



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN PADA
RUMAH SAKIT AGUNG JAKARTA**

SKRIPSI

Runan Wasiyo Jati

1802025334

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2022**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN PADA
RUMAH SAKIT AGUNG JAKARTA**

SKRIPSI

Runan Wasiyo Jati

1802025334

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonom

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN PADA RUMAH SAKIT AGUNG JAKARTA” merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau Sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya tulis orang lain, maka saya bersedia untuk mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Jakarta, 18 Juli 2022



(RunanWasiyo Jati)

1802025334

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
PASIEN RAWAT JALAN PADA RUMAH
SAKIT AGUNG JAKARTA



NAMA : Runan Wasiyo Jati

NIM : 1802025334


PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN

TAHUN AKADEMIK : 2021/2022

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Eti Rochaety, S.E., M.M	
Pembimbing II	Edi Setiawan, S.E., M.M	

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :


**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN PADA RUMAH SAKIT AGUNG JAKARTA**

Yang disusun oleh :
Runan Wasiyo Jati
1802025334

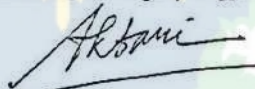
telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata-satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
Pada tanggal :

Tim Penguji

Ketua, merangkap anggota :


(Ummu Salma Al Azizah, SE., I., M.Sc.)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Deni Adha Akbari, SE, MM.)

Anggota :




(Dicky Chandra, SE., MM.)

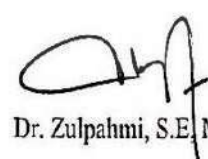
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.

Hamka


Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof.
DR. Hamka


Dr. Zulpahmi, S.E| M.Si

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKSI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Runan Wasiyo Jati
NIM : 1802025334
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka Hak Bebas **Royalti Nonekslusif** (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN PADA RUMAH SAKIT AGUNG JAKARTA”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Juli 2022
Yang menyatakan



(Runan Wasiyo Jati)

ABSTRAKSI

Runan Wasiyo Jati (1802025234)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN PADA RUMAH SAKIT AGUNG JAKARTA

Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2022. Jakarta.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pasien

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pasien rawat jalan Rumah Sakit Agung Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode survei yang mengumpulkan data secara langsung berupa penyebaran kuisioner, dengan sampel 110 responden, dan sampel untuk penelitian ini adalah pasien rawat jalan yang tercover BPJS di Rumah Sakit Agung Jakarta. Berdasarkan hasil pengolahan data, model regresi linier berganda penelitian ini adalah $\hat{Y} = 5,517 + 0,323 X_1 + 0,403 X_2$. Kemudian hasil pengolahan data uji-t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $6,954 > 1,982$, kemudian citra merek memperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $10,388 > 1,982$. Serta hasil dari uji F juga terdapat nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dan nilai F_{hitung} sebesar 180,311 sedangkan derajat kebebasan (df) pembilang 2 dan penyebut 107 diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,08 Hasil nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($180,311 > 3,08$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pasien, dan citra merek berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pasien. Kemudian kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pasien

ABSTRACT

Runan Wasiyo Jati (1802025234)

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE ON PATIENT SATISFACTION OF JAKARTA AGUNG HOSPITAL

Thesis. Undergraduate Program in Management Studies Program. Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2022. Jakarta.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Patient Satisfaction

This study aims to determine the effect of service quality and brand image on patient satisfaction at the Agung Hospital Jakarta. This study uses a survey method that collects data directly in the form of questionnaires, with a sample of 110 respondents, and the sample for this research is outpatients covered by BPJS at the Great Hospital Jakarta. Based on the results of data processing, the multiple linear regression model of this study is $= 5.517 + 0.323 X_1 + 0.403 X_2$. Then the results of the t-test data processing showed that the quality of service obtained a significance value of $0.000 < 0.05$ and the value of $t_{count} > t_{table}$ was $6.954 > 1.982$, then the brand image obtained a significance value of $0.000 < 0.05$, and the value of $t_{count} > t_{table}$ was of $10.388 > 1.982$. And the results of the F test also have a significance value of $0.000 < 0.05$, and the F_{count} value of 180.311 while the degrees of freedom (df) in the numerator 2 and the denominator 107, the F_{table} value is 3.08. . Thus it can be concluded that the service quality variable has a partial effect on patient satisfaction, and brand image has a partial effect on patient satisfaction. Then the quality of service and brand image have a simultaneous effect on patient satisfaction

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-NYA serta salam dan shalawat kepada Nabi besar kita Muhammad SAW yang telah membawa kita ke zaman yang canggih ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **-PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN PADA RUMAH SAKIT AGUNG JAKARTA.** Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Dalam penyusunan skripsi ini tentu tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Gunawan Suryoputro., M.Hum selaku Rektor UHAMKA
2. Bapak Dr. Zulpahmi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA,
3. Bapak Sumardi, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA
4. Bapak M. Nurrasyidin, SE., M.,Si. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA
5. Bapak Edi Setiawan, SE., MM. selaku Wakil Dekan III & IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA sekaligus dosen pembimbing skripsi II yang telah membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Adityo Ari Wibowo, S.E., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA
7. Ibu Eti Rochaeti, SE., MM. selaku dosen pembimbing skripsi I yang telah membimbing dan memberikan saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Saya mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua saya yang selalu mendukung serta memberikan semangat dan motivasi kepada saya.

9. Saya mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah mampu bertahan dalam menyelesaikan perkuliahan ini hingga lulus.

Serta seluruh pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, saya ingin mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya. Saya berharap Allah SWT akan membalas kebaikan kalian semua. Semoga Penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 24 Januari 2022



Runan Wasiyo Jati

NIM: 1802025334

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKSI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Batasan Masalah	7
1.2.3 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian.....	8
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Telaah Pustaka	28
2.2.1 Manajemen Pemasaran	28
2.2.1.1 Pemasaran Jasa.....	28
2.2.2 Kualitas Pelayanan.....	29

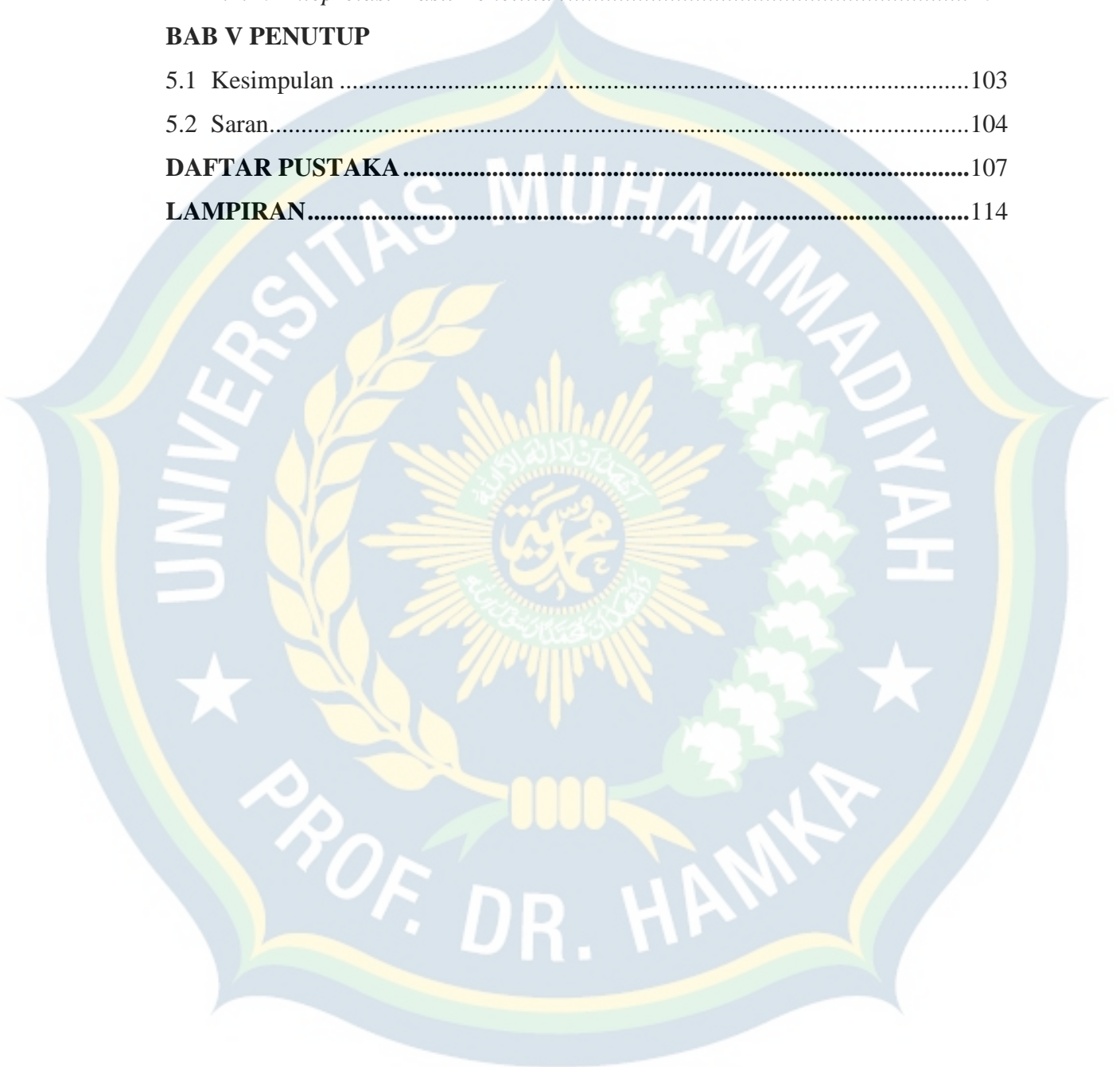
2.2.2.1	<i>Dimensi Kualitas Pelayanan</i>	30
2.2.2.2	<i>Indikator kualitas Pelayanan</i>	30
2.2.2.3	<i>Faktor Kualitas Pelayanan</i>	31
2.2.3	<i>Citra Merek</i>	32
2.2.3.1	<i>Dimensi Citra Merek</i>	32
2.2.3.2	<i>Indikator Citra Merek</i>	33
2.2.4	<i>Kepuasan Konsumen</i>	34
2.2.4.1	<i>Dimensi Kepuasan Konsumen</i>	34
2.2.4.2	<i>Indikator Kepuasan Konsumen</i>	35
2.2.4.3	<i>Faktor Faktor Kepuasan Konsumen</i>	36
2.3	<i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i>	36
2.3.1	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien</i>	37
2.3.2	<i>Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pasien</i>	37
2.3.3	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pasien</i>	38
2.4	<i>Rumusan Hipotesis</i>	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	<i>Metode Penelitian</i>	41
3.2	<i>Operasional Variabel</i>	41
3.2.1	<i>Variabel Independen</i>	42
3.2.2	<i>Variabel Dependen</i>	42
3.3	<i>Populasi Dan Sampel</i>	45
3.3.1	<i>Populasi</i>	45
3.3.2	<i>Sampel</i>	46
3.4	<i>Teknik Pengumpulan</i>	47
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Pengumpulan Data</i>	47
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	47
3.5	<i>Teknik Pengolahan dan Analisis Data</i>	48
3.5.1	<i>Analisis Deskriptif</i>	49
3.5.2	<i>Uji Kualitas Instrumen</i>	49
3.5.2.1	<i>Uji Validitas</i>	49
3.5.2.2	<i>Uji reabilitas</i>	50
3.5.3	<i>Analisis Regresi Linear Berganda</i>	51

3.5.3.1 Model Regresi Linear Berganda.....	51
3.5.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.3.3 Analisis Koefisien Korelasi.....	54
3.5.3.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	55
3.5.4 Uji Hipotesis	56
3.5.4.1 Uji t	56
3.5.4.2 Uji F	57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Lokasi Penelitian	59
4.1.2 Sejarah Rumah Sakit Agung Jakarta.....	59
4.1.3 Visi, Misi, Motto dan Tugas Pokok Rumah Sakit Agung Jakarta.....	60
4.1.3.1 Visi Rumah Sakit Agung	60
4.1.3.2 Misi Rumah Sakit Agung.....	60
4.1.3.3 Moto Rumah Sakit Agung	61
4.1.3.4 Tugas Pokok Rumah Sakit Agung	61
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan Data.....	61
4.2.1 Identitas Responden.....	61
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	64
4.2.3 Analisis Per Variabel.....	65
4.2.3.1 Kualitas Pelayanan (X_1).....	65
4.2.3.2 Citra Merek (X_2).....	72
4.2.3.3 Kepuasan Pasien (Y).....	80
4.2.4 Uji Kualitas Instrumen	88
4.2.4.1 Uji Validitas	88
4.2.4.2 Uji Reliabilitas	90
4.2.5 Analisis Linier Berganda.....	90
4.2.6 Uji Asumsi Klasik	92
4.2.6.1 Uji Normalitas	92
4.2.6.2 Uji Multikolinearitas.....	94
4.2.6.3 Uji Heteroskedastisitas	95
4.2.6.4 Uji Autokorelasi	96
4.2.7 Analisis Koefisien Korelasi..... xii	96

4.2.8 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	98
4.2.9 Uji Hipotesis	98
4.2.9.1 Uji t	99
4.2.9.2 Uji F	100
4.2.10 Interpretasi Hasil Penelitian	101
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	114



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Pasien Rawat Jalan	4
2.	Gambaran Penelitian Terdahulu	21
3.	Operasional Variabel	43
4.	Skala Linkert	48
5.	Interpretasi Koefisien Korelasi	55
6.	Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	62
7.	Profil Responden Menurut Usia	63
8.	Profil Responden Menurut Pendapatan	63
9.	Descriptive Statistics	64
10.	Tenaga medis selalu melakukan pelayanan tepat waktu	65
11.	Tenaga medis memberikan pelayanan dengan teliti dan hati hati	66
12.	Tenaga medis menanggapi keluhan pasien dengat cepat	66
13.	Tenaga medis melayani pasien dengan bersungguh sungguh	67
14.	Tenaga medis memiliki pengetahuan dalam mendiagnosa penyakit pasien	67
15.	Tenaga medis mampu menimbulkan keyakinan /kepercayaan terhadap pasien	68
16.	Tenaga medis memiliki sikap perhatian terhadap pasien	69
17.	Tenaga medis mampu memenuhi kebutuhan pasien	69
18.	Rumah Sakit Agung memiliki gedung yang nyaman bagi pasien	70
19.	Tenaga medis berpakaian rapih dan wangi saat melayani pasien	70
20.	Indikator Kualitas Pelayanan (X1)	71
21.	Rumah sakit agung memiliki reputasi yang baik dimata pasien	72
22.	Fasilitas yang diberikan sangat memadai sesuai harapan pasien	73
23.	Pelayanan Rumah sakit Agung memberikan kesan positif terhadap pasien	73

24.	Tenaga medis memberikan pelayanan dengan sangat baik.....	74
25.	Rumah Sakit Agung memberikan Variasi layanan yang tidak dimiliki kompetitor lain.....	74
26.	Rumah Sakit Agung memiliki logo yang unik dan menarik.....	75
27.	Rumah Sakit Agung memiliki nama yang mudah di ingat.....	76
28.	Tarif layanan kesehatan Rumah Sakit Agung lebih terjangkau dibanding kompetitor	76
29.	Pasien merasa bangga saat menggunakan layanan Rumah Sakit Agung.....	77
30.	Pasien merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Agung.....	77
31.	Pelayanan yang diberikan sudah mendapat kepercayaan dari pasien	78
32.	Indikator Citra Merek (X2)	79
33.	Jasa yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan pasien.....	80
34.	Pelayanan oleh tenaga medis yang diperoleh sesuai atau melebihi yang diharapkan pasien	81
35.	Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan pasien.....	81
36.	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan tenaga medis yang memuaskan	82
37.	Berminat untuk berkunjung kembali karena memperoleh manfaat menggunakan jasa Rumah Sakit Agung.....	83
38.	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan sangat memadai	83
39.	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa Rumah Sakit Agung karna kualitas pelayanan yang memuaskan	84
40.	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa Rumah Sakit Agung karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai...	85

41.	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa Rumah Sakit Agung karna manfaat yang didapat setelah menggunakan jasa	85
42.	Indikator Kepuasan Pasien (Y)	86
3.	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	88
44.	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2).....	89
45.	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pasien (Y)	89
46.	Uji Reliabilitas.....	90
47.	Analisis Linier Berganda.....	91
48.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	92
49.	Uji Multikolinearitas	94
50.	Hasil Uji Autokorelasi.....	96
51.	Analisis Koefisien Korelasi.....	97
52.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	98
53.	Uji t.....	99
54.	Uji F.....	100

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.	Grafik Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual.....	93
3.	Scatterplot Dependent Variable: Kepuasan Pasien.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Kuesioner Peneliti	114
2	Identitas Responden	116
3	Petunjuk Pengisian	116
4	Pernyataan Kuesioner	116
5	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel X1 Kualitas pelayanan	119
6	Uji Validitas	128
7	Uji Reabilitas	131
8	Uji Asumsi Klasik	132
9	Uji Multikolinieritas	133
10	Uji Heteroskedastisitas	134
11	Uji Autokorelasi	134
12	Koefisien Korelasi	135
13	Uji Koefisien Determinasi	135
14	Uji t (Parsial)	136
15	Uji F (Simultan)	136
16	Tabel Uji	137
17	Tabel Uji f	138
18	Tabel Uji r	139
19	Tabel Durbin Watson	140
20	Surat Tugas	141
21	Catatan Konsultasi Skripsi	142
22	Daftar Riwayat Hidup	144

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesehatan merupakan hak dasar setiap warga negara Indonesia di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Untuk itu, banyak upaya yang dilakukan untuk mendukung kesehatan bagi seluruh masyarakat, salah satunya pemerintah memberikan sarana kesehatan bagi masyarakat, salah satu sarana tersebut adalah rumah sakit .

Pemerintah ingin menyadari kebutuhan masyarakat akan pentingnya kesehatan. Kesehatan adalah modal utama membangun bangsa, bangsa akan maju jika masyarakatnya sehat. Seperti penelitian-penelitian sebelumnya bahwa negara akan berhasil jika masyarakatnya sehat, jika masyarakatnya sehat mereka banyak menyumbangkan pemikirannya untuk negara (Rehaman 2018).

Kondisi persaingan dalam industri kesehatan saat ini sangat ketat. Hal ini sebanding dengan meningkatnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang pelayanan kesehatan. Tuntutan akan pelayanan yang nyaman dan berkualitas semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan hidup sehat. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya rumah sakit atau klinik swasta yang didirikan. Mutu pelayanan dari setiap jenis pelayanan kesehatan dasar terdiri dari jumlah standar dan mutu barang dan/atau jasa, jumlah dan mutu tenaga kesehatan/sumber daya manusia serta standar teknis pemenuhan. Dalam hal ini

pelayanan merupakan sebuah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang mampu diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono 2018).

Kualitas pelayanan pada era ini merupakan faktor penting dan merupakan salah satu kunci keunggulan bersaing dalam dunia pemasaran. Kualitas layanan dapat dijadikan sebagai indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan juga dapat diukur dengan kemampuan memberikan pelayanan dengan segera, daya tanggap dalam memberikan pelayanan, perhatian terhadap pasien dan bukti fisik yang diberikan (Tjiptono 2018). Untuk itu, sebagai salah satu tujuan pelayanan kesehatan, rumah sakit perlu menjaga kualitas pelayanannya kepada masyarakat yang membutuhkan. Pelayanan kesehatan ini selalu dituntut oleh pengguna jasa di bidang kesehatan untuk selalu meningkat dan pada akhirnya tujuan organisasi dalam memberikan pelayanan yang prima dan berkualitas dapat terwujud.

Peranan rumah sakit juga tidak terlepas dengan nama baik atau citra dari rumah sakit tersebut yang merupakan tempat untuk memberikan pelayanan kesehatan terhadap masyarakat, semakin baik citra rumah sakit di masyarakat maka masyarakat akan merasa puas serta merasa puas jika berobat ulang, Citra Merek merupakan keseluruhan persepsi terhadap suatu merek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu Brand Image dibangun berdasarkan kesan, pemikiran ataupun pengalaman yang dialami seseorang terhadap suatu merek yang pada akhirnya akan membentuk sikap terhadap merek yang bersangkutan (Setiadi 2015). Citra merek mencerminkan perasaan yang dimiliki konsumen dan bisnis tentang keseluruhan organisasi serta produk atau

lini produk individu. Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa brand image adalah sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap merek tertentu dan dapat disampaikan melalui sarana komunikasi yang tersedia. Konsumen akan lebih mudah menyampaikan hal-hal yang menjadi ketidakpuasan mereka dalam memperoleh pelayanan (Kenneth dan Donald 2018)

Secara konsisten pelanggan yang merasa puas akan bertahan secara mendalam untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Ratih Hurriyati 2018). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pasien yang merasa puas terhadap pilihannya apabila Perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan terbaik terhadap konsumen dan konsumen merasakan penawaran-penawaran terbaik dari perusahaan, baik itu mutu pelayanan, produk maupun kinerja terbaik yang telah diberikan perusahaan.

Rumah Sakit Agung merupakan Lembaga Kesehatan yang memiliki tujuan untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, Rumah Sakit Agung telah berperan dalam memelihara dan meningkatkan kesehatan masyarakat khususnya di wilayah DKI Jakarta. Kepercayaan yang diberikan kepada masyarakat dan pemerintah terhadap Rumah Sakit Agung merupakan sebuah kehormatan sekaligus amanat dan tugas berat yang harus dipikul dengan sungguh-sungguh dan penuh keikhlasan terlebih dengan perkembangan ilmu dan teknologi dalam bidang kesehatan maka Rumah Sakit Agung dituntut

lebih keras lagi berusaha dan meningkatkan profesionalisme dalam bekerja khususnya dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada para pasien.

Untuk mewujudkan hak atas kesehatan bagi masyarakat, Rumah Agung berusaha memberikan pelayanan yang bermutu, sehingga pasien dapat benar – benar merasakan pelayanan yang terbaik. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka secara tidak langsung akan meningkatkan citra merek yang baik di mata pasien Rumah Sakit Agung. Pasien rela membayar lebih agar pengorbanannya tidak sia-sia, sehingga dengan pelayanan yang berkualitas pelanggan memiliki nilai kebanggaan dan yang dapat merasakannya (Kazemi 2018).

Tabel 1
Pasien Rawat Jalan

BULAN	BPJS	JAMINAN	PRIBADI	TOTAL
Januari	3716	103	207	4026
Februari	2491	80	163	2734
Maret	4071	93	157	4321
April	2947	87	215	3249
Mei	2705	73	205	2353

Sumber: Website Resmi Rumah Sakit Agung

Dalam tabel tersebut dapat dilihat jumlah pasien yang datang untuk berobat di Rumah Sakit Agung mengalami penurunan dalam kurun waktu tiga bulan terakhir, hal ini bisa saja disebabkan oleh kurang puas nya pasien dengan menurunnya kualitas pelayanan di karenakan sedang adanya pembaharuan Gedung atau bisa juga disebabkan oleh kurang baik nya citra merek rumah sakit dalam review google maps. Dari pernyataan diatas sangat berbanding terbalik

dengan data yang diperoleh oleh peneliti dilapangan. Menurut angket yang di sebarakan oleh kepala bidang pelayanan medis Rumah Sakit Agung Jakarta menunjukan bahwa mayoritas pasien merasa sangat puas dengan pelayanan yang di berikan oleh tenaga medis rumah sakit agung Jakarta. Selain itu review google maps mengenai kurang baiknya reputasi rumah sakit agung Jakarta juga sangat berbanding terbalik dengan data dilapangan karna menurut hasil observasi peneliti mayoritas pasien yang datang kerumah sakit agung cenderung merasa puas dan akan datang kembali karna citra merek (reputasi) yang baik dari rumah sakit agung itu sendiri.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu tentang Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Afrizal dan Suhardi (2018) bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan Pasien. Hal ini serupa dengan riset yang dilakukan oleh Firmansyah (2021); Aryanti dan Suyanto (2019). Sedangkan penelitian lain yang di lakukakan oleh Sektiyaningsih, Haryanan, dan Rosalina (2019); Haerul (2019), menghasilkan kesimpulan sebaliknya yaitu mereka menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Kepuasan Pasien.

Selanjutnya penelitian tentang Citra Merek terhadap Kepuasan Pasien. Dari beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Al Rasyid dan Indah K (2019) menghasilkan kesimpulan bahwa Citra Merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan Pasien. Hal ini serupa dengan riset yang dilakukan oleh Isyanto dan Wijayanti (2022);

Tanady, Fuad (2020). Namun terdapat kesimpulan sebaliknya dari riset yang dilakukan oleh Hidayat (2018); Aditya Wardhana (2018) mereka menghasilkan kesimpulan bahwa Citra Merek berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Kepuasan Pasien.

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pasien. Dari beberapa penelitian terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2019); Siregar (2020); Andi Batar, Bima dan Rahman (2020) dari penelitian tersebut mereka menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Oleh karena itu penelitian ini menjadi sangat penting untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap kepuasan pasien. Subjek penelitian ini adalah Rumah Sakit Agung, maka dari itu penelitian ini akan dilakukan dengan judul **-Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada Rumah Sakit Agung Jakarta**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah:

- 1) Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Agung Jakarta

- 2) Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Agung Jakarta
- 3) Apakah Kualitas Pelayanan dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Agung Jakarta.

1.2.2 Batasan Masalah

Untuk mempersempit cakupan agar skripsi lebih terarah dan terfokus maka penulis membatasi permasalahan pada Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan pada Rumah Sakit Agung Jakarta.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Apakah Kualitas Pelayanan dan Citra Merek berpengaruh terhadap kepuasan Pasien Rawat Jalan pada Rumah Sakit Agung Jakarta.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Agung Jakarta
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pasien pada Pasien Rumah Sakit Agung Jakarta
3. Untuk menganalisis pengaruh hubungan Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Agung Jakarta

1.4 Manfaat penelitian

1) Bagi peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka.

2) Bagi Universitas

Dapat dijadikan panduan atau referensi bagi pembaca dan bahan pertimbangan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian sejenis. Selain itu diharapkan dengan adanya penelitian ini akan membuahkan karya pemikiran yang menciptakan evaluasi dan koreksi yang bermanfaat untuk semua kalangan.

3) Bagi Perusahaan

Melalui hasil penelitian yang telah diteliti dapat dijadikan masukan bagi pihak perusahaan agar dapat meningkatkan pelayanan dan pengadaan fasilitas untuk mempertahankan kepuasan konsumen. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk mengembangkan pelayanan dan penentuan strategi pemasaran untuk meningkatkan kualitas perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, & Suhardin. (2018, juli). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien dan Implikasinya Pada Loyalitas Pasien. *Munich Personal RePEc Archive*, 2(1), 70-86.
- Ahmed, M. M., & Maham, T. (2020, March 23). How Brand Image and Percieved Service Quality Affect Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. *Academy of Marketing Studies Journal*, 24(1), 1-10.
- Aljumaha, A., Nuseirb, M. T., & Islamc, A. (2020, april). Impacts of Service Quality, Satisfaction and Trust on the Loyalty, of Foreign Patients in Malaysian Medical Tourism. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 451-467.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam mengunakan jasa hotel rizen kedaton bogor. 3(2), 83-101.
- Arman, & Shabbir, S. A. (2020, June 28). Impact of Service Quality and Brand Image on Brand Loyalty: the Mediating Role of Customer Satisfaction. *Eurasian Journal of Social Sciences*, 8(2), 75-84.
- Aryamti, A. S., & Suyanto, A. (2019, april). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek. *e-Proceeding of Managemen*, 6(1), 131-138.
- Batar, A., Bima, M. J., & Rahman, Z. (2018, Januari). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Ford. *Journal of Management & Business*, 2(1), 1-10.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication*. England: Pearson Education.

- Dam Tri Cuong, & Nguyen Thanh Long. (2020, April). The impact of Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Vietnam Fashion Market. *Test Engineering and Management*, 83, 389 - 398.
- Fandy, j., & Anastasia, D. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Andi..
- Firmansyah. (2021, Agustus). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Ibu dan Anak Eria Bunda Pekanbaru. *Journal In Management and entrepreneurship*, 1(1), 10-21.
- ghozali, i. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik (Vol. Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hasan, M., Khan, M. N., & Farooqi, R. (2020, November). Impact of Service Quality and Brand Image on Satisfaction of Airline Passengers in India: A SEM Approach. 63(2s), 8165-8186.
- Hurriyati, & Ratih. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Isyanto, P., & Wijayanti, K. (2022, April 11). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express pada masa Pandemi COVID-19. *Ower : Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2), 2101-2111.
- Kazemi, A. (2013). Analyzing the Effect of Customer Equity on Repurchase Intentions. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3.

- Khuong, m., & Tran, N. (2018). The Impacts of Product Packaging. Elements on Brand Image and Purchase Intention — An Empirical Study of Phuc Long's Puckaged Tea Products. *International Journal Of Trade, Economics and Finance*, 9(1), 8-13.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Vol. 15 Global Edition). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. (Firmansyah, Ed.) Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P., & Keller., K. L. (2018). *Marketing Management* (Vol. 15). Global Edition Pearson Education Inc.
- Lama Khawajaa, AlaaEldin Abbass Alib, & Nehale Mostaphac. (2020, October 24). The mediating effect of customer satisfaction in relationship with service quality, corporate social responsibility, perceived quality and brand loyalty. *Management Science Letters*, 763–772.
- Lovelock, & Wirtz. (2016). *Services Marketing* (Vol. 6). Australia: Pearson.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020, Juni 29). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100-110.
- Ni Nyoman S.D., Ronald. S., & Oliandes. S. (2022, march 3). Analysis of the Effect of Product Quality Factors, Product Style,Product Price, Brand Image, Service Quality and StoreEnvironment against Brand Loyalty of Zara Customers in Surabaya. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 596-605.

- Prianggoro, N. F., & Sitio, A. (2019, june). EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS AND THEIR IMPLICATIONS ON CUSTOMER. *International Journal of Engineering Technologies and*, 51-62.
- Sofjan Assauri, M. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Rasyid, H. A., & Indah, A. T. (2019, maret). Analisis Kualitas Pelayanan dan Brand Image. *Perspektif*, 17(1), 7-16.
- Rochaety, e., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS (Vol. 2)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Safitri, K. (2020, April). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Kartu Perdanal KARTU AS — di SAMPIT. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 32-42.
- Sektiyaningsih, I. S., Haryanan, A., & Rosalina, S. S. (2019, maret). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra dan Loyalitas Pasien (Studi pada Unit Rawat Jalan Rsud Mampang Prapatan Jakarta Selatan). *Journal of BUSINESS STUDIES*, 4(1), 17-29.
- Setiadi, A. (2015). pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Lenovo (Studi Pada Pengguna Smartphone Lenovo di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Siregar, M. K. (2020, mei). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 2(1), 111-118.

- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020, mei 113-123). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian TOKOPEDIA di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(2).
- Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)* (Vol. 1). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2018). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Vol. 3).
- Utami, I. G., & Ekawati, N. W. (2020). THE ROLE OF CUSTOMER SATISFACTION MEDIATED PERCEPTION OF VALUE AND SERVICE QUALITY TO CUSTOMER LOYALTY. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 165-174.
- Waoma, G., & DwiHartono, B. (2020, November 12). Pengaruh Brand Awareness Properti: Analisis Content Marketing Dan Social Media (Kasus: Citra Garden City Jakarta). *Jurnal Jurnal Manajemen Bisnis dan Publik*, 2(1), 41-47.
- Wilson, & Nicholas. (2018, December 6). The Impact of Service Quality and Brand Image toward Customer Loyalty in the Indonesian Airlines Industry. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 18(3), 222-234.
- Diputra, I. A., & Yasa, N. k. (n.d.). The Influence Of Product Quality, Brand Image, Brand Trust On Customer Satisfaction And Loyalty. *American International Journal Of Business Management (AIJBM)*, 4(1 januari 2021), 25-34.
- Fauzi, F., Ilyas, G. B., Nawawi, N., Usman, J., Yusriadi, Y., Kurniawan, R., et al. (n.d.). Effect of Service Quality and Product Knowledge on Customer

Loyalty through Customer Satisfaction at Bank BTPN Makassar Branch. *Proceedings of the 11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Singapore*(March 7-11 2021), 1-8.

Lesmana, R., Sutarman, A., & Nardi Sunardi. (n.d.). Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3,2021), 38-45.

Mahatama, A. B., & Wardana, M. (n.d.). The Role Of Brand Image and Customer Commitment in Mediating Service Quality Towards Customer Loyalty. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 9 No.1(January 2022), 79-89.

Muhammad Arif, & Syahputri, A. (n.d.). The Influence of Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty with Consumer Satisfaction as a Intervening Variable at Home Industry. *Journal of International Conference Proceedings (JICP)*, 4 No. 2(November 2021), 398-412.

Prihatini, w., & Anggi, D. G. (n.d.). The Effect of Price Perception, Brand Image and Personal Selling on the Repurchase Intention of Consumers B to B of Indonesian General Fishery Companies With Customer Satisfaction as Intervening Variables. *Europe Journal of Business and Management Research*, 6(2 maret 2021), 91-95.

Rumiyayati, & Syafarudin, A. (n.d.). The Influence of Service Quality, Marketing Mix, on Bank Customer Satisfaction in the Era Covid-19. *Ilomata International Journal og Tax & Accounting (IJTC)*, 2(1 January 2021), 84-96.

Saleh, H. G., Pradana, M., Rubiyanti, N., & Silvianita, A. (n.d.). The Effect of Service Quality and Brand Image on Lazada Repurchase Decision (A Case Study of International Students in Bandung). *Proceedings of the 4th*

African International Conference on Industrial Engineering and Operations Management(April 5-7 2022), 1-12.

Tendur, S. T., Hutabarat, V. V., & Tumbelaka , S. S. (n.d.). Price Perception, Service Quality and Customer Satisfaction (Empirical Study on Cafes at Tondano City). *International Journal Of Tourism & Hospitality In Asia Pasific (IJTHAP)*, 4 No. 3(October 2021), 19-31.

