

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Citra

2.1.1 Pengertian Citra

Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan pesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai public relations. Meskipun demikian pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur. (Sutisna, 2001).

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

Menurut (Canton, 2004) citra adalah "*image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a conciously created impression of an object, person or organization*" (Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri public terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi).

2.1.2 Peran Citra

Peran citra meliputi empat elemen (Harrison, 2005) :

1. *Personality*

Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.

2. *Reputation*

Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi seluruh bank.

3. *Value*

Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

4. *Corporate Identity*

Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

2.1.3 Manfaat Citra

Perusahaan idealnya harus dapat membangun citra yang baik dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Citra positif perusahaan dapat mendorong seseorang untuk bersedia berhubungan dengan perusahaan. (Irawan, 2005) manfaat citra yang baik antara lain :

- 1) Dapat menarik orang-orang yang berkualitas sehingga memiliki daya saing yang tinggi.
- 2) Dapat memperoleh kesempatan bisnis yang jauh lebih besar dari perusahaan dengan citra yang buruk.
- 3) Persentase kesuksesan produk atau layanan baru yang diluncurkan dapat jauh lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan dengan citra di bawah rata-rata industri.
- 4) Program dan aktivitas pemasaran juga menjadi lebih efisien.
- 5) Para investor akan lebih percaya dan akhirnya akan berpengaruh terhadap harga saham terutama bagi perusahaan yang sudah go public.
- 6) Loyalitas pelanggan akan meningkat dan mereka relative tidak sensitive terhadap harga.
- 7) Perusahaan menikmati pertumbuhan pendapatan dan laba yang lebih baik.

2.1.4 Indikator Citra

Menurut (Albana & Susanto, 2015) citra rumah sakit dapat dilihat dari 7 aspek rumah sakit

- 1) Aspek tenaga kesehatan
- 2) Aspek gedung dan ruangan
- 3) Aspek fasilitas
- 4) Aspek peralatan dan obat-obatan
- 5) Aspek proses layanan

6) Aspek biaya

7) Aspek aksesabilitas

Menurut (Sandy, 2008) pembentukan citra merek dalam benak konsumen tidak terjadi secara cepat melainkan membutuhkan proses bertahun-tahun. Pembentukan citra merek dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

- 1) Kualitas dari produk yang dihasilkan. Semakin baik kualitas produk yang dijual kepada konsumen maka semakin besar minat konsumen untuk membeli kembali sehingga dapat meningkatkan penjualan produk tersebut.
- 2) Pelayanan yang disediakan. Produsen tidak hanya menjual produk melainkan pelayanan. Kepuasan pelanggan tergantung pada pelayanan yang diberikan produsen kepada konsumen.
- 3) Kebijakan perusahaan. Kebijakan-kebijakan perusahaan yang dibuat akan membentuk nilai dan persepsi untuk perusahaan tersebut di benak konsumen yang berdampak pada citra image perusahaan.
- 4) Reputasi perusahaan. Setiap perusahaan memiliki reputasi masing-masing. Perusahaan yang telah memiliki reputasi yang baik harus dapat mempertahankannya dalam segala bidang. Semakin baik reputasi yang dimiliki perusahaan maka citra image perusahaan tersebut juga semakin baik dan kuat.
- 5) Kegiatan pemasaran perusahaan. Apa, bagaimana, kapan, dimana, dan siapa yang akan menjadi target pemasaran dari perusahaan

sangat penting karena hal tersebut dapat mempengaruhi kesuksesan sebuah perusahaan dalam membentuk citra image

Menurut (Peters, 1999) suatu perusahaan dikatakan mempunyai citra yang baik apabila :

- 1) Mempunyai kualitas manajemen yang baik
- 2) Dapat diukur dari laba atau hasil yang diperolehnya
- 3) Perhatian yang tinggi terhadap lingkungan
- 4) Mempunyai kesan yang baik dari sudut pandang karyawan
- 5) Selalu melakukan pembaruan (inovation)
- 6) Selalu berorientasi pada keinginan konsumen
- 7) Mempunyai kontribusi penting dalam perekonomian nasional
- 8) Mempunyai harapan untuk berkembang lebih lancut untuk msasa yang akan datang
- 9) Mempunyai kualitas barang dan jasa yang tinggi
- 10) Aktif dan memberikan informasi mengenai aktivitas-aktivitas perusahaan kepada masyarakat

2.2 Kepuasan Pasien

2.2.1 Pengertian Kepuasan

(Supranto, 2006) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya”. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dan perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pasien

akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka pasien akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pasien akan sangat puas. Harapan pasien dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai media. Pasien yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan tersebut. Kepuasan merupakan tanggapan pasien atas terpenuhinya kebutuhan. Sedangkan (Kotler P. , 2003) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien

Menurut (Walter, 2000) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien, yaitu:

- 1) Karakteristik produk, karakteristik produk rumah sakit meliputi penampilan bangunan rumah sakit, kebersihan dan tipe kelas kamar yang disediakan beserta kelengkapannya.
- 2) Harga, semakin mahal harga perawatan maka pasien mempunyai harapan yang lebih besar.
- 3) Pelayanan, meliputi pelayanan keramahan petugas rumah sakit, kecepatan dalam pelayanan. Rumah sakit dianggap baik apabila dalam memberikan pelayanan lebih memperhatikan kebutuhan pasien maupun orang lain yang berkunjung di rumah sakit.
- 4) Lokasi, meliputi letak rumah sakit, letak kamar dan lingkungannya. Merupakan salah satu aspek yang menentukan pertimbangan dalam

memilih rumah sakit. Umumnya semakin dekat rumah sakit dengan pusat perkotaan atau yang mudah dijangkau, mudahnya transportasi dan lingkungan yang baik akan semakin menjadi pilihan bagi pasien yang membutuhkan rumah sakit tersebut.

- 5) Fasilitas, kelengkapan fasilitas rumah sakit turut menentukan penilaian kepuasan pasien, misalnya fasilitas kesehatan baik sarana dan prasarana, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman dan ruang kamar rawat inap.
- 6) *Image*, yaitu citra, reputasi dan kepedulian perawat terhadap lingkungan
- 7) Desain visual, tata ruang dan dekorasi rumah sakit ikut menentukan kenyamanan suatu rumah sakit, oleh karena itu desain dan visual harus diikutsertakan dalam penyusunan strategi terhadap kepuasan pasien atau konsumen.
- 8) Suasana, suasana rumah sakit yang tenang, nyaman, sejuk dan indah akan sangat mempengaruhi kepuasan pasien dalam proses penyembuhannya. Selain itu tidak hanya bagi pasien saja yang menikmati itu akan tetapi orang lain yang berkunjung ke rumah sakit akan sangat senang dan memberikan pendapat yang positif sehingga akan terkesan bagi pengunjung rumah sakit tersebut.
- 9) Komunikasi, bagaimana keluhan-keluhan dari pasien dengan cepat diterima oleh perawat.

Kemudian menurut (Afandi, 2009), faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Kesesuaian antara harapan dan kenyataan
- 2) Layanan selama proses menikmati jasa
- 3) Perilaku personel
- 4) Suasana dan kondisi fisik lingkungan
- 5) Cost atau biaya
- 6) Promosi atau iklan yang sesuai dengan kenyataan

2.2.3 Mengukur Kepuasan Pasien

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan (Daryanto, 2014) :

- 1) Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewatkan pelanggan), menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung) dan menyediakan saluran telepon khusus. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan untuk memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap

masalah yang timbul, meskipun tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya.

2) *Survei kepuasan pelanggan* Sistem keluhan dan saran

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

3) *Ghost shopping*

Ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan / pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu ghost shopper tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

4) *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

Informasi

2.2.4 Pentingnya Kepuasan Pasien

Walaupun setiap pemasar yang berhasil ingin memberikan jasa yang memuaskan pelanggan, ini bukanlah satu-satunya sasaran. Perusahaan tidak dapat melupakan sasaran bisnis mendasar lainnya. Dalam mencapai keunggulan bersaing atau mencetak keunggulan. Kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan pelanggan yang makin tinggi akan menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih besar. Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik daripada terus-menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut dan malah akan menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru. Hal ini terutama penting bagi penyedia jasa profesional (seperti dokter gigi, pengacara, insinyur atau akuntan), karena nama baik dan cerita dari mulut ke mulut merupakan sumber informasi utama bagi klien baru.

Menurut (Kotler & Keller, 2015), kepuasan pelanggan akan memberi manfaat :

- 1) Pelanggan Tetap Setia.

Pelanggan yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau loyal.

Pelanggan yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama.

- 2) Membeli Produk yang ditawarkan.

Keinginan untuk membeli produk atau makanan lain yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

3) Merekomendasikan Produk.

Kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth Communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon pelanggan yang lain dan mengatakan hal-hal baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

4) Bersedia Membayar Lebih.

Pelanggan cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan. Ketika harga lebih tinggi, pelanggan cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga.

5) Memberi Masukan.

Walaupun kepuasan sudah tercapai, pelanggan selalu menginginkan yang lebih lagi. Maka pelanggan akan memberikan masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai

2.3 Loyalitas

2.3.1 Pengertian Loyalitas

Loyalitas adalah suatu tingkat kecenderungan psikologis dari sikap dan perilaku konsumen yang positif, konsisten dan berulang-ulang untuk melakukan suatu aktifitas dirinya yang memiliki kekuatan kesetiaan pada berbagai referensi

yang dihadapinya untuk tetap memilih hal yang berupa atau setidaknya beda dari atribut-atribut yang telah dimiliki. (Kotler P. , 2005)

Orang yang dalam jangka panjang hanya melakukan pembelian terhadap sesuatu perusahaan atau merek tertentu yang telah memberikan kepuasan yang tinggi akan mengakibatkan pelanggan loyal dan memberikan keuntungan yang tinggi bagi perusahaan. Karena orang tersebut tidak mudah terpengaruh dengan adanya tawaran yang lebih baik dari perusahaan lain (pesaing). (Roni, 2011)

2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien

Menurut (Hasan, 2014) faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah :

1) Kepuasan Pelanggan (Customer satisfaction).

Kepuasan pelanggan dipertimbangkan sebagai prediktor kuat terhadap kesetiaan pelanggan termasuk rekomendasi positif, niat membeli ulang dan lain-lain.

2) Kualitas Produk atau layanan (Service quality)

Kualitas produk atau layanan berhubungan kuat dengan kesetiaan pelanggan. Kualitas meningkatkan penjualan dan meningkatkan penguasaan pasar, dan mengarahkan/ memimpin konsumen ke arah kesetiaan.

3) Citra Merek (Brand Image)

Citra merek muncul menjadi faktor penentu kesetiaan pelanggan yang ikut serta membesarkan/membangun citra perusahaan lebih positif.

4) Nilai yang dirasakan (Perceived value)

Nilai yang dirasakan merupakan perbandingan manfaat yang dirasakan dan biaya-biaya yang dikeluarkan pelanggan diperlakukan sebagai faktor penentu kesetiaan pelanggan.

5) Kepercayaan (trust)

Kepercayaan didefinisikan sebagai persepsi kepercayaan terhadap keandalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran perusahaan.

6) Relasional pelanggan (customer relationship) Relasional pelanggan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap proporsionalitas rasio biaya dan manfaat, rasio biaya dan keuntungan dalam hubungan yang terus menerus dan timbal balik.

7) Biaya Peralihan (Switching cost)

Dalam kaitannya dengan pelanggan, switching cost ini menjadi faktor penahan atau pengendali diri dari perpindahan pemasok/penyalur produk dan mungkin karenanya pelanggan menjadi setia.

8) Dependabilitas (reliability)

Tidak hanya sebatas kemampuannya menciptakan superior nilai bagi pelanggan, tetapi juga mencakup semua aspek capaian organisasi

yang berkaitan dengan apresiasi publik terhadap perusahaan secara langsung berdampak pada kesetiaan pelanggan.

Sedangkan menurut (Ernest Emeka Izogo & Ogba, 2015) mengungkapkan untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi, perlu untuk meningkatkan kualitas layanan. (Joko, 1999), faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan adalah :

1) Kepuasan (*Satisfaction*)

Konsumen akan loyal terhadap suatu produk bila ia mendapatkan kepuasan dari produk tersebut. Karena itu, bila konsumen mencoba beberapa macam produk melampaui kriteria kepuasan produk atau tidak. Bila setelah mencoba dan responnya baik, maka berarti konsumen tersebut puas sehingga akan memutuskan membeli produk tersebut secara konsisten sepanjang waktu. Ini berarti telah tercipta kesetiaan konsumen terhadap produk tersebut.

2) Perilaku Kebiasaan (*Habitual Behavior*)

Kesetiaan konsumen dapat dibentuk karena kebiasaan konsumen. Apabila yang dilakukan sudah merupakan kebiasaan, maka pembeli tersebut tidak melalui tidak lagi melalui pengambilan keputusan yang panjang. Pada kondisi ini, dapat dikatakan bahwa konsumen akan tetap membeli produk tersebut, yaitu konsumen akan tetap membeli produk yang sama untuk suatu jenis produk dan cenderung tidak berganti-ganti produk.

3) Komitmen (*Commitment*)

Dalam suatu produk yang kuat terdapat konsumen yang memiliki komitmen dalam jumlah yang banyak. Kesetiaan konsumen akan timbul bila ada kepercayaan dari konsumen terhadap produk-produk sehingga ada komunikasi dan interaksi diantara konsumennya, yaitu dengan membicarakan produk tersebut.

4) Kesukaan Produk (*Linking of The Brand*)

Kesetiaan yang terbentuk dan dipengaruhi oleh tingkat kesetiaan konsumen secara umum. Tingkat kesetiaan tersebut dapat diukur mulai timbulnya kesukaan terhadap produk sampai ada kepercayaan dari produk tersebut berkenaan dari kinerja dari produk-produk tersebut. Konsumen yang dikatakan loyal adalah konsumen yang berulang kali membeli produk tersebut bukan karena adanya penawaran khusus, tetapi karena konsumen percaya terhadap produk tersebut memiliki kualitas yang sama sehingga member tingkatan yang sama pada produknya.

5) Biaya Pengalihan (*Switching Cost*)

6) Adanya perbedaan pengorbanan dan atau resiko kegagalan, biaya, energi, dan fisik yang dikeluarkan konsumen karena dia memilih salah satu alternatif. Bila biaya pengalihan besar, maka konsumen akan berhati-hati untuk berpindah ke produk yang lain karena resiko kegagalan yang juga besar sehingga konsumen cenderung loyal.

2.3.3 Mengukur Loyalitas Pasien

Menurut (Griffin, 2009) pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang memiliki karakteristik sebagai berikut :

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur (*makes regular repeat purchase*).

Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit - unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih. Tingkat kepuasan terhadap toko akan mempengaruhi mereka untuk membeli kembali

- 2) Membeli di luar lini produk/jasa (*purchases across product and service lines*).

Membeli di luar lini produk dan jasa artinya keinginan untuk membeli lebih dari produk dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan maka akan percaya juga untuk urusan lain.

- 3) Mereferensi toko kepada orang lain, artinya menarik pelanggan baru untuk perusahaan (*Refers other*).

Pelanggan yang loyal dengan sukarela merekomendasikan perusahaan kepada teman-teman dan rekannya atau keluarganya.

- 4) Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*)

Tidak mudah terpengaruh oleh tarikan persaingan perusahaan sejenis lainnya.

2.3.4 Pentingnya Loyalitas Pasien

Menurut (Zeithaml, 2013) menyatakan bahwa jika pelanggan royal, maka sikap dan perilaku pelanggan akan :

- 1) Merekomendasikan hal-hal positif untuk perusahaan kepada orang lain.

Pelanggan yang loyal akan menyebarkan cerita positif berkaitan dengan produk atau jasa dalam perusahaan yang sama tersebut dan mengajak orang lain untuk ikut menggunakannya.

- 2) Melakukan bisnis lebih banyak dengan perusahaan di masa yang akan datang.

Pelanggan yang loyal mencoba melihat peluang dengan ikut berbisnis dengan perusahaan tersebut di masa yang akan datang. Pelanggan yang loyal juga melakukan transaksi lebih sering.

- 3) Mempertimbangkan perusahaan sebagai pilihan pertama di masa yang akan datang.

Pelanggan yang loyal merasa bahwa produk atau jasa dalam suatu perusahaan sudah cukup baik dalam memberikan kebutuhan yang dibutuhkan pelanggan sehingga akan bersedia menolak tawaran perusahaan lain.

2.4 Keterkaitan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pasien

Citra merek merupakan hal yang penting bagi konsumen dalam menentukan pembelian suatu produk atau jasa. Citra merek dapat dilihat dari kriteria dari suatu produk atau jasa. Jika seseorang yakin maka citra suatu produk atau jasa akan semakin baik. Citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Konsumen yang terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung memiliki konsistensi terhadap *brand image*. Citra merek ialah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen (Kotler K. , 2009).

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

Citra merek dibentuk melalui kepuasan konsumen, penjualan dengan sendirinya diperoleh melalui kepuasan konsumen, sebab konsumen yang puas selain akan kembali membeli, juga akan mengajak calon pembeli lainnya. Merek yang kuat adalah merek yang jelas, berbeda, dan unggul secara relevatif dibanding pesaingnya. Kalau kita berbicara tentang produk, kita hanya membicarakan ruang lingkup, kualitas, dan penggunaan. Adapun citra merek selalu berkaitan dengan

atribut produk karena untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dan konsumen bereaksi terhadap atribut produk yang dibelinya (Nugroho, 2011)

(Kotler K. , 2009) menyatakan merek mengidentifikasi sumber atau pembuat produk dan memungkinkan konsumen, entah individual atau organisasi untuk menetapkan tanggungjawab pada pembuat atau distributor tertentu. Secara empiris banyak penelitian dengan latar belakang sampel yang berbeda beda telah membuktikan bahwa citra merek mempunyai pengaruh signifikan sehingga mendapatkan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan (Muhammad Igor Beladin, 2013)

2.5 Keterkaitan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pasien

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

Menurut (Gronroos, 2000), citra dipandang sebagai filter yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas keseluruhan. Dengan demikian, citra rumah sakit yang menguntungkan membantu memperkuat niat pasien untuk memilih rumah sakit. Penilaian masyarakat merupakan hal penting karena hal tersebut akan mempengaruhi informasi yang beredar mengenai kinerja dan layanan yang diberikan rumah sakit. Citra yang baik akan membentuk pola pikir masyarakat

bahwa apabila masyarakat memiliki kendala 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.

Konsumen cenderung memilih berdasarkan citra merek, terutama ketika konsumen itu tidak memiliki pengalaman dengan produk dalam kategori tertentu yang tidak pernah mereka beli, mereka akan cenderung untuk “percaya” pada produk dengan nama merek yang terkenal atau favorit. Konsumen sering berpikir bahwa merek yang terkenal merupakan produk yang lebih baik dan lebih bernilai untuk dibeli karena tersirat jaminan akan kualitas, dapat diandalkan dan pelayanan yang lebih baik. Usaha promosi sebuah merek mendukung pemahaman mengenai kualitas produk mereka dengan membangun dan mempertahankan citra merek yang positif dalam benak konsumen. (Schiffman & Kanuk, 2008)

Secara empiris banyak penelitian dengan latar belakang sampel yang berbeda-beda telah membuktikan bahwa citra merek mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan seperti yang diungkapkan oleh (Dewi, 2012) yang menyatakan bahwa variabel iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen vaseline hand and *body lotion* di kota Padang. Variabel citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen vaseline hand and *body lotion* di kota Padang. variabel kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen vaseline hand and *body lotion* di kota Padang.

2.6 Ringkasan Sumber Pustaka

Tabel 2.6.1 Artikel 1

Judul	Pengaruh Mutu Pelayanan Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Loyalitas Pasien Serta Kepuasan Pasien Sebagai Intervening Di Instalasi Peristi Rsud Dr. Soebandi Jember
Kata Kunci	Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit, Kepuasan Pasien Dan Loyalitas Pasien
Tahun Publikasi	2017
Jenis Pustaka	Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia
Nama Penulis	Siti Aminah, Dwi Cahyono, Toni Herlambang
Lokasi Penerbit	Jember, Indonesia
Vol/Edisi	Vol. 7 No. 2
Url	https://Academic.Microsoft.Com/Paper/2808380377/Citedby/Search?Q=PENGARUH%20MUTU%20PELAYANAN%20DAN%20CITRA%20RUMAH%20SAKIT%20TERHADAP%20LOYALITAS%20PASIEN%20SERTA%20KEPUASAN%20PASIEN%20SEBAGAI%20INTERVENING%20DI%20INSTALASI%20PERISTI%20RSD%20dr.%20SOEBANDI%20JEMBER&Qe=Rid%253D2808380377&F=&Orderby=0

Abstrak :

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Mutu Pelayanan Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Loyalitas Pasien Serta Kepuasan Pasien Sebagai Intervening Di Instalasi Peristi RSUD Dr. Soebandi Jember. Literatur ini dipilih sebagai tinjauan pustaka penulis karena menjelaskan terkait pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas dan kepuasan pasien.

Permasalahan yang terjadi adalah ditemukan adanya keluhan ketidakpuasan pasien terhadap mutu pelayanan. Hal ini terbukti adanya 10 surat masuk yang menunjukkan ketidakpuasan pasien terhadap pelayanan di Rumah Sakit dr Soebandi Jember. Penyebab diantaranya ketidakpuasan terhadap keterbatasan

penunjang medik, obat-obatan, pelayanan dokter dan pelayanan administrasi dalam periode bulan Juli 2015 sampai dengan Maret 2016.

Teknik analisis yang digunakan adalah path analysis. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Berdasarkan hipotesis kedua, citra rumah sakit berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Setelah dilakukan pengujian dan analisis data diperoleh hasil yang menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Rawat inap Peristi RSD dr. Soebandi Jember terbukti kebenarannya atau H2 diterima. Hal ini disebabkan adanya aspek-aspek yang berkaitan dengan citra rumah sakit yang telah memberikan dampak positif terhadap kepuasan pasien Rawat inap Peristi RSD dr. Soebandi Jember. Aspek-aspek citra rumah sakit tersebut diantaranya adalah: pelayanan yang disediakan, kebijakan perusahaan dan reputasi perusahaan.

Berdasarkan hipotesis keempat, citra rumah sakit berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Setelah dilakukan pengujian dan analisis data diperoleh hasil yang menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien Rawat inap Peristi RSUD Dr. Soebandi Jember, terbukti kebenarannya atau H4 diterima. Hal ini bisa disebabkan adanya aspek-aspek yang berkaitan dengan citra rumah sakit telah mampu menciptakan loyalitas pasien Rawat inap Peristi RSD dr. Soebandi Jember

Tabel 2.6.2 Artikel 2

Judul	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pasien (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Syarif Hidayatullah)
-------	---

Kata Kunci	Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pasien, Loyalitas Pasien
Tahun Publikasi	2014
Jenis Pustaka	Skripsi Uin Syarif Hidayatullah Jakarta
Nama Penulis	Fitriansah
Lokasi Penerbit	Jakarta
Vol/Edisi	-
Url	https://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/27776

Abstrak :

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pasien. Literatur ini dipilih sebagai tinjauan pustaka penulis karena menjelaskan terkait pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan dan loyalitas pasien.

Permasalahan yang terjadi adalah persaingan akan rumah sakit di Tangerang yang cukup ketat. Dengan adanya persaingan tersebut maka bagi Rumah Sakit Syarif Hidayatullah perlu melakukan peningkatan kepuasan terhadap pasien. Kepuasan pelanggan akan tercipta dari beberapa faktor salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah citra merek. Merek pada hakikatnya adalah merupakan suatu janji penjual kepada konsumen untuk secara konsisten memberi seperangkat, atribut, manfaat dan pelayanan. Produk dengan kualitas dan model dari kemasan yang relatif sama saat ini dapat memiliki kinerja dan kualitas yang berbeda-beda di pasar karena adanya perbedaan persepsi konsumen terhadap merek produk tersebut.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan alat

analisis AMOS 24.0. Variabel citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien sebesar 41,8%. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan pasien dipengaruhi oleh citra merek, maka Rumah Sakit Syarif Hidayatullah harus meningkatkan *image* rumah sakit yang baik dengan meningkatkan pelayanan, fasilitas, variasi layanan yang berkualitas dengan melakukan peningkatan fasilitas bagi pasien.

Variabel citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien sebesar 16,6%. Hal ini membuktikan bahwa citra merek sangat menentukan dalam peningkatan loyalitas pasien, peningkatan loyalitas melalui citra merek dapat dilakukan dengan melakukan perbaikan dalam segala hal, baik harga yang standar atau sesuai dengan pendapatan, peningkatan fasilitas lebih baik, pelayanan yang maksimal dan keamanan bagi pasien ketika menjalani pengobatan.

Tabel 2.6.3 Artikel 3

Judul	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Dan Implikasinya Pada Loyalitas Pasien
Kata Kunci	Service Quality, Hospital Image, Trust, Satisfaction, Loyalty
Tahun Publikasi	2018
Jenis Pustaka	Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang
Nama Penulis	Afrizal And Suhardi
Lokasi Penerbit	Pangkal Pinang
Vol/Edisi	Issn: 2443-2164
Url	https://Academic.Microsoft.Com/Paper/2918438946/Related

Abstrak :

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien dan Implikasinya Pada Loyalitas Pasien. Literatur ini dipilih sebagai tinjauan pustaka penulis karena menjelaskan terkait pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan dan loyalitas pasien.

Permasalahan yang terjadi adalah pelayanan yang diterima oleh pasien di Rumah Sakit Bakti Timah Pangkal Pinang kurang memuaskan, terutama terkait dengan proses pendaftaran, waktu menunggu kedatangan Dokter, serta ruang tunggu yang membuat pasien kurang nyaman. Disamping itu pasien BPJS juga tidak dilayani sepenuh hati, seperti kurang tanggap dalam melayani pasien, dan juga sedikit dokter yang mampu memberikan solusi ataupun tanggapan tentang penyakit saat berkonsultasi.

Populasi yang dalam penelitian ini adalah semua pasien yang datang ke Poliklinik Gigi Tahun 2015 sebanyak 2.468 Orang dengan rata-rata perbulan 206 Orang dan minimal 2- 3 kali berobat ke Poliklinik Gigi Rumah Sakit Bakti Timah Pangkalpinang. Penentuan jumlah sampel dari populasi keseluruhan yang berjumlah 206 orang rata-rata perbulan dalam penentuan besarnya sampel, penulis menggunakan metode slovin (Riduwan 2005: 65), sehingga diperoleh sampel dalam penelitian ini berjumlah 136 orang responden. Masalah ini dianalisis menggunakan alat uji model persamaan struktural, maka rancangan analisis verifikatif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang mengungkap hubungan dan pengaruh antar variabel yang diteliti

Hasil perhitungan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien sebesar 0.157 standar deviasi, selanjutnya hasil perhitungan citra Rumah Sakit terhadap kepuasan pasien sebesar 0.165 dan besar pengaruh langsung dari variabel kepercayaan terhadap kepuasan sebesar 0.627. Pengujian hipotesis menunjukkan semua nilai pengaruh ini memiliki nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel (1.978). Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa ketiga hipotesis nol ditolak. Ini artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan rumah sakit, citra rumah sakit dan kepercayaan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Poliklinik Gigi pada rumah sakit Sakit Bakti Timah Pangkalpinang

Variabel citra rumah sakit (hospital brand image) memberikan pengaruh sebesar 0.627 standar deviasi terhadap kepuasan. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang dapat dimaknai bahwa jika terjadi perubahan dari citra rumah sakit (hospital brand image) dalam satuan standar deviasi sebesar satu unit maka akan mampu meningkatkan kinerja sebesar 0.287 standar deviasi. Variabel kepercayaan memberikan pengaruh 0.627 standar deviasi terhadap kepuasan. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang dapat dimaknai bahwa jika terjadi perubahan dari kepercayaan dalam standar deviasi sebesar satu unit maka akan mampu meningkatkan kinerja sebesar 0.627 standar deviasi. Variabel kepercayaan adalah variabel yang paling memberikan kontribusi besar terhadap kinerja dibandingkan variabel kualitas pelayanan dan citra rumah sakit (hospital brand image). Variabel Kepuasan memberikan pengaruh sebesar 0.863 standar deviasi terhadap loyalitas. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan

signifikan terhadap loyalitas pasien poliklinik gigi Bakti Timah Pangkalpinang. Kepuasan yang semakin tinggi terbukti meningkatkan loyalitas pasien.

Tabel 2.6.4 Artikel 4

Judul	Pengaruh Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien (Studi Pada Rumah Sakit Umum Kardinah Tegal)
Kata Kunci	Citra, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas
Tahun Publikasi	2018
Jenis Pustaka	Multiplier
Nama Penulis	M. Andi Ardiyanto Dan Tabrani
Lokasi Penerbit	Tegal
Vol/Edisi	Vol. III No. 1
Url	https://academic.microsoft.com/paper/3001414317/related

Abstrak :

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Citra Rumah Sakit dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien (Studi Pada Rumah Sakit Umum Kardinah Tegal). Literatur ini dipilih sebagai tinjauan pustaka penulis karena menjelaskan terkait pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas dan kepuasan pasien.

Permasalahan yang terjadi adalah banyaknya pasien RSUD Kardinah Tegal ini banyak complain, hal ini diketahui setelah melakukan pengamatan langsung dengan menyurvei beberapa pasien dan adanya keluhan dari konsumen yang terdapat pada layanan via sms dan saran yang telah disediakan oleh RSUD Kardinah Tegal, belum semua ditanggapi secara maksimal oleh pihak RSUD Kardinah Tegal, terbukti dengan masih banyaknya keluhan-keluhan yang sama tentang citra rumah sakit dan kualitas pelayanan pada RSUD Kardinah Tegal.

Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian survei. Peneliti menggunakan jenis penelitian survei karena penelitian yang dilakukan pada populasi yang cukup besar, namun data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologi maupun psikologi

Hasil yang diperoleh adalah nilai signifikan pengaruh variabel citra terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar $0,016 < 0,05$ dan nilai standard estimate bertanda positif menunjukkan bahwa variabel citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pasien. Semakin tinggi citra RSUD Kardinah Tegal maka semakin tinggi kepuasan pasien RSUD Kardinah Tegal, begitu sebaliknya. Dan nilai signifikan pengaruh variabel citra terhadap loyalitas pasien adalah sebesar $0,036 < 0,05$ dan nilai standard estimate bertanda positif menunjukkan bahwa variabel citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pasien. Semakin tinggi citra RSUD Kardinah Tegal maka semakin tinggi loyalitas pasien, begitu sebaliknya

Tabel 2.6.5 Artikel 5

Judul	Studi Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Awal Bros Tangerang
Kata Kunci	Hospital Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer
Tahun Publikasi	2019
Jenis Pustaka	Jurnal Manajemen Bisnis
Nama Penulis	Agung Sulistyono, Ari s Gu milar
Lokasi Penerbit	Tangerang
Vol/Edisi	Vol. 8I No. 2
Url	https://academic.microsoft.com/paper/2981029732/related

Abstrak :

Penelitian ini membahas tentang Studi Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Awal Bros Tangerang. Literatur ini dipilih sebagai tinjauan pustaka penulis karena menjelaskan terkait pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Permasalahan yang terjadi adalah banyaknya pasien yang complain ke rumah sakit Awal Bros. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah bentuk analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian yang telah diajukan sebelumnya. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisa normalitas data, dan analisis jalur.

Dari hasil perhitungan diperoleh koefisien jalur $P31 = 0,23228$ dengan nilai thitung sebesar $2,61345 > t_{tabel} 1,66$ maka H_0 di tolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh langsung positif Citra Rumah Sakit terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil perhitungan diperoleh Koefisien jalur $PY1 = 0,35549$ dengan nilai thitung sebesar $4,11860 > t_{tabel} 1,66$ maka H_0 di tolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh langsung positif Citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung positif Citra Rumah Sakit terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Awal Bros Tangerang. Terdapat pengaruh langsung positif Citra rumah sakit terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Sakit Awal Bros Tangerang.

Tabel 2.6.6 Artikel 6

Judul	Pengaruh Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri
Kata Kunci	Hospital Brand Image, Service Quality, C Ustomer Satisfaction, C Ustomer Loyalty.
Tahun Publikasi	2016
Jenis Pustaka	Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia
Nama Penulis	Margita Enno Yunida
Lokasi Penerbit	Yogyakarta
Vol/Edisi	Vol. 5 No. 3
Url	https://Academic.Microsoft.Com/Paper/2345093810/Related

Abstrak :

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri. Literatur ini dipilih sebagai tinjauan pustaka penulis karena menjelaskan terkait pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Permasalahan yang terjadi adalah banyaknya Pasien Rumah Sakit Amal Sehat ini bukan berarti Rumah Sakit Amal Sehat minim complain. Setelah melakukan pengamatan langsung dengan mensurvei sebanyak 20 pasien Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri, hasil yang diperoleh adalah Sebanyak 18 pelanggan (90%) menyatakan bahwa RS amal sehat Wonogiri tidak memiliki lahan parkir yang luas, kemudian sebanyak 17 pelanggan (85%) menyatakan kurang puas dengan respon staff RS amal sehat. Sedangkan yang menyatakan bahwa jam kedatangan dokter selalu berubah dan menyatakan bahwa ruang UGD RS amal sehat Wonogiri yang sempit sebanyak 14 pelanggan (70%). Sedangkan yang

menyatakan bahwa kurang puasnya pelayanan kesehatan yg diberikan RS Amal Sehat sejumlah 9 pelanggan (45%), sebanyak 6 pelanggan (30%) menyatakan bahwa tidak akan menggunakan kembali jasa pelayanan kesehatan di RS amal sehat. Kemudian sebanyak 9 pelanggan (45%) menyatakan bahwa biaya RS amal sehat mahal, dan sebanyak 11 pelanggan (55%) menyatakan bahwa ruang tunggu yang disediakan masih terbatas, dan 5 pelanggan (25%), menyatakan bahwa rumah sakit melakukan Mal Praktik terhadap pasien

Metode penelitian ini termasuk jenis penelitian survei. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (Path Analysis).

Hasil penelitian menemukan : 1) Ada pengaruh signifikan antara dimensi citra rumah sakit terhadap kepuasan pelanggan pada RS Amal Sehat Wonogiri, 2) ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di rs amal sehat wonogiri, 3) ada pengaruh signifikan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di rs amal sehat wonogiri, 4) ada pengaruh signifikan antara variabel citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan di rs. amal sehat wonogiri, 5) ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di rs amal sehat wonogiri dan 6) ada pengaruh positif signifikan citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

Tabel 2.6.7 Artikel 7

Judul	Pengaruh Citra Merek Rumah Sakit Citra Medika Depok Terhadap Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien Dan Loyalitas Pasien
Kata Kunci	Rumah Sakit, Pasien, Kualitas, Pelayan, kepuasan,

	Loyalitas
Tahun Publikasi	2017
Jenis Pustaka	Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia
Nama Penulis	Ikha Cahya Mei Yunita, Yanuar Jak, Rachmad
Lokasi Penerbit	Jakarta
Vol/Edisi	Vol. 1 no. 1
Url	https://academic.microsoft.com/paper/2984047068/related

Abstrak :

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Citra Merek Rumah Sakit Citra Medika Depok Terhadap Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien Dan Loyalitas Pasien. Literatur ini dipilih sebagai tinjauan pustaka penulis karena menjelaskan terkait pengaruh citra merek rumah sakit terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien.

Permasalahan yang terjadi adalah 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.

Penulis menggunakan teknik analisa Structural Equation Modelling (SEM). 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.

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik hasil kesimpulan sebagai berikut: 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, sehingga loyalitas pasien pun menurun.

Tabel 2.6.8 Artikel 8

Judul	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Mitra Keluarga Tegal
Kata Kunci	Kualitas, Citra, Kepuasan Dan Loyalitas
Tahun Publikasi	2018
Jenis Pustaka	Jurnal Monex Volume 7 Nomor 1
Nama Penulis	Imam Bukhari, Bahri Kamal, Mella Katrina Sari
Lokasi Penerbit	Tegal
Vol/Edisi	Volume 7 Nomor 1
Url	https://Garuda.Ristekbrin.Go.Id/Documents/Detail/620946

Abstrak :

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Mitra Keluarga Tegal. Literatur ini dipilih sebagai tinjauan pustaka penulis karena menjelaskan terkait pengaruh citra merek rumah sakit terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien.

Permasalahan yang terjadi adalah berkaitan dengan strategi pemasaran dari RS Mitra Keluarga Tegal yang lebih berorientasi pada upaya untuk mengarahkan para pasien maupun calon pasien untuk lebih setia pada layanan jasa yang diberikan, maka penelitian ini lebih difokuskan kepada pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien.

Penelitian ini adalah penelitian survey yang dilakukan untuk menyebarkan daftar pernyataan kepada pasien rawat inap RS Mitra Keluarga Tegal yang hendak pulang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan sampling dan sensus.

Hasil penelitian ini antara lain: Berdasarkan persamaan regresi $Y = 1,095 + 0,536 X_1 + 0,177 X_2 + 0,122 X_3$ menunjukkan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien rawat inap menilai baik citra rumah sakit dengan skor rata-rata 4,32. Pasien yang memperoleh pengalaman yang memenuhi harapannya dan merasa puas atas pelayanan yang diterimanya akan memiliki sikap positif terhadap sebuah rumah sakit. Sikap pasien ini akan menunjukkan proses pembelian di masa yang akan datang yaitu dengan melakukan konsumsi ulang atau menceritakan kepada orang lain.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa : 1) koefisien regresi untuk variabel citra perusahaan (rumah sakit) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pasien di RS Mitra Keluarga Tegal. 2) Koefisien regresi untuk variabel kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pasien di RS Mitra Keluarga Tegal.

Tabel 2.6.9 Artikel 9

Judul	Pengaruh Citra, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah Dr. Soebandi Kabupaten Jember
Kata Kunci	Brand image, service quality, satisfaction, patient loyalty

Tahun Publikasi	2013
Jenis Pustaka	Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen (JEAM)
Nama Penulis	Nurullah Hidajahningtyas, Andi Sularso, Imam Suroso
Lokasi Penerbit	Jember
Vol/Edisi	Vol XII No. 1/2013
Url	https://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/330317

Abstrak :

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Citra, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah Dr. Soebandi Kabupaten Jember. Literatur ini dipilih sebagai tinjauan pustaka penulis karena menjelaskan terkait pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan dan loyalitas pasien.

Permasalahan yang terjadi adalah Wu (2011) menemukan bukti bahwa citra rumah sakit memiliki pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa citra 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 citra poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi apakah mempengaruhi loyalitas untuk selalu menggunakan layanannya kembali melalui kualitas layanan dan kepuasan pasien.

Penelitian ini merupakan Explanatory Research yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Purposive Sampling. Purposive Sampling merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria – kriteria tertentu. Jumlah kuesioner yang disebar menggunakan Teknik Purposive Sampling dengan menggabungkan Quota Sampling dan Accidental Sampling.

Pengujian hipotesis menunjukkan hasil sebagai berikut: 1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap kualitas layanan. Berdasarkan pengujian dapat diambil keputusan bahwa H1 penelitian diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap kualitas layanan. 2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Berdasarkan pengujian dapat diambil keputusan bahwa H2 penelitian diterima. citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap kepuasan pasien. 3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Berdasarkan pengujian dapat diambil keputusan bahwa H3 - penelitian diterima. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit dr. Soebandi, semakin tinggi kepuasan pasien. 4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Berdasarkan pengujian dapat diambil keputusan bahwa H4 - penelitian ditolak. Pasien bisa jadi tetap memutuskan untuk berkunjung ulang meskipun menerima kualitas layanan yang kurang baik atau sebaliknya. 5. Hipotesis kelima menyatakan bahwa kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Berdasarkan pengujian dapat diambil keputusan bahwa

H5 - penelitian diterima. Semakin tinggi tingkat kepuasan pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien. 6. Hipotesis keenam menyatakan bahwa citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Berdasarkan pengujian dapat diambil keputusan bahwa H6 penelitian ditolak. Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas pasien. 7. Mekanisme pengaruh citra terhadap loyalitas melalui variabel kualitas layanan dan kepuasan pasien. Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi mempengaruhi persepsi kualitas layanan yang kemudian mempengaruhi kepuasan yang dirasakan sehingga membentuk loyalitas pasien. Kepuasan pasien secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pasien yang menimbulkan minat pasien untuk kembali berobat serta merekomendasikan pelayanan rumah sakit pada teman dan keluarga. Kualitas layanan dipengaruhi oleh persepsi pasien terhadap citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi.

Tabel 2.6.10 Artikel 10

Judul	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Citra Rumah Sakit, Kepuasan Pasien Dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas Pasien (Studi Pada Pasien Rawat Inap RSUD Tugurejo Semarang)
Kata Kunci	Service Quality, Corporate Image, Hospital Image, Facility, Customer Satisfaction, Patient Satisfaction, Customer Loyalty, Patient Loyalty.
Tahun Publikasi	2017
Jenis Pustaka	Diponegoro Journal Of Management
Nama Penulis	Lyrissa Gisela Sharon, Suryono Budi Santoso
Lokasi Penerbit	Semarang
Vol/Edisi	Vol 6 No 3
Url	https://academic.microsoft.com/paper/2739083643/related

Abstrak :

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Citra Rumah Sakit, Kepuasan Pasien Dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas Pasien (Studi Pada Pasien Rawat Inap RSUD Tugurejo Semarang). Literatur ini dipilih sebagai tinjauan pustaka penulis karena menjelaskan terkait pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien.

Permasalahan yang terjadi adalah data jumlah pasien rawat inap RSUD Tugurejo tertinggi adalah pada Maret 2016, tetapi pada bulan selanjutnya mengalami penurunan. Selanjutnya, bila dibandingkan dengan jumlah kunjungan pasien tahun 2015, jumlah kunjungan pasien rawat inap mengalami penurunan 6,005% (23.029 pasien di tahun 2015, dan 21.646 di tahun 2016). Jika hal ini dibiarkan terus maka pasien RSUD Tugurejo akan memilih mempergunakan layanan kesehatan rumah sakit lain. Tren keluhan pasien rawat inap berdasarkan data RSUD Tugurejo meningkat. Keluhan terbanyak ditujukan kepada bidang penunjang (39 keluhan), pelayanan (36 keluhan), dan keperawatan (19 keluhan). Melihat jumlah keluhan tahunan dengan jumlah sedikit dalam setahun, dipersepsikan bahwa pasien masih kurang terbuka dalam mengungkapkan aspirasinya, atau tidak mengerti metode penyampaian keluhan, atau tidak tersedia atau kurang terlihatnya kotak saran / keluhan

Penelitian ini menggunakan metode SEM (Structrural Equation Modeling) dan dioperasikan dengan program Amos versi 21.0 (Analysis of Moment Structures). Dalam penelitian ini, populasi yang dipakai adalah seluruh pasien rawat inap RSUD Tugurejo. Karena pasien rawat inap RSUD Tugurejo tak

terhingga jumlahnya maka diperlukan tindakan pengambilan sampel (nonprobability sampling). Penelitian ini menggunakan purposive sampling (pengumpulan data) yaitu pengambilan sampel secara bertujuan atau dengan alasan.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra rumah sakit rawat inap RSUD Tugurejo. Hasil pengujian hipotesis dalam analisis Amos yang menghasilkan estimate 0,402 dan C.R sebesar 4.385 yang berarti memenuhi persyaratan (>1.96) dengan nilai p *** (0,000) yang berarti memenuhi syarat ($< 0,05$). Dengan demikian dapat diartikan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra rumah sakit. Yang berarti hipotesis 6 penelitian ini diterima. Pengaruh tersebut menandakan bahwa semakin memadai fasilitas pada RSUD Tugurejo semakin baik pula citra RSUD Tugurejo. Pihak pengelola yang menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap, dapat digunakan sehingga memudahkan dan memberi kenyamanan dalam transaksi, serta dapat digunakan dengan mudah oleh semua pemakai fasilitas tersebut memberi kesan positif bagi organisasi sehingga reputasi organisasi tersebut menjadi baik. Selanjutnya, berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat inap RSUD Tugurejo. Hasil uji hipotesis dalam analisis Amos menghasilkan Estimate 0,248 dan C.R sebesar 3,382 yang berarti memenuhi syarat yaitu $> 1,96$ dengan nilai p sebesar *** (0,000) yang berarti memenuhi syarat (1,96), dengan nilai p sebesar *** atau 0,000 yang berarti memenuhi syarat ($<0,005$). Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan

pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Yang berarti hipotesis 8 penelitian ini diterima. Pengaruh tersebut menandakan bahwa semakin tinggi kepuasan pasien rawat inap RSUD Tugurejo maka semakin tinggi pula loyalitas pasien rawat inap RSUD Tugurejo. Loyalitas atau kesetiaan pelanggan terhadap organisasi ialah sikap/tindakan yang nyata dari puasnya pelanggan terhadap pengalaman bertransaksi di organisasi tersebut.

Tabel 2.6.11 Artikel 11

Judul	Pengaruh Citra Merek, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Untuk Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Semen Gresik
Kata Kunci	Brand Image, Facility, Service's Quality, Satisfaction, Loyalty
Tahun Publikasi	2014
Jenis Pustaka	Manajerial
Nama Penulis	Nur Jannah
Lokasi Penerbit	Gresik
Vol/Edisi	Vol 2 No 1
Url	https://Academic.Microsoft.Com/Paper/2946380545/Related

Abstrak :

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Citra Merek, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Untuk Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Semen Gresik. Literatur ini dipilih sebagai tinjauan pustaka penulis karena menjelaskan terkait pengaruh citra merek rumah sakit terhadap kepuasan dan loyalitas pasien.

Permasalahan yang terjadi adalah Pada tahun 2011, laboratorium Rumah Sakit Semen Gresik kembali mengikuti uji mutu internasional untuk pemeriksaan Hematologi dan Kimia Klinik. Berdasarkan hasil EQAS sebelumnya, hasil

laboratorium Rumah Sakit Semen Gresik sangat baik. Apabila dibandingkan dengan laboratorium di seluruh dunia, dari beberapa siklus yang dilakukan, peringkat laboratorium Rumah Sakit Semen Gresik antara 300-400 dari 1400-an laboratorium di seluruh dunia. Daya saing tinggi tersebut dapat memberikan kepuasan dan akan berefek pada adanya loyalitas pasien untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Semen Gresik, salah satunya adalah untuk instalasi rawat jalan. Keadaan ini sama seperti yang dikemukakan Garpesz (Laksana, 2008), “Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi”. Jika pelanggan atau pasien rawat jalan merasa puas dengan pelayanan kesehatan yang diberikan oleh Rumah Sakit Semen Gresik, maka dapat dikatakan akan berefek pada loyalitas pasien untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan di sini. Loyalitas dapat diterjemahkan menjadi kesediaan pelanggan untuk membayar harga yang lebih tinggi – seringkali 20% sampai 25% lebih tinggi dari merek pesaing. Artinya penetapan merek dapat menjadi alat yang berguna untuk mengamankan keunggulan kompetitif (Kotler dan Keller, 2009). Kepuasan maupun loyalitas pasien dapat dipengaruhi oleh citra merek, fasilitas maupun kualitas pelayanan.

Metode Nonprobability Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sampling Insidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100. Teknik pengambilan sampel

dengan menggunakan Nonprobability Sampling. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan metode path analysis (analisis jalur).

Hasil penelitian dari variabel citra merek/ brand image berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien rawat jalan dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Semen Gresik. Variabel citra merek/ brand image, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pasien rawat jalan dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Semen Gresik