tahun 2003 terdapat asas-asas yang harus ditaati dalam hal pelayanan kepada publik yaitu sebagai berikut:

1. Transparan

Asas pelayanan harus memiliki sifat yang keterbukaan, memudahkan untuk akses seluruh pihak yang ingin mengetahui informasi tentang layanan yang disediakan

2. Akuntabilitas

Setiap layanan yang diberikan oleh suatu badan usaha harus dapat mempertanggung jawabkan apa yang telah dikerjakan selama proses pelayanan berlangsung

3. Kondisional

Layanan sesuai dengan keadaan dan kemampuan dari pihak penyedia layanan dan penerima yang dalam hal ini adalah konsumen namun harus memenuhi ketentuan yang telah diatur sebelumnya

4. Partisipatif

Menyesuaikan pemberaian layanan sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat.

5. Memiliki hak yang sama

Setiap pelanggan atas suatu layanan mempunyai hak yang sama tanpa membandingkan layanan yang diberikan lebih atau kurang antar satu konsumen dengan konsumen lainnya.

6. Hak dan kewajiban harus seimbang

Setiap penyedia dan menerima layanan mempunyai hak dan kewajiban yang harus dipatuhi oleh setiap pihak sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan

2.1.2.4.Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan.

Kualitas pelayanan memuat beberapa indikator penting seperti yang dikemukakan oleh Setyawati (2018) meliputi:

1. *Reliability*

Yakni kemampuan suatu penyedia jasa dalam memberikan layanan yang baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen

2. *Responsiveness*

Yakni kemampuan cepat tanggap suatu penyedia jasa atas semua kebutuhan dan keinginan konsumen

3. *Empathy*

Yaitu perhatian yang diberikan kepada konsumen yang berkaitan dengan layanan yang diberikan

4. *Assurance*

Yaitu pemberian pertanggungjawaban atas resiko yang mungkin terjadi selama proses pemberian layanan oleh penyedia layanan tersebut

5. *Tangibles*

Yaitu indikator yang menyakut bentuk fisik yang dirasakan baik dalam lingkup konsumen maupun karyawan yang berkerja pada suatu badan usaha penyedia layanan.

2.1.3. Loyalitas

2.1.3.1. Pengertian Loyalitas

Loyalitas bisa berupa kesetiaan pada orang, pekerjaan, maupun produk. Kecenderungan yang terjadi pada pelanggan ialah loyalitas pada produk tersebut yang bisa berupa barang atau jasa. Loyalitas pada produk barang bisa diwujudkan pada merek produk. Loyalitas ialah komitmen kuat untuk melakukan pembelian atas suatu barang atau jasa pada suatu badan usaha secara berulang kali. (Hurriyati, 2010).

Loyalitas ialah ukuran terkait seberapa kuat pelanggan “terikat” dengan suatu badan usaha. Ukuran tersebut juga menggambarkan permintaan . Ukuran tersebut juga menggambarkan permintaan relatif pelanggan pada suatu badan usaha atas citranya. (Hidayatullah, 2013).

Loyalitas ialah Ukuran dari kesetiaan pelanggan pada sebuah badan usaha, dan equitas merek yang merupakan ide pusat penjualan, dikarenakan hal tersebut termasuk satu ukuran keterikatan seorang konsumen pada suatu merek.

2.1.3.2.Keuntungan dari loyalitas

1. Dapat memperkecil pengeluaran biaya pemasaran

Mempertahankan dan menjaga konsumen untuk menggunakan jasa atau produk akan mengurangi jumlah pengeluaran untuk biaya pemasaran

2. Menambah tingkat penjualan

Loyalitas yang besar pada sebuah badan usaha bisa meningkatkan penjualan serta menguatkan kepercayaan perantara pemasaran. Bisa diperkirakan jika konsumen ini pasti membeli sebuah merek berdasarkan kebiasaannya.

3. Dapat mendorong daya tarik konsumen baru

Dengan jumlah konsumen yang banyak pada sebuah badan usaha maka mereka akan menyukai hasil produk atau layanan yang diberikan oleh badan usaha tersebut dan dapat menumbuhkan kepercayaan untuk calon konsumen agar mau memakai merek tersebut khususnya apabila transaksi yang dilakukan beresiko tinggi. Selain itu, konsumen yang

merasa terpuaskan biasanya akan mengajak orang terdekatnya untuk mencoba produk tersebut sehingga bisa mendatangkan konsumen baru.

4. Menambah waktu dalam menanggapi adanya persaingan

Loyalitas dapat memberi waktu pada suatu perusahaan dalam menanggapi tindakan lawan. Hal ini terjadi, karena apabila didalam suatu usaha memiliki produk yang lebih baik maka konsumen yang memiliki kelayakan dapat memberi senggang waktu kepada usaha tersebut untuk bisa dapat memperbaiki dan menyesuaikan dengan produk baru yang sedang diminati

2.1.3.3.Strategi Loyalitas Merek

Peter dan Olson, (2000) berpendapat bahwa pelanggan yang setia pada suatu merek ialah hal yang paling bernilai apabila pelanggan tersebut terbukti pengguna merek tersebut. Konsumen yang setia terhadap merek perusahaan tersebut atau pada merek lain, ada sejumlah indikator yang bisa dipakai dan sangat bermanfaat seperti:

1. Apabila hanya segmen yang sangat menguntungkan ialah pengguna setia merek, fokuslah pada penggantian loyalitas pelanggan pada merek perusahaan.
2. Seandainya konsumen masih setia terhadap merek yang cukup banyak jumlahnya, fokuslah untuk meninggikan fase penerapan merek untuk merek perusahaan.
3. Bila pelanggan setia melupakan merek dalam jumlah banyak, kita bisa mencoba mempersiapkan nama usaha menjadi sebuah ciri khas atau

mengembangkan satu kelebihan yang baru.

4. Seandainya konsumen meninggalkan merek dengan jumlah yang layak, usahakan agar bisa membangun nama merek perusahaan menjadi suatu ciri yang penting, dan kedudukan pemakai merek perusahaan diantara pelanggan mungkin dengan mendapatkan kelebihan biasanya akan bertahan

2.1.3.4.Indikator Loyalitas Pasien

Menurut Zeithaml et al. dalam Elsa (2016:26) indikator dalam penelitian loyalitas merek dapat diukur dengan 6 (enam) indikator loyalitas pelanggan yang akan diteliti yaitu nilai perilaku positif, penyampaian, rekomendasi, kesetiaan, pembayaran dengan harga yang lebih.

Secara garis besar pengukuran kelayakan seorang konsumen atau pelanggan dapat dilihat dari beberapa hal seperti berikut:

1. *Non-Loyal Buyer*

Bisa dikatakan bahwa konsumen yang berada di kelas ini merupakan derajat yang paling atas. Keputusan pembelian menurut konsumen adalah peranan yang rendah karena konsumen berpendapat bahwa semua merek mencukupi.

2. *Habitual buyer*

Pelanggan yang di lapisan ini ditemukan dalam klasifikasi sebagai pelanggan yang merasa puas dengan suatu badan usaha yang dipakai atau sekurang-kurangnya konsumen tidak merasa puas untuk

menggunakan merek tersebut. Hasil ini menyimpulkan jika pelanggan memakai merek tersebut berdasarkan kebiasaan mereka.

3. *Switching cost loyal*

Pada hal ini klasifikasi kepuasan konsumen apabila mereka menggunakan merek tersebut, walaupun bisa saja konsumen berpindah untuk membeli merek lainnya dengan memikul switching cost (biaya peralihan) yang bersangkutan dengan waktu, uang atau bahaya kemampuan kerja yang tertanam dengan perbuatan konsumen berpindah merek.

4. *Friend of the brand*

Yakni golongan pelanggan yang benar-benar menggemari merek tersebut. Lambang merupakan salah satu hal yang disenangi oleh konsumen, deretan pengalaman dalam pemakaian sebelumnya baik yang dirasakan individu itu sendiri, oleh temannya ataupun dikarenakan oleh kualitas merek yang tinggi.

5. *Committed Buyer*

Pada bagian ini konsumen termasuk pembeli yang setia. Kesetiaan pelanggan terhadap produk merek tersebut adalah dengan cara menganjurkan kepada konsumen lain.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 PenelitianTerdahulu

No.	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Shelli Maulinda (2014)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien Terhadap Perilaku Berobat di Puskesmas Susoh Kabupaten Aceh Barat Daya	Pendekatan <i>cross sectional study</i> dan alat uji <i>chi-square</i> .	faktor perhatian dan kepuasan akumulatif berpengaruh pada loyalitas pasien terhadap perilaku berobat
2.	Rif'adarajad S. (2016)	Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Loyalitas Pengguna Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Buton	analisis regresi berganda	variabel kualitas pelayanan, kepuasa, citra rumah sakit dan nilai berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.
3.	Michelle dan Hotlan Siagian (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Zybrick Coffee & Cantina	Uji persamaan strukturan berbasis <i>variance Partial Least Square (Smart-PLS) 2.0</i> .	kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4.	Ika Devi Widyaningrum (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat	Analisis <i>Smart PLS 3.0</i> .	kualitas pelayanan, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

No.	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
5.	Rima Hayu Sri Widadi (2015)	Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit Jiwa Daerah dr. R.M Soedjarwadi	<i>Structure Equation Modelling</i> (SEM).	Kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan kepuasan pasien pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit Jiwa
6.	Ristianti Meidara (2016)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien Terhadap Pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak (KIA) di Puskesmas Benteng Kota Sukabumi	uji Somer's D dan koefisien korelasi Spearman Rank.	Ada pengaruh antara status ekonomi, jarak, mutu pelayanan kebidanan, dan kepuasan terhadap loyalitas pasien terhadap pelayanan KIA.
7.	Ervina M. (2019)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien Rawat Inap di RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2019	Penelitian ini menggunakan uji statistik <i>chi square</i> .	Ada pengaruh kenyamanan, kemudahan, kualitas pelayanan, garansi dan jaminan, harga dan biaya, serta loyalitas jaminan terhadap loyalitas pasien rawat inap
8	(Wasiman, S.E.,M.M 2017)	Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Perusahaan Property Di Kota Batam	Analisis regresi linear berganda	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. variabel kualitas pelayanan dikatakan signifikan.

2.3. Kerangka Pemikiran

Sesuai dengan pemaparan yang telah dijelaskan sebelumnya, kerangka pemikiran pada riset ini mengacu pada faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam.

1. Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pasien

Menurut hasil survey peneliti, fasilitas yang tersedia pada klinik kesehatan koperasi karyawan PLN Batam kurang lengkap, sehingga beberapa pasien mengeluh dengan fasilitas yang kurang memadai. Apabila fasilitas yang disediakan oleh suatu badan usaha ataupun klinik kesehatan lengkap maka dapat mempengaruhi loyalitas pasien untuk berkunjung kembali. Dalam penelitian ini, terdapat 6 (indikator) fasilitas yang akan menjadi sub variabel penelitian yaitu; pertama mempertimbangkan dan merencanakan secara spasial, merencanakan tata ruang, melakukan persediaan terhadap alat kelengkapan dan perabotan, melihat pencahayaan dan tata warna, cara penyampaian pesan melalui grafis, serta aspek-aspek pendukung lainnya.

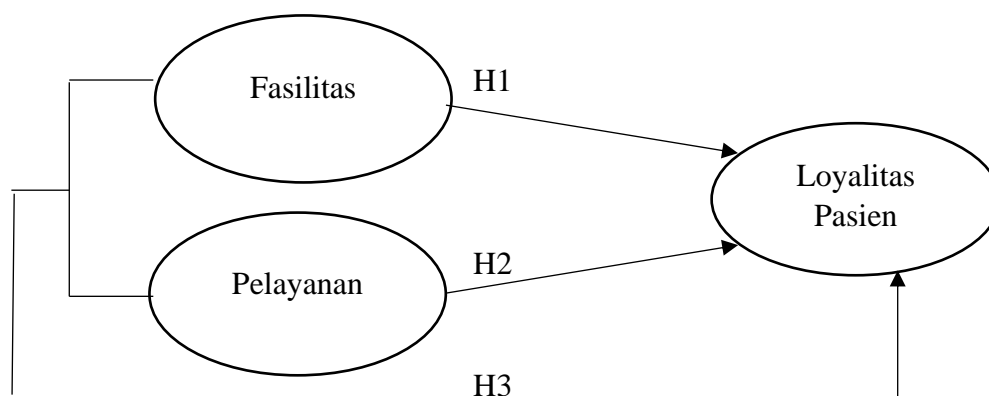
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien

Menurut hasil survey peneliti, dijelaskan bahwa karyawan tidak menggunakan senyum sapa yang sopan saat penyambutan pasien sehingga terjadi penurunan tingkat kepuasan pasien. Kualitas atas layanan dapat menambah kepuasan pasien, sehingga berpengaruh terhadap loyalitas pasien sehingga mereka akan sering menggunakan jasa klinik di waktu mendatang. Hal ini sesuai dengan riset Widadi

(2015) hasilnya memperlihatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Adapun 5 (lima) indikator kualitas pelayanan yang akan diteliti yaitu *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance*, dan *tangibles*. Cara mengumpulkan data dalam penelitian dengan menyebarkan kuesioner kemudian di analisa data menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

3. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien
Menurut riset sebelumnya oleh Siagian (2019) menyebutkan kualitas layanan dan fasilitas mempengaruhi secara positif dan signifikan atas loyalitas pasien. Pasien yang puas atas layanan yang diberikan dan fasilitas yang nyaman digunakan, maka pasien akan loyal menggunakan jasa tersebut di masa yang akan datang. Ada 6 (enam) indikator loyalitas pelanggan yang akan diteliti yaitu nilai perilaku positif, penyampaian, rekomendasi, kesetiaan, pembayaran dengan harga yang lebih.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.4. Hipotesis

Hipotesis penelitian didasarkan atas penjelasan kerangka teori sebelumnya yaitu :

H1 : Diduga Fasilitas sangat berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam

H2 : Diduga Kualitas Pelayanan sangat berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam

H3 : Diduga Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam



Universitas Putera Batam

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Riset ini ialah penelitian kuantitatif, ialah penelitian berlandaskan pada sesuatu yang benar-benar terjadi, menggunakan teori yang objektif, berpusat pada fenomena-fenomena yang memiliki ciri khusus, menggunakan instrumen penelitian dalam pengumpulan data, dan melakukan analisis data serta menarik kesimpulannya.

Riset ini memakai metode survey, ialah penelitian yang memakai data primer berupa kuesioner selaku sumber data pokok. Pada penelitian survey, responden dikondisikan untuk bersedia memberikan jawaban dari pilihan yang disediakan didalam kuesioner. Riset ini menerapkan desain kausalitas yang dibuat untuk mencari adanya kemungkinan keberpengaruhannya sebab-akibat antar variabel bebas serta terikat. Pengaruh variabel bebas meliputi; Fasilitas dan Pelayanan terhadap variabel terikat yakni Loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam, yang diukur dalam skala pengukuran ordinal menggunakan skala *likert*.

3.2. Sifat Penelitian

Riset ini bersifat penelitian replikasi dari penelitian sebelumnya, ialah sebuah penelitian repetisi dari penelitian sebelumnya yang sama, tapi dengan objek, variabel, serta periode yang berlainan. Perbedaan riset ini dengan penelitian

sebelumnya ialah objek yang ditelaah serta periode waktu dalam melaksanakan analisis.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam yang beralamat di Jl. Sudirman, Ruko The Capital Superblok Imperium Blok B No 2b, Taman Baloi, Kec. Batam Kota, Batam, Kepulauan Riau 29432.

3.3.2. Periode Penelitian

Riset ini dilakukan selama 6 bulan dimulai dari Maret 2021 sampai bulan Agustus 2021. Jadwal penelitian bisa diketahui dengan tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Uraian Kegiatan	Maret 2021	Apr-21	Mei 2021	Juni 2021	Juli 2021	Agustus 2021
Analisa Kegiatan						
Perancangan						
Pembuatan Kuesioner						
Penyebaran iKuesioner						
Pengumpulan Kuesioner						
Pengolahan dan analisis hasil						

Sumber: Data Penelitian, 2021

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Dalam riset ini, populasi didasarkan data yang diterima dari Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam pada jumlah kedatangan Pasien dari Januari-Desember 2020. Populasi dalam riset ini ialah semua pasien yang sudah melaksanakan kunjungan lebih dari dua kali dan yang berumur 15 tahun keatas, maupun melaksanakan kontrol ulang ke Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Kota Batam sebanyak 148 pasien.

3.4.2. Sampel

Sampel ialah bagian dari total serta ciri populasi yang dipakai dalam riset. Sampel ialah cuplikan dari populasi (Mulyatiningsih, 2012). Dan sampel juga diartikan bagian dari seluruh populasi setelah diperkecil (Sugiyono, 2015).

3.4.3. Teknik Sampling

Riset ini memakai teknik nonprobability sampling, ialah teknik penetapan sampel yang hanya memberikan kesempatan pada populasi dengan ciri khusus. Sampel pada penelitian ini ialah pasien yang berkunjung ke Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Kota Batam, adapun persyaratan ataupun purposif yang ditentukan peneliti yaitu:

1. Pasien yang berkunjung lebih dari dua kali
2. Termasuk pasien yang melaksanakan kontrol ulang
3. Pasien yang berumur lebih dari 15 tahun keatas.

Berdasarkan persyaratan yang dibuat oleh peneliti maka di dapatkan hasil yang memenuhi kriteria tersebut menjadi responden.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sudaryono (2018: 205), metode pengumpulan data ialah teknik dalam menghimpun data dengan memakai beragam metode berupa kuesioner, observasi, wawancara, dan lain-lain. Sementara menurut Sugiyono (2018: 193), pengumpulan data terdiri dari sumber data primer, ialah sumber data yang didapatkan langsung oleh peneliti serta data sekunder, ialah sumber data yang didapatkan tidak langsung atau pemerolehan data melalui perantara. Sedangkan, jika dilihat dari teknik perhimpunan datanya bisa dilaksanakana dengan wawancara, kuesioner, observasi, ataupun ketiganya.

Riset ini memakai teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Data Primer (Kuesioner)

Sugiyono (2018) menerangkan, kuesioner ialah teknik perhimpunan data lewat membagikan pertanyaan ataupun pernyataan berbentuk tertulis kepada para informan untuk diisi. Data ini untuk mengetahui tanggapan responden terhadap fasilitas serta pelayanan terhadap loyalitas pasien di Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Kota Batam.

2. Data Sekunder (Studi Pustaka)

Studi kepustakaan ialah data selaku teori dasar yang didapat dan ditelaah pada manajemen pemasaran.

3.6. Alat Pengumpulan Data

Riset ini memakai kuesioner untuk menghimpun data yang akan disebarakan kepada kepada pasien yang pernah berobat ke klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam. Jawaban dari responden selanjutnya diberi skor memakai skala likert. Pemakaian skala likert berguna untuk menilai pandangan seseorang maupun kelompok mengenai suatu peristiwa sosial (Sugiyono, 2012).

Tabel 3.2 Skala Likert

NO	JAWABAN	KODE	BOBOT
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Ragu-Ragu	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

(Sugiyono, 2012)

3.7. Definisi Operasional Variabel

Sebelum melakukan penelitian, maka perlu melakukan kajian atas masing-masing variabel yang dimulai dari melihat definisi setiap operasional variabel didalam suatu penelitian.

3.7.1. Variabel Independen

Sugiyono (2018:57) menerangkan, variabel independen selaku variabel yang memberi pengaruh atau menyebabkan perubahan pada variabel bebas. Fasilitas (X1) dan Pelayanan (X2) ialah variabel independen dalam riset ini.

3.7.2. Variabel Dependen

Variabel dependen ialah variabel yang mendapatkan pengaruh ataupun dampak dikarenakan oleh variabel bebas (Sugiyono, 2018:57). Loyalitas (Y) ialah variabel dependen dalam riset ini.

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator/Dimensi	Skala
Fasilitas (X1) Menurut Munawir (2018)	Fasilitas ialah suatu peralatan dan perlengkapan yang telah disediakan oleh suatu penyedia layanan untuk melengkapi kebutuhan dan keinginan pelanggan	Indikator Fasilitas: 1. Mempertimbangkan secara spasial 2. Merencanakan ruang 3. Perlengkapan 4. Pencahayaan dan tata warna 5. Pesan yang disampaikan secara cara grafis 6. Unsur pendukung	Likert
Pelayanan (X2) Setyawati (2018)	Pelayanan ialah jasa atas pembayaran yang diberikan kepada kosumen atas suatu pesanan sesuai dengan keinginannya	Indikator Pelayanan: 1. Realibility 2. Responsiveness 3. Emphaty 4. Assurance 5. Tangibles	Likert
Loyalitas (Y) Zeithaml et al (2016)	Loyalitas ialah kesetiaan pasien dalam melaksanakan pembelian produk/jasa terus menerus.	Indikator Loyalitas 1. Nilai tindakan positif yang tergambar dalam kemahiran penyediaan layanan untuk mempunyai pasien 2. Mengucapkan hal-hal perlu mengenai mereka 3. Menyarankan mereka untuk pasien lain 4. Tetap loyal kepada merek 5. Mengeluarkan uang lebih banyak kepada mereka 6. Membayar harga premium	Likert

3.8. Metode Analisis Data

Analisis data ialah aktivitas untuk memilah data berdasarkan variabel, membuat tabulasi data untuk setiap variabel, melakukan perhitungan untuk mendapatkan jawaban untuk rumusan masalah, dan melaksanakan pengujian hipotesis yang sudah dikemukakan menggunakan suatu metode (Sanusi, 2012). Riset ini memakai alat bantuan SPSS versi 25 dalam pengolahan data.

3.8.1. Analisis Deskriptif

Yaitu statistik dimana dengan data sudah terkumpul seadanya kemudian dianalisa dengan cara mendeskripsikannya (Sugiyono, 2012). Asumsi penjelasan yang terkait dengan penelitian ini akan dikelompokkan berdasarkan data variabel.

Untuk mengetahui rentang skala memakai rumus (Umar, 2011):

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.1 Rentang Skala

Dimana:

n = total sampel

m = total alternatif jawaban setiap item

RS = rentang skala

Total sampel yang digunakan adalah 100 responden, dalam memperoleh rentang skala perlu menentukan terlebih dahulu skor tertinggi serta juga terendahnya, alternatif jawaban dengan jumlah 5 banyaknya maka dapat dilihat rentang skala yang dihitung pada bawah ini:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} = \frac{100(5-1)}{5} = 80$$

3.8.2. Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas Data

Uji validasi ialah tingkat keandalan serta keabsahan alat pengukur yang dipakai. Dinyatakan valid jika memperlihatkan alat ukur yang dipakai itu valid dan bisa dipakai untuk mengukur apa yang sepatasnya diukur (Sugiyono, 2017).

Validasi data didalam penelitian juga ditentukan oleh kondisi responden, apabila responden menjawab seluruh pertanyaan dengan bebas berarti data yang akan didapatkan akan valid, atau sebaliknya (Efendi & Tukiran, 2012).

3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Uji ini dipakai dalam melihat ukuran kehandalan kuesioner, Untuk mencari kehandalan kuesioner pada riset ini memakai metode Cronbach Alpha ukuran apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 artinya reliabel (Mardalena et al., 2018). Adapun rumus yang digambarkan yaitu :

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum ob^2}{ot^2} \right]$$

Rumus 3.2 Reliabilitas *Cronbach Alpha*

Sumber: (Sugiyono, 2018: 123)

Dimana:

r = Reliabilitas instrument

k = Total butir pertanyaan

$\sum ob^2$ = Total variasi butir pertanyaan

ob² = Total varians

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Normalitas Data

Uji ini dipakai dalam pengujian pendistribusian kenormalan data ataukah tidak dalam suatu penelitian. Model regresi yang bagus ialah yang terdistribusi ataupun mendekati normal, jadi layak dilaksanakan pengujian statistik (Sunyoto 2016:92).

Pada penelitian ini, uji normalitas dilaksanakan pada variabel Fasilitas (X1) dan Pelayanan (X2) serta Loyalitas Pasien (Y) memakai uji *Kolmogorow Smirnov* dengan *SPSS versi 25.0 for windows*.

Menurut Santoso (2015:393) landasan keputusan diambil dan dilaksanakan atas probabilitas (*Asymtotic Significanted*), ialah:

1. Jika probabilitas $> 0,05$ artinya terdistribusi normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ artinya terdistribusi tidak normal.

3.8.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Sunyoto (2016:90) menjelaskan, uji heteroskedastisitas digunakan dalam pengujian kesamaan atau tidaknya varian residual. Jika residualnya memiliki varian yang sama artinya terjadi Homoskedastisitas, serta jika variannya berbeda artinya terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang bagus ialah apabila tidak terjadi heteroskedastisitas.

Metode *Glejser* dipakai untuk mengetahui gejala heteroskedastisitas dengan dengan melihat angka koefisien korelasi variabel bebas dengan absolute residu serta signifikansinya. Ketentuannya apabila nilai signifikansi $> 0,05$ artinya ada homoskedastisitas, atau sebaliknya (Muhson, 2013).

3.8.3.3. Uji Multikolinearitas

Sunyoto (2016:87) Uji ini dipakai dalam melihat ada tidaknya korelasi antar variabel bebas pada model regresi. Model regresi yang bagus ialah tidak ada korelasi diantara variabel bebasnya. Gejala multikolonieritas diketahui dari nilai tolerance serta lawannya serta *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* yang biasa digunakan untuk mengetahui adanya multikolinearitas ialah nilai tolerance ≤ 0.10 ataupun $VIF \geq 10$.

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang signifikan dengan membandingkan apakah sifat linier antar variabel yang diketahui secara teori cocok ataukah tidak dengan hasil pengamatan dilapangan (Sarjono & Julianita, 2015). Kriteria pengujiannya ialah:

1. Apabila signifikansi (*significance level*) $> 0,05$ artinya data tidak memiliki kaitan yang linier.
2. Apabila signifikansi (*significance level*) $< 0,05$ artinya data memiliki kaitan yang linier.

3.8.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dipakai untuk melihat besarnya kapasitas model menjelaskan ragam variabel bebas. Nilai R^2 ialah antara 0 dan 1. Nilai (*Adjusted R^2*) yang rendah artinya kapasitas variabel independen menerangkan variasi variabel dependen terbatas.

Nilai yang dekat dari angka satu artinya seluruh variabel bebas memberi banyak data yang diperlukan dalam menaksirkan variasi variabel bebas (Ghozali, 2015).

Sehingga jika nilai R^2 yang mendekati 1 artinya variabel bebas yakni produk, harga, tempat/distribusi, serta iklan, memberikan dampak yang erat kuat atas variabel terikat yakni keputusan pembelian. Apabila nilai $R^2 = 1$ artinya 100% jumlah variasi variabel terikat di jelaskan oleh variabel bebas. Sementara jika $R^2 = 0$ artinya tidak ada variasi Y yang dijelaskan oleh Fasilitas (X_1) dan Pelayanan (X_2).

Kriteria pengujinya menurut (Sugiyono, 2017) ialah:

- a. Apabila nilai R^2 mendekati 0 maka pengaruhnya makin sedikit.
- b. Apabila nilai R^2 mendekati 1 maka pengaruhnya makin kuat.

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji Parsial (Uji T)

Pengujian parsial dilaksanakan guna mengetahui sejauh mana progres satu variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Tingkat signifikansi setiap variabel ialah 0,05 serta tingkat kepercayaannya ialah 95% (Sanusi, 2011). Kriteria pengambilan keputusannya ialah:

1. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, artinya H_0 ditolak serta H_a diterima maka ada pengaruh antara Fasilitas (X_1) serta Pelayanan (X_2) serta Loyalitas Pasien (Y).
2. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, artinya H_0 diterima serta H_a ditolak maka tidak ada pengaruh signifikan antara setiap variabel.

3.9.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dipakai untuk melihat progress bersamaan semua variabel bebas pada variabel terikat. Taraf kepercayaan sebanyak 95% serta taraf signifikan sebanyak 5% = ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengambilan keputusannya ialah:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, berarti H_1 diterima, artinya setiap variabel bebas secara simultan berdampak signifikan pada variabel terikat.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, berarti H_1 ditolak, artinya setiap variabel bebas secara simultan tidak berdampak signifikan pada variabel terikat.