
**PENGARUH CITRA, KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
TERHADAP LOYALITAS PASIEN DI POLIKLINIK EKSEKUTIF RUMAH
SAKIT DAERAH dr. SOEBANDI KABUPATEN JEMBER**

**Nurullah Hidajahningtyas¹
Andi Sularso²
Imam Suroso³**

Abstract

The study aimed to examine the effect of brand image of dr Soebandi executive polyclinic, service quality and satisfaction to patient loyalty. There were six hypotheses were tested with path analysis using partial least squares instrument. Data were collected using a questionnaire. The results showed that first, second, third, and five hypotheses were received. Brand image influenced service quality and patient satisfaction. Analysis of direct and indirect effects indicated that the quality of service and patient satisfaction were intervening variables in the relationship with the brand image of an executive polyclinic to patient loyalty. Another hypothesis were rejected.

Service quality and satisfaction were an important mediator in the relationship between brand image and loyalty. These findings implied that the quality and satisfaction were intervening variables to patient loyalty. Brand image played an important role in changing service quality and patient satisfaction. It would lead to better patient loyalty are higher as well.

Key words: brand image, service quality, satisfaction, patient loyalty

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Rumah sakit menghadapi persaingan yang kompetitif karena kebijakan pasar terbuka di industri layanan medis (Kim *et al.*, 2008b). Pertumbuhan jumlah penduduk dan peningkatan kepedulian pada kesehatan mendorong permintaan layanan masyarakat. Oleh karena itu, bidang pelayanan kesehatan kini mengubah diri kearah orientasi pelanggan. Rumah sakit berusaha membangun strategi pemasaran yang menaikkan citra di masyarakat untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas pasien dan kinerja.

Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi Jember merupakan pelayanan kesehatan milik pemerintah Kabupaten Jember. Pada tahun 2011 Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi Jember memperoleh akreditasi penuh enam belas bidang pelayanan dan ditetapkan sebagai Rumah Sakit Pendidikan Utama Fakultas Kedokteran Universitas

¹ Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

² Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

³ Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Jember terakreditasi B oleh Direktur Jendral Bina Upaya Kesehatan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Citra merupakan aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang berharga dari perusahaan. Citra positif memungkinkan sebuah perusahaan untuk mendapatkan nilai reputasi dan keunggulan kompetitif (Porter dan Claycomb, 1997). Sebuah citra yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas layanan, loyalitas, dan niat pembelian kembali (Bloemer *et al.*, 1998; Da Silva *et.al.*, 2008 dan. Lai *et al.*, 2009). Citra rumah sakit berdampak pada sikap dan perilaku pasien terhadap rumah sakit. Dengan demikian, pemahaman hubungan antara citra merek rumah sakit dan pengaruhnya terhadap intensi pasien sangat diperlukan.

Keberhasilan perusahaan membentuk citra masyarakat, dipengaruhi oleh beberapa faktor misalnya sejarah perusahaan, kelengkapan sarana dan prasarana, dan keberhasilan dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Citra tersebut muncul berdasarkan pengetahuan dan informasi - informasi yang diterima seseorang terhadap suatu obyek. Apabila informasi tersebut baik maka akan menimbulkan citra positif, namun sebaliknya apabila informasi yang diterima buruk, maka akan menimbulkan citra negatif. Informasi-informasi yang diperoleh misalnya mengenai bagaimana pelayanan yang diberikan rumah sakit, bagaimana kelengkapan alat-alat kesehatan, bagaimana kualitas sumber daya manusia (dokter dan perawat) yang ada di rumah sakit, dan sebagainya.

Citra rumah sakit telah menarik perhatian di kalangan peneliti model konseptual ditujukan untuk menjawab peran penting citra merek terhadap nilai yang dirasakan pelanggan. Wu (2011) menguji citra rumah sakit, kualitas layanan, kepuasan pasien, dan loyalitas. Empat dari enam hipotesis penelitian yang diuji berhasil dibuktikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara citra rumah sakit dengan loyalitas pasien melalui peningkatan pelayanan dan kepuasan pasien.

Pencitraan merupakan sebuah tahapan penting bagi rumah sakit karena dapat mendorong kesetiaan pelanggan. Citra rumah sakit memiliki fungsi sebagai penghubung dan penjaga keharmonisan hubungannya dengan pelanggan mereka (Wu, 2011).

Beberapa penelitian terdahulu (Kim, H.K. 2006 dan Kim, Y.K. *et al.*, 2008) juga memfokuskan pada citra rumah sakit. Beberapa peneliti menyimpulkan bahwa pencitraan berkaitan dengan analisis dampak aktivitas pemasaran pada porsi pasar (Sethuraman, 1995), pengembangan citra rumah sakit yang bermutu tinggi karena citra rumah sakit murah tidak cukup mempengaruhi keputusan konsumen (Stambaugh, 2003), pengembangan loyalitas melalui pencitraan (Corstjens *et al.*, 2000 dan Bonfrer *et al.*, 2004). Sethuraman (1995) menyimpulkan adanya pengaruh persepsi kualitas (*quality perception*) dan konsistensi kualitas (*quality consistency*) dari citra rumah sakit dengan keinginan pembelian merek (*brand purchase intention*).

Penelitian ini dimotivasi dari penelitian sebelumnya yang menyatakan terdapat hubungan positif antara citra rumah sakit dengan loyalitas pasien melalui peningkatan pelayanan dan kepuasan pasien. Citra rumah sakit merupakan salah satu faktor kunci keunggulan rumah sakit dalam menghadapi persaingan dan tuntutan dari pasien / pelanggan. Citra positif merupakan sumber keberhasilan rumah sakit untuk meningkatkan kepuasan pasien dan menjaga loyalitas pelanggannya.

Wu (2011) menemukan bukti bahwa citra rumah sakit memiliki pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa citra rumah sakit yang positif tidak hanya meningkatkan loyalitas pasien secara langsung, tetapi juga meningkatkan kepuasan pasien melalui peningkatan kualitas layanan yang dirasakan, yang pada gilirannya meningkatkan niat ulang kunjungan pasien. Oleh karena itu perlu diuji kembali terutama pada citra poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi apakah mempengaruhi loyalitas untuk selalu menggunakan layanannya kembali melalui kualitas layanan dan kepuasan pasien.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah citra poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi memiliki pengaruh terhadap kualitas layanan poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi?
2. Apakah citra poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi?
3. Apakah kualitas layanan poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi?
4. Apakah kualitas layanan poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi?
5. Apakah kepuasan pasien poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi memiliki pengaruh terhadap loyalitas poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi ?
6. Apakah citra poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi ?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Citra merupakan elemen penting untuk peningkatan loyalitas pasien. Wu (2011) melakukan penelitian di beberapa rumah sakit swasta besar di Taiwan. Hasil studinya menunjukkan bahwa citra rumah sakit memiliki dampak positif dan signifikan pada kualitas layanan. Temuan lainnya adalah citra rumah sakit tidak memiliki pengaruh pada kepuasan pasien dan citra rumah sakit positif mempengaruhi niat kunjungan kembali. Kualitas layanan terbukti berhubungan dengan kepuasan pasien. Kualitas layanan tidak memiliki dampak pada niat kunjungan kembali. Kepuasan pasien ditemukan positif mempengaruhi niat kunjungan kembali. Pembentukan citra rumah sakit positif adalah bermanfaat untuk meningkatkan kualitas layanan yang dirasakan dan kepuasan pasien, dan karenanya, mendorong loyalitas pasien.

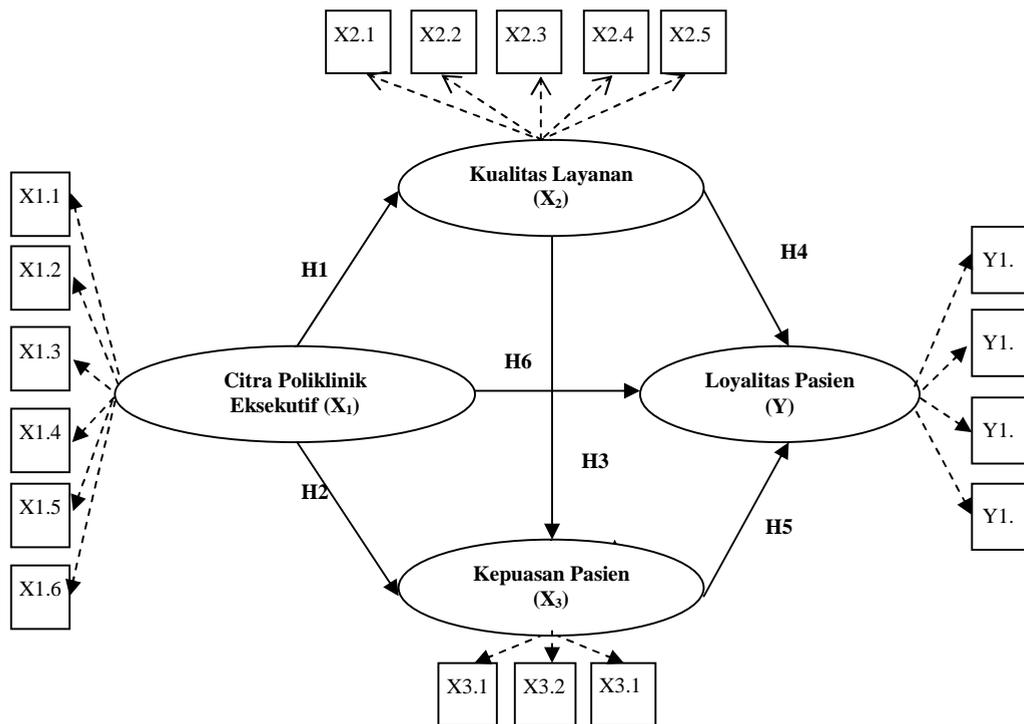
Kotler (2000:29) mendefinisikan citra sebagai seperangkat kepercayaan, daya ingat dan kesan-kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Citra dipengaruhi oleh faktor yang di luar kontrol perusahaan. Citra yang efektif akan

berpengaruh terhadap: (a) memantapkan karakter produk dan usulan nilai, (b) menyampaikan karakter itu dengan cara yang berbeda sehingga tidak dikacaukan dengan karakter pesaing, (c) memberikan kekuatan emosional yang lebih dari sekadar citra mental.

Roberts dan Dowling (2002) menyatakan bahwa citra merupakan aset tidak berwujud yang berharga, sulit ditiru, dan membantu mencapai kinerja yang unggul berkelanjutan. Sementara itu, Yagci *et al.* (2009) mendefinisikan citra yang berfokus pada persepsi kualitas dan dimensi harga diri. Dengan kata lain, citra adalah persepsi yang terbentuk dalam memori pelanggan dan mencerminkan kesan keseluruhan pelanggan terhadap sesuatu. Sebuah citra yang positif dapat dianggap sebagai kemampuan penting suatu perusahaan untuk memiliki posisi pasar tertentu.

2.1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan pustaka, maka kerangka pemikiran konseptual dalam penelitian ini digambarkan dalam diagram berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.2 Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Citra Poliklinik Eksekutif terhadap Kualitas Layanan

Citra rumah sakit menjadi isu yang semakin penting dalam industri pelayanan kesehatan (Javalgi *et al.*, 1992). Perusahaan jasa dan pelayanan lebih menekankan pada kualitas proses, karena konsumen biasanya terlibat langsung dalam proses tersebut. Hal ini tercermin bahwa pasien rumah sakit dapat melihat dan merasakan langsung proses yang dilakukan rumah sakit dalam upaya penyembuhan pasien,

sehingga pasien dapat menilai apakah pihak rumah sakit mampu memberikan pelayanan prima kepada masyarakat pada umumnya dan pasien pada khususnya.

Bloemer *et al.* (1998) menyelidiki isu-isu yang berkaitan dengan citra bank dan menunjukkan bahwa brand image yang positif dari bank secara signifikan meningkatkan kualitas layanan yang dirasakan. Artinya, citra merupakan penentu penting dari kualitas layanan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Kim, Y.K. (2006) menyatakan bahwa salah satu upaya yang dapat dilakukan pihak rumah sakit untuk meningkatkan kinerjanya adalah dengan memperbaiki kualitas layanan yang diberikan kepada para pasien. Wu (2011) juga menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pasien berfungsi sebagai mediator penting dalam hubungan antara citra rumah sakit dan niat kunjungan ulang. Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, maka hipotesis pertama dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 1:

Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi berpengaruh terhadap Kualitas Layanan Pasien.

2.2.2 Pengaruh Citra Poliklinik Eksekutif terhadap Kepuasan Pasien

Kotler (2009:138) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa dari hasil membandingkan performa produk yang diterima dalam hubungannya dengan perkiraannya. Hampir semua rumah sakit di seluruh dunia mengharapkan kepuasan dari pasien. Tidak jarang bahwa kepuasan pasien dijadikan sebagai slogan rumah sakit.

Andreassen dan Lindestad (1998) menyatakan bahwa citra mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui efek penyeleksian. Sementara itu, Da Silva *et al.* (2003) menyatakan bahwa citra berkorelasi dengan kepuasan pelanggan. Atas dasar pengalaman yang telah dimiliki konsumen (pasien), mereka akan memberikan penilaian dan evaluasi seluruh kinerja layanan rumah sakit. Berdasarkan perbandingan kualitas harapan dengan kualitas kinerja layanan, maka pelanggan akan memberikan emosi positif atau emosi negatif bahkan emosi yang netral, bergantung pada apakah harapan-harapan pelanggan tersebut terpenuhi. Hipotesis kedua adalah sebagai berikut:

Hipotesis 2:

Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien.

2.2.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pasien

Kualitas produk baik barang maupun jasa merupakan hal penting dan yang diharapkan oleh para konsumen. Syamsiah (2011) menyebutkan bahwa keterkaitan antara kualitas layanan dengan nilai yang dirasakan adalah bahwa pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan nilai bagi pelanggan sehingga akan dapat menciptakan kepuasan yang akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Wu (2011) menyatakan bahwa bahwa kualitas layanan yang tinggi berkorelasi dengan kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pasien berfungsi sebagai medium antara kualitas layanan dan niat perilaku. Kualitas layanan kesehatan tidak hanya berkaitan dengan bagaimana layanan dari tenaga medis memberikan layanan kepada pasien namun juga bagaimana pasien merasa nyaman dengan kondisi dan situasi yang rumah sakit ciptakan.

Oleh karena itu, kualitas layanan kesehatan yang dirasakan pasien diprediksi akan meningkatkan kepuasan pasien, maka hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 3:

Kualitas Layanan Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien.

2.2.4 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pasien

Loyalitas pelanggan menggambarkan komitmen yang diberikan pelanggan untuk menggunakan kembali atas jasa yang diberikan di masa yang akan datang. Loyalitas yang tinggi dari masyarakat akan menghemat beberapa biaya bagi rumah sakit. Boulding *et al.* (1993) dan Wu (2011) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa ketika produk atau jasa melebihi harapan pelanggan, niat pembelian kembali mereka akan meningkat (Boulding *et al.*, 1993).

Peningkatan kualitas layanan kesehatan dirumah sakit memberikan kontribusi untuk retensi pelanggan dan loyalitas. Oleh karena itu, kualitas layanan yang dirasakan oleh pasien akan mempengaruhi loyalitas pasien. Jadi, loyalitas pelanggan tidak bisa dikesampingkan oleh pihak rumah sakit karena hal ini akan mempengaruhi profitabilitas rumah sakit. Niat kunjungan kembali pasien tentunya tidak serta merta dilakukan pasien tanpa alasan. Atas dasar kualitas yang diatas ekspektasi atau harapan mereka, maka akan membuat komitmen masyarakat untuk berkunjung atau menggunakan jasa layanan rumah sakit yang sama. Hipotesis keempat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 4:

Kualitas Layanan Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien.

2.2.5 Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien

Syamsiah (2011) mengungkapkan bahwa manajer jasa perlu membangun peran, nilai yang dirasakan dalam menentukan kepuasan pelanggan. Emosi positif yang diberikan pasien setelah menggunakan layanan kesehatan rumah sakit akan menunjukkan kepuasan mereka terhadap layanan rumah sakit. Penelitian Selnes (1993) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi perilaku pembeli yang mana pelanggan yang puas cenderung akan menjadi loyal. Kepuasan konsumen akan menghasilkan dampak positif bagi rumah sakit. Apabila konsumen merasa puas terhadap layanan rumah sakit, akan menciptakan penilaian bahwa rumah sakit telah mampu memberikan pelayanan maksimal kepada masyarakat.

Dalam tinjauan penelitian sebelumnya, loyalitas dapat menjadi hasil dari kepuasan pelanggan (Lai *et al.*, 2009). Apabila konsumen merasa puas dengan layanan rumah sakit maka akan meningkatkan kepercayaan dan keyakinan mereka bahwa rumah sakit tetap akan memberikan pelayanan yang optimal kepada pasien, sehingga konsumen akan tetap setia untuk menggunakan jasa layanan pada rumah sakit tersebut di masa yang akan datang. Hipotesis kelima dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 5:

Kepuasan Pasien Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien.

2.2.6 Pengaruh Citra Poliklinik Eksekutif terhadap Loyalitas Pasien

Javalgi *et al.* (1992) mengungkapkan bahwa citra rumah sakit memiliki fungsi strategis. Citra dipandang sebagai filter yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas keseluruhan (Gronroos, 2000:210). Dengan demikian, citra rumah sakit yang menguntungkan membantu memperkuat niat pasien untuk memilih rumah sakit. Penilaian masyarakat merupakan hal penting karena hal tersebut akan mempengaruhi informasi yang beredar mengenai kinerja dan layanan yang diberikan rumah sakit.

Marilees dan Fry (2002) menemukan bahwa citra memiliki efek langsung pada loyalitas. Namun demikian, citra dapat dilihat jelas sebagai penduga loyalitas pelanggan. Citra yang baik akan membentuk pola pikir masyarakat bahwa apabila masyarakat memiliki kendala kesehatan, masyarakat tidak perlu berpikir dua kali kemana mereka akan mendapatkan layanan kesehatan, karena berdasarkan pengalaman yang mereka alami sendiri atau berdasarkan informasi yang mereka peroleh, maka hipotesis keenam dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 6:

Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien.

3. METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian merupakan suatu rencana kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga akan diperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini merupakan *Explanatory Research* yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel penelitian melalui pengujian hipotesis.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2013 di poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi. Rumah Sakit Daerah dr Soebandi merupakan Rumah Sakit tipe B pendidikan dan merupakan Rumah Sakit Rujukan di Jawa Timur bagian timur.

3.1 Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria – kriteria tertentu. Jumlah kuesioner yang disebar menggunakan *Teknik Purposive Sampling* dengan menggabungkan *Quota Sampling* dan *Accidental Sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pasien poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi kunjungan bulan Maret 2013. Kuesioner dititipkan kepada staf Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi di bagian admisi (pendaftaran pasien).

Sampel dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

- Pasien yang melakukan kunjungan ke Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi pada bulan Maret 2013;
- Pendidikan minimal SMP dengan alasan bisa membaca dan menulis sehingga memahami pertanyaan yang diajukan;
- Mampu berkomunikasi dengan baik;
- Biaya pengobatan dilakukan secara mandiri yaitu biaya pengobatan yang tidak dibiayai Jamkesmas dan Jamkesda.

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Beberapa alasan memilih *PLS* adalah *PLS* bisa berbasis (a) teori, (b) hasil-hasil

penelitian empiris, (c) analogi, hubungan antar variabel pada bidang ilmu yang lain, (d) hal-hal normatif, misalnya peraturan pemerintah, undang-undang dan sebagainya, (e) hubungan rasional lainnya. Sehingga landasan teori pada *PLS* bisa bersifat kuat, lemah bahkan eksploratif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Data dan Responden

Jumlah keseluruhan kuesioner yang disebar di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi adalah sebanyak 100 eksemplar. Jumlah kuesioner yang disebar menggunakan *Teknik Purposive Sampling* dengan menggabungkan *Quota Sampling* dan *Accidental Sampling*. Kuesioner dititipkan kepada staf Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi di bagian admisi (pendaftaran pasien). Jumlah kuesioner diberikan sesuai dengan kuota jumlah kunjungan berdasarkan jenis penyakit pada 3 (tiga) bulan terakhir. Rata-rata kunjungan pada 3 (tiga) bulan terakhir adalah 164 pasien dengan klasifikasi pasien syaraf 30 pasien (18,3%), pasien jantung 46 pasien (28%), pasien bedah 41 pasien (25%), pasien interna (penyakit dalam) 42 pasien (25,6%), dan lain-lain 5 pasien (3%).

Penyebaran dilakukan dari tanggal 1 Maret 2013 sampai dengan tanggal 28 Maret 2013. Distribusi masing-masing kuesioner disesuaikan dengan kuota sehingga untuk pasien penyakit syaraf 18 kuesioner, pasien jantung 28 kuesioner, pasien bedah 25 kuesioner, pasien interna (penyakit dalam) 26 kuesioner dan lain-lain 3 kuesioner. Jumlah total kuesioner yang disebar adalah 100 eksemplar. Kuesioner terakhir diterima tanggal 28 Maret 2013 dan digunakan dalam analisis selanjutnya. Tingkat pengembalian kuesioner mencapai 100% dan persentase kuesioner yang dapat digunakan mencapai 95%.

4.2 Hasil Pengujian Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Path analysis menunjukkan pengaruh dan signifikansi antar variabel laten dalam penelitian. Hasil *path analysis* dilihat dari besarnya koefisien jalur struktural (*path coefficients*) dan uji t ditetapkan pada signifikan 0,05 (t tabel = 1,96).

Hasil *path coefficients* dapat dilihat pada tabel 4.32.

Tabel 4.1 Hasil Path Coefficients

	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STERR)
Citra → Kualitas Layanan	0,784045	0,052438	14,951804**
Citra → Kepuasan	0,218544	0,100162	2,181897**
Kualitas Layanan → Kepuasan	0,677250	0,092725	7,303863**
Kualitas Layanan → Loyalitas	-0,020404	0,141205	0,144499
Kepuasan → Loyalitas	0,650909	0,163566	3,979494**
Citra → Loyalitas	0,191830	0,130605	1,468782

** signifikan pada 0,05

Sumber : Lampiran 10 data diolah

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap Kualitas Layanan. Berdasarkan hasil analisis jalur dapat diambil keputusan bahwa H_1 penelitian diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap Kualitas Layanan. Artinya dengan

semakin baik Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi, semakin tinggi kualitas layanannya.

Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi telah memiliki citra yang baik di mata masyarakat atas pelayanan yang optimal, memiliki fasilitas dan perlengkapan medis yang lengkap, memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, memiliki SDM yang kompeten dalam bidangnya masing-masing dan komunikasi yang baik antar pihak rumah sakit dengan pasien.

Persepsi kualitas terhadap Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi menggambarkan respon keseluruhan pasien terhadap kualitas dan keunggulan yang ditawarkan. Respon ini adalah persepsi citra yang terbentuk dari pengalaman pasien selama berinteraksi dengan Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi melalui komunikasi yang dibangun oleh pemasar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan Lita (2004) mengenai hubungan Citra dengan Kualitas Layanan. Lita (2004) menyatakan bahwa *physical support* dan *contact personnel* pada sistem penyampaian jasa rumah sakit mempunyai peran dalam membentuk citra rumah sakit. Kualitas dokter, fasilitas layanan, dan teknologi, fasilitas diagnosa, kualitas layanan keseluruhan, perhatian interpersonal, kesadaran staf terhadap kebutuhan personel pasien, kontrol pasien, pengalaman rumah sakit, lokasi dan biaya, kemudahan dari lokasi akan berpengaruh pada citra rumah sakit. Dengan demikian citra rumah sakit tidak hanya ditinjau dari sisi teknis saja melainkan dari sisi non teknis seperti sistem pelayanan secara keseluruhan.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien. Berdasarkan hasil analisis jalur dapat diambil keputusan bahwa H_2 penelitian diterima. Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien. Artinya dengan semakin baik atau kuat Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi, semakin tinggi kepuasan pasien.

Citra merek merupakan anteseden kepuasan pasien. Karenanya, citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi yang positif cenderung mempengaruhi tingkat kepuasan pasien. Semakin baik citra suatu produk, maka semakin tinggi kepuasan yang akan diterima oleh pasien.

Da Silva *et al.* (2003) menyatakan bahwa citra berhubungan dengan kepuasan pasien. Atas dasar pengalaman yang telah dimiliki konsumen (pasien), mereka akan memberikan penilaian dan evaluasi seluruh kinerja layanan rumah sakit. Berdasarkan perbandingan kualitas harapan dengan kualitas kinerja layanan, maka pasien akan memberikan emosi positif atau emosi negatif bahkan emosi yang netral, bergantung pada apakah harapan-harapan pasien tersebut terpenuhi. Dengan menciptakan citra yang kuat pada produk akan memberikan kepuasan konsumen.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien. Berdasarkan hasil analisis jalur dapat diambil keputusan bahwa H_3 penelitian diterima. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit dr. Soebandi, semakin tinggi kepuasan pasien. Hal tersebut menunjukkan bahwa atribut-atribut pelayanan di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi telah sesuai dengan harapan responden (pasien) dengan cara membandingkan persepsi para pasien atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima. dengan terpenuhinya harapan pasien, maka akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pasien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya Syamsiah (2011) dan Wu (2011). Syamsiah (2011) menyatakan bahwa hubungan antara kualitas layanan dengan nilai yang dirasakan adalah bahwa pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan nilai bagi pasien sehingga akan dapat menciptakan kepuasan yang akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pasien.

Hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Berdasarkan hasil analisis jalur dapat diambil keputusan bahwa H_4 penelitian ditolak. Tidak terbukti adanya hubungan antara kesan pasien terhadap kualitas layanan dengan loyalitas pasien. Pasien bisa jadi tetap memutuskan untuk berkunjung ulang meskipun menerima kualitas layanan yang kurang baik. Pasien akan tetap loyal selama merasa puas dengan apa yang diterimanya.

Kotler (2005:121) menjelaskan bahwa perusahaan yang selalu meningkatkan kualitas layanannya dan sadar akan kemauan konsumen dapat memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan Sadi (2009) yang meneliti pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pasien, dengan hasil empirisnya yaitu kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien, sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien.

Hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Berdasarkan hasil analisis jalur dapat diambil keputusan bahwa H_5 penelitian diterima. Berdasarkan hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa apabila harapan pasien telah sesuai dan terealisasi yang mengakibatkan pasien menjadi puas sehingga akan menciptakan kesan yang menyenangkan dan akan melakukan kunjungan secara berulang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Suciati (2006) yang meneliti pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pasien di Poli Rawat Jalan RSUD Dr. M. Soewandhie Surabaya. Hasil empirisnya menunjukkan bahwa pasien yang tidak puas berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

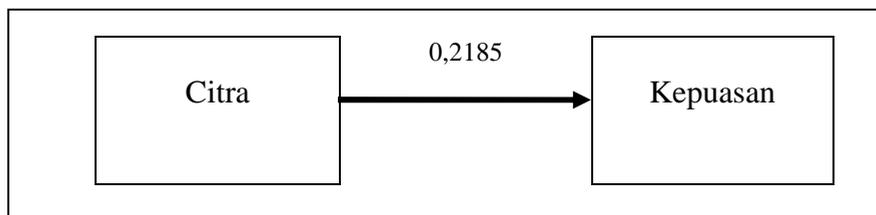
Hipotesis Keenam dalam penelitian ini adalah citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Berdasarkan hasil analisis jalur dapat diambil keputusan bahwa H_6 penelitian ditolak. citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Hasil ini sejalan dengan Herizen dan Maylina (2003), menjelaskan bahwa citra secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas. Citra perusahaan harus mempunyai penilaian yang baik atas produk yang dikeluarkan yang berdampak pada rasa kepuasan dari para konsumen. Dengan rasa puas tersebut, konsumen akan memberi kesan dan kepercayaan yang baik kepada perusahaan, sehingga citra perusahaan menjadi meningkat. Dengan citra yang kuat dari konsumen, yang disebabkan produk yang dikeluarkan memberikan rasa puas, maka dapat menciptakan pembelian secara terus menerus dan konsumen menjadi loyal. Dan didukung juga oleh Pramudyo (2012), menyatakan bahwa citra merek berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas, sebab citra merek harus dibangun oleh rasa puas dari konsumen. dengan adanya kepuasan konsumen, maka akan terjadinya loyalitas konsumen.

4.3.1 Kajian Citra dan Loyalitas Pasien Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi

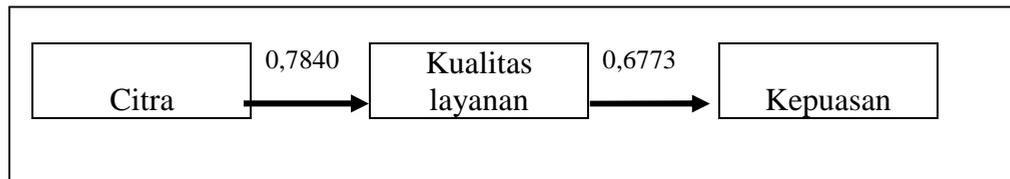
Tujuan penelitian ini adalah mencari bukti empiris yang menjawab apakah citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi mempengaruhi tingkat loyalitas pasien. Citra merek merupakan elemen pertama yang penting untuk membentuk loyalitas. Temuan penelitian menunjukkan bahwa citra tidak dapat secara langsung mempengaruhi loyalitas, tetapi melalui tahapan-tahapan.

Pertama, citra secara langsung mempengaruhi kepuasan pasien. Pasien Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi secara emosional akan merasa lebih dihargai di mata sosial sehingga secara psikologis kepuasannya akan meningkat. Mereka lebih bangga dan lebih berharga apabila dibandingkan dengan memperoleh layanan kesehatan di poliklinik lainnya. Kebanggaan dan rasa apresiasi diri tersebut mengungkit perasaan kepuasan yang dirasakan.



Gambar 4. 1 Mekanisme Citra Mempengaruhi Kepuasan pasien – Proses 1

Kedua, citra mempengaruhi kepuasan melalui kualitas layanan. Pengaruh citra terhadap kepuasan pasien dipengaruhi bagaimana citra merek memberikan dampak pada kualitas layanan yang dirasakan.



Gambar 4. 2 Mekanisme Citra Mempengaruhi Kepuasan Pasien – Proses 2

Berdasarkan pada peta model penelitian pengaruh langsung citra terhadap kepuasan tidak sekuat pengaruh citra yang melalui variabel kualitas. Citra berpengaruh langsung terhadap kepuasan pasien tetapi juga berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan pasien melalui kualitas layanan. Citra mempengaruhi kualitas layanan dengan koefisien 0,784045 dan citra mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh pasien dengan koefisien 0,218544 (tabel 4.32). Pengaruh citra terhadap kepuasan melalui kualitas layanan dapat dihitung ($0,784045 \times 0,677250$) = 0,53099 (Ghozali, 2011:67). Penghitungan koefisien pengaruh tidak langsung lebih besar daripada pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan mediator atau variabel intervening antara citra dan kepuasan pasien. Dengan kata lain, citra mempengaruhi kepuasan pasien dengan mekanisme mempengaruhi kualitas layanan terlebih dahulu.

Pasien akan merasa memperoleh layanan yang lebih berkualitas ketika ia berada pada suatu entitas atau produk yang memiliki reputasi yang baik. Apabila diamati skor koefisiennya, maka pengaruh citra terhadap kepuasan pasien akan lebih kuat bila melalui kualitas layanan. Hal ini memberikan gambaran bahwa citra yang

baik apabila diikuti dengan kualitas layanan yang dirasakan yang senyatanya juga baik, maka akan memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Kualitas layanan yang dirasakan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pasien. Kualitas layanan yang dirasakan baik oleh pasien merupakan penentu dan syarat dalam pencapaian kepuasan pasien. Segala sesuatu yang dihasilkan dari nilai yang dirasakan berkualitas oleh pasien, dipastikan akan memuaskan pasien. Oleh sebab itu mekanisme yang harus dikembangkan Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi adalah menjaga atau meningkatkan nilai yang dirasakan pasien dengan bertitik tolak pada peningkatan citra merek.

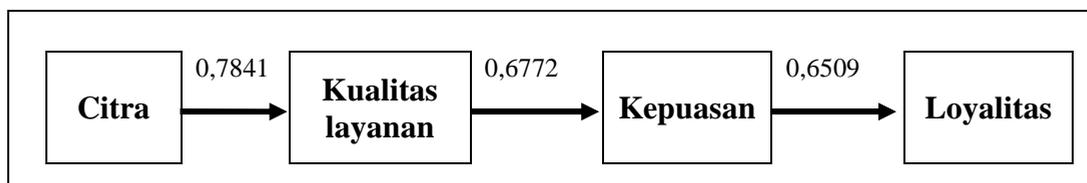
Ketiga, citra mempengaruhi loyalitas melalui kualitas layanan dan kepuasan pasien. Pengujian jalur menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas. Loyalitas akan terbentuk ketika secara emosional pasien merasa terpuaskan. Apabila respon emosional tersebut tidak terjadi maka pasien tidak merasa keterikatan dengan suatu produk atau jasa meskipun produk atau jasa yang disediakan berkualitas tinggi.

Citra tidak berpengaruh langsung kepada loyalitas pasien tetapi pengaruhnya melalui kualitas layanan dan kepuasan. Perbandingan besarnya koefisien pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dihitung sebagai berikut (Ghozali, 2011:67):

- Pengaruh langsung citra terhadap loyalitas
Citra \rightarrow loyalitas = 0,191830 (tidak signifikan);
- Pengaruh tidak langsung citra terhadap loyalitas dengan melalui kepuasan
Citra \rightarrow kepuasan \rightarrow loyalitas = $(0,218544) \times (0,650909) = 0,1452252$;
- Pengaruh tidak langsung citra terhadap loyalitas melalui kualitas layanan
Citra \rightarrow kualitas layanan \rightarrow loyalitas = $(0,784045) \times (-0,020404) = -0,01600$ (tidak signifikan);
- Pengaruh tidak langsung citra terhadap loyalitas
Citra \rightarrow kualitas layanan \rightarrow kepuasan \rightarrow loyalitas = $(0,784045) \times (0,677250) \times (0,650909) = 0,345629$.

Untuk mengetahui jalur terbaik, maka jalur yang signifikan dibandingkan. Dari perhitungan di atas, jalur yang diperbandingkan adalah citra \rightarrow kepuasan \rightarrow loyalitas dibandingkan dengan citra \rightarrow kualitas layanan \rightarrow kepuasan \rightarrow loyalitas. Hasilnya menunjukkan $0,1452252 < 0,345629$. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan merupakan variabel intervening yang mempengaruhi terwujudnya loyalitas melalui proses dan mekanisme yang bertahap, terarah dan berkesinambungan. Dengan kata lain, citra mempengaruhi loyalitas pasien dengan mekanisme mempengaruhi kualitas layanan dan kepuasan pasien lebih dahulu.

Berdasarkan hasil pengujian maka dapat dikembangkan model mekanisme pengaruh citra terhadap loyalitas yakni melalui variabel kualitas layanan dan kepuasan.



Gambar 4. 3 Mekanisme Citra Mempengaruhi Loyalitas Pasien

Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi mempengaruhi persepsi kualitas layanan yang kemudian mempengaruhi kepuasan yang dirasakan

sehingga membentuk loyalitas pasien. Kepuasan Pasien secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pasien yang menimbulkan minat pasien untuk kembali berobat serta merekomendasikan pelayanan Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi pada teman dan keluarga. Kualitas layanan dipengaruhi oleh persepsi pasien terhadap reputasi dan citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi.

Hasil penelitian di atas, kemudian dapat dikembangkan menjadi sebuah strategi yang dapat meningkatkan loyalitas pasien Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi agar dapat terus berkembang dengan baik. Pihak manajemen hendaknya selalu meningkatkan pencitraan sehingga Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi terpersepsi dengan baik. Disamping itu perlu memperhatikan faktor-faktor kualitas layanan yang sesungguhnya sehingga citra yang baik diikuti dengan kualitas layanan yang baik pula sehingga meningkatkan kepuasan yang akhirnya memperkuat loyalitas pasien.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dimotivasi dari penelitian sebelumnya yang menyatakan terdapat hubungan positif antara citra rumah sakit dengan loyalitas pasien melalui peningkatan pelayanan dan kepuasan pasien. Citra rumah sakit merupakan salah satu faktor kunci keunggulan rumah sakit dalam menghadapi persaingan dan tuntutan dari pasien / konsumen. Citra positif merupakan sumber keberhasilan rumah sakit untuk meningkatkan kepuasan pasien dan menjaga loyalitas pasien. Pengujian hipotesis menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap kualitas layanan. Berdasarkan pengujian dapat diambil keputusan bahwa H_1 penelitian diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap kualitas layanan.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Berdasarkan pengujian dapat diambil keputusan bahwa H_2 penelitian diterima. citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap kepuasan pasien.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Berdasarkan pengujian dapat diambil keputusan bahwa H_3 . penelitian diterima. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit dr. Soebandi, semakin tinggi kepuasan pasien.
4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Berdasarkan pengujian dapat diambil keputusan bahwa H_4 . penelitian ditolak. Pasien bisa jadi tetap memutuskan untuk berkunjung ulang meskipun menerima kualitas layanan yang kurang baik atau sebaliknya.
5. Hipotesis kelima menyatakan bahwa kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Berdasarkan pengujian dapat diambil keputusan bahwa H_5 . penelitian diterima. Semakin tinggi tingkat kepuasan pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien.
6. Hipotesis keenam menyatakan bahwa citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Berdasarkan

pengujian dapat diambil keputusan bahwa H_6 penelitian ditolak. Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

7. Mekanisme pengaruh citra terhadap loyalitas melalui variabel kualitas layanan dan kepuasan pasien. Citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi mempengaruhi persepsi kualitas layanan yang kemudian mempengaruhi kepuasan yang dirasakan sehingga membentuk loyalitas pasien. Kepuasan pasien secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pasien yang menimbulkan minat pasien untuk kembali berobat serta merekomendasikan pelayanan rumah sakit pada teman dan keluarga. Kualitas layanan dipengaruhi oleh persepsi pasien terhadap citra Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi.

5.2 Saran

- a. Penelitian ini menggunakan pasien Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi. Dengan demikian hasil dan implikasi manajerial dalam penelitian ini tidak dapat digeneralisasi pada poliklinik lainnya karena karakteristik poliklinik yang mungkin berbeda. Penelitian mendatang dapat dilakukan pada poliklinik atau rumah sakit lainnya.
- b. Penelitian ini tidak dapat menangkap fenomena yang detail dari proses pengambilan keputusan pasien. Penelitian mendatang dengan memperkaya kajian pada setiap aspek pencitraan dan kualitas layanan poliklinik eksekutif Rumah Sakit Daerah dr Soebandi akan memberikan hasil kajian yang lebih lengkap dan komprehensif. Untuk penelitian mendatang dapat menguji ulang model penelitian ini dengan menambah variabel-variabel baru seperti nilai pelanggan, harga ataupun suasana lingkungan rumah sakit atau poliklinik yang berbeda. Metoda penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi atau dramaturgi dapat dipertimbangkan dilakukan sehingga loyalitas pelanggan dapat dipahami secara mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ana, Restiani. 2009. *Pengaruh kualitas layanan terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Saiful Anwar (RSSA) Malang*. Tidak dipublikasikan. Tesis. Malang : Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang
- Andreassen, T.W. & Lindestad, B. 1998. *Customer Loyalty and Complex Service; The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying Degrees of Service Expertise*. Int J. Serv. Ind. Manage.
- Andri, G. 2011. *Pengaruh Kinerja Pelayanan Rumah Sakit Ibnu Sina dan Kepuasan Pasien sebagai Variabel Moderator terhadap Loyalitas Pasien pada Rumah sakit Ibnu Sina di Sumatera Barat*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 2.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., Zeithaml, V.A. 1993. *A Dynamic Process of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions*. Journal of Marketing Research Vol. 30.
- Da Silva, R.V. & Alwi, S.F.S. 2008. *Online Corporate Brand Image, Satisfactor, and Loyalty*. Journal of Brand Management Vol. 16.

-
- Ghozali, I. 2011. *Struktural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Gronroos, C. 2000. *Service Management and Marketing*. England: Jhon Wiley and Sons Ltd.
- Herizon dan W. Maylina. 2003. *Faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan terhadap merek pada konsumen pasta gigi pepsodent di Surabaya*. Ventura. Vol. 6.
- Kim, H.K., Kim, S.K., Kim, Y.D., Kim, H.J., & Kang, H.S. 2006. *Brand Equity in Hospital Marketing*. Journal of Business Research No.61
- Kim, Y.K., Cho, C.H., Ahn, S.K., Goh, I.H., & Kim, H.J. 2008. *A Study on Satisfaction-Focusing upon Outpatients in a Large-Sized Hospital*. Total Quality Management Business Excel.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2006. *Principles of Marketing*. Eleventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.
- Lai, F., Griffin, M. & Babin, B.J. 2009. *How Quality, Value, Image, and Satisfaction Create Loyalty at a Chinese Telecom*. Journal of Business Research Vol. 62
- Lita, P. Pr. 2004. *Pengaruh Sistem Penyampaian Jasa terhadap Citra Rumah Sakit dan dampaknya terhadap Kepercayaan Pelanggan pada Rumah Sakit Umum Sumatera Barat*. Tesis: Ilmu Ekonomi Program Universitas Sumatera Utara.
- Marilees, B. & Fry, M. 2002. *Corporate Branding: A framework for E-Retailers*. Corporate Reputation Review Vol. 5.
- Nunik, Suciati. 2006. *Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap loyalitas pasien di Poli Rawat Jalan RSUD Dr. M. Soewandhie Surabaya*. Tidak dipublikasikan. Tesis. Surabaya : Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga.
- Porter, S.S., Claycomb, C. 1997. *The Influence of Brand Recognition on Retail Store Image*. Journal of Prod. Brand Management
- Sadi. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas pelanggan Tahu Bakso Ibu Pidji, Ungaran-Semarang*. Tidak dipublikasikan. Tesis. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Schiffman, Lean, G., & Kanuk, Leslie Lazar. 2004. *Consumer Behavior*. 8th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Selnes & Fred. 1993. *An Examination of The Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty*. European Journal of Marketing Vol. 27.
- Syamsiah, N. 2009. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai yang Dirasakan Pelanggan untuk Menciptakan Kepuasan Pelanggan di RSUP Dokter Kariadi Semarang*. Tesis: Magister Manajemen Universitas Diponegoro.