

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA RSU PKU
MUHAMMADIYAH BANTUL
(Studi pada RSU PKU Muhammadiyah Bantul)**

Febrian Ahmad¹, Wahyu Hidayat², Handojo Djoko Waloejo³

^{1,2,3}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

¹Email: febrianahmad51@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine the effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction. The population in this study were customers of PKU Muhammadiyah Bantul General Hospital domiciled in Bantul Regency, the sample for this study was 100 customers of PKU Muhammadiyah Bantul General Hospital domiciled in Bantul Province. The data used in this study are primary data and secondary data. This research is included in explanatory research, with non-probability sampling using purposive sampling technique. Data retrieval using Google Form e-questionnaire and questionnaires distributed directly at PKU Muhammadiyah Bantul Hospital. This study uses quantitative and qualitative analysis based on cross tabulation data, correlation coefficient, coefficient of determination, simple regression, multiple regression, and Sobel test. Data processing uses computer software, namely Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26. The results of this study indicate that service quality and customer satisfaction have a positive effect on customer loyalty, customer satisfaction mediates service quality on customer loyalty.*

Keywords: *Service quality; Customer satisfaction; Customer loyalty*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan RSU PKU Muhammadiyah Bantul yang berdomisili di Kabupaten Bantul, sampel untuk penelitian ini adalah 100 pelanggan RSU PKU Muhammadiyah Bantul yang berdomisili di Provinsi Bantul. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Penelitian ini termasuk dalam *explanatory research*, dengan pengambilan sampel *non-probability sampling* melalui teknik *purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan e-kuisoner Google Form dan kuisoner yang disebarakan langsung di RSU PKU Muhammadiyah Bantul. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif berdasarkan oleh data tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana, regresi berganda, dan uji Sobel. Pengolahan data menggunakan *software* komputer yaitu *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan

Pendahuluan

Pelanggan merupakan bagian penting dalam berjalannya suatu usaha bisnis. Tanpa adanya pelanggan, sebuah proses bisnis ataupun perdagangan tidak akan berjalan lancar. Tugas utama dari sebuah perusahaan adalah untuk menciptakan pelanggan, begitulah yang disampaikan oleh Peter Drucker (dalam Thamrin Abdullah, 2013). Studi perilaku konsumen menurut Schiffman & Kanuk (dalam Sunarto, 2018) adalah: *“they study of consumer behavior focuses on how individual make decisions to spend their available resources*

(time, money, effort) on consumption related items. That includes what they buy, who influence in their buying, why they buy it, where they buy it, how often they buy it, how they know about the products, and how they evaluated it after purchase, the impact of such evaluations on future purchase, and how they dispose of it”.

Pelayanan yang baik tentu saja harus memperhatikan kebutuhan dan keluhan para pelanggannya, sehingga pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan bisa tepat sasaran. Selain itu kepuasan pelanggan ikut menjadi faktor penentu untuk menjaga loyalitas pelanggan perusahaan. Kesehatan merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Maka dari itu untuk mewujudkan rumah sakit islami yang mempunyai keunggulan kompetitif global, dan untuk memenuhi kebutuhan umat dalam bidang kesehatan organisasi Muhammadiyah mendirikan RSU PKU Muhammadiyah, yang diharapkan dapat menjadi pilihan utama bagi masyarakat dalam pelayanan kesehatan. Berikut merupakan kunjungan pelanggan RSU PKU Muhammadiyah Bantul dari tahun 2016 hingga 2020. RSU PKU Muhammadiyah Bantul selama 5 tahun terakhir dapat terlihat bahwa pada tahun 2016 jumlah kunjungan pada RSU PKU Muhammadiyah Bantul sebanyak 27.447 pasien, sedangkan pada tahun 2017 RSU PKU Muhammadiyah Bantul mendapat jumlah kunjungan sebanyak 28.564 pasien yang berarti jumlah pelanggan meningkat sebanyak 04,06%. Pada tahun 2018 jumlah kunjungan yaitu sebanyak 32682 pasien berkunjung ke RSU PKU Muhammadiyah Bantul, jumlah pengunjung meingkat sebanyak 14,41% lebih banyak dibanding tahun sebelumnya. Ditahun 2019 terjadi kenaikan jumlah pengunjung yang cukup signifikan yaitu sebesar 34,20% dari tahun sebelumnya menjadi 43789 pasien. Dari hasil wawancara yang saya lakukan dibagian humas PKU Muhammadiyah Bantul, bahwa RSU PKU Muhammadiyah Bantul memiliki target penambahan pelanggan sebanyak 2000 pelanggan pertahun dari jumlah pelanggan mereka. Tetapi pada tahun 2020 jumlah pengunjung mengalami penurunan yang cukup tajam dari tahun sebelumnya, jumlah kunjungan pasien hanya sebanyak 39587 pasien yang berarti terjadi penurunan pelanggan sebesar 09,59%. Berdasarkan data yang ditampilkan diatas terlihat penurunan jumlah kunjungan pada tahun 2020 di RSU PKU Muhammadiyah Bantul.

Terjadinya kenaikan dan penurunan jumlah pengunjung dapat didasari oleh beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, salah satunya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Menurut Giddens (dalam Putro, 2009) loyalitas pelanggan adalah keadaan yang menunjukkan loyalitas pelanggan terhadap objek tertentu. Menurut (Yamit, 2020) kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan atas penggunaan suatu produk ataupun jasa yang melebihi harapan yang diinginkan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Goeth dan Davis (dalam Putro, 2009) memaparkan kualitas dalam sebuah pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan dibagi menjadi lima dimeensi pokok yang terdiri dari: *Responsivness* (ketanggapan), *Reliability* (Keandalan), *Emphaty*, *Assuraance* (jaminan), dan *Tangibles* (berwujud nyata).

Penelitian ini sesuai dengan penelitian Mardikawati dan Farida (2013) dalam analisa pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, menyatakan ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Yulia Larasati Putri dan Hardi Utomo tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Presepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)”, dari total 95 responden sebagai sampel penelitian diketahui

bahwakualitas pelayanan yang dinilai baik dimata konsumen dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen merasa puas dengan suatu produk atau jasa tersebut, cenderung memiliki potensi yang lebih besar untuk menjadi loyal. Kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.

Kajian Teori

Perilaku Konsumen

James F. Engel et all (dalam Amirullah, 2002) mendefinisikan bahwa perilaku konsumen sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang maupun jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tersebut.

Kualitas Pelayanan

Menurut Parasurahman (dalam Yamit, 2005) kualitas pelayanan adalah pelayanan yang sesuai atau melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan atas pelayananyang mereka terima. Menurut Parasuraman, dkk (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006) terdapat 5 dimensi yang menentukan kualitas pelayanan, diantaranya 1) berwujud (*Tangible*); 2) keandalan (*Reliability*); 3) ketanggapan (*Responsiveness*); 4) jaminan dan kepastian (*Assurance*); 5) empati (*Emphaty*).

Kepuasan Pelanggan

Kotler (2009) memaparkan kepuasan pelanggan merupakan tindakan atau tingkah laku dari pelanggan terhadap kinerja sebuah produk yang sesuai dengan ekspektasi, perasaan senang ataupun kecewa yang dialami oleh pelanggan yang dapat memicu terciptanya kelekatan emosional terhadap produk atau jasa, bukan hanya preferensi rasional, hal ini nantinya akan berujung pada loyalitas pelanggan. Ada 4 indikator yang dikemukakan Irwan (2008), yaitu:

- a) Perasaan puas (Puas terhadap barang atau jasa yang telah diperoleh)
- b) Menciptakan Word of Mouth
- c) Selalu melakukan repeat order
- d) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk atau jasa tersebut

Loyalitas Pelanggan

Menurut Lovelock & Wright (2007) Loyalitas pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Ciri-ciri pelanggan yang loyal menurut Griffin (dalam Hurruyati, 2005) adalah:

- a) Melakukan pembelian berulang kali dan secara teratur ditoko atau merek yang sama
- b) Selalu menggunakan layanan yang telah dibeli dan tidak berganti toko atau merek
- c) Membeli antarlini layanan atau jasa
- d) Percaya dengan layanan yang ditawarkan
- e) Menunjukkan daya tahan terhadap tawaran layanan sejenis dari pesaing
- f) Bersedia merekomendasikan kepada orang lain

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori diatas maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H1 : Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada RSUD Muhammadiyah Bantul

H2 : Diduga ada pengaruhkepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD Muhammadiyah Bantul

H3 : Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan RSUD Muhammadiyah Bantul

H4 :Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan yang dimediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD Muhammadiyah Bantul

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat menjelaskan dan menyoroti, oleh karenanya tipe penelitian ini disebut explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini 39587 pelanggan RSUD Muhammadiyah Bantul. jumlah sample dalam penelitian ini diketahui maka untuk menentukan ukuran sample pada penelitian ini digunakan rumus dari Slovin (1998) dengan rumus $n = N / (1 + N (e)^2)$. itu penelitian ini juga menggunakan metode purposive sampling untuk penentuan sampelnya. kriteria yang akan dijadikan sampel dalam penelitian adalah Responden berdomisili di Bantul, Responden pernah memakai atau menggunakan jasa RSUD Muhammadiyah Bantul lebih dari 2 kali, Responden bersedia mengisi kuisioner.

Pembahasan

Berdasar pada tabel 1, diperoleh nilai koefisien (R) adalah 0.707. Nilai koefisien (R) tersebut berada di interval 0.61-0.80, sehingga dapat diketahui bahwa tingkat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Z) adalah **kuat**.

Tabel 1. Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)

Correlations			
		X	Z
x	Pearson Correlation	1	,707**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
z	Pearson Correlation	,707**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Tabel 2. Koefisien Korelasi Kepuasan Pelanggan (Z) Dengan Loyalitas Pelanggan (Y)

Correlations			
		Z	Y
Z	Pearson Correlation	1	,744**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	,744**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Berdasar pada tabel 2, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) adalah 0.744. Nilai koefisien (R) tersebut terletak pada interval 0.61 - 0.80, hasil koefisien R tersebut

menunjukkan bahwa hubungan antara kepuasan pelanggan (Z) dengan loyalitas pelanggan(Y) adalah **kuat**.

Tabel 3. Korelasi Kualitas Pelayanan (X) Dengan Loyalitas Pelanggan (Y)

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	,682**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	,682**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Berdasar pada tabel 3, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) adalah 0.682. Nilai koefisien (R) tersebut terletak pada interval 0.61 - 0.80, hasil koefisien R tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan (X) dengan loyalitas pelanggan(Y) adalah **kuat**.

Tabel 4. Koefisien Korelasi Berganda Kualitas Pelayanan (X) Dan Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,776 ^a	,602	,594	2,278	,602	73,363	2	97	,000

a. Predictors: (Constant), z, x

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Berdasar pada tabel 4, diperoleh nilai koefisien korelasi berganda (R) adalah 0.776. Nilai koefisien (R) tersebut terletak pada interval 0.61 - 0.80, nilai tersebut menunjukkan disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Z) terhadap loyalitas pelanggan(Y) adalah **kuat**.

Tabel 5. Analisis Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,072	1,585		,676	,500
	X	,306	,031	,707	9,902	,000

a. Dependent Variable: z

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Berdasar pada tabel 5 diatas, terlihat bahwa koefisien yang diperoleh adalah 0.306 dan nilai konstatanya adalah 1.072. Adanya pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Z). Nilai konstanta sebesar 1.072. Hal ini menunjukkan jika variabel kualitas pelayanan tidak ada, maka persepsi terhadap variabel kepuasan pelanggan yang diciptakan sangatlah kecil yaitu 1.072. Koefisien regresi untuk

variabel kualitas pelayanan sebesar 0.306. Artinya jika kualitas pelayanan naik 1 satuan, maka akan berdampak sebesar 0.306 terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, dapat disimpulkan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin membuat pelanggan merasa puas.

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Sederhana Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7,002	1,692		4,139	,000
	Z	1,107	,100	,744	11,024	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Berdasar pada tabel 6 diatas, diperoleh hasil koefisien regresinya adalah 1.107 dan nilai konstatanya adalah 7.002. Dari persamaan regresi linier sederhana yang sudah dibuat, dapat dijelaskan bahwa adanya pengaruh positif antara variabel kepuasan pelanggan (Z) terhadap loyalitas pelanggan(Y). Nilai konstanta sebesar 7.002. Hal tersebut menunjukkan jika variabel kepuasan pelanggan tidak ada, maka persepsi terhadap variabel loyalitas pelanggan yang diciptakan sudah sebesar 7.002. Koefisien regresi untuk variabel kepuasan pelanggan sebesar 1.107. Artinya jika kepuasan pelanggan naik 1 satuan, maka akan berdampak terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 1.107. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana, dapat dibuat kesimpulan bahwa terciptanya loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3,081	2,440		1,263	,210
	x	,439	,048	,682	9,226	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Berdasar pada tabel 7 diatas, terlihat bahwa koefisien yang diperoleh adalah 0.439 dan nilai konstatanya adalah 3.081. Dari persamaan regresi linier sederhana yang sudah dibuat, dapat dijelaskan bahwa adanya pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan(Y). Nilai konstanta adalah 3.081. Hal ini berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan tidak ada, maka persepsi terhadap variabel loyalitas pelanggan telah mencapai angka 3.081. Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0.439. Artinya jika kualitas pelayanan naik 1 satuan, maka akan berdampak terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 0.439. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, dapat disimpulkan bahwa terciptanya loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh

kualitas pelayanan. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan.

Tabel 8. Analisis Regresi Linier Berganda Kualitas Pelayanan (X) Dan Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2,245	2,120		1,059	,292
	X	,200	,058	,311	3,436	,001
	Z	,779	,135	,524	5,782	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Berdasar pada tabel 8 diatas, diperoleh koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X) adalah 0.200 dan koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan (Z) adalah 0.779 dengan nilai konstatanya adalah 2.245. Dari hasil persamaan regresi linier sederhana diatas, dapat dijelaskan bahwa Adanya pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Z) terhadap loyalitas pelanggan(Y). Nilai konstanta sebesar 2.245. Angka tersebut menunjukkan jika variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak ada, maka persepsi terhadap variabel loyalitas pelanggantelah mencapai angka 2.245. Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0.200 yang menunjukkan jika kualitas pelayanan naik 1 satuan, maka akan berdampak terhadap variabel loyalitas pelanggansebesar 0.200. Koefisien regresi untuk variabel kepuasan pelanggan adalah 0.779, Artinya jika kepuasan pelanggan naik 1 satuan, maka akan berdampak terhadap variabel loyalitas pelanggansebesar 0.779. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat ditarik kesimpulan bahwa terciptanya loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Tabel 9. Hasil Uji F Variabel Kualitas Pelayanan (X) Dan Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	761,449	2	380,724	73,363	,000 ^b
	Residual	503,391	97	5,190		
	Total	1264,840	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), z, x

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Pada tabel 9, diperoleh nilai F hitung adalah 73.363, nilai tersebut lebih dari F tabel yang memiliki nilai 3.09 ($73.363 > 3.09$), maka dibuat kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara serentak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 10. Uji Sobel Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.306	Sobel test: 4.98161903	0.04785071	6.3e-7
b	0.779	Aroian test: 4.96267502	0.04803337	7e-7
s _a	0.031	Goodman test: 5.00078166	0.04766735	5.7e-7
s _b	0.135	Reset all	Calculate	

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Berdasarkan hasil Uji Sobel diatas, dapat diketahui bahwa nilai t hitung (4.981). Untuk t tabel dapat diketahui dengan cara sebagai berikut;

$$Df = 100 - 2$$

$$Df = 98$$

Dengan demikian dapat ditentukan t tabel untuk signifikansi 0.05 adalah 1.6606. Dapat disimpulkan bahwa t tabel dari hasil uji sobel (4.981) > t hitung (1.6606) yang berarti bahwa variabel kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga hipotesis “Adanya pengaruh kualitas pelayanan yang dimediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan” adalah **diterima**.

Pembahasan

Hipotesis satu yang menyatakan “Adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan RSUD Muhammadiyah Bantul” telah terbukti. Pembuktian tersebut sejalan dengan, penelitian terdahulu oleh Feby Thung (2019), yang hasilnya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan. Pada penelitian ini, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini terbukti dengan melihat koefisien regresi variabel kualitas pelayanan adalah 0.306 yang bernilai positif dan nilai signifikansinya adalah 0.000. Hasil pengujian tersebut didukung oleh hasil koefisien determinasi yang memiliki persentase 50.0%, yang berarti bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 50.0%. Dari uji t juga diperoleh t hitung (9.902) > t tabel (1.984). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin baik tingkat kepuasan pelanggan yang tercipta pada RSUD Muhammadiyah Bantul.

Hipotesis dua yang menyatakan “Adanya pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD Muhammadiyah Bantul” telah terbukti. Menurut Tjiptono (2015) menyatakan bahwa kepuasan akan menimbulkan loyalitas, kepuasan pelanggan yang benar adalah yang akan berlanjut sehingga menciptakan loyalitas pelanggan yang berujung pada peningkatan penjualan. Dalam penelitian kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan, hal ini dibuktikan melalui hasil koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan yang diperoleh adalah 1.107, hasil tersebut bernilai positif dan nilai signifikansinya adalah 0.000. Hal tersebut diperkuat dengan hasil uji koefisien determinasi 55.4%, artinya bahwa pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 55.4%. Dari uji t didapat juga hasil t hitung (11.024) > t tabel (1.984). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang tercipta, maka akan semakin besar peluang terciptanya loyalitas pelanggan pada pelanggan RSUD Muhammadiyah Bantul. Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh Chusnul Rofiah dan Dwi Wahyuni (2017), yang berhasil

membuktikan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan.

Hipotesis tiga yang menyatakan “Adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD Muhammadiyah Bantul” telah terbukti. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu produk menjadi penilaian bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang atau tidak. Menurut Delgado dan Munuera (2001) dalam putro (2009), ketika konsumen menerima kualitas pelayanan yang lebih baik dari uang yang dikeluarkannya, mereka percaya menerima nilai yang baik (*good value*), dimana hal ini akan meningkatkan loyalitas kepada penyedia jasa. Pada penelitian ini kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan, hal ini terbukti dengan melihat hasil koefisien regresi yang diperoleh adalah 0.439 yang bernilai positif dan nilai signifikansinya adalah 0.000. Hasil pengujian tersebut didukung oleh hasil koefisien determinasi sebesar 46.5%, yang berarti bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 46.5%. Dari uji t juga didapatkan bahwa $t_{hitung} (9.226) > t_{tabel} (1.984)$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan RSUD Muhammadiyah Bantul, maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Hasil uji hipotesis ini sesuai dengan penelitian oleh Andini Lestari (2018), yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki tingkat korelasi yang termasuk dalam kategori kuat dengan nilai korelasinya yaitu sebesar 0.776 yang terletak pada interval 0.61 – 0.80. Kemudian dilihat dari nilai koefisien determinasi, variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki kontribusi sebesar 60.2% dalam mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan harus selalu dipertahankan dan juga ditingkatkan agar dapat membuat pelanggan merasa puas, kepuasan yang baik akan berujung pada penumbuhan loyalitas pelanggan Fandy Tjiptono (2015). Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dapat dilihat pada nilai analisis koefisien regresi bergandanya yaitu sebesar 0.200 untuk kualitas pelayanan dan 0.779 untuk kepuasan pelanggan. Dilihat dari nilai uji F, dengan hasil nilai F hitung $73.363 > F_{tabel} 3.09$, yang berarti variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Hipotesis empat menyatakan “Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan pada RSUD Muhammadiyah Bantul” terbukti. Pada penelitian ini, hasil *Sobel Test* yang diperoleh sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat, hal ini dibuktikan $t_{hitung} (4.981) > t_{tabel} (1.6606)$ sehingga variabel kepuasan pelanggan memediasi variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada RSUD Muhammadiyah Bantul. Hasil pengujian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Chusnul Rofiah, Dwi Wahyuni (2017), yang menyatakan adanya pengaruh secara langsung dan tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan

Hasil dari kategorisasi kualitas pelayanan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori sangat baik dengan persentase 50%. Hasil dari rekapitulasi menunjukkan bahwa rata-rata total skor yang diperoleh adalah 4.25, namun pada variabel kualitas pelayanan terdapat 4 item atau pertanyaan yang skornya tidak melebihi nilai rata-rata skor total. Untuk item atau pertanyaan yang variabelnya tidak melebihi rata-rata skor variabel yaitu XP4 (pelayanan yang diberikan RSUD Muhammadiyah Bantul sesuai dengan harapan konsumen), XP7 (kemampuan karyawan RSUD Muhammadiyah Bantul dalam

melayani konsumen sesuai dengan harapan konsumen), XP11 (karyawan RSUD Muhammadiyah Bantul mampu memahami kebutuhan konsumen), XP12 (karyawan RSUD Muhammadiyah Bantul melayani konsumen dengan penuh perhatian).

Kemudian, hasil dari kategorisasi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori puas sebesar 50%. Hasil rekapitulasi yang diperoleh menunjukkan rata-rata total skor adalah 4.17. Untuk item atau pertanyaan yang memiliki nilai dibawah rata-rata skor total variabel kepuasan pelanggan ada 1, yaitu ZP 1 (Perasaan Puas Terhadap Pelayanan Yang Diterima).

Lalu, hasil dari kategorisasi loyalitas pelanggan termasuk dalam kategori sangat loyal sebesar 50%. Hasil rekapitulasi yang diperoleh menunjukkan rata-rata total skor adalah 4.24. Untuk item atau pertanyaan yang memiliki nilai dibawah rata-rata total skor variabel ada 2, yaitu YP3 (Menggunakan berbagai layanan RSUD Muhammadiyah Bantul), YP5 (Ketahaan akan layanan yang disediakan pesaing)

Dalam tabulasi silang antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan ditemukan bahwa tidak ada pelanggan yang merasa tidak puas dan tidak loyal, hal ini sesuai dengan penelitian oleh Chusnul Rofiah, Dwi Wahyuni (2017), terbukti bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dari hasil penelitian terlihat ada pengaruh antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan.

Menurut hasil Uji Sobel ditemukan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, artinya kualitas yang diberikan dapat mendorong langsung tumbuhnya loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada 100 responden mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan. Semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan pada RSUD Muhammadiyah Bantul.
2. Kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan. Semakin puas pelanggan, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan pada RSUD Muhammadiyah Bantul.
3. Kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan. Semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan pada RSUD Muhammadiyah Bantul.
4. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening berpengaruh positif dan signifikan ke kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasar pada tanggapan responden yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat peneliti berikan kepada RSUD Muhammadiyah Bantul adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan masuk dalam kategori sangat baik. Namun masih ada item atau pernyataan yang skornya masih dibawah rata-rata total skor, yaitu: pelayanan yang diberikan RSUD Muhammadiyah Bantul sesuai dengan harapan konsumen, kemampuan karyawan RSUD Muhammadiyah Bantul dalam melayani konsumen sesuai dengan harapan konsumen, karyawan

RSU PKU Muhammadiyah Bantul mampu memahami kebutuhan konsumen, karyawan PKU Muhammadiyah Bantul melayani konsumen dengan penuh perhatian. Maka dari itu RSU PKU Muhammadiyah Bantul dianjurkan untuk lebih responsive terhadap apa yang dibutuhkan oleh pelanggannya. Serta harus cepat dalam mengatasi permasalahan yang terjadi.

2. Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan pelanggan pada pelayanan RSU PKU Muhammadiyah Bantul termasuk dalam kategori puas. Namun, masih ada item atau pernyataan yang skornya masih dibawah rata-rata yaitu: perasaan puas terhadap pelayanan yang diterima. RSU PKU Muhammadiyah Bantul dianjurkan untuk melakukan pembenahan secara berkala, mulai dari mengamati apa yang menjadi keresahan dari pelanggan hingga munculnya rasa ketidakpuasan.
3. Menciptakan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan adalah tujuan dari setiap perusahaan. Berdasarkan hasil olah data banyak pelanggan yang belum loyal terhadap produk atau layanan yang dimiliki perusahaan, hal ini disebabkan karena menurut responden sejak adanya rumah sakit baru di daerah bantul mereka lebih nyaman dengan pelayanan yang diberikan pesaing RSU PKU Muhammadiyah Bantul, Hal ini dikarenakan responden menilai hanya beberapa layanan yang menurut mereka cocok dengan responden. Sebaiknya RSU PKU Muhammadiyah Bantul memperhatikan layanan yang mereka miliki untuk dapat ditingkatkan sehingga pelanggan dapat merasa puas dan berakhir pada terbentuknya loyalitas pelanggan.

Daftar Referensi

- Kanuk, S. &. (2004). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Global Edition*. In *Pearson Education Limited*.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior, Eleventh Edition*. In *Consumer Behavior* (Issue 6).
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Hasra Hartina. (2017). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Tatto Studio Yogyakarta. *Manajemen Asuhan Kebidanan Pada Bayi Dengan Caput Succedaneum Di Rsud Syekh Yusuf Gowa Tahun*, 4, 9–15.
- Henriawan, D. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur). *Copetition*, VI(2), 71–62.
- Hidayat, N. K., Bustaman, Y., & Hartono, Y. H. (2020). The Influence of Service Quality on Customer Trust. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201222.037>
- Husada, F. R. K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi pada Pelanggan Toko Kosmetik Aman Pekalongan. *Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dar*, 8(5), 55.

- Husodho, W. R. (2015). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Obyek Wisata Dumilah Water Park Madiun. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 3(2). <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v3i2.667>
- Kualitas, P., Dan, P., Pelayanan, K., Loyalitas, T., & Melalui, P. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4), 348–354. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i4.8888>
- Kurniasih, N., Abdullah, T., & Akbar, M. (2017). The Effect Of Supervision, Environmental Work, Training And Learning Organization To The Managerial Effectiveness Of The Head Of High School Private. *IJHCM (International Journal of Human Capital Management)*, 1(02), 123–135.
- Mustofa, A. T. S. L. dan S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(3), 327–334.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1), 70–90. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Rahmawati, R. (2014). Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (Sebuah kajian terhadap bisnis makanan). *Teknobuga*, 1(1), 66–79. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/teknobuga/article/view/6404>
- Sembiring, I. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
- Syafri, Edi; Endrizal, N. (2013). Grand Theory Consumer Decision Model Topik. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ulfa, M., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pdam Kota Padang. *STIE KBP*, 1–16. <https://doi.org/10.31219/osf.io/spmgv>
- Wibisono, A., & , S. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PERFORMANCE “ Jurnal Bisnis & Akuntansi,”*6(2), 32. <https://doi.org/10.24929/feb.v6i2.268>
- Yamit, Z. (2020). Pengaruh SOP terhadap Kualitas Pelayanan dan Kinerja Perusahaan Studi pada Mitra Go-Jek Paguyuban Lempuyangan Yogyakarta. *Uii Journal*.