

## PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* RUMAH SAKIT DI KOTA TANGERANG

**Ilham Ghazali Munandar**

Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya, Jl.Cendrawasih Raya Blok  
B 7/P, Ciputat, Tangerang Selatan 15413  
E-mail: Ilham.ghazali@student.upj.ac.id

### **Abstract**

*The healthcare industry in the city of Tangerang is competing with each other for customers. Healthcare providers compete competitively in various new breakthrough services offered to increase or attract the number of customers. On the other hand, one of the challenges in building a strong service quality is how to ensure that consumers have the right experience with the services, services and accompanying marketing strategies. This study aims to examine and analyze the effect of service quality variables (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy) on partial and simultaneous customer loyalty at Siloam Hospital, Tangerang City. Based on the results of the study using 28 statement items and involving 140 respondents who are residents of Tangerang city who have used Siloam Hospital services. The participant selection technique used a purposive sampling approach to collect data. Based on the results of this study, it shows that service quality consisting of Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, and Assurance partially and simultaneously has an effect on customer loyalty to health services at Siloam Hospital.*

**Keywords:** *Service Quality, Customer Loyalty, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Hospital, Tangerang City.*

### **Abstrak**

Industri layanan kesehatan di kota Tangerang saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan. Para layanan kesehatan bersaing secara kompetitif dalam berbagai terobosan baru atas layanan jasa yang ditawarkan untuk meningkatkan atau menarik jumlah pelanggan. Disisi lain, salah satu tantangan dalam membangun *service quality* yang kuat adalah bagaimana menjamin bahwa konsumen mempunyai pengalaman yang tepat terhadap jasa, pelayanan dan strategi pemasaran yang menyertainya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari variabel *service quality* (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*) terhadap customer loyalty secara parsial dan simultan di Rumah Sakit Siloam, kota Tangerang. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan 28 butir pernyataan dan melibatkan 140 responden warga kota Tangerang yang sudah menggunakan layanan Rumah Sakit Siloam. Teknik pemilihan partisipan menggunakan pendekatan *purposive sampling* untuk mengumpulkan data. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality* yang terdiri dari *Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance* secara parsial dan simultan, berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada layanan kesehatan di Rumah Sakit Siloam.

**Kata Kunci:** *Service Quality, Customer Loyalty, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, rumah sakit, kota Tangerang*

## **PENDAHULUAN**

Industri jasa pelayanan masyarakat tidak terlepas dari persaingan antar pelakunya, yaitu rumah sakit. Berbagai rumah sakit yang ada berupaya memperoleh kepercayaan

masyarakat dengan mengemukakan pelayanan yang efisien dan berkualitas. Rumah sakit umum daerah merupakan salah satu bagian dari industri jasa pelayanan yang ada, sayangnya citra dari rumah sakit daerah dimata masyarakat kurang baik dibandingkan dengan pelayanan kesehatan rumah sakit swasta. Rumah sakit mempunyai berbagai macam jenis pelayanan kesehatan yang dapat diunggulkan untuk mempertahankan loyalitas pasien. Salah satu jenis pelayanan kesehatan yang ada di rumah sakit yaitu pelayanan rawat jalan. Pelayanan rawat jalan dewasa ini menjadi perhatian utama manajemen rumah sakit, karena jumlah pa-sien rawat jalan yang lebih banyak dibandingkan dengan perawatan yang lain (Solichah, 2017). Studi kasus yang diambil dalam penelitian ini yaitu Rumah Sakit Siloam Tangerang. Siloam *Hospitals* menjadi pilihan bagi warga masyarakat sebagai layanan kesehatan berkelas internasional dengan layanan unggulan di bidang neurosains, kardiologi, ortopedik, dan gawat darurat. RS.Siloam menawarkan pusat ilmu saraf atau *neuroscience centre* yang didirikan pada tahun 1996 ini, ditujukan untuk menangani kelainan pada otak dan saraf melalui penelitian, layanan pengobatan, serta pencegahannya.

Salah satu cara agar dapat menjadi unggul adalah dengan senantiasa meningkatkan kualitas layanan (Wilujeng dkk, 2019; Pitaloka & Tannady, 2020). Kini rumah sakit Siloam menegaskan kembali peran sebagai pusat layanan kesehatan acuan di Indonesia dengan meningkatkan standar layanan kesehatan secara menyeluruh bagi semua unit operasional dan pusat layanan unggulan secara khusus. Perkembangan *service quality* kesehatan saat ini telah menjadi salah satu kebutuhan penting bagi masyarakat. Hal tersebut tentunya memberikan imbas positif bagi industri yang bergerak dibidang kesehatan. Adanya fenomena persaingan yang semakin ketat ini akan membangun *service quality* yang baik untuk menghasilkan loyalitas pelanggan.

*Service quality* merupakan kunci dari ukuran kepuasan serta sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu jasa atau layanan secara menyeluruh. Salah satu instrumen baku dalam menilai kepuasan pelanggan adalah *service quality (servqual)*, meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* (Parasuraman et al., 1988; Tannady et al., 2018). Jasa atau Layanan merupakan suatu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih, umumnya sifat jasa adalah tidak berbentuk dan tidak menghasilkan kepemilikan (Kotler & Keller, 2016).

Tabel 1  
 Konstruk dan Indikator Pertanyaan Kualitas Layanan

<b>DIMENSI</b>	<b>ATRIBUT</b>
<b><i>Tangible</i></b>	Alat kesehatan lengkap dan modern
	Memiliki tempat tidur yang nyaman
	Petugas yang berpenampilan rapi
	Banyak informasi kesehatan yang tersedia
	Rumah Sakit bersih
<b><i>Reliability</i></b>	Lokasi mudah dijangkau
	Waktu yang dibutuhkan untuk rawat inap atau rawat jalan tidak terlalu lama
	mudahnya dalam via telepon/interent untuk menanyakan sebuah informasi
	Tenaga medis yang ramah dan baik
	Pengobatan mudah dicari
<b><i>Responsiveness</i></b>	Pelayanan karyawan sopan
	Karyawan memberikan perhatian khusus
	Saran dan keluhan pelanggan ditanggapi dengan baik
	petugas medis yang cepat dalam menangani pasien darurat
	memprioritaskan pasien yang membutuhkan pertolongan
<b><i>Assurance</i></b>	Layanan yang diberikan berkualitas baik
	petugas medis bersikap ramah
	Layanan jasa sesuai harga
	Pengobatan yang lengkap dan modern
<b><i>Empathy</i></b>	Karyawan mendengarkan dengan seksama ketika ada keluhan
	Karyawan memahami keluhan pelanggan
	Memberikan informasi yang baik
	meminta maaf ketika kesalahan layanan yang telah dibuat

Jika *service quality* yang diberikan pihak rumah sakit baik maka berpengaruh terhadap *customer loyalty* (Tanuwijaya & Tannady, 2019). Dengan adanya *service quality* yang baik, maka kemungkinan besar pelanggan akan melakukan penggunaan awal sampai pada akhirnya pelanggan melakukan penggunaan jasa dan layanan kembali. Menurut A. Parasuraman (1988) kualitas layanan memiliki dimensi / bagian yaitu: *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. *Assurance* (kepastian) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. *Empathy* (empati) yaitu kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada

pelanggan. Menurut Tjiptono (2014) *customer loyalty* adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, layanan atau jasa berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Berdasarkan laporan *annual report* tahunan RS.Siloam komposisi *market share* antara tahun 2016-2018 dengan kunjungan pasien rawat jalan RS. Siloam pada tahun 2016 dalam juta adalah 1,89 juta, kunjungan rawat Inap 241 ribu, dan kunjungan gawat darurat 172 ribu. Kunjungan pasien rawat jalan RS. Siloam pada tahun 2017 adalah 2,2 juta. Kunjungan rawat inap adalah 182 ribu, dan kunjungan Gawat Darurat 240 ribu. Dan pada tahun 2018 jumlah kunjungan pasien meningkat Rawat Jalan adalah 2,36 juta, kunjungan Rawat Inap 206 ribu, dan Kunjungan Gawat Darurat adalah 295 ribu pasien.

Berdasarkan *customer growth* dari data *annual report* tahunan RS.Siloam hasil kesimpulan pada tabel 1.2 bahwa layanan Kesehatan RS. Siloam mengalami peningkatan *customer growth* Rawat Jalan, dalam hal ini RS. Siloam meningkat disebabkan oleh peningkatan dalam dukungan medis dan pendapatan layanan spesialis menjadi Rp1,50 triliun (data: *annual Report* 2018). Pada rawat inap mengalami sedikit penurunan ditahun 2017 namun naik pada tahun 2018 dikarenakan Pertumbuhan ini terutama berasal dari peningkatan besar dalam dukungan medis (data: *annual report* 2018).

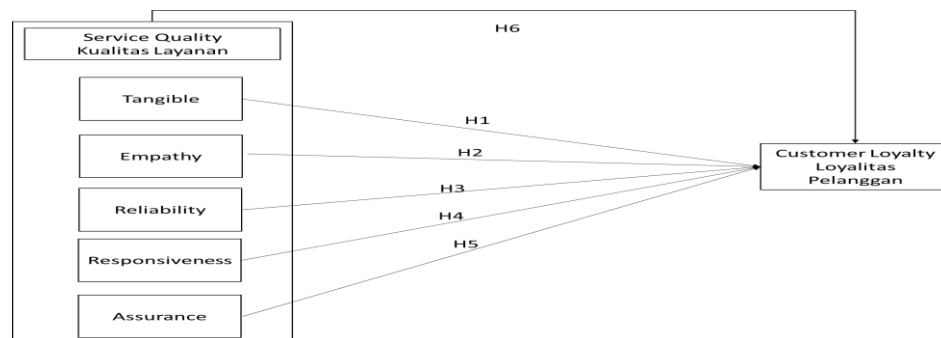
Berdasarkan laporan *annual report* tahunan RS.Siloam bisa dilihat bahwa ARPU (*Average Revenue per User*) RS.Siloam mengalami peningkatan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018, dimana ARPU tahun 2018 lalu sebesar 16,9 juta pada Rawat Jalan dan 15,2 juta pada Rawat Inap, hal ini membuktikan bahwa kelayakan customer yang diberikan. Penambahan ARPU pada tahun terakhir dikarenakan pihak managerial menambahkan 4 rumah sakit baru ke dalam jaringan nya. Selbihnya, Perseroan juga menambahkan investasinya pada personel rumah sakit yang diresmikan pada 2017 dan 2018.

Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “Pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* rumah sakit di Kota Tangerang dengan (studi kasus: RS. Siloam)”. Peneliti akan menggunakan RS. Siloam sebagai bahan untuk pengambilan sample data penelitian yang akan dikelola. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari seluruh aspek *service quality*

(*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*) baik secara parsial dan simultan terhadap *customer loyalty* di Rumah Sakit Siloam, kota Tangerang.

## METODE PENELITIAN

Berikut desain dari model penelitian yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya tentang hubungan dari seluruh variabel yang diuji dan dianalisis. Gambar 1 menunjukkan model dari penelitian.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah penelitian kausal asosiatif dengan subjek penelitiannya adalah pengunjung masyarakat kota Tangerang yang pernah menggunakan layanan Rumah Sakit Siloam Tangerang. Pemilihan partisipan menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Instrumen yang akan diuji yaitu *service quality* yang dikembangkan dari teori kelima dimensi Parasuraman variabel independen yaitu *service quality* beserta dimensinya (*tangible, empathy, reliability responsiveness, dan assurance*) terhadap variabel dependen yaitu *customer loyalty*. Hipotesis pada penelitian ini yaitu:

H1: Terdapat pengaruh, signifikan antara dimensi *service quality tangible* terhadap *customer loyalty* pada layanan kesehatan RS.Siloam.

H2: Terdapat pengaruh, signifikan antara dimensi *service quality empathy* terhadap *customer loyalty* pada layanan kesehatan RS.Siloam.

H3: Terdapat pengaruh, signifikan antara dimensi *service quality reliability* terhadap *customer loyalty* pada layanan kesehatan RS.Siloam.

H4: Terdapat pengaruh, signifikan antara dimensi *service quality responsiveness* terhadap *customer loyalty* pada layanan kesehatan RS.Siloam.

H5: Terdapat pengaruh, signifikan antara dimensi *service quality assurance* terhadap *customer loyalty* pada layanan kesehatan RS.Siloam.

H6: Terdapat Pengaruh *Service quality* secara bersama-sama terhadap *customer Loyalty* pada layanan kesehatan RS.Siloam.

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, teknik pengumpulan data yang digunakan ialah menggunakan teknik survei. Skala yang digunakan dalam kuesioner adalah skala *likert*. Pilihan jawaban terbagi menjadi 5 yaitu “Sangat Setuju”, “Setuju”, “Cukup”, “Tidak Setuju”, “Sangat Tidak Setuju”. Cara penilaian pada penelitian ini adalah melalui sistem penilaian yaitu sangat setuju bernilai 5 hingga sangat tidak setuju bernilai 1. Penentuan jumlah minimum responden menggunakan metode *hair*, dimana disarankan menggunakan multiplikasi dari 5 hingga 10 terhadap jumlah indikator atau butir pernyataan dalam kuesioner (Hair et al, 2010). Dengan pengunjung yang menggunakan layanan Rumah Sakit Siloam Tangerang dalam jangka waktu 6 bulan terakhir, alasannya data dari penelitian ini diambil selama enam bulan agar perkembangan *service quality* dapat dianalisis secara lebih detail grafik perkembangannya. Pengujian dilakukan terhadap 140 responden, instrumen penelitian dengan menggunakan kuesioner yang kemudian dilakukan uji validitas, reliabilitas, serta regresi secara parsial dan simultan dengan aplikasi SPSS 22.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas diambil berdasarkan data yang di dapat dari hasil uji kuisioner dengan menggunakan korelasi *product moment*. Dari r tabel untuk tingkat signifikansi  $\alpha$  sebesar 5% dengan  $n-2= 140$  adalah 0,166 sehingga dalam penelitian ini instrument dikatakan valid apabila r hitung  $\geq 0,1660$  dengan menggunakan *SPSS* versi 22.

Tabel 2  
 Hasil Uji Validitas / Variabel *Service Quality*

Variabel	No Item	r tabel	r hitung	Keterangan
<i>Tangible x1</i>	1	0,166	.717**	Valid
	2	0,166	.726**	Valid
	3	0,166	.629**	Valid
	4	0,166	.688**	Valid
	5	0,166	.643**	Valid
<i>Reliability x2</i>	6	0,166	.601**	Valid
	7	0,166	.729**	Valid
	8	0,166	.768**	Valid
	9	0,166	.753**	Valid
	10	0,166	.657**	Valid
<i>Responsiveness</i>	11	0,166	.686**	Valid

<i>x3</i>	12	0,166	.728**	Valid
	13	0,166	.672**	Valid
	14	0,166	.739**	Valid
	15	0,166	.669**	Valid
<i>Assurance x4</i>	16	0,166	.817**	Valid
	17	0,166	.754**	Valid
	18	0,166	.823**	Valid
	19	0,166	.721**	Valid
<i>Empathy x5</i>	20	0,166	.698**	Valid
	21	0,166	.687**	Valid
	22	0,166	.820**	Valid
	23	0,166	.714**	Valid
<i>Customer Loyalty Y</i>	24	0,166	.714**	Valid
	25	0,166	.694**	Valid
	26	0,166	.742**	Valid
	27	0,166	.726**	Valid
	28	0,166	.643**	Valid

Tabel 3

## Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
<i>Tangible</i>	,706	0.600	<i>Reliable</i>
<i>Reliability</i>	,744	0.600	<i>Reliable</i>
<i>Responsiveness</i>	,737	0.600	<i>Reliable</i>
<i>Assurance</i>	,784	0.600	<i>Reliable</i>
<i>Empathy</i>	,706	0.600	<i>Reliable</i>
<i>Customer Loyalty</i>	,745	0.600	<i>Reliable</i>

Tabel 4

## Penguujian Hipotesis (Regresi)

PENGUJIAN HIPOTESIS				
Variabel	Nilai Sig	Kriteria	Keterangan	Besar Pengaruh
<i>Tangible x1</i>	.802	sig < 0.05	Tidak Berpengaruh	Tidak diidentifikasi
<i>Reliability x2</i>	.002	sig < 0.05	Berpengaruh	43,3%
<i>Responsiveness x3</i>	.001	sig < 0.05	Berpengaruh	43,3%
<i>Assurance x4</i>	.001	sig < 0.05	Berpengaruh	40,5%
<i>Empathy x5</i>	.041	sig < 0.05	Berpengaruh	39,6%
<i>Bersama-sama</i>	0,000	sig < 0.05	Berpengaruh	61,3%

Setelah melakukan pengujian regresi secara simultan, penelitian ini juga melakukan pengujian regresi parsial, dimana pada pengujian ini dilakukan pengujian secara terpisah per variabel. Tabel 4 menunjukkan hasil pengujian regresi secara parsial dimana diperoleh nilai sig dari variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* adalah masing-masing 0,002; 0,001; 0,001; 0,041 yang mana lebih kecil dibandingkan dengan alpha (5%), hal tersebut menandakan variabel *reliability*,

*responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Dengan pengambilan model *summary regression* diperoleh besar pengaruh untuk variabel *reliability* 43,3%, *responsiveness* 43,3%, *assurance* 40,5%, *empathy* 39,6% dan Bersama-sama 61,3%.

## SIMPULAN

Berikut adalah beberapa kesimpulan penelitian, variabel X1 (*Tangible*) tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty* rumah sakit Siloam Tangerang, maka hipotesis 1 ditolak. Variabel X2, X3, X4, X5 secara parsial berpengaruh positif dalam meningkatkan *customer loyalty*. Seluruh variabel secara bersama-sama berpengaruh positif dalam meningkatkan *customer loyalty* di Rumah Sakit Siloam Kota Tangerang.

Saran untuk *servqual* terhadap *customer loyalty* di Rumah Sakit Siloam diprioritaskan pada indikator yang masih memiliki nilai rata-rata kurang baik. Atribut *reliability* dengan nilai rata-rata rendah sebesar 3,807 dengan pernyataan “Waktu yang dibutuhkan untuk rawat inap atau rawat jalan tidak terlalu lama” dalam hal ini layanan kesehatan harus mampu menciptakan fungsi ketepatan waktu yang dapat terintegrasi lebih baik. Atribut *responsiveness* terdapat nilai rata-rata rendah sebesar 3,764 dengan pernyataan “Saran dan keluhan pelanggan ditanggapi dengan baik” perlu adanya pengawasan ketat dalam hal ini untuk meningkatkan saran dan keluhan yang diterima oleh pasien. Kemudian atribut *assurance* dengan nilai rata-rata terendah sebesar 3,878 dengan pernyataan “Layanan jasa sesuai harga” dengan ini masih terbilang harga masih diatas jangkauan bagi masyarakat kota Tangerang. Kemudian atribut *empathy* dengan nilai rata-rata terendah sebesar 3,778 dengan pernyataan “Karyawan mendengarkan dengan seksama ketika ada keluhan” pemantauan secara ketat dan berkala dapat meningkatkan poin ini untuk kebutuhan pasien, maka dari itu akan tercipta konsumen yang loyal kepada Rumah Sakit Siloam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Solichah, S. (2017). Kualitas Pelayanan Kepuasan Pasien Rumah Sakit: Kasus Pada Pasien Rawat Jalan. *Jurnal Medicoeticolegal dan Manajemen Rumah Sakit*, 6(1), 9-15.
- Wilujeng, F. R., Rembulan, G. D., Andreas, D., & Tannady, H. (2019). *Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Dua Bisnis E-Commerce Terbesar di Indonesia Dengan Menggunakan Analisis Servqual dan IPA*. SEMNASTEK-Seminar Nasional Sains dan Teknologi 2019, hal. 1-9.



- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Pitaloka, E., & Tannady, H. (2020). Analysis of citizen satisfaction on National Agency of Drug and Food Control of Republic Indonesia (NADFC). *Technology Reports of Kansai University*, 62(3), 1069-1075.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited, UK.
- Gunarathne, W. H. D. P. (2014). Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in Sri Lankan Hotel Industry. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4, 1-8.
- Tannady, H., Nurprihatin, F., & Hartono, H. (2018). Service quality analysis of two of the largest retail chains with minimart concept in Indonesia. *Business: Theory and Practice*, 19, 177-185.
- Tanuwijaya, C., & Tannady, H. (2019). *Evaluasi Produk dan Pelayanan di Toko Buku Gramedia Emporium Pluit Mall Jakarta Utara Menggunakan Service Quality*. Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi (SENSASI), hal. 25-28.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Pearson, New Jersey.