

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Fasilitas-fasilitas kesehatan memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan dan juga menjaga kesehatan masyarakat. Namun di Indonesia sendiri, fasilitas-fasilitas kesehatan masih memiliki performa yang kurang dan masih menjadi perhatian yang serius bagi pemerintah. Berbagai upaya pemerintah telah dilakukan untuk menunjang kesehatan masyarakat di Indonesia, terutama dalam meningkatkan ketersediaan fasilitas-fasilitas kesehatan, serta meningkatkan kualitas dari layanan kesehatan (Asnawi et al., 2019).

Rumah sakit merupakan fasilitas pelayanan kesehatan yang menyediakan layanan medis oleh berbagai tenaga kesehatan yang dipimpin oleh tenaga medis (Kementerian Kesehatan, 2024). Rumah Sakit XYZ berfungsi sebagai penyelenggara layanan kesehatan tingkat pertama untuk meningkatkan kesehatan di wilayah kerjanya.

Peningkatan mutu pengelolaan rumah sakit penting untuk memastikan pelayanan kesehatan yang menyeluruh dan berkualitas (Kementerian Kesehatan, 2024). Rumah sakit diharapkan dapat memberikan layanan berkualitas tinggi yang memuaskan pasien dan memenuhi standar etika profesi. Kualitas layanan dianggap baik jika dapat memuaskan pasien, mendorong kunjungan ulang, dan mendapatkan rekomendasi dari pasien. Pelayanan kesehatan berkualitas tinggi dapat

meningkatkan jumlah kunjungan dan berdampak positif pada pendapatan rumah sakit (Sitorus & Yustisia, 2018).

Sebagai penyedia layanan di bidang kesehatan, RS XYZ Jakarta Barat perlu menjaga mutu pelayanannya guna mempertahankan citra positif rumah sakit. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap citra rumah sakit, terutama dalam industri jasa kesehatan. Mutu pelayanan yang diberikan berperan besar dalam membangun citra positif, yang kemudian berdampak pada komunikasi positif antara pasien dan meningkatkan kemungkinan kunjungan kembali pasien (Asnawi et al., 2019). Oleh karena itu, sangat penting bagi RS XYZ Jakarta Barat untuk mengevaluasi kualitas layanan dan citra rumah sakit demi meningkatkan kepercayaan pasien (*patient trust*) dan mendorong niat kunjungan kembali (*revisit intention*).

Niat mengunjungi kembali merupakan keinginan seseorang untuk mengunjungi rumah sakit yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain sebagai bentuk loyalitas, yang dipicu oleh pengalaman yang memuaskan (Chien, 2017). Pengalaman menyenangkan atau tidak menyenangkan yang diterima oleh konsumen akan mempengaruhi niatan kunjungan kembali setelahnya. (Cakici et al., 2019).

Zhang menyatakan bahwa niat untuk kembali (*revisit intention*) sangat penting bagi kelangsungan sebuah perusahaan. Mengakuisisi pelanggan baru umumnya lebih mahal dibandingkan dengan mempertahankan yang sudah ada. Untuk itu, perusahaan perlu memberikan pelayanan berkualitas tinggi, meningkatkan kepuasan pasien, dan menjaga reputasi baik

rumah sakit. Niat untuk kembali menjadi isu utama bagi manajemen, karena kunjungan ulang dapat meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya. Hal ini juga berdampak pada kinerja organisasi dan potensi pendapatan. Pelanggan yang merasa puas dengan produk dan layanan yang diberikan akan lebih cenderung melakukan pembelian ulang, sehingga perusahaan yang mampu memuaskan pelanggan akan melihat peningkatan keuntungan dan pangsa pasarnya (Zhang et al., 2020).

Kualitas layanan dan citra rumah sakit dapat mempengaruhi niat kunjungan kembali. Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan erat antara kualitas layanan, citra rumah sakit, dan niat untuk berkunjung kembali (Damayanti & Kusumawardani, 2020). Selain kualitas layanan dan citra merek, niat kunjungan kembali juga dipengaruhi oleh kepuasan pasien. Penelitian lain menunjukkan bahwa kepuasan pasien memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk kembali, mendukung temuan bahwa kepuasan pasien secara langsung memengaruhi niat kunjungan kembali (Annamdevula & Bellamkonda, 2016).

Secara umum, pasien akan kembali ke rumah sakit jika kebutuhan mereka terpenuhi, terutama melalui pelayanan yang optimal, yang pada akhirnya berkontribusi pada kepuasan mereka. Pasien yang puas dengan pelayanan cenderung kembali untuk mendapatkan perawatan lanjutan (Bloemer & de Ruyter, 1998). Kepuasan pasien merupakan indikator penting dalam menilai kualitas pelayanan kesehatan. Pasien yang merasa puas cenderung memiliki pandangan positif terhadap fasilitas kesehatan dan lebih mungkin kembali untuk mendapatkan perawatan lebih lanjut (Lestariningsih et al., 2018). Selain itu, pasien yang puas

juga lebih cenderung merekomendasikan fasilitas tersebut kepada teman, keluarga, atau orang lain (Katoni & Sijabat, 2023).

Loyalitas pasien adalah hasil langsung dari tingkat kepuasan. Pasien yang loyal adalah mereka yang secara konsisten memilih dan menggunakan layanan kesehatan dari penyedia tertentu. Membangun loyalitas pasien merupakan tujuan strategis bagi fasilitas kesehatan, karena berdampak positif pada keberlanjutan operasional, reputasi, dan stabilitas finansial. Namun, ada fasilitas kesehatan yang menyadari bahwa kepuasan dan loyalitas tidak selalu sejalan. Beberapa pasien mungkin merasa puas dengan layanan yang diberikan tetapi tidak menjadi pelanggan tetap, sementara yang lain bisa saja loyal meskipun tidak sepenuhnya puas (Griffin, 2003).

Citra merek atau *brand image* penyedia layanan adalah tanggapan dari pemangku kepentingan mengenai tindakan, kegiatan, dan hasil yang dicapai oleh perusahaan. Persepsi ini bervariasi tergantung pada harapan masing-masing pihak, seperti karyawan yang menginginkan perusahaan yang dapat dipercaya, konsumen yang mencari perusahaan yang dapat diandalkan, pemegang saham yang mengharapkan perusahaan yang memiliki kredibilitas, dan masyarakat umum yang berharap perusahaan bertanggung jawab atas segala tindakannya (Mennicken, 2014).

Citra merek terbentuk dari pengalaman keseluruhan pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Citra merek menjadi keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing karena memerlukan waktu yang lama untuk berkembang. Menjaga citra positif perusahaan sangat penting,

karena hal ini dapat menghasilkan informasi positif yang menyebar dari mulut ke mulut dan meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk atau layanan (Budiman & Riorini, 2023).

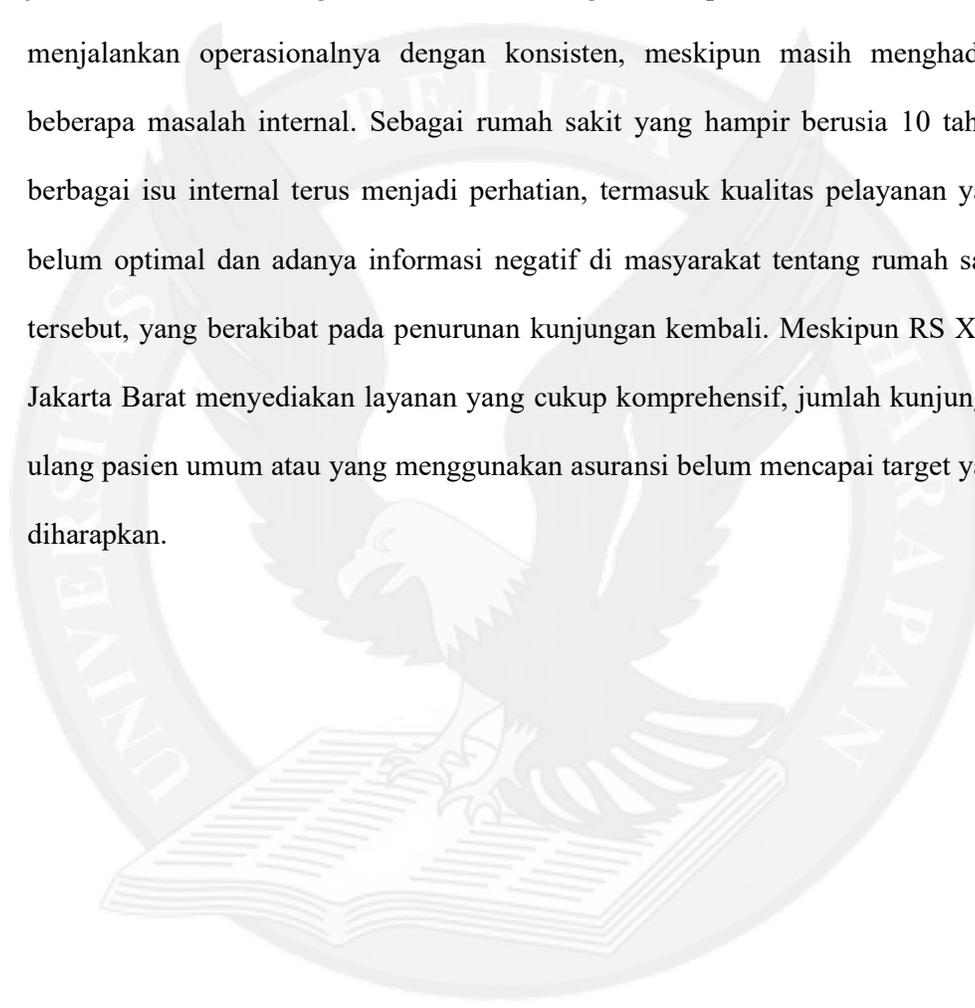
Citra merek juga berpengaruh pada kepercayaan pasien dan niat kunjungan kembali. Semakin positif citra yang terbentuk, semakin banyak kunjungan ulang dari pelanggan terhadap produk atau layanan. Sebaliknya, jika kepercayaan pasien terganggu, maka jumlah kunjungan kembali akan menurun (Asnawi et al., 2019).

Kualitas layanan adalah jasa yang diberikan yang tidak dapat dilihat atau diukur secara fisik, namun terkait dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Pasien sebagai pengguna layanan rumah sakit mengharapkan pelayanan yang optimal agar merasa puas, loyal terhadap rumah sakit, dan berpotensi untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan jumlah kunjungan ulang (Romadhona et al., 2019).

Masalah terkait loyalitas pasien terus berkembang seiring waktu, dan biasanya berkaitan erat dengan kepuasan pasien atas pengalaman mereka selama perawatan medis. Faktor-faktor seperti kualitas layanan yang buruk, waktu tunggu yang lama, komunikasi yang tidak efektif, dan sikap kurang ramah dari staf medis dapat membuat pasien merasa tidak puas dan kurang termotivasi untuk kembali ke fasilitas yang sama (Akhtar, 2024). Dengan banyaknya penyedia layanan kesehatan dan fasilitas medis yang bersaing, hal ini dapat mempengaruhi loyalitas pasien. Oleh karena itu, fasilitas kesehatan perlu memastikan pelayanan berkualitas tinggi dan pengalaman yang lebih baik untuk menarik dan mempertahankan pasien. Salah

satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan menetapkan standar mutu pelayanan.

RS XYZ adalah salah satu fasilitas kesehatan swasta yang terletak di Jakarta Barat. Setelah pandemi COVID-19 berakhir, jumlah kunjungan pasien dengan jaminan non-BPJS mengalami fluktuasi. Sebagai fokus penelitian, RS XYZ tetap menjalankan operasionalnya dengan konsisten, meskipun masih menghadapi beberapa masalah internal. Sebagai rumah sakit yang hampir berusia 10 tahun, berbagai isu internal terus menjadi perhatian, termasuk kualitas pelayanan yang belum optimal dan adanya informasi negatif di masyarakat tentang rumah sakit tersebut, yang berakibat pada penurunan kunjungan kembali. Meskipun RS XYZ Jakarta Barat menyediakan layanan yang cukup komprehensif, jumlah kunjungan ulang pasien umum atau yang menggunakan asuransi belum mencapai target yang diharapkan.



Tabel 1.1 Data Jumlah Kunjungan Ulang Pasien RS XYZ Jakarta Barat

| Bulan | Jumlah Kunjungan Ulang Pasien |
|--------|-------------------------------|
| Apr-23 | 450 |
| Mei-23 | 464 |
| Jun-23 | 442 |
| Jul-23 | 392 |
| Aug-23 | 370 |
| Sep-23 | 445 |
| Oct-23 | 424 |
| Nov-23 | 368 |
| Dec-23 | 285 |
| Jan-24 | 302 |
| Feb-24 | 276 |
| Mar-24 | 289 |
| Apr-24 | 269 |
| Mei-24 | 258 |

Sumber: Data Internal RS XYZ Jakarta Barat, 2024

Seperti pada tabel 1.1 data jumlah kunjungan ulang pasien non BPJS diambil dari data kedatangan pasien lama. Data menunjukkan bahwa di 1 (satu) tahun terakhir jumlah kunjungan ulang pasien mulai mengalami penurunan, jika dibandingkan pada bulan April 2023 jumlah kunjungan ulang pasien bisa mencapai sekitar 450 kunjungan, sedangkan pada bulan April 2024 jumlah kunjungan pasien hanya sekitar 269 kunjungan. Terlihat terdapat penurunan sekitar 40%. Dan jika dilihat pada data di atas, terlihat fenomena kunjungan pasien semakin menurun dibandingkan tahun sebelumnya. Adapun berdasarkan data pengaduan yang diterima, terdapat beberapa keluhan-keluhan pasien seperti layanan UGD yang menunggu lama, *customer service* yang sulit untuk dihubungi, petugas pendaftaran yang tidak ramah, adanya rumor kasus yang menyeret dokter RS XYZ membuat

adanya kekhawatiran dalam penanganan pasien, lamanya antrian dokter dan waktu tunggu pengambilan obat, kurangnya informasi terkait promosi, ruang tunggu yang kurang nyaman untuk pasien umum/ asuransi, dan lahan parkir yang kurang memadai.

Penurunan jumlah kunjungan ulang pasien non-BPJS berdampak pada arus kas RS XYZ, sehingga hal ini menjadi indikasi serius perlunya perbaikan yang konsisten dan berkelanjutan untuk meningkatkan jumlah kunjungan kembali. Kualitas layanan yang diberikan serta citra RS XYZ Jakarta Barat saat ini belum cukup efektif dalam meningkatkan jumlah kunjungan kembali pasien, sehingga tujuan RS XYZ untuk memberikan pelayanan yang optimal masih belum tercapai. Kualitas layanan dan citra rumah sakit memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pasien (Sihombing, 2021). Oleh karena itu, sangat penting bagi rumah sakit untuk menilai kembali kualitas layanan serta informasi yang beredar di masyarakat mengenai rumah sakit tersebut untuk mendorong peningkatan kunjungan ulang (Yendra, 2022).

Fenomena yang terjadi di RS XYZ Jakarta Barat tidak sebanding dengan tersedianya pelayanan lengkap dengan fasilitas dan metode canggih yang disediakan sehingga hal ini menarik untuk diteliti. Pada penelitian sebelumnya masih terdapat adanya perbedaan dimana ada yang menjelaskan *service quality*, *brand image*, *patient trust* berdampak positif terhadap *patient satisfaction* dan *revisit intention* namun ada pula penelitian yang menyimpulkan sebaliknya (Widya et al. 2021; Wu, 2011; Tjokorda, 2021; Amanda, 2023). Dengan demikian, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menyelidiki kontroversi ini. Peneliti

berkeinginan untuk melakukan kajian mendalam mengenai pengaruh kualitas layanan (*service quality*), citra merek (*brand image*), dan loyalitas pasien terhadap niat kunjungan kembali (*revisit intention*) melalui kepuasan pasien (*patient satisfaction*) di RS XYZ.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah *service quality* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *patient satisfaction* di RS XYZ?
2. Apakah *brand image* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *patient satisfaction* di RS XYZ?
3. Apakah *patient trust* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *patient satisfaction* di RS XYZ?
4. Apakah *service quality* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *revisit intention* di RS XYZ?
5. Apakah *brand image* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *revisit intention* di RS XYZ?
6. Apakah *patient trust* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *revisit intention* di RS XYZ?
7. Apakah *patient satisfaction* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *revisit intention* di RS XYZ?
8. Apakah *service quality* mempunyai pengaruh positif terhadap *revisit intention* melalui *patient satisfaction* di RS XYZ?
9. Apakah *brand image* mempunyai pengaruh positif terhadap *revisit intention* melalui *patient satisfaction* di RS XYZ?

10. Apakah *patient trust* mempunyai pengaruh positif terhadap *revisit intention* melalui *patient satisfaction* di RS XYZ?

1.3 Tujuan penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menguji dan menganalisis :

1. Pengaruh *service quality* terhadap *patient satisfaction* di RS XYZ.
2. Pengaruh *brand image* terhadap *patient satisfaction* di RS XYZ.
3. Pengaruh *patient trust* terhadap *patient satisfaction* di RS XYZ.
4. Pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention* di RS XYZ.
5. Pengaruh *brand image* terhadap *revisit intention* di RS XYZ.
6. Pengaruh *patient trust* terhadap *revisit intention* di RS XYZ.
7. Pengaruh *patient satisfaction* terhadap *revisit intention* di RS XYZ.
8. Pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention* melalui *patient satisfaction* di RS XYZ.
9. Pengaruh *brand image* terhadap *revisit intention* melalui *patient satisfaction* di RS XYZ.
10. Pengaruh *patient trust* terhadap *revisit intention* melalui *patient satisfaction* di RS XYZ.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat teori dan akademis

Penelitian kuantitatif ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya yang mempelajari pengaruh *service quality*, *brand image*, *patient trust*, *patient satisfaction*, dan *revisit intention* melalui model penelitian yang dimodifikasi dari penelitian sebelumnya di rumah sakit.

1.4.2 Manfaat Praktis atau Pragmatis

Manfaat dalam bidang manajemen praktis yaitu menjadi masukan untuk tim manajemen rumah sakit untuk memperhatikan dan menimbang faktor yang dapat mempengaruhi *service quality*, *brand image*, *patient trust*, *patient satisfaction*, dan *revisit intention* sebagai suatu indikator penting dalam keberjalanan sebuah pelayanan kesehatan yang senantiasa berkembang.

1.5 Sistematika Penelitian

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang peneliti melakukan penelitian, pertanyaan penelitian (*research question*), manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang uraian teori-teori dasar sebagai landasan penelitian, uraian deskripsi variabel, studi terdahulu dengan topik penelitian serupa, pengembangan hipotesis dan gambar model penelitian (*conceptual framework*).

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang objek penelitian, unit analisis, tipe, operasionalisasi variabel, populasi, sampel dan metode penarikan sampel, metode pengumpulan dan analisa data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisa dari hasil pengolahan data penelitian yang meliputi profil demografi pasien, faktor organisasi, interaksi pasien dan rumah

sakit, perhatian dan dukungan emosional, biaya kesehatan, waktu tunggu, analisa deskripsi variabel penelitian, analisa inferensial dengan PLS-SEM dan pembahasannya.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan dan saran untuk penelitian lainnya di masa mendatang.

