

## **Analisis Hubungan Kualitas Layanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Instalasi Gawat Darurat Rumah Sakit Eka Cibubur**

Indra, Sheirly Novan

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=137345&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Latar belakang Berbagai faktor diketahui memengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien Instalasi Gawat Darurat (IGD) sebuah rumah sakit, mulai dari mutu layanan, harga hingga citra merek. Kepuasan dan loyalitas pasien IGD Rumah Sakit Eka Cibubur masih menjadi salah satu permasalahan dari keseluruhan pelayanan Rumah Sakit, yang berdampak pada kinerja operasionalnya berupa pertumbuhan negatif pada tahun 2023. Tujuan Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis dan menguji berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien Instalasi Gawat Darurat (IGD) Rumah Sakit Eka Cibubur. Metode Merupakan studi kuantitatif pada 163 pasien yang menggunakan layanan IGD Rumah Sakit Eka Cibubur pada Desember 2023 hingga Januari 2024. Data diambil dengan menyebarkan questionnaire kepada pasien yang telah ditentukan setelah diujicobakan terlebih dahulu. Kemudian dilakukan analisis multivariat serta estimasi hubungan saling ketergantungan antara variabel laten secara bersamaan melalui uji Stuctural Equation Modeling (SEM). Hasil Kepuasan pasien dipengaruhi oleh mutu layanan ( $p = 0,034$ ), harga ( $p = 0,000$ ) dan citra merek ( $p = 0,015$ ). Sedangkan loyalitas pasien hanya dipengaruhi oleh citra merek ( $p = 0,003$ ) dan kepuasan pasien ( $p = 0,003$ ). Selain itu, kepuasan pasien memediasi penuh hubungan antara harga ( $p = 0,024$ ), namun tidak memediasi hubungan antara mutu layanan ( $p = 0,109$ ) dan citra merek ( $p = 0,068$ ) dengan loyalitas pasien. Kesimpulan Mutu layanan, harga dan citra merek yang dipersepsikan dengan baik oleh pasien IGD terbukti memengaruhi kepuasan akan layanannya. Dengan loyalitas akan penggunaan layanan berikutnya sangat ditentukan oleh kepuasannya, khususnya kepuasan akan harga yang terbukti sangat memengaruhi loyalitas pasien akan penggunaan layanan IGD selanjutnya. Lebih lanjut, studi terhadap faktor lain masih perlu dilakukan guna perbaikan berkelanjutan. Kata Kunci: Mutu Layanan, Harga, Citra Merek, Kepuasan, Loyalitas

Background Various factors are known to influence patient satisfaction and loyalty in a hospital's Emergency Room (IGD), ranging from service quality, price to brand image. Satisfaction and loyalty of emergency room patients at Eka Cibubur Hospital is still one of the problems of the hospital's overall services, which has an impact on its operational performance in the form of negative growth in 2023. Objective The main objective of this research is to analyze and test various factors that influence patient satisfaction and loyalty at the Emergency Department (IGD) of Eka Cibubur Hospital. Methods This is a quantitative study on 163 patients who used the emergency room services at Eka Cibubur Hospital from December 2023 to January 2024. Data was collected by distributing questionnaires to patients who had been determined after being tested first. Then, multivariate analysis was carried out and estimation of the interdependence relationship between latent variables simultaneously through the Structural Equation Modeling (SEM) test. Results Patient satisfaction is influenced by service quality ( $p = 0.034$ ), price ( $p = 0.000$ ) and brand image ( $p = 0.015$ ). Meanwhile, patient loyalty is only influenced by brand image ( $p = 0.003$ ) and patient satisfaction ( $p = 0.003$ ). In addition, patient satisfaction fully mediates the relationship between price ( $p = 0.024$ ), but does not mediate the relationship between service quality ( $p$

= 0.109) and brand image ( $p = 0.068$ ) and patient loyalty. Conclusion Service quality, price and brand image that are well perceived by emergency room patients have been proven to influence satisfaction with their services. Loyalty regarding subsequent use of services is largely determined by satisfaction, especially satisfaction with price which has been proven to greatly influence patient loyalty regarding subsequent use of ER services. Furthermore, studies on other factors still need to be carried out for continuous improvement. Keywords: Service Quality, Price, Brand Image, Satisfaction, Loyalty