

Pengaruh Kualitas Pelayanan Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mata Cicendo Terhadap Loyalitas Pasien

Zaki Wahyu Mustajab¹, Uud Wahyudin², Teddy Kurnia³

^{1,2,3}Universitas Padjadjaran

zakiwhy@gmail.com¹

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of the service quality of the National Eye Center Cicendo Eye Hospital on outpatient patient loyalty with the Social Exchange Theory proposed by Thibault and Kelley in 1959 as its theoretical foundation. In this study, the researcher employed a correlational method with a quantitative approach. The sample for this study consisted of 96 outpatient patients from the executive installation of the National Eye Center Cicendo Eye Hospital, chosen as respondents through simple random sampling. Subsequently, data analysis involved descriptive analysis and inferential statistics. The research results indicate that simultaneously, the service quality of the National Eye Center at Cicendo Eye Hospital significantly influences the loyalty of outpatient executive installation patients. Furthermore, on a partial level, tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy in the service quality of the National Eye Center at Cicendo Eye Hospital significantly affect the loyalty of outpatient executive installation patients

.Keywords: Service Quality, National Eye Center Cicendo Eye Hospital, Loyalty, Patient, Social Exchange Theory

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap loyalitas pasien rawat jalan dengan Teori Pertukaran Sosial yang dikemukakan oleh Thibault dan Kelley pada tahun 1959 sebagai landasan penelitiannya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 pasien rawat jalan instalasi eksekutif Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mata Cicendo yang terpilih menjadi responden menggunakan teknik *simple random sampling*. Kemudian, untuk analisis data peneliti menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas pelayanan Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mata Cicendo berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pasien rawat jalan instalasi eksekutif. Selanjutnya, secara parsial bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati kualitas pelayanan Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mata Cicendo berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pasien rawat jalan instalasi eksekutif.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mata Cicendo, Loyalitas, Pasien, Teori Pertukaran Sosial

PENDAHULUAN

Kesehatan adalah hal yang penting bagi seluruh umat manusia di bumi, dengan tubuh yang sehat, setiap manusia dapat menjalani hidup secara produktif baik itu dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Dalam upaya untuk mewujudkan derajat kesehatan yang tinggi, kesehatan tubuh kita memegang peranan yang penting, salah satunya adalah indra penglihatan kita yaitu mata. Dalam berkomunikasi, mata dapat menjadi alat untuk meyakinkan lawan bicara kita. Selain itu juga mata dapat digunakan untuk berkomunikasi secara tidak langsung yaitu dengan menyampaikan sebuah kode atau isyarat melalui mata. Mata dapat menjadi cerminan bagaimana kita dalam berkomunikasi..

Menurut perwakilan dari Perhimpunan Dokter Spesialis Mata Indonesia (Perdami) dr. Aldiana Halim, pada tahun 2017 di Indonesia terdapat 8 juta orang yang memiliki gangguan penglihatan. Sebanyak 6,4 juta orang memiliki gangguan penglihatan sedang dan berat ditambah 1,6 juta orang mengalami kebutaan. Berdasarkan data tersebut dapat kita simpulkan bahwa masalah kesehatan mata yang ada di Indonesia cukup tinggi. Oleh karena itu, kesehatan mata perlu dijaga oleh masyarakat Indonesia sejak dini.

Salah satu rumah sakit mata yang dapat menunjang kebutuhan masyarakat Indonesia dalam pelayanan kesehatan indra penglihatan atau mata yang memadai adalah Pusat Mata Nasional (PMN) Rumah Sakit Mata Cicendo yang berlokasi di Kota Bandung. Rumah Sakit Mata Cicendo merupakan satu-satunya rumah sakit khusus mata yang dimiliki oleh pemerintah atau Depkes RI yang memiliki fungsi pendidikan, pelayanan, dan penelitian dalam kesehatan mata. Rumah Sakit Mata Cicendo sudah ditetapkan menjadi Pusat Mata Nasional (PMN) melalui Keputusan Menteri Kesehatan nomor 059/MENKES/SK.I/2009. Jumlah pasien rawat jalan instalasi eksekutif pada tahun 2022 di PMN Rumah Sakit Mata Cicendo adalah sebesar 27963 pasien dengan rata-rata 77 pasien/hari atau 2330 pasien/bulan. Dengan jumlah kunjungan pasien sebanyak itu, tentunya PMN Rumah Sakit Mata Cicendo perlu kualitas pelayanan yang terbaik terhadap pasiennya.

Menurut Arianto (2018) kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai sesuatu yang berfokus untuk memenuhi kebutuhan dan persyaratan, juga pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan (pasien). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lee (2013) kualitas layanan suatu perusahaan (rumah sakit) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam proses interaksi yang terjadi diantara PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap pasien mereka, terjadi sebuah proses yang dinamakan komunikasi pemasaran. Pemasaran adalah pertukaran yang dapat memuaskan hubungan diantara kedua belah pihak yaitu PMN Rumah Sakit Mata Cicendo dan pasien. Dalam suatu proses pertukaran atau pemasaran, terjadi proses komunikasi baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Dalam suatu proses pertukaran komunikasi memegang peranan yang sangat penting. Dengan terjadinya

komunikasi pemasaran diharapkan dapat terjadinya pertukaran yang sesuai dan saling menguntungkan diantara perusahaan dan konsumen.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Social Exchange Theory* atau Teori Pertukaran Sosial yang dikemukakan oleh John Thibaut dan Harold Kelley pada tahun 1959, menganggap bahwa hubungan antar manusia dapat dianalogikan sebagai hubungan ekonomi yang berkaitan dengan *cost and reward*. Seseorang ingin berhubungan dengan orang lain dikarenakan mengharapkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhannya. *Social exchange theory* terbentuk berdasarkan beberapa asumsi tentang sifat alamiah manusia dan hubungan alamiah yang dialami seorang manusia. Teori ini berfokus kepada dua konsep utama, yaitu sifat alamiah dan hubungan diantara dua orang (West, 2007). Pada intinya asumsi dari teori ini berfokus terhadap sifat alamiah dari manusia itu sendiri

Teori pertukaran sosial dapat diaplikasikan dalam penelitian ini karena kualitas pelayanan ada biaya (*cost*) yang harus disediakan oleh PMN Rumah Sakit Mata Cicendo untuk memuaskan (*reward*) pasiennya. Kualitas pelayanan yang bagus dan baik akan menghasilkan loyalitas dalam diri pasien, karena pasien akan mendapatkan kepuasan dan akan datang kembali ke PMN Rumah Sakit Mata Cicendo. Dalam teori pertukaran sosial, loyalitas dari konsumen merupakan ganjaran (*reward*) yang diterima oleh PMN Rumah Sakit Mata Cicendo karena sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap pasiennya.

Peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayan secara simultan dan parsial terhadap loyalitas pasien rawat jalan instalasi eksekutif.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Peneliti menggunakan metode korelasional karena peneliti ingin mengetahui pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien pada PMN Rumah Sakit Mata Cicendo. Pada penelitian ini, penulis terjun langsung ke lapangan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai korelasionalitas diantara kualitas pelayan dengan loyalitas pasien pada PMN Rumah Sakit Cicendo. Peneliti menggunakan metode penyebaran kuisioner secara langsung dan pengisian kuisioner juga dapat dilakukan di google form. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat ukur dengan skala Likert ordinal. Skala Likert ordinal adalah alat ukur yang terdiri dari pernyataan-pernyataan yang diurutkan dan memiliki tingkat kepercayaan. Dengan cara seperti itu peneliti akan mengetahui apa pengaruh diantara variabel X yaitu kualitas pelayanan dan variabel Y yaitu loyalitas pasien. Peneliti mencari, menjelaskan hubungan, memperkenalkan, dan menguji berdasarkan teori yang sudah ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a.) Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Simultan terhadap Loyalitas Pasien

Uji F memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* yang terdiri dari bukti langsung atau *tangible* (X_1), keandalan atau *reliability* (X_2), daya tanggap atau *responsiveness* (X_3), jaminan atau *assurance* (X_4), dan empati atau *empathy* (X_5) kualitas pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap variabel *dependent* loyalitas pasien (Y) secara bersama-sama atau simultan. Uji F memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan jika signifikansi F berada dibawah 0,05, maka variabel *independent* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel *dependent*. Berikut merupakan hasil uji statistik F pada penelitian ini dengan hipotesis sebagai berikut :

- 1) H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien
- 2) H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien

Tabel 1 Hasil Uji Simultan Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas (Y)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1072800004.7	5	214560000.9	28.983	.000 ^b
	Residual	666256696.6	90	7402852.185		
	Total	1739056701.3	96			

a. Dependent Variabel : Y

b. Predictors: (Constant), X5, X1, X2, X3, X4

Berdasarkan hasil uji statistik F diatas, didapatkanlah Fhitung 28.983 sedangkan nilai Ftabel dengan $df_1=k=5, df_2=n-k-1=96-5-1=90$ dan $\mu = 5\%$ adalah sebesar 2,31. Dengan begitu Fhitung (28.983) > Ftabel (2,32) atau Sig (0,000) < (0,000), maka H_1 diterima dan artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama atau simultan diantara variabel bukti langsung atau *tangible* (X_1), keandalan atau *reliability* (X_2), daya tanggap atau *responsiveness* (X_3), jaminan atau *assurance* (X_4), dan empati atau *empathy* (X_5) kualitas pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap variabel *dependent* loyalitas pasien (Y).

b.) Pengaruh Bukti Langsung atau *Tangible* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo (X_1) terhadap Loyalitas Pasien (Y)

Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda sub variabel Bukti Langsung atau *Tangible* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo (X_1) terhadap Loyalitas Pasien (Y) dengan hipotesis sebagai berikut :

- 1) H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Bukti Langsung atau *Tangible* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien
- 2) H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Bukti Langsung atau *Tangible* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien

Tabel 2 Pengaruh Sub Variabel *Tangible* (X_1) terhadap Loyalitas (Y)

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	df	t_{tabel}	Sig.	Keputusan	Kesimpulan
X_1	0,342	2,998	91	1,661	0,004	H_1 diterima	Signifikan

Berdasarkan hasil uji statistik F diatas, didapatkanlah F_{hitung} 28.983 sedangkan nilai F_{tabel} dengan $df_1=k=5, df_2=n-k-1=96-5-1=90$ dan $\mu = 5\%$ adalah sebesar 2,31. Dengan begitu F_{hitung} (28.983) > F_{tabel} (2,32) atau Sig (0,000) < (0,000), maka H_1 diterima dan artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama atau simultan diantara variabel bukti langsung atau *tangible* (X_1), keandalan atau *reliability* (X_2), daya tanggap atau *responsiveness* (X_3), jaminan atau *assurance* (X_4), dan empati atau *empathy* (X_5) kualitas pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap variabel *dependent* loyalitas pasien (Y).

c.) Pengaruh Keandalan atau *Reliability* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo (X_2) terhadap Loyalitas Pasien (Y)

Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda sub variabel Keandalan atau *Reliability* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo (X_2) terhadap Loyalitas Pasien (Y) dengan hipotesis sebagai berikut :

- 1) H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Keandalan atau *Reliability* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien
- 2) H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Keandalan atau *Reliability* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien

Tabel 3 Pengaruh Sub Variabel *Reliability* (X_2) terhadap Loyalitas (Y)

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	df	t_{tabel}	Sig.	Keputusan	Kesimpulan
X_2	0,433	3,686	91	1,661	0,00	H ₁ diterima	Signifikan

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS 26, didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,504 harga kritis dari nilai t_{tabel} pada α (0.05) dan $df = n - k - 96 - 5 = 91$ sebesar 1,661. Maka dari itu, t_{hitung} (3,686) > t_{tabel} (1,661) atau Sig. (0,00) < α (0,05), artinya H₁ diterima. Dengan begitu hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan diantara Keandalan atau *Reliability* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap loyalitas pasien.

d.) Pengaruh Daya Tanggap atau *Responsiveness* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo (X_3) terhadap Loyalitas Pasien (Y)

Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda sub variabel Daya Tanggap atau *Responsiveness* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo (X_1) terhadap Loyalitas Pasien (Y) dengan hipotesis sebagai berikut :

- 1) H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Daya Tanggap atau *Responsiveness* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien
- 2) H₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Daya Tanggap atau *Responsiveness* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien

Tabel 4 Pengaruh Sub Variabel *Responsiveness* (X_3) terhadap Loyalitas (Y)

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	df	t_{tabel}	Sig.	Keputusan	Kesimpulan
X_3	0.318	2.958	91	1,661	0,011	H ₁ diterima	Signifikan

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS 26, didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2.598 harga kritis dari nilai t_{tabel} pada α (0.05) dan $df = n - k - 96 - 5 = 91$ sebesar 1,661. Maka dari itu, t_{hitung} (2,598) > t_{tabel} (1,661) atau Sig. (0,011) < α (0,05), artinya H₁ diterima. Dengan begitu hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan diantara Daya Tanggap atau *Responsiveness* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap loyalitas pasien.

e.) Pengaruh Jaminan atau *Assurance* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo (X_4) terhadap Loyalitas Pasien (Y)

Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda sub variabel Jaminan atau *Assurance* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo (X_4) terhadap Loyalitas Pasien (Y) dengan hipotesis sebagai berikut :

- 1) H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Jaminan atau *Assurance* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien
- 2) H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Jaminan atau *Assurance* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien

Tabel 5 Pengaruh Sub Variabel *Assurance* (X_4) terhadap Loyalitas (Y)

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	df	t_{tabel}	Sig.	Keputusan	Kesimpulan
X_4	0,539	4,329	91	1,661	0,00	H_1 diterima	Signifikan

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS 26, didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 4,329 harga kritis dari nilai t_{tabel} pada α (0.05) dan $df = n - k - 96 - 5 = 91$ sebesar 1,661. Maka dari itu, t_{hitung} (4,329) > t_{tabel} (1,661) atau Sig. (0,00) < α (0,05), artinya H_1 diterima. Dengan begitu hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan diantara Jaminan atau *Assurance* PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap loyalitas pasien.

f.) Pengaruh Empati atau *Empathy* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo (X_5) terhadap Loyalitas Pasien (Y)

Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda sub variabel Empati atau *Empathy* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo (X_5) terhadap Loyalitas Pasien (Y) dengan hipotesis sebagai berikut :

- 1) H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Empati atau *Empathy* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien
- 2) H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Empati atau *Empathy* Kualitas Pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap Loyalitas Pasien

Tabel 6 Pengaruh Sub Variabel *Empathy* (X_5) terhadap Loyalitas (Y)

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	df	t_{tabel}	Sig.	Keputusan	Kesimpulan
X_5	0,484	3,019	91	1,661	0,003	H_1 diterima	Signifikan

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS 26, didapatkan nilai thitung sebesar 2,063 harga kritis dari nilai t_{tabel} pada α (0.05) dan $df = n - k - 96 - 5 = 91$ sebesar 1,661. Maka dari itu, $t_{hitung} (3,019) > t_{tabel} (1,661)$ atau $Sig. (0,003) < \alpha (0,05)$, artinya H_1 diterima. Dengan begitu hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan diantara Empati atau *Empathy* PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap loyalitas pasien.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian dan analisis yang telah diuraikan bab sebelumnya maka diperoleh kesimpulan pada penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau keseluruhan antara kualitas pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap loyalitas pasien rawat jalan. Kualitas pelayanan terdiri dari sub-sub variabel yaitu bukti langsung atau *tangible*, keandalan atau *reliability*, daya tanggap atau *responsiveness*, jaminan atau *assurance*, dan empati atau *empathy*. Secara simultan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 61,7% terhadap loyalitas pasien.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara sub variabel bukti langsung atau *tangible* kualitas pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap loyalitas pasien rawat jalan. Hal ini dikarenakan dari segi aspek bukti langsung yang meliputi fasilitas yang menarik secara visual, peralatan lengkap, canggih, modern, bahan-bahan yang menarik secara visual terkait dengan pelayanan, dan penampilan karyawan yang menarik secara visual. PMN Rumah Sakit Mata Cicendo sudah memberikan layanan yang sesuai. Sehingga pasien memberikan penilaian yang positif.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara sub variabel keandalan atau *reliability* kualitas pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap loyalitas pasien. Hal ini dikarenakan dari segi aspek keandalan, PMN Rumah Sakit Mata Cicendo sudah memberikan layanan seperti yang dijanjikan, dapat menangani masalah layanan pasien, memberikan layanan pada waktu yang dijanjikan, melakukan layanan yang benar saat pertama kali, dan terbebas dari kesalahan. Sehingga pasien memberikan penilaian yang positif.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara sub variabel daya tanggap atau *responsiveness* kualitas pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap loyalitas pasien rawat jalan. Hal ini dikarenakan dari segi aspek daya tanggap yang meliputi memberi tahu kapan layanan akan diberikan, layanan yang cepat kepada pelanggan, kesediaan membantu pelanggan, dan kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan. PMN Rumah Sakit Mata Cicendo sudah memberikan layanan yang sesuai. Sehingga pasien memberikan penilaian yang positif.

5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara sub variabel jaminan atau *assurance* kualitas pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap loyalitas pasien. Hal ini dikarenakan dari segi aspek jaminan, PMN Rumah Sakit Mata Cicendo sudah membuat pelanggan merasa aman, karyawan mendapatkan kepercayaan pelanggan, karyawan secara konsisten sopan, dan karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan. Sehingga pasien memberikan penilaian yang positif. Selain itu, sub variabel ini menyumbang pengaruh yang paling besar diantara sub variabel yang lainnya.
6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara sub variabel empati atau *empathy* kualitas pelayanan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo terhadap loyalitas pasien. Hal ini dikarenakan dari segi aspek empati, PMN Rumah Sakit Mata Cicendo sudah memberi perhatian individu kepada pelanggan, karyawan berurusan dengan pelanggan dengan cara yang penuh perhatian, memahami kepentingan terbaik pelanggan, karyawan memahami kebutuhan pelanggannya, dan memiliki jam kerja yang nyaman. Sehingga pasien memberikan penilaian yang positif.

SARAN

Berdasarkan dari hasil pengolahan data dan kesimpulan, peneliti mendapatkan beberapa saran yang dapat dapat peneliti sampaikan dengan tujuan untuk membantu penelitian di masa yang akan mendatang, terutama mengoptimalkan kualitas pelayanan di PMN Rumah Sakit Mata Cicendo yang bertujuan untuk lebih meningkatkan loyalitas pasien di masa yang akan datang. Berikut beberapa saran:

1. Berdasarkan hasil penelitian, sub variabel jaminan atau *assurance* memiliki kontribusi paling besar dibandingkan sub variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bagi pasien rawat jalan PMN Rumah Sakit Mata Cicendo aspek terpenting adalah jaminan, dengan mereka memiliki jaminan ketika berobat ke PMN Rumah Sakit Mata Cicendo mereka akan merasa aman dan akan berkunjung lagi ke PMN Rumah Sakit Mata Cicendo di masa yang akan datang. Oleh karena itu PMN Rumah Sakit Mata Cicendo disarankan untuk terus mempertahankan aspek jaminan yang meliputi membuat pelanggan merasa aman, karyawan mendapatkan kepercayaan pelanggan, karyawan secara konsisten sopan, dan karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan di masa yang akan mendatang.
2. Penelitian ini hanya dibatasi pada variabel kualitas pelayanan PMN Rumah Sakit mata Cicendo yang meliputi komponen bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan,

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 4 No 3 (2024) 1819 – 1832 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v4i3.2256

dan empati. Oleh karena itu diharapkan penelitian selanjutnya bisa meneliti variabel-variabel lain yang bisa mempengaruhi loyalitas.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Parasuraman. (2001). The Behaviorial Consequenses of Service Quality, *Jurnal of Marketing*, Vol 60.
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Alma. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit ALFABETA. Bandung.
- Apandi, Julio. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada PMN Rumah Sakit Mata Cicendo.
- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.
- Aria, M., & Atik, I., L. (2018). Tata Kelola dan Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi PT. BAM. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan*.
- Arifendi, M. (2017) Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Konsumen @ngopidoele di Instagram.
- Azwar, S. (2005) *Sikap Manusia: Teori Dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Benny, Gede. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.
- Bernard Berelson & Gary A. Steiner (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Rosdakarya.
- Blum, Hendrik L. (1974) *Planning for Health, Development and Aplication of Social Changes Theory*. New York: Human Sciences Press.

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 4 No 3 (2024) 1819 – 1832 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v4i3.2256

- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fyanka, Aldy. (2016). *Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Konsumen Gerobak Kopi Jenggo*.
- Gaspersz, Vincent. (1997). *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Haryono, G. & Evanita, S. (2015). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Jambi Permata Tour dan Travel di Sungai Penuh*.
- Henriawan, Desan. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. 6 No. 2.
- Hermawan Kartajaya. (2003). *Marketing In Venus*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Irjayanti, Endah. Revo, Johny. David, Danny. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Esther House of Beauty Manado*.
- Irnandha, Aris. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat*. Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Isaac S dan Michael WB. (1981). *Handbook in Research and Evaluation*. California: Edits Publishers.
- Juliandi Azuar, Irfan dan Saprinal Manurung. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.
- J. Supranto (2011), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 4 No 3 (2024) 1819 – 1832 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v4i3.2256

- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1993). Implementing the Balanced Scorecard. FMC Corporation Harvard Business Review.
- Kotler dan Philip dan Kevin Lane Keller (2016), Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Lee, S. H. (2013). Major Moderators Influencing the Relationships of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Asian Social Science*, 9(2).
- Lewis, R.C. & Booms, B.H. (1983). "The marketing aspects of service quality" in Berry, L., Shostack, G. and Upah, G. (eds.). Emerging perspectives on services marketing: American Marketing Association Chicago.
- Lupiyoadi, R. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Muamala. (2022). Kategori Umur Menurut WHO & Depkes yang Belum Banyak Diketahui Masyarakat.
- Mulyana, Deddy. (2008) Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja
- Napitupulu, R. B., Simanjuntak, T. P., Hutabarat, L., Damanik, H., Harianja, H., Sirait, R.T.M., Tobing, L., & Ria, C.E. (2021). Penelitian Bisnis, Teknik dan Analisa dengan SPSS - STATA - Eviews. 1 ed. Madenatera.
- Panuju, R. (2000). Perilaku Organisasi dan Komunikasi Suatu Pengantar. Gramedia Pustaka. Gramedia Pustaka Utama.
- Palito, Ganto. (2017) Hubungan Kualitas Pelayanan Indihome Telkom Dengan Loyalitas Mahasiswa Sebagai Konsumen.
- Pohan. (2015). Manajemen Perpajakan, Edisi 3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmat, J. (2018). Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi). Simbiosis Rekatama Media.
- Rangkuti, Freddy (2002), Measuring Customer Satisfaction: Teknik Menzukur & "Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Gramedia.
- Ridwan dan Kuncoro, E. A. (2012). Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur), Bandung: Alfabeta

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 4 No 3 (2024) 1819 – 1832 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v4i3.2256

- Sarwono, J. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Graha Ilmu.
- Setianto, Ganang. Wartini, Sri (2017). Pengaruh Bukti Fisik dan Empati Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.
- Sendjaja, S. Djuarsa. 1994. Teori Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka Silalahi. (2018). Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sinuhaji, Linus Semar (2023). Pengaruh Keandalan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi Pada PT Murni Express Berastagi.
- Singarimbun, M., & Effendi, S., (2006). Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.
- Sudrajat, Erwin. (2012) Hubungan Antara Proses Komunikasi dalam Kualitas Pelayanan Jasa Klinik di Rumah Sakit terhadap Kepuasan Pasien
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (19th ed.). Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: ALFABETA.
- Supranto, J. (2011). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Suryabrata, Sumadi. (2004). Psikologi Pendidikan. Jakarta : Raja Grafindo. Persada.
- Sutisna. (2002). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Syafitri, Alfira. (2022) Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Keanu Agl Terhadap Minat Beli Kondisioner Pantene
- Tiong, Piter (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Primagum Sejati di Makassar

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 4 No 3 (2024) 1819 – 1832 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v4i3.2256

Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*.

Tjiptono, Fandy. (2004). *Manajemen Jasa* : Andi Offset, Yogyakarta.

West Richard., (2007), *Pengantar Teori Komunikasi*, Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Humanika

Wilhamda. (2011). *Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Mutu Pelayanan*