

Pengaruh Kualitas Layanan, dan *Customer Relationship Management* Terhadap Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Tingkat II Tentara Nasional Indonesia

Oleh :

Sutrisno

Mahasiswa Program Doktor Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi Untag Surabaya
Email: trisno0461@gmail.com

Abstract

Indonesian National Army Hospitals (RS TNIs) is one of hospitals that servicing the Indonesian National Army (TNI) big family and public community. In the competitive and dynamics situation like today's era, RS TNIs need to watch the change happened due to the policy change of health services in hospital. In 2014 there was happened the fundamental change of the health services in hospital related to the entry of National Health Insurance (JKN) into force that guarantes all Indonesian people. This change concerned to financial management, funding, membership, treatment procedures, types of services covered and not covered, referral system, pattern rates, claim, supervisory and evaluation. The number of regulatory changes in the new era of health care in Indonesia have trigered other changes, in particular hospital customer behavior. This case is interesting to study.

Population in this research was the customers in 15 TNI's hospitals in Indonesia, who have been treated twice or more in the TNI level two hospitals, at class 1, class 2 and class 3 treatment rooms. From the testing result on models in this research, by the Maximum Likelihood Estimates (ML), the analysis structural equation (SEM) model, the proportional random sampling method and the assistance of software Amos 22, on 200 respondents.

The model testing (fit) of research data may viewed from GFI, AGFI, TLI, CFI, and RMSEA values, which respectively were 0.902, 0.904, 0.921, 0.952 and 0.0690. that all of those in the expected value range thus the model can be accepted.

The research results indicated that: 1). Service quality is influential on customer satisfaction. 2). Service quality is influential on customer loyalty. 3). Customer relationship management is influential on customer satisfaction. 4). Customer relationship management is insignificantly influential on customer loyalty. 5). Customer satisfaction is influential on customer loyalty.

Key words: *Service quality, CRM, Customer satisfaction, Customer loyalty.*

PENDAHULUAN

Rumah Sakit Tentara Nasional Indonesia (RS TNI) merupakan salah satu rumah sakit yang melayani keluarga besar Tentara Nasional Indonesia (TNI) dan masyarakat umum. Dalam situasi yang sangat kompetitif dan dinamis seperti era sekarang

ini, RS TNI perlu mencermati perubahan yang terjadi akibat perubahan kebijakan layanan kesehatan di rumah sakit. Pada tahun 2014 terjadi perubahan secara mendasar layanan kesehatan di rumah sakit terkait dengan mulai berlakunya Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang memberikan jaminan pelayanan

kesehatan bagi seluruh masyarakat Indonesia. Perubahan ini menyangkut tata kelola keuangan, pembiayaan, kepesertaan, prosedur berobat, jenis layanan yang ditanggung dan tidak ditanggung, sistem rujukan, pola tarif, klaim, pengawasan dan evaluasi. Banyaknya perubahan regulasi di era baru layanan kesehatan di Indonesia ini memicu perubahan perilaku khususnya keputusan berobat pasien rumah sakit.

Peraturan pelayanan kesehatan seperti tertera pada pasal 32 ayat (1) UU BPJS yang mengatur layanan obat dan bahan medis habis pakai menyebutkan layanan obat dan bahan medis habis pakai untuk peserta jaminan kesehatan pada fasilitas kesehatan berpedoman pada daftar dan harga obat, dan bahan medis habis pakai yang ditetapkan oleh Menteri. Pasien anggota TNI dalam layanan kesehatan RS TNI sebelum era BPJS mendapat fasilitas layanan obat dan bahan medis habis pakai secara penuh. Setelah bergabung dalam layanan BPJS maka RS TNI harus memenuhi ketentuan dalam UU BPJS sehingga ada beberapa bahan medis habis pakai yang tak dapat diberikan. Keterbatasan pelayanan obat, alat kesehatan dan bahan medis habis pakai akan menurunkan mutu pelayanan kesehatan. Persoalan ini juga memicu ketidakpercayaan pasien terhadap rumah sakit TNI karena rumah sakit TNI tidak lagi memberi manfaat sebesar seperti sebelum era Jaminan Kesehatan Nasional.

Schiffman dan Kanuk (2010) dalam Sumarwan(2014:357) mendefinisikan “suatu keputusan sebagai suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif”. Pasien yang hendak berobat ke rumah sakit, mempunyai pilihan rumah sakit baik rumah sakit TNI maupun rumah sakit non TNI. Terkait dengan pilihan merek ini Escalas (1996) dalam Sumarwan (2014: 88) mengemukakan suatu konsep yang disebut *meaningful self - brand connections*, yaitu hubungan bermakna yang mempengaruhi sikap terhadap merek, kecenderungan perilaku, dan perilaku dari konsumen. Konsumen memiliki konsep diri, selain itu juga memiliki persepsi atau citra

merek terhadap jasa yang akan digunakan. Beberapa produk atau jasa sering diposisikan sebagai produk yang eksklusif atau merek yang berbeda dengan merek-merek lainnya. Harus dipahami bahwa ada kelompok konsumen yang memiliki konsep diri sebagai seseorang yang menganggap dirinya sangat penting dan berbeda dari kebanyakan orang lain. Hal ini juga terjadi pada pelayanan kesehatan di rumah sakit TNI. Anggota TNI dan keluarganya merupakan pasien eksklusif dan penting sehingga harus diutamakan pelayanannya. Mereka harus mendapat pelayanan yang lebih baik dan tidak bisa disamakan dengan pasien non TNI. Sementara itu jaminan kesehatan yang diberikan oleh BPJS penuh dengan keterbatasan. Pemberian pelayanan kesehatan rawat inap tingkat lanjutan bagi anggota TNI sebagaimana tertera dalam pasal 60 Peraturan BPJS Nomor 1 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan, hanya memberikan ruang perawatan sampai dengan kelas 1. Pada era sebelum berlaku JKN, kelompok perwira menengah dan perwira tinggi mendapat pelayanan kesehatan di ruang VIP. Kondisi demikian akan menimbulkan ketidakpuasan pasien terutama pasien keluarga besar TNI. Selain itu rumah sakit TNI tidak dipercaya lagi sebagai pilihan mereka karena tidak sesuai dengan konsep diri mereka.

RS TNI diramalkan akan terjadi penurunan jumlah pasien yang dirawat, hari perawatan dan tingkat penggunaan tempat tidur berdasarkan kendala-kendala yang ada. Ini terlihat pada data di salah satu rumah sakit tingkat II terbesar milik TNI - AD di Cimahi, yakni RS Dustira. Rumah Sakit Dustira adalah salah satu rumah sakit tingkat II terbesar di TNI dengan jumlah tempat tidur 505, merupakan rumah sakit yang telah terakreditasi paripurna dan terakreditasi sebagai rumah sakit pendidikan. Rumah sakit ini merupakan rumah sakit yang mengalami perkembangan pesat dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2011 angka pemakaian tempat tidur, *BOR (Bed Occupancy Rate)* per bulan tahun 2011 mencapai 64%, kemudian meningkat menjadi 73% di tahun 2012 dan meningkat lagi pada tahun 2013 menjadi 83%.

Jumlah pasien dirawat rata-rata per bulan meningkat dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2013, yaitu 1.768, 1.946 dan 2.245. Demikian pula hari perawatan menunjukkan *trend* meningkat dimana tahun 2011 jumlah 9905, 2012 bertambah menjadi 11.436 dan bertambah lagi tahun 2013 menjadi 12.380. Pada tahun 2014 jumlah *Bed Occupancy Rate* (BOR) dimana angka tertinggi sebelumnya adalah 83% kini menurun menjadi 46% di bulan Januari, 52% bulan Februari, 48% bulan Maret dan angka tertinggi bulan April hanya mencapai 51%. (Sub Direktorat Layanan Kesehatan TNI AD)

Ada enam rumah sakit yang mengalami penurunan BOR sejak beralihnya pengelolaan rumah sakit TNI dari pengelolaan mandiri menjadi rumah sakit mitra BPJS mulai 1 Januari 2014. Sedangkan sembilan rumah sakit lainnya mengalami kenaikan BOR seperti tampak dibawah ini.

Tabel 1.: BOR Rata-Rata RS TK II TNI Tahun 2013 dan Tahun 2014

No	NAMA RUMAH SAKIT	BOR 2013 (%)	BOR 2014 (%)
1	RS Iskandar Muda Banda Aceh	35	38
2	RS Putri Hujau Medan	59,96	62,5
3	RS dr. AK. Gani Palembang	70	80
4	RS M. Ridwan Meuraksa Jakarta	52,45	45,11
5	RS Dustira Cimahi	61 %	54%
6	RS dr. Soedjono Magelang	64,21	59
7	RS dr. Soepraoen Malang	49,14	51,58
8	RS dr. R. Hardjanto Balikpapan	69,81	86
9	RS Pelamonia Makassar	56	62
10	RS Udayana Denpasar	48	51,89
11	RS Pontianak	38,42	63
12	RS dr. Suyoto Jakarta	61	57,83
13	RS dr. Mintohardjo Jakarta	49,53	42,53
14	RS dr. Esnawan Antariksa Jakarta	52,24	56
15	RS dr. Moch. Salamun, Bandung	58	77

Sumber : Sub Direktorat Kekuatan Kesehatan Direktorat Kekuatan Pertahanan, Kementerian Pertahanan tahun 2014

Data tingkat hunian tempat tidur rumah sakit tingkat II TNI-AD seperti tertera dalam tabel 1.1., tampak fluktuatif, tergantung masing-masing strategi rumah sakit menerapkan strategi agar tidak banyak

pelanggan loyal yang berpindah ke rumah sakit lain. Salah satu cara meretensi perpindahan pelanggan dan mendatangkan pelanggan baru adalah dengan meningkatkan loyalitas pelanggan. Mempunyai pelanggan yang loyal dapat membantu rumah sakit dalam mengatasi ancaman pesaing seperti yang dikemukakan oleh Aaker dalam Tatik Suryani (2013): “nilai strategis kesetiaan pelanggan bagi perusahaan antara lain: mengurangi biaya pemasaran, menyediakan *trade leverage* bagi perusahaan, menarik pelanggan baru, perusahaan mempunyai waktu merespon ancaman”.

Beberapa aspek seperti mutu layanan, *Customer Relationship Management (CRM)* dan kepuasan mempunyai hubungan dengan loyalitas pelanggan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh para ahli pemasaran mengaitkan kepuasan dan mutu dengan loyalitas seperti yang dikemukakan oleh Lovelock C (2010) “Dasar bagi loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas layanan menjadi input utamanya, pelanggan yang sangat puas atau bahkan menyenangi layanan cenderung menjadi pendukung loyal perusahaan”.

Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada sebuah bisnis makanan dikaji oleh Rina Rachmawati dimana dalam salah satu kesimpulannya mengatakan bahwa kepuasan mempunyai peran dalam pembentukan loyalitas dan kepuasan memang bagian dari loyalitas namun hanya merupakan salah satu komponen loyalitas dan bukan bagian kunci dari hakikat sebuah loyalitas. Selaras dengan penelitian di atas adalah penelitian yang dilakukan oleh Hesti Kartika Sari yang berjudul *Efektivitas Loyalty Program* dalam *Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan menyimpulkan bahwa kepuasan melalui *Loyalty Program* berpengaruh terhadap loyalitas, namun tak bisa dijadikan sebagai satu-satunya alasan pelanggan untuk tetap bersikap loyal. Bisa jadi ada faktor-faktor lain yang bisa memberikan kontribusi positif bagi loyalitas pelanggan.

Perbaiki mutu layanan, dan kepuasan pelanggan rumah sakit melalui hubungan

relasional akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Peningkatan loyalitas pelanggan diyakini dapat meretensi perpindahan pasien ke rumah sakit lain dan meningkatkan minat beli jasa layanan kesehatan RS TNI. Menurut Buttle (2007:48) “Manajemen Hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management*) atau *CRM* adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara menguntungkan. *CRM* didukung data konsumen yang berkualitas dan teknologi informasi”.

Pengaruh *CRM* terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT BCA Tbk diteliti oleh Kartika Imasari dan Kezia K. Nursalin, menyimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan *journey without end*. Persaingan usaha semakin kompetitif, keunggulan teknologi dan peningkatan kualitas pelanggan merupakan faktor yang selalu mendorong perubahan yang dinamis dalam sektor jasa di Indonesia. Situasi demikian menyebabkan tak ada jaminan bahwa loyalitas pelanggan akan berlangsung lama. Oleh karena itu strategi dan aktivitas *CRM* harus dapat melayani kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Terdapat kesenjangan teoritik dan empirik berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti. Rina Rachmawati menyimpulkan bahwa kepuasan merupakan bagian dari loyalitas namun bukan merupakan bagian kunci dari loyalitas. Selaras dengan penelitian tersebut Hesti Kartika Sari juga menyimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas tetapi tak bisa dijadikan satu-satunya alasan karena masih ada faktor lain yang berkontribusi. Kaitan Loyalitas dan *CRM* diteliti oleh Kartika Imasari bahwa *CRM* berpengaruh terhadap Loyalitas tetapi tak menjamin loyalitas berlangsung lama. Guna memperoleh gambaran lengkap tentang Loyalitas pelanggan, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas layanan, *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap kepuasan pasien, dan loyalitas pasien di Rumah Sakit Tingkat II Tentara Nasional

Indonesia. Orisinalitas penelitian ini adalah terletak pada desain penelitian yang menghubungkan Kualitas Layanan dan *CRM* terhadap Loyalitas dengan variabel mediator Kepuasan Pasien. Hal inilah yang membedakan penelitian yang dilakukan penulis dengan peneliti peneliti sebelumnya.

Masalah Penelitian

Rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas layanan berpengaruh terhadap Kepuasan pasien RS Tingkat II Tentara Nasional Indonesia?
2. Apakah Kualitas layanan berpengaruh terhadap Loyalitas pasien RS Tingkat II Tentara Nasional Indonesia ?
3. Apakah *CRM* berpengaruh terhadap Kepuasan pasien RS Tingkat II Tentara Nasional Indonesia?
4. Apakah *CRM* berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien RS Tingkat II Tentara Nasional Indonesia?
5. Apakah Kepuasan Pasien berpengaruh terhadap Loyalitas pasien RS Tingkat II Tentara Nasional Indonesia ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis:

1. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia
2. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Loyalitas pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia
3. Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap Kepuasan pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia
4. Pengaruh *CRM* terhadap Loyalitas pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia
5. Pengaruh Kepuasan pasien terhadap Loyalitas pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan kesehatan adalah derajat dipenuhinya standar profesi dalam

Pengaruh Kualitas Layanan, dan *Customer Relationship Management* Terhadap
Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Tingkat II
Tentara Nasional Indonesia

pelayanan pasien dan terwujudnya hasil-hasil yang diharapkan profesi maupun pasien yang menyangkut pelayanan, diagnosa, terapi, prosedur atau tindakan pemecahan masalah klinis.

Customer Relationship Management

Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi bisnis terpadu yang mengintegrasikan faktor internal dan faktor eksternal dengan cara analisis data pelanggan menggunakan teknologi informasi, guna memperoleh perhatian pelanggan untuk meraih nilai seumur hidup sehingga perusahaan dan pelanggan memperoleh keuntungan dan manfaat.

Kepuasan Pasien

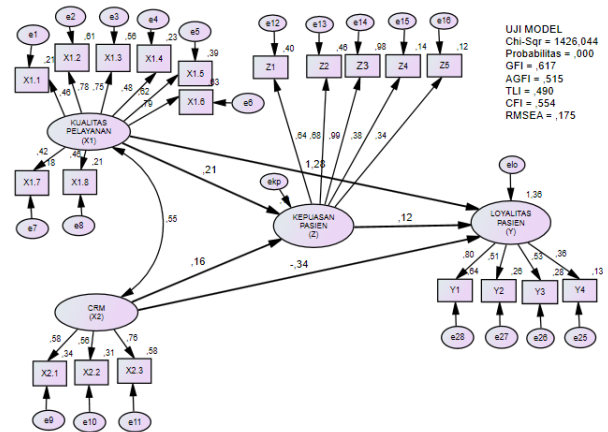
Kepuasan pasien adalah respon berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengonsumsi suatu produk atau layanan, atau sebagian kecil dari pengalaman itu, Buttle (2007: 29). Determinasi kepuasan pasien untuk jasa dikemukakan oleh Hasan (2013:99).

Loyalitas Pasien

Loyalitas pasien adalah kondisi psikologis (*attitudinal* dan *behavioural*) yang berkaitan erat dengan sikap terhadap atribut-atribut produk atau layanan yang berbeda sehingga konsumen membentuk keyakinan dan memutuskan untuk melakukan pembelian berulang, pembelian antar lini produk dan jasa, merekomendasikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing.

Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian

Dari penjelasan tentang latar belakang penelitian, rumusan penelitian, tujuan penelitian, penelitian terdahulu dan kajian teori, pada akhirnya dapat dikemukakan kerangka konseptual penelitian yang berfungsi sebagai penuntun untuk memudahkan dan memahami alur berfikir dalam penelitian ini Sebagai berikut:



Gambar 1.
Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia
2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia.
3. Manajemen hubungan pelanggan (CRM) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia.
4. CRM berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia.
5. Kepuasan Pasien berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia

Populasi dan Sampel Penelitian

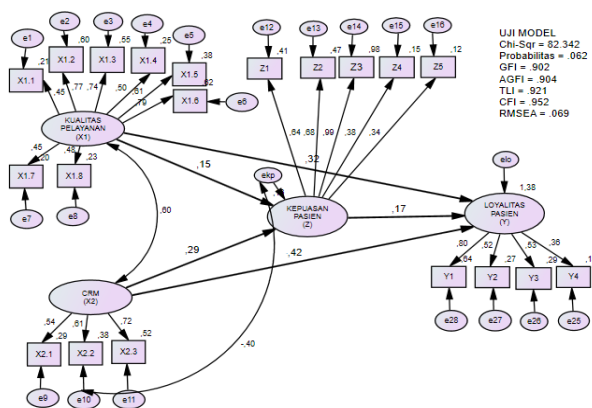
Populasi penelitian adalah pasien rawat inap per hari di 15 (lima belas) rumah sakit tingkat II TNI di seluruh Indonesia yakni 1 (satu) rumah sakit tingkat II Kementerian Pertahanan, 11 rumah sakit tingkat II TNI-AD, 2 (dua) rumah sakit tingkat II TNI AU dan 1 (satu) RS tingkat II TNI-AL. Populasi dalam penelitian ini adalah para pasien rumah sakit yang pernah dirawat dua kali atau lebih di rumah sakit tingkat dua TNI, di ruang perawatan kelas 1, kelas 2 dan kelas 3.

Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *metode proporsional random sampling* (teknik sampel proporsional). Sedang estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Maximum Likelihood Estimation* (MLE), dan jumlah sampel yang diteliti ditentukan dengan menggunakan acuan (Hair *et al.*, 2004, Ferdinand, 2010). Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 orang.

Alat Ukur

Variabel kualitas layanan ini secara operasional diukur dengan menggunakan 8 (tiga) indikator yang dikembangkan dari dimensi komitmen pegawai berdasarkan pendapat Lori Di Prete Brown dalam Wijono (1999:35), Luthans (2006), Garry dan Patrick (2006), yaitu: Kompetensi Teknis;. Akses; Efektivitas; Hubungan Antar Manusia; Efisiensi; Kelangsungan Pelayanan; Keamanan; Kenyamanan.

Variabel *Customer Relationship Management* (CRM) ini secara operasional diukur dengan menggunakan 3 (tiga) indikator yang diadopsi dan disesuaikan dari Kotler (2012) yaitu: *Continuity Marketing; One to One Marketing; Partnering Program;*



Gambar 2.
Struktural Model Penelitian

Variabel kepuasan pasien ini secara operasional diukur dengan menggunakan 4 (empat) indikator yang dikembangkan oleh Hasan (2013:99) yaitu: *Serviceability; Courtesy; Reliability; Tangible; Understanding The Customer.*

Variabel loyalitas pasien ini secara operasional diukur dengan menggunakan 4 (empat) yaitu; Pembelian Ulang; Rekomendasi ke orang lain (*Refers Others*); Membeli berbagai lini produk *Across Product*; Kekebalan terhadap pesaing; *Imunity*, hambatan pindah.

Tabel 2: Hasil Uji *Goodness of Fit Index Structural Final Model*

No	Goodness of Fit Index	Cut-off Value	Hasil Uji Model	Ket.
1	χ^2 / Chi-Square		82,342	Baik
2	Significance probability	$\geq 0,05$	0,062	Baik
3	GFI	$\geq 0,90$	0,902	Baik
4	AGFI	$\geq 0,90$	0,904	Baik
5	TLI	$\geq 0,95$	0,921	Baik
6	CFI	$\geq 0,95$	0,952	Baik
7	RMSEA	$\leq 0,08$	0,069	Baik

Sumber: Olahan peneliti

Hasil pengolahan data dengan menggunakan sampel sebesar 200 menunjukkan tingkat signifikansi untuk uji hipotesis perbedaan diatas adalah 82,342 dengan probabilitas 0,062. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan antara matrik kovarian sampel dan matrik kovarian populasi, sehingga hipotesis nol diterima (diterima jika probabilitas $\geq 0,05$). Sementara itu nilai dari GFI, AGFI, TLI, CFI, dan RMSEA masing-masing sebesar 0.902, 0.904, 0.921, 0.952 dan 0.069. semuanya berada pada rentang nilai yang diharapkan sehingga model dapat diterima.

Tabel 3. ; Koefisien Jalur Antar Variabel

Struktur Hubungan	Koefisien Jalur	Nilai C.R.	Probabilitas	Keterangan
CRM → Kepuasan	0.285	2.348	0.019	Signifikan
Pelayanan → Kepuasan	0.155	2.470	0.010	Signifikan
Pelayanan → Loyalitas	0.322	6.651	0.000	Signifikan
CRM → Loyalitas	0.419	3.250	0.001	Signifikan
Kepuasan → Loyalitas	0.166	3.041	0.002	Signifikan

Sumber: Olahan peneliti

HASIL
Pengujian Hipotesis 1

Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia. Tabel 3, menun-

jukkan bahwa terdapat pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan pasien sebesar 0,155, dengan $CR = 2,470$, dan signifikansi 0,010. Kualitas layanan yang baik yang sudah diberikan pihak rumah sakit TNI terhadap pasiennya, akan meningkatkan kepuasan pasien berarti hipotesis 1 diterima.

Pengujian Hipotesis 2

Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia. Tabel 3, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari kualitas layanan terhadap loyalitas pasien sebesar 0,322, dengan $CR = 6,651$, dan signifikansi 0,000. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, berarti hipotesis 2 diterima.

Pengujian Hipotesis 3

Manajemen hubungan pelanggan (*CRM*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia. Tabel 3, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel *CRM* terhadap kepuasan pasien sebesar 0,285, dengan $CR = 2,348$, dan signifikansi 0,019. *CRM* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, berarti hipotesis 3 diterima.

Pengujian Hipotesis 4

CRM berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia. Tabel 3, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel *CRM* terhadap Loyalitas pasien sebesar 0,419, dengan nilai $CR = 3,250$, dan signifikansi 0,001. *CRM* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien. Hal ini berarti hipotesis 4 diterima.

Pengujian Hipotesis 5

Kepuasan Pasien berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia. Tabel 3, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien sebesar 0,166, dengan $CR = 3,041$, dan signifikansi 0,002. Kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien berarti hipotesis 5 diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien

Koefisien jalur variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pasien RS Tingkat II Tentara Nasional Indonesia adalah 0,155 dengan nilai *critical ratio* (CR) 2.470 dan nilai probabilitas sebesar 0.010. Nilai probabilitas lebih kecil dari 0.05, hal ini menandakan pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pasien RS Tingkat II TNI adalah signifikan atau dapat dipercaya. Sedangkan nilai positif beta menjelaskan pengaruhnya bersifat searah, artinya keberhasilan RS Tingkat II TNI yang telah melaksanakan kualitas layanan yang baik yang tidak kalah dengan layanan pada rumah sakit umumnya memberikan kontribusi terhadap peningkatan kepuasan pasien RS Tingkat II TNI. Demikian juga sebaliknya kegagalan dalam melaksanakan kualitas layanan dapat menurunkan kepuasan pasien RS Tingkat II TNI. Sumbangan yang diberikan dalam kontribusi tersebut sebesar 0.155 atau 15,5%.

Hasil penelitian ini searah dengan temuan Rachmad Hidayat (2009), meneliti tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Pasien Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Bank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kualitas produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan puas, dan dengan kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berakibat pada naiknya citra bank dimata pelanggannya.

Hasil penelitian ini juga searah dengan temuan Suaib, Indar, Jafar N., (2007) meneliti Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pasien Diruang Rawat Inap RSUD Syech Yusuf Kabupaten Gowa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dokter berpengaruh terhadap kepuasan pasien umum maupun pasien asuransi/jamkesmas. Juga menemukan bahwa kualitas sarana penunjang berpengaruh terhadap pasien umum maupun pasien asuransi/jamkesmas. Dan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pasien adalah

layanan perawat pada pasien. Hasil penelitian juga sesuai dengan temuan Bloemer, Ruyter dan Peter (1998), dalam penelitiannya menemukan bahwa Kualitas jasa yang baik secara langsung akan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian Okky Erviana (2013). tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD Dr. Soewondo Kendal, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal. Hal ini berarti semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal, sebaliknya semakin rendah Kualitas Pelayanan maka semakin rendah pula tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal. 2) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal, sebaliknya semakin rendah kepercayaan maka semakin rendah pula tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan Panjaitan (2013), dengan judul *The Effects of Service Quality Towards Consumer Responses through The Image of Private University in East Java*. Hasil penelitian yang dipublikasikan pada *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, Vol 2, No 2: June 2013, ISSN: 2252-8822, menunjukkan bahwa kualitas layanan, dan *image* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan SEM.

Cronin et al., (2000), dalam penelitiannya *Assesing the Effect of Quality, Value and Customer Satisfaction on Customer Behavioral Intentions in Service environments* menemukan bahwa *service quality* dan *service value* mengarah pada kepuasan. Terbukti juga

bahwa *quality*, *value* dan *satisfaction* secara langsung mempengaruhi perilaku yang diinginkan (*behavioral intention*).

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pasien

Koefisien jalur variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia adalah 0,322 dengan nilai *critical ratio (CR)* 6.651 dan nilai probabilitas sebesar 0.000. Nilai probabilitas lebih kecil dari 0.05, hal ini menandakan pengaruh variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia adalah signifikan atau dapat dipercaya. Sedangkan nilai positif beta menjelaskan pengaruhnya bersifat searah, artinya keberhasilan rumah sakit yang telah berusaha melaksanakan kualitas layanan yang baik, yang melaksanakan layanan prima, dan membuat hubungan baik dengan pasien dan keluarga pasien memberikan kontribusi terhadap peningkatan loyalitas pasien pada RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia, demikian juga sebaliknya kegagalan dalam memberikan kualitas layanan yang unggul dapat menurunkan loyalitas pasien untuk datang kembali berkunjung ke rumah sakit TNI. Sumbangan yang diberikan dalam kontribusi tersebut sebesar 0.322 atau 32,2%.

Hasil penelitian sesuai dengan temuan penelitian Andri (2012) meneliti pengaruh Kinerja layanan terhadap Loyalitas dengan judul Pengaruh Kinerja Layanan dan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Moderator terhadap Loyalitas pasien pada RS Islam Ibnu Sina. Hasil penelitian ini adalah interaksi antara Kinerja layanan dan Kepuasan pelanggan berkontribusi terhadap Loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian juga sesuai dengan temuan penelitian Patawayati dkk (2006) dengan judul *Patient Satisfaction, Trust and Commitment: Mediator of Service Quality and Its Impact on Loyalty (An Empirical Study in Southeast Sulawesi Public Hospitals)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, melalui Kepuasan Pasien, Kepercayaan pasien, dan Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas

pasien. Sedangkan Kepuasan pasien sendiri tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pasien. Selanjutnya Kepercayaan pasien dan Komitmen berpengaruh positif dan signifikan disebabkan oleh adanya Kepuasan pasien. Penelitian ini juga membuktikan bahwa meningkatnya Kepuasan pasien dapat meningkatkan pula Loyalitas pasien melalui variabel mediator Kepercayaan pasien dan Komitmen. Namun demikian Kepuasan pasien tidak termasuk variabel mediator Kualitas layanan terhadap Loyalitas pasien. Selanjutnya Komitmen pasien yang tinggi terbukti menjadi mediator antara Kualitas layanan dengan Loyalitas pasien.

Hasil penelitian juga sesuai dengan temuan penelitian Ida Ayu Werdiningsih dkk, dengan judul *Service Quality Influence on Patient Loyalty: Customer Relationship Management as Mediation Variabel (Study on Private Hospital Industry in Denpasar)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas layanan berpengaruh terhadap Loyalitas. Implementasi CRM sebagai mediator terhadap Kualitas layanan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan. Bila pasien rumah sakit swasta di Denpasar merasa kualitas layanan memenuhi harapan mereka, mereka akan puas dan loyal terutama konsep CRM, Loyalitas Pelanggan, dan bermanfaat bagi akademisi dan praktisioner.

Hasil penelitian mempertegas pernyataan Feliks (2013) yang menyatakan bahwa kualitas jasa dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan bila yang terjadi adalah sebaliknya, ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia jasa itu lagi. Dalam konteks jasa, menurut Feliks (2013), kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor yang dapat menaikkan citra perusahaan pada pelanggan. Kepuasan pelanggan sering dihubungkan dengan faktor kualitas layanan dan fitur layanan seperti kemudahan (*convenience*), daya saing

(*competitiveness*) dan lokasi yang disediakan penyedia jasa. Kepuasan pelanggan sering tergantung pada kualitas produk atau jasa layanan yang ditawarkan.

Pengaruh CRM Terhadap Kepuasan Pasien

Koefisien jalur variabel CRM terhadap kepuasan pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia adalah 0,285 dengan nilai *critical ratio (CR)* 2.088 dan nilai probabilitas sebesar 0.019. Nilai probabilitas lebih kecil dari 0.05, hal ini menandakan pengaruh variabel CRM terhadap kepuasan pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia adalah signifikan atau dapat dipercaya. Sedangkan nilai positif beta menjelaskan pengaruhnya bersifat searah, artinya keberhasilan rumah sakit yang telah memberikan pelayanan dan menjadikan pasien sebagai relasi yang terhormat dan sekaligus menghargai keberadaan pasien memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan pasien rumah sakit tingkat II Tentara Nasional Indonesia. Sumbangan yang diberikan dalam kontribusi tersebut sebesar 0.285 atau 28,5%.

Hasil penelitian ini searah dengan hasil penelitian Dasha dan Pandab (2011) dalam penelitian yang berjudul *Managing Customer Relationship in Private Hospital Health Care facilities-A Study with Reference to Greater Noida City of Uttar Pradesh*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Relationship* berpengaruh terhadap kepuasan pasien di rumah sakit swasta di Kota Raya Noida.

Hasil penelitian ini juga searah dengan hasil penelitian Feliks (2014) yang dimuat pada *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, Vol.3, No.3, September 2014, pp. 142~151, tentang *Analysis of Customer Loyalty through Total Quality Service, Customer Relationship Management and Customer Satisfaction* dengan menggunakan analisis SEM, hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*; *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty*; *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap *Loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan terbentuknya customer satisfaction akan mendorong naiknya *Customer Loyalty*.

Hasil penelitian ini juga searah dengan hasil penelitian Hesti Kartika Sari (2009) dengan judul Efektivitas *Loyalty Program* dalam *Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *Customer Relationship Management (CRM)* melalui *Loyalty Program* terhadap Kepuasan dan Loyalitas pelanggan. Hasil penelitian secara umum menyimpulkan bahwa untuk menghasilkan pelanggan loyal adalah dengan memberikan nilai *Loyalty Program* yang tinggi dan kunci loyalitas itu sendiri adalah kepuasan.

Hasil penelitian ini juga searah dengan hasil penelitian Imasari dan Nursalin (2009) dalam penelitiannya Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada PT BCA TBK *Customer Relationship Management (CRM)* mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini juga searah dengan hasil penelitian Tri Susilowati dan Agus Suryana (2012) dalam penelitian dengan judul Analisis Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* pada Perpustakaan STMIK Pringsewu dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa. Hasil penelitian yang dilakukan dengan uji-t dan uji-F didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara variabel Fasilitas, Layanan, Administrasi dan Penerapan TI terhadap tingkat kepuasan mahasiswa STMIK Pringsewu.

Pengaruh CRM terhadap Loyalitas Pasien

Koefisien jalur variabel *CRM* terhadap Loyalitas pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia adalah 0,419 dengan nilai *critical ratio (CR)* 0.3250 dan nilai probabilitas sebesar 0.001. Nilai probabilitas lebih besar dari 0.05, hal ini menandakan

pengaruh variabel *CRM* terhadap Loyalitas pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia adalah tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *CRM* secara statistik memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Loyalitas pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia. Artinya bahwa keberadaan variabel *CRM* tidak dapat menaikkan pengaruh Loyalitas pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia. Sumbangan yang diberikan dalam kontribusi tersebut sebesar 0.419 atau 41,9%.

Hasil penelitian menunjukkan signifikan pengaruh *CRM* terhadap Loyalitas pasien. Hal ini dapat terjadi karena memang program *CRM* ditujukan langsung sebagai sarana layanan yang akan menaikkan kualitas layanan pada pasien. Juga program *CRM* ditujukan untuk menaikkan kepuasan pasien dengan melaksanakan program *One to One Marketing* yang merupakan program yang dilakukan secara individual yang ditujukan untuk memenuhi kepuasan atas kebutuhan yang unik dari pasien dan dapat memperkuat posisi rumah sakit sebagai lambang pribadi layanan individu. Sesuai dengan Hasan (2013:161) bahwa perilaku konsumen berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Terkait dengan keberadaan program *CRM* dalam penelitian ini, loyalitas pasien berpengaruh langsung terhadap loyalitas pasien rumah sakit tingkat II TNI.

Hasil penelitian searah dengan temuan M Gunawan Alif dan Yuliana Duti Harahap (2013) dalam penelitiannya Komunikasi Interpersonal dan Fasilitas Kesehatan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan, Loyalitas dan *WOM* Rumah Sakit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi Interpersonal perawat ternyata tidak terbukti ikut mempengaruhi *Trust* dan loyalitas. Hal ini terjadi karena pasien memiliki harapan yang lebih besar terhadap dokter. Fasilitas kesehatan ikut memperbaiki Kepercayaan pasien terhadap Kualitas Layanan kesehatan yang diberikan oleh rumah sakit. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Trust* juga terbukti dapat membangkitkan Loyalitas dan selanjutnya membangkitkan *Word of Mouth* positif.

Hasil penelitian searah dengan temuan Hesti Kartika Sari (2009) dalam penelitian Efektivitas *Loyalty Program* dalam *Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kegiatan Divisi Retensi dalam Pelaksanaan *Loyalty Program* “Im3@School Community” pada PT Indosat Tbk. Kantor Cabang Malang). Hasil temuan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *Customer Relationship Management (CRM)* dengan loyalitas melalui Kepuasan dan Kepercayaan pelanggan. Hasil penelitian secara umum menyimpulkan bahwa untuk menghasilkan pelanggan loyal adalah dengan memberikan nilai *Loyalty Program* yang tinggi dan kunci loyalitas itu sendiri adalah kepuasan.

Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien

Koefisien jalur variabel Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia adalah 0,166 dengan nilai *critical ratio (CR)* 3.041 dan nilai probabilitas sebesar 0.000. Nilai probabilitas lebih kecil dari 0.05, hal ini menandakan pengaruh variabel Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia adalah signifikan atau dapat dipercaya. Sedangkan nilai positif beta menjelaskan pengaruhnya bersifat searah, artinya kepuasan pasien memberikan kontribusi terhadap peningkatan loyalitas pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia. Sebaliknya kegagalan dalam memberikan kepuasan pada pasien dapat menurunkan loyalitas pasien RS tingkat II Tentara Nasional Indonesia. Sumbangan yang diberikan dalam kontribusi tersebut sebesar 0.166 atau 16,6%.

Hasil penelitian searah dengan temuan M Gunawan Alif dan Yuliana Duti Harahap (2013) dalam penelitiannya Komunikasi Interpersonal dan Fasilitas Kesehatan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan, Loyalitas dan *WOM* Rumah Sakit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi Interpersonal perawat ternyata tidak terbukti ikut mempengaruhi kepuasan pasien. Hal ini terjadi karena pasien merasakan harapan yang

lebih besar atas pelayanan yang diberikan paramedis dan dokter yang merawatnya. Fasilitas kesehatan yang diperoleh dan diberikan oleh rumah sakit sudah dapat menaikkan kepuasan pasien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pasien juga terbukti dapat membangkitkan Loyalitas dan selanjutnya membangkitkan *Word of Mouth* positif.

Penelitian Mirah Ayu Putri Trarintya (2011), dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan *Word Of Mouth (Studi Kasus Pasien Rawat Jalan Di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar)*, Universitas Udayana Denpasar 2011. Penelitian ini membahas Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan *word of mouth (WOM)* pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar. Secara lebih spesifik tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar, 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap *Word of mouth (WOM)* pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar, 3) Untuk mengetahui pengaruh antara kepuasan terhadap *Word of mouth (WOM)* pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar; 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth (WOM)* pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar; 3) Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth (WOM)* pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar.

Hasil penelitian tidak searah dengan temuan Alida Palilati (2007). Dalam penelitiannya dengan judul Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepuasan berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah di Sulsel. Hal ini disebabkan oleh karena harapan yang

diinginkan nasabah belum dapat dipenuhi oleh kinerja atribut, sehingga terjadi ketidakpuasan terhadap atribut yang ada.

Hasil penelitian sesuai dengan temuan Rina Rachmawati (2010), dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan target utama pemasar untuk mendapatkannya. Dengan loyalitas pelanggan, perusahaan akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan dan perusahaan dapat mempertahankan bisnis mereka. Namun demikian diperlukan kepuasan pelanggan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian sesuai dengan temuan Yulisa Gardenia (2009) dalam penelitian Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel loyalitas berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan.

Hasil penelitian juga sesuai dengan temuan Feliks Anggia B.K.P (2014). Dengan judul: *Analysis of Customer Loyalty through Total Quality Service, Customer Relationship Management and Customer Satisfaction*, yang dimuat pada *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, Vol 3, No 3: September 2014. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (*Customer satisfaction positive and significantly effect toward loyalty, this suggests that when customer satisfaction formed will encourage increased customer loyalty*).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan pasien rumah sakit tingkat II TNI. Hasil penelitian ini mendukung teori Gasperz Vincent dan Tjiptono bahwa kualitas adalah totalitas karakter jasa yang memenuhi kebutuhan spesifik. Kebutuhan spesifik pasien rumah sakit

tingkat dua TNI antara lain kemudahan dan kenyamanan dalam memperoleh layanan.

2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien rumah sakit tingkat II TNI. Hasil penelitian ini mendukung teori Kotler dan Amstrong serta Winardi bahwa faktor kualitas, citra merek dan kepuasan memegang peran penting dan akan menentukan pelanggan tersebut sebagai pelanggan yang berprospek menjadi pelanggan setia atau tidak di kemudian hari.
3. *Customer Relationship Management (CRM)* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rumah sakit tingkat II TNI. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian Feliks (2014), Tri Susilowati dan Agus Suryana (2012) yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel *Customer Relationship Management (CRM)* dengan variabel kepuasan pelanggan. Indikator dominan dalam penelitian ini adalah *One to One Marketing dan Continuity Marketing*.
4. *Customer Relationship Management (CRM)* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pasien rumah sakit tingkat II TNI. Hasil penelitian ini searah dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh M Gunawan Alif dan Yuliana Duti Harahap (2013), yang menunjukkan adanya pengaruh yang tidak signifikan variabel *CRM* dengan loyalitas pelanggan.

Kepuasan pasien secara signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas pasien rumah sakit tingkat II TNI. Indikator dominan kepuasan pasien adalah *courtesy, understanding the customer dan reliability*. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan Alida Palilati (2007), Mirah Ayu Putri Trarintya (2011), yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga mendukung teori Kotler dan Amstrong serta Winardi bahwa faktor Kualitas, Citra merek dan Kepuasan memegang peran penting dan akan menentukan pelanggan tersebut sebagai

pelanggan yang berprospek menjadi pelanggan setia atau tidak di kemudian hari.

Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka untuk kepentingan manajemen rumah sakit tingkat II TNI, maupun ilmu pengetahuan selanjutnya disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

Kepada Manajemen Rumah Sakit

Rumah sakit tingkat II TNI harus lebih memperhatikan *program customer relationship management* yang sudah dijalankan saat ini, mengingat besarnya peran *CRM* terhadap kepuasan, yang berdampak pada loyalitas pelanggan rumah sakit tingkat II TNI, maka disarankan agar pihak rumah sakit untuk selalu meningkatkan keberadaan program *CRM*, yang dapat dilakukan dengan selalu meng-update data-data pasien, sehingga pelayanan secara individu dapat dilakukan dengan lancar. Selain itu juga dibutuhkan perangkat komputer yang selalu di-up-grade agar pelaksanaan *CRM* dapat dioptimalkan. Hal ini dapat dilakukan dengan selalu menyesuaikan teknologi komputer yang terbaru.

Selain itu juga diperlukan peran dari manajemen dalam hal pengawasan operasional rumah sakit untuk membantu mengawasi setiap personil dokter maupun paramedis agar kualitas layanan tetap baik dan selalu ditingkatkan untuk menciptakan kepuasan pasien, dan sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai yang terkandung dalam pelayanan kesehatan rumah sakit.

Kepada Peneliti Lain

Temuan yang diperoleh pada penelitian ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan untuk mengembangkan penelitian berikut sehingga pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu perilaku konsumen rumah sakit, strategi pemasaran jasa rumah sakit tumbuh berkembang sesuai dengan perkembangan waktu dan zaman.

Kepada peneliti lain disarankan untuk meneliti lebih jauh faktor-faktor yang mempengaruhi *CRM*, rumah sakit dan khususnya loyalitas

pasien rumah sakit. Mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi *CRM*, dan loyalitas pasien rumah sakit, yang dapat dikembangkan dengan indikator-indikator lain yang belum terdapat pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alida Palilati, 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, Maret 2007, ISSN: 1411-1438
- Alisjahbana, Juita, Zarnodji, Sulistyaningsih, 2004. Hubungan Pengaruh Kualitas Jasa Layanan (Servqual) terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap RSUD Wijaya Surabaya, *Humanika*, Vol. 8, No. 1, hal 53-61.
- Amelia Tri Utami, Hadi Ismanto, dan Yuni Lestari, 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Unit Gawat Darurat Rumah Sakit Bhayangkara Pusat Pendidikan Brigade Mobil Watukosek. Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fisip Universitas Muhammadiyah, *Jurnal JKMP*, Vol. 1, No. 1, Maret 2013, 1-112
- Andri, 2004. Pengaruh kinerja layanan terhadap loyalitas dengan judul Pengaruh Kinerja Layanan dan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Moderator terhadap loyalitas pasien pada RS Islam Ibnu Sina. *Humanika*, Vol. 8, No. 1, hal 62-78.
- Buttle, Francis, 2007. *Customer Relationship Management: Concepts and Technology*. Oxford: Butterworth-Heinemann, imprint of Elsevier.
- ChaoWu Chan, 2011. The impact of hospital brand image on service quality, patient satisfaction and loyalty, *Journal Management* 6 (1) (2011) 43-56
- Dasha Saroj Kumar and Pandab Arun Kumar, 2011. Managing Customer Relationships In Private Health Care – a Study with Reference to Greater Noida City of Utar

- Pradesh Serbia, *Journal Management* 6 (1) (2011) 27-42.
- Enggie Rucitra Mulyana, 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Ganesha Gianyar, Universitas Udayana, Denpasar 2010.
- Elisa, Divianto, Manuel Hutagaol, 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien *Medical Check Up (MCU)* Pada Rumah Sakit Dr. AK. Gani Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-XI*, Mei 2014. ISSN: 2085-1375
- Estiningsih dan Hariyanti, 2014. Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* terhadap Loyalitas Ibu Hamil pada layanan persalinan (Studi di RS Hermina Tangkubanprahu Malang). *Jurnal Manajemen Bisnis*, Mei 2014, ISSN: 2088-1376
- Ferdinand, Augusty, 2010. *Structural Equation Modelling (SEM) Dalam Penelitian Manajemen*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Feliks Anggia B.K.P, Hotman Panjaitan, 2014. Analysis of Customer Loyalty through Total Quality Service, Customer Relationship Management and Customer Satisfaction, *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, Vol 3, No 3: September 2014, pp. 142-151: ISSN: 2252-8822. http://www/ijere/feliks_anggia. www/ijere/feliks_anggia
- Ferdy Aulia, Mohammad Hamsal, Dr. Ir.MSe,MQM,MBA,2010, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Terhadap Kepuasan Pasien dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Pusat Pertamina. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 2, No.2, Juni 2011, Hal. 161-171.
- Gbadeyan, 2011. Customer Relationship Management and Hospital Service Quality in Nigeria. *Journal Management* 6(1) (2011) 57-69
- Hair, Joseph, Robert P. Bush & David J. Ortinau, 2006. *Marketing Research. Within a Changing Information Environment*. McGraw-Hill Companies.
- Hasan A., 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, CAPS (Center for Academic Publishing Services)*, Yogyakarta
- Hesti Kartika Sari, 2009. Efektifitas *Loyalty Program* Dalam *Customer Relationship Management* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kegiatan Divisi Retensi Dalam Pelaksanaan *Loyalty Program "Im3@School Community"* Pada PT Indosat Tbk. Kantor Cabang Malang), *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 2, Desember 2009
- Hotman Panjaitan, 2013. The Effects of Service Quality Towards Consumer Responses through The Image of Private University in East Java, *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, Vol 2, No 2: June 2013, pp. 14-22: ISSN: 2252-8822. <http://www/ijere/hotmannp>
- Ida Ayu Werdiningsih Kesuma, Djumilah Hadiwidjojo, Ni Luh Putu Wiagustini & Fatchur Rohman, 2010. Service Quality Influence on Patient Loyalty: Customer Relationship Management as Mediation Variable (Study on Private Hospital Industry in Denpasar). *Humanika*, Vol. 8, No. 1, hal 87-99.
- Indah Setyawati, 2009. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pasien Terhadap *Words Of Mouth* Studi Pada Pasien Rawat Jalan RS. Bhakti Wira Tamtama Semarang, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang. 2009.
- Irfan, Ijaz and Farooq, 2012. Patient Satisfaction and Service Quality of Public Hospitals in Pakistan: An Empirical Assessment. *Middle-East Journal of Scientific Research* 12 (6): 870-877, 2012
- Jacobis, 2014. Faktor-faktor kualitas layanan pengaruhnya terhadap kepuasan pasien Rawat Inap peserta Jamkesmas di BLU RSUP Prof. DR. R.D Kandou Manado *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014)*

- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc (Publishing as Prentice Hall).
- Lubis, H., 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Merek pada poliklinik RS Haji Medan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 2, No.2, Juni 2011, Hal. 172-189.
- Lovelock C., 2010. *Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi, Perspektif Indonesia*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Marzaweny, Hadiwidjojo dan Chandra, 2004. Analisis Kepuasan Pasien sebagai mediasi pengaruh kualitas layanan kesehatan terhadap citra Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Arifin Ahmad Pekan Baru. *Jurnal Ekonomi Bisnis* Tahun 11, Nomor 1, Maret 2004: 65-87.
- M. Gunawan Alif dan Yuliana Duti Harahap, 2013. Komunikasi Interpersonal Dan Fasilitas Kesehatan: Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan, Loyalitas Dan WOM Rumah Sakit, *Journal of Business and Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 3, Oktober 2013 ISSN: 2302-4119.
- Mirah Ayu Putri Trarintya, 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Word Of Mouth Rawat Jalan Di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar, Universitas Udayana, Denpasar, 2011.
- Muhammad Ehsan Malik, Prof. Dr., 2012. Impact of Service Quality on Brand Image: Empirical Evidence from Hotel Industry. *Journal of Business and Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 1, Oktober 2011.
- Ni Nyoman Suarniki, 2000. Analisis Kualitas Pelayanan dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Rumah Sakit Bersalin di Kotamadya Banjarmasin, *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 2000
- Octarina Dina Pertiwi, 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasien Poli Spesialis Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. 2010
- Okky Erviana, 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal. *Jurnal Manajemen*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang
- Puti Ara Zena and Aswin Dewanto Hadisumarto, 2012. The Study Of Relationship Among Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, And Customer Loyalty *Asean Marketing Journal*, Vol. IV, No. 1, June 2012
- Randy Ramadhan, Dr. Fatchur Rohman, S.E., M.Si., 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap (Studi Pada Rumah Sakit Militer Di Kota Malang) *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Rina Rachmawati, 2010. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Makanan), *Teknubuga*, Volume 2 No. 2, April 2010
- Setiawan S., 2010. *Loyalitas Pelanggan Jasa, Studi kasus Bagaimana Rumah Sakit Mengelola Loyalitas Pelanggannya*, PT Penerbit IPB Press, Bogor
- Suaib, Indar, Jafar N., 2007. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien di Ruang Rawat Inap RSUD Syekh Yusuf Kabupaten Gowa*.
- Suarniki, 2000. Analisis Kualitas Pelayanan dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Citra Rumah sakit Bersalin di Kotamadya Banjarmasin. *Jurnal Manajemen Pemasaran* , Vol 1 , No 1, April 2002.
- Sumarwan, Ujang dkk, 2014. *Perilaku Konsumen . Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi kedua, Ghalia Indonesia. Bogor.
- Zeithaml Valerie A. et al, 1990. *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perceptions and Expectation*, The Free Press, A Division of Macmillan, Inc, New York.