

**PENERAPAN METODE *STRUCTURAL EQUATION MODELING* (SEM) DALAM  
MENENTUKAN PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN MUTU  
TERHADAP KESETIAAN PASIEN RAWAT JALAN DALAM  
MEMANFAATKAN PELAYANAN RUMAH SAKIT  
DI RSUD Dr. PIRNGADI MEDAN  
TAHUN 2012**

**Nia Rahmadaniaty<sup>1</sup>, Ria Masniari<sup>2</sup>, Arnita<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Sarjana FKM USU, Departemen Kependudukan dan Biostatistik

<sup>2,3</sup>Departemen Kependudukan dan Biostatistik, FKM USU, Medan, 20155, Indonesia.

E\_mail : Niarahmadaniaty@ymail.com

***Abstract***

***Implementation of Structural Equation Modeling (SEM) Method in Determining the Effects of Satisfaction, Trust, and Quality towards Out Patients' Loyalty Using Hospital Services at Dr.Pirngadi Local General Hospital Medan in 2012. SEM (Structural Equation Modeling) is a statistical technique that can analyze a relationship pattern between a latent construct and its indicators, another latent construct with the other latent constructs, and a direct incorrect measurement. SEM is a statistical techniques that can test a series of relationships simultaneously. In this research a series of simultaneous relationship - satisfaction, trust, quality, and patient's loyalty is conducted. Patients are the most important persons in the hospital, both as the consumers of the medical services and as the hospital products. The patient's loyalty is not formed in a short time, but it is based on the patient's own experience from the consistent and repeated uses of hospital. The purposes of this research are to analyze the effects of satisfaction, trust, and the quality of services towards the patients by using the SEM at Dr. Pirngadi Hospital Medan in 2012. The results of the research show that the variable of service quality influences the patient's satisfaction ( $p=0,001$ ), quality influences the trust ( $p=0,001$ ), quality influences the loyalty ( $p=0,032$ ), the satisfaction influences the loyalty ( $p=0,014$ ) and trust influences the loyalty ( $p=0,004$ ). The data with Fit model based on Goodness-of Fit Index criteria result in the Chi-Square evaluation 190,011, the significant level 0,073 and the value of RMSEA (0,026), GFI (0,935), AGFI (0,899), CMIN/df (1,166), TLI (0,984), and CFI (0,989). There is an indirect effect of quality services on loyalty through the satisfaction and trust variables that they are both called interference variables.***

***Keywords: SEM, Satisfaction, Trust, Quality Service, Loyalty***

**Pendahuluan**

SEM (*Structural Equation Modeling*) adalah suatu teknik statistik yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, konstruk laten yang satu dengan lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dilakukan untuk

menjelaskan secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian. SEM merupakan sekumpulan teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Yang dimaksudkan dengan model yang rumit adalah model-model simultan yang dibentuk melalui lebih dari satu variabel dependen yang dijelaskan oleh satu atau beberapa

variabel independen dan dimana sebuah variabel dependen pada saat yang sama berperan sebagai variabel independen bagi hubungan berjenjang lainnya (Santoso, 2011).

Dalam penelitian ini dilakukan rangkaian hubungan secara simultan antara kepuasan, kepercayaan, mutu pelayanan dan kesetiaan pasien. Pendekatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan atau pasien menjadi salah satu strategi penting untuk mencapai kesetiaan (loyalitas) yang tidak bisa diabaikan oleh para penentu kebijakan di rumah sakit (Wiyono, 1999). Salah satu strategi yang digunakan untuk mencapai loyalitas pelanggan adalah strategi pemasaran berdasarkan kemitraan. Strategi ini tidak hanya bertujuan mendapatkan konsumen yang loyal, namun juga mampu menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan (Roberts, et al, 2003 dalam Hermanto, 2006).

Dari berbagai penelitian yang dikutip oleh Hermanto (2006) yang berkaitan dengan loyalitas konsumen, ternyata pemasaran berdasarkan kemitraan kurang mendapatkan perhatian para peneliti sebagai variabel yang menentukan tinggi rendahnya loyalitas pelanggan. Padahal menurut Roberts, et al (2003) dalam Hermanto (2006) menemukan bahwa pemasaran berdasarkan kemitraan merupakan prediktor terbaik dibandingkan dengan *service quality* (kualitas layanan atau mutu layanan) yang telah terlebih dahulu diteliti oleh para ahli sebelumnya. Morgan and Hunt (1994) dalam Hermanto (2006) mengemukakan bahwa pemasaran berdasarkan kemitraan dibangun dari variabel kepuasan dan kepercayaan. Dengan demikian perlu kiranya bagi peneliti mengkaji lebih jauh tentang pengaruh kepuasan dan kepercayaan serta kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, yang dalam penelitian ini adalah pasien

rumah sakit sebagai pelanggan.

Kesetiaan pasien tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari pasien itu sendiri dari pembelian atau pemakaian konsisten sepanjang waktu. Bila yang didapat sudah sesuai dengan harapan, maka proses pemakaian ini terus berulang. Hal ini dapat dikatakan bahwa telah timbul kesetiaan pasien. Bila dari pengalamannya, pasien tidak mendapatkan fasilitas kesehatan yang memuaskan maka ia tidak akan berhenti untuk mencoba fasilitas lain sampai ia mendapatkan produk atau jasa yang memenuhi kriteria yang mereka tetapkan. Kesetiaan merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian/pemakaian yang dilakukan oleh seorang pasien terhadap suatu fasilitas kesehatan (Oliver, 1999).

Oleh karena itu, menciptakan kesetiaan pasien sebagai pelanggan merupakan pusat perhatian bagi setiap rumah sakit. Namun untuk mewujudkan hal ini bukanlah suatu pekerjaan yang mudah karena pasien sebagai pelanggan rumah sakit merasa dirinya memiliki banyak pilihan apabila tidak mendapatkan pelayanan yang bermutu dari pihak rumah sakit. Kondisi pasien pada masa kini sudah semakin kritis, mereka tidak segan-segan lagi menulis di berbagai media masa apabila mendapatkan pelayanan yang tidak memuaskan. Pasien akan pindah ke rumah sakit lain yang menurut mereka dapat memberikan pelayanan yang bermutu.

Tidak sedikit keluhan masyarakat baik langsung maupun melalui media massa terhadap pelayanan kesehatan yang diberikan RSUD Dr. Pirngadi Medan. Beberapa keluhan yang dimuat di media massa antara lain : pelayanan maupun kondisi fasilitas masih kurang bermutu dan masih belum sepenuhnya menjalankan standar Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) (Tribun Medan,

2 Februari 2012), perilaku dokter dan suster yang tidak ramah pada pasien (Waspada, 6 September 2011), terlantarnya pasien hanya karena proses administrasi (DNA Berita, 14 Februari 2012), tidak dijelaskannya informasi penyakit oleh dokter kepada pasien (Harian Seputar Indonesia, 13 Agustus 2011), adanya diskriminasi pasien pengguna jaminan kesehatan (Waspada Online, 14 Agustus 2011), kebersihan dan manajemen pelayanan semakin menurun (Harian Analisa, 19 September 2011), waktu tunggu yang lama untuk mendapatkan pelayanan, ketidaktersediaan obat-obatan, adanya biaya ekstra di luar ketentuan yang ada. Keluhan-keluhan tersebut sering diungkapkan namun hampir tidak pernah dilakukan suatu kajian untuk menanggulangnya.

Jumlah pasien rawat jalan mengalami penurunan pada tahun 2009 sampai dengan 2011. Pada tahun 2009, jumlah pasien umum baru rawat jalan ada sebanyak 42.749 pasien yang menurun pada tahun 2010 menjadi 33.356 dan menurun kembali pada tahun 2011 menjadi 26.219. Pada tahun 2009, jumlah pasien umum lama rawat jalan ada sebanyak 18.877 pasien yang menurun pada tahun 2010 menjadi 17.163 dan menurun kembali pada tahun 2011 menjadi 16.581. Penurunan jumlah pasien ini menandakan berkurangnya kesetiaan mereka dalam memanfaatkan pelayanan rumah sakit tersebut.

Penurunan jumlah pasien RSUD Dr. Pirngadi Medan yang tidak setia dan cenderung berpindah-pindah dalam memanfaatkan pelayanan rumah sakit menjadi masalah dalam penelitian ini dan mengindikasikan bahwa kualitas/mutu pelayanan bukan satu-satunya prediktor yang menentukan loyalitas/kesetiaan pasien. Roberts, et al (2003) dalam Hermanto (2006) mengemukakan perlunya penelitian yang lebih mendalam mengenai kaitan

antara mutu pelayanan dan loyalitas pelanggan dengan memperhatikan variabel kepuasan dan kepercayaan.

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan
2. Menganalisis pengaruh mutu pelayanan terhadap kepercayaan
3. Menganalisis pengaruh mutu pelayanan terhadap kesetiaan pasien
4. Menganalisis pengaruh kepuasan terhadap kesetiaan pasien
5. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kesetiaan pasien.

Manfaat penelitian ini antara lain:

1. Untuk memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang menentukan kesetiaan pasien dalam memanfaatkan pelayanan rumah sakit di Rumah Sakit Umum Daerah Dr. Pirngadi Medan tahun 2012
2. Sebagai bahan masukan bagi Rumah Sakit Umum Daerah Dr. Pirngadi agar dapat mempertahankan pasien untuk tetap menggunakan rumah sakit ini dan merekomendasikannya kepada orang lain
3. Sebagai bahan masukan bagi berbagai pihak yang akan melanjutkan penelitian ini ataupun penelitian yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

### **Metode penelitian**

Jenis penelitian ini bersifat *explanatory research* (penelitian penjelasan) yaitu penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

Sampel sebanyak 250 pasien rawat jalan RSUD Dr. Pirngadi Medan. Cara pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah dengan teknik pengambilan sampel *non random*

*sampling* dengan cara *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan penilaian terhadap yang pantas memenuhi persyaratan untuk dijadikan sampel atau penentuan sampel sesuai tujuan penelitian (memperoleh data yang akurat).

Masing-masing item indikator diukur dengan menggunakan Skala Semantik Diferensial, dimana terdapat dua kutub berbeda, kutub negatif diberi skor 1 dan kutub positif diberi skor 5. Skor masing-masing indikator merupakan nilai total dari item indikator.

## Hasil dan pembahasan

### 3.1 Statistik Deskriptif Variabel

Analisis statistik deskriptif variabel dilakukan pada masing-masing variabel yang diteliti. Analisis statistik deskriptif untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan

Variabel Indikator	Mean	Sd	Varians	P <sub>50</sub>	< P <sub>50</sub>	≥ P <sub>50</sub>
X1	3,300	0,446	0,199	3,500	45,6	54,4
X2	3,308	0,508	0,258	3,500	43,6	56,4
X3	3,130	0,460	0,212	3,200	46,0	54,0
X4	3,249	0,715	0,511	3,500	44,8	55,2
X5	2,983	0,370	0,137	3,000	47,6	52,4
X6	2,970	0,493	0,243	3,000	37,6	62,4
X7	3,037	0,462	0,213	3,000	33,6	66,4
X8	2,104	0,624	0,389	2,000	31,6	68,4
X9	3,103	0,535	0,286	3,167	55,6	44,4
Rata-rata	3,020	0,513	0,272			

Variabel Indikator	Mean	Sd	Varians	P <sub>50</sub>	< P <sub>50</sub>	≥ P <sub>50</sub>
X10	3,038	0,417	0,174	3,000	19,2	80,8
X11	2,990	0,551	0,304	3,000	31,6	68,4
X12	3,562	0,467	0,218	3,500	21,6	78,4
X13	3,012	0,588	0,345	3,000	25,2	74,8
Rata-rata	3,150	0,506	0,260			

Variabel Indikator	Mean	Sd	Varians	P <sub>50</sub>	< P <sub>50</sub>	≥ P <sub>50</sub>
X14	3,049	0,434	0,189	3,000	31,2	68,8
X15	3,125	0,431	0,186	3,200	45,6	54,4
X16	3,305	0,442	0,195	3,333	30,8	69,2
X17	2,816	0,519	0,269	3,000	33,6	66,4
X18	3,472	0,483	0,233	3,333	30,0	70,0
Rata-rata	3,153	0,462	0,214			

Tabel 3.1 Lanjutan

Statistik Deskriptif Variabel Kesetiaan						
Variabel Indikator	Mean	Sd	Varians	P <sub>50</sub>	<P <sub>50</sub>	≥P <sub>50</sub>
Y1	3,197	0,493	0,243	3,000	22,4	77,6
Y2	3,189	0,500	0,250	3,000	20,4	79,6
Y3	3,103	0,493	0,243	3,000	25,6	74,4
Rata-rata	3,163	0,495	0,245			

Untuk distribusi frekuensi jumlah responden masing-masing variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.2 dibawah ini :

Tabel 3.2 Distribusi Frekuensi Jumlah Responden Berdasarkan Variabel

Variabel	Jumlah Responden					
	P <sub>50</sub>	< P <sub>50</sub>		≥ P <sub>50</sub>		Total
		n	%	n	%	
Kepuasan	3,062	123	49,2	127	50,8	250
Kepercayaan	3,250	117	46,8	133	53,2	250
Mutu Pelayanan	3,176	102	40,8	148	59,2	250
Kesetiaan	3,222	124	49,6	126	50,4	250

Dari 250 responden, sebanyak 123 responden (49,2%) menyatakan tidak puas terhadap pelayanan rumah sakit dan sebanyak 127 responden (50,8%) menyatakan puas terhadap pelayanan rumah sakit.

Dari 250 responden, sebanyak 117 responden (46,8%) menyatakan tidak percaya terhadap rumah sakit dan sebanyak 133 responden (53,2%) menyatakan percaya terhadap rumah sakit.

Responden yang menyatakan bahwa mutu pelayanan rumah sakit tidak baik ada sebanyak 102 responden (40,8%) dan yang menyatakan bahwa mutu pelayanan rumah sakit baik ada sebanyak 148 responden (59,2%).

Sebanyak 124 responden (49,6%) menyatakan tidak setia terhadap rumah sakit dan sebanyak 126 responden (50,4%) menyatakan setia menggunakan rumah sakit ini sebagai pelayanan kesehatan.

### 3.2 Uji Measurement Model

#### 3.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Survei Awal

Untuk mengetahui kesahihan dan keandalan kuesioner pada setiap indikator maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menyebarkan kuesioner pendahuluan kepada 50 responden yang berbeda dengan yang dianalisis. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut.

Tabel 3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas (n = 50 ; r tabel = 0,279)

Indikator	r	Keterangan
X1	0,418	Valid
X2	0,390	Valid
X3	0,653	Valid
X4	0,291	Valid
X5	0,754	Valid
X6	0,770	Valid
X7	0,555	Valid
X8	0,504	Valid
X9	0,522	Valid
Nilai Cronbach's Alpha = 0,821		
X10	0,562	Valid
X11	0,717	Valid
X12	0,704	Valid
X13	0,597	Valid
Nilai Cronbach's Alpha = 0,818		
X14	0,647	Valid
X15	0,670	Valid
X16	0,581	Valid
X17	0,527	Valid
X18	0,387	Valid
Nilai Cronbach's Alpha = 0,770		
Y1	0,761	Valid
Y2	0,859	Valid
Y3	0,842	Valid
Nilai Cronbach's Alpha = 0,908		

#### 3.2.2 Evaluasi Normalitas Data Univariat dan Multivariat

Untuk menguji normalitas data baik secara univariat (per indikator) maupun multivariat (seluruh indikator) menggunakan *skewness* (kemiringan data) dan *kurtosis* (keruncingan data), dimana kedua parameter tersebut pada setiap indikatornya terdapat nilai *critical ratio* (CR). Pada tingkat signifikan 1%, nilai CR kurtosis berada diantara  $\pm 2,58$  ( $-2,58 \leq CR \leq 2,58$ ).

Evaluasi normalitas data Univariat dan Multivariat dapat dilihat pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Evaluasi Normalitas Data Univariat dan Multivariat

Variabel Kepuasan				
Indikator	Skewness	CR	Kurtosis	CR
X1	-,116	-,747	-,571	-1,843
X2	-,167	-1,080	-,708	-2,286
X3	-,407	-2,630	-,471	-1,520
X4	-,583	-3,764	,075	,241
X5	-,036	-,235	-,398	-1,284
X6	-,215	-1,385	-,493	-1,592
X7	-,145	-,936	-,755	-2,436
X8	,268	1,731	-,514	-1,659
X9	-,705	-4,551	-,313	-1,011
Multivariat			4,458	2,505
Variabel Kepercayaan				
Indikator	Skewness	CR	Kurtosis	CR
X10	-,143	-,923	,447	1,441
X11	-,284	-1,836	-,758	-2,447
X12	-,901	-5,813	,580	1,872
X13	-,255	-1,645	-,275	-,888
Multivariat			1,406	1,605
Variabel Mutu Pelayanan				
Indikator	Skewness	CR	Kurtosis	CR
X14	-,331	-2,134	-,677	-2,187
X15	-,391	-2,522	-,767	-2,477
X16	-,860	-5,553	,784	2,530
X17	-,149	-,965	-,391	-1,261
X18	-,083	-,534	-,743	-2,398
Multivariat			1,716	1,621
Variabel Kesetiaan				
Indikator	Skewness	CR	Kurtosis	CR
Y1	,156	1,007	-,449	-1,450
Y2	,069	,442	-,364	-1,175
Y3	,042	,271	-,075	-,242
Y4	,036	,233	-1,184	-3,823
Multivariat			1,314	1,499

Berdasarkan Tabel 3.4 CR nilai normalitas data untuk masing-masing indikator berada di antara  $\pm 2,58$ , sehingga dapat dikatakan seluruh indikator berdistribusi normal. Dan secara keseluruhan (multivariat) seluruh indikator pembentuk kepuasan, kepercayaan, mutu pelayanan dan kesetiaan berdistribusi normal.

#### 3.2.3 Analisis Konfirmatori Faktor (Confirmatory Factor Analysis = CFA)

Dari pengujian *measurement model*, akan didapat keeratan hubungan

antara indikator dengan konstruksinya. Jika *measurement model*, pengujian dilanjutkan pada *structural model* untuk memperoleh sejumlah korelasi yang menunjukkan hubungan antar konstruk. Hasil evaluasi *goodness of fit index* selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5 *Goodness of Fit Index*

Variabel Kepuasan			
<i>Goodness of Fit index</i>	<i>Cut off value</i>	Hasil analisis	Evaluasi Model
<i>Chi-square</i>	≤ 32,671	32,359	Baik
Signifikansi	≥ 0,05	0,054	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,047	Baik
GFI	≥ 0,90	0,971	Baik
AGFI	≥ 0,90	0,938	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	1,541	Baik
TLI	≥ 0,95	0,965	Baik
CFI	≥ 0,94	0,980	Baik
Variabel Kepuasan			
<i>Goodness of Fit index</i>	<i>Cut off value</i>	Hasil analisis	Evaluasi Model
<i>Chi-square</i>	≤ 3,841	0,021	Baik
Signifikansi	≥ 0,05	0,885	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,001	Baik
GFI	≥ 0,90	0,999	Baik
AGFI	≥ 0,90	0,999	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	0,021	Baik
TLI	≥ 0,95	1,041	Baik
CFI	≥ 0,94	0,999	Baik
Variabel Kepuasan			
<i>Goodness of Fit index</i>	<i>Cut off value</i>	Hasil analisis	Evaluasi Model
<i>Chi-square</i>	≤ 5,991	2,459	Baik
Signifikansi	≥ 0,05	0,292	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,030	Baik
GFI	≥ 0,90	0,996	Baik
AGFI	≥ 0,90	0,971	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	1,230	Baik
TLI	≥ 0,95	0,995	Baik
CFI	≥ 0,94	0,999	Baik
Variabel Kepuasan			
<i>Goodness of Fit index</i>	<i>Cut off value</i>	Hasil analisis	Evaluasi Model
<i>Chi-square</i>	≤ 5,991	0,378	Baik
Signifikansi	≥ 0,05	0,828	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,001	Baik
GFI	≥ 0,90	0,999	Baik
AGFI	≥ 0,90	0,996	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	0,189	Baik
TLI	≥ 0,95	0,999	Baik
CFI	≥ 0,94	0,999	Baik

Berdasarkan delapan parameter nilai *goodness of fit index* (uji kelayakan), seluruh parameter *goodness of fit* variabel kepuasan, kepercayaan, mutu pelayanan dan kesetiaan tergolong baik, sehingga dapat dikatakan model CFA dapat dianggap fit dengan data yang ada.

### 3.2.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama. Uji reliabilitas konstruk dalam SEM untuk membuktikan bahwa konstruk atau indikator tersebut membangun (mengkonstruk) setiap variabel. Uji reliabilitas dapat diperoleh melalui rumus (Hair et al, 1998) sebagai berikut

$$\text{Konstruk reliabilitas} = \frac{(\sum \text{standardize loading})^2}{(\sum \text{standardize loading})^2 + \sum e_j}$$

Tabel 3.6 Nilai Reliabilitas Variabel

Variabel	Nilai Reliabilitas	Cut off value	Keterangan
Kepuasan	0,824	0,700	Reliabel
Kepercayaan	0,703	0,700	Reliabel
Mutu Pelayanan	0,813	0,700	Reliabel
Kesetiaan	0,890	0,700	Reliabel

### 3.3 Evaluasi Multikolinearitas

Evaluasi Multikolinearitas dilakukan untuk menguji variabel eksogen yang satu dengan yang lain dan diharapkan tidak saling berhubungan secara sempurna. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)* melalui program *SPSS*. Nilai umum yang biasa dipakai adalah nilai *Tolerance* < 1, atau nilai *VIF* < 5, maka tidak terjadi multikolinearitas (Situmorang, 2008).

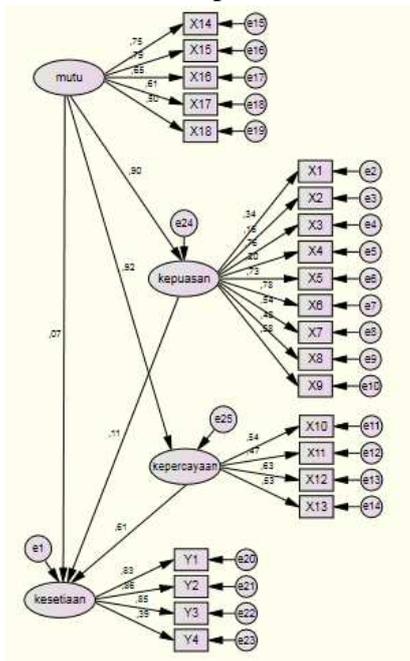
Tabel 3.7 Hasil Pengujian Multikolinearitas

Variabel	Sig.	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Kepuasan	0,016	0,527	1,897
Kepercayaan	0,001	0,564	1,774
Mutu	0,001	0,429	2,331

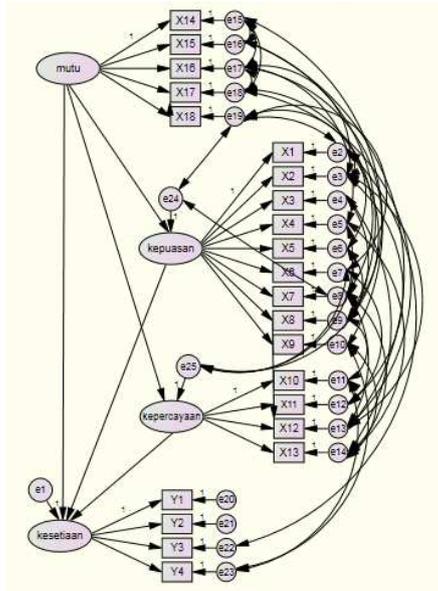
Berdasarkan Tabel 3.7 dapat dilihat tidak terjadi multikolinearitas antar variabel eksogen dengan melihat nilai *Tolerance* < 1 dan nilai *VIF* < 5.

### 3.2.5 Uji Kesesuaian Model

Sesuai dengan tujuan penelitian maka akan dilakukan pengujian dengan menggunakan model persamaan struktural melalui program AMOS 18.0, dengan berdasar pada kerangka teoritik yang ada. Hasil pengujian atas model yang disajikan pada Lampiran 8, memberikan hasil seperti berikut :



Gambar 3.1 Model SEM Tahap Pertama



Gambar 3.2 Model SEM Tahap Akhir

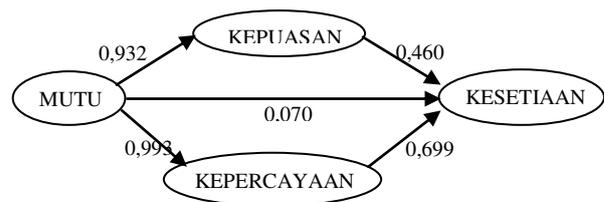
Hasil selengkapnya pengujian kriteria layak tidaknya model (*goodness of fit index*) tahap akhir dapat dilihat pada Tabel 3.8

Tabel 3.8 Hasil Pengujian Tahap Akhir Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Mutu Terhadap Kesetiaan (pada Kriteria *Goodness-of-Fit Index*)

<i>Goodness of Fit index</i>	<i>Cut off value</i>	Hasil analisis	Evaluasi Model
<i>Chi-square</i>	≤ 193,791	192,151	Baik
Signifikansi	≥ 0,05	0,066	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,026	Baik
GFI	≥ 0,90	0,934	Baik
AGFI	≥ 0,90	0,898	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	1,172	Baik
TLI	≥ 0,95	0,984	Baik
CFI	≥ 0,94	0,989	Baik

Berdasarkan 8 parameter nilai *goodness of fit index* tujuh parameter *goodness of fit* tergolong baik, sehingga sudah dapat dikatakan bahwa model SEM secara keseluruhan sudah fit (ada kesesuaian antara model dan data) meskipun AGFI diterima secara marginal.

Apabila model akhir digambarkan secara garis besar dengan memperlihatkan koefisien jalur kepuasan, kepercayaan dan mutu terhadap kesetiaan akan tampak pada Gambar 3.3



Gambar 3.3 Diagram Jalur Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Mutu terhadap Kesetiaan

Dari hasil perhitungan melalui analisis faktor konfirmatori dan *Structural Equation Modeling*, maka model dalam penelitian ini dapat diterima. Selanjutnya untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.9.

Tabel 3.9 Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	p	Standardize Estimate	Keterangan
$\xi_1 <- \xi_3$	0,001	0,932	Signifikan
$\xi_2 <- \xi_3$	0,001	0,993	Signifikan
$\eta_1 <- \xi_3$	0,032	0,070	Signifikan
$\eta_1 <- \xi_1$	0,014	0,460	Signifikan
$\eta_1 <- \xi_2$	0,004	0,699	Signifikan

Hasil analisis pengaruh langsung (*direct effect*), tidak langsung (*indirect effect*) dan pengaruh total (*total effect*) disajikan pada Tabel 3.10 berikut :

Tabel 3.10 Hasil Pengujian Terhadap Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total

Variabel	Koefisien jalur ( <i>Standardize Estimate</i> )
Pengaruh Langsung	
$\xi_3 \rightarrow \xi_1$	0,932
$\xi_3 \rightarrow \xi_2$	0,993
$\xi_3 \rightarrow \eta_1$	0,070
$\xi_1 \rightarrow \eta_1$	0,460
$\xi_2 \rightarrow \eta_1$	0,699
Pengaruh Tidak Langsung	
$\xi_3 \rightarrow \xi_1 \rightarrow \eta_1$	0,429
$\xi_3 \rightarrow \xi_2 \rightarrow \eta_1$	0,694
Pengaruh Total	
$\xi_3 \rightarrow \xi_1 \rightarrow \eta_1$	0,499
$\xi_3 \rightarrow \xi_2 \rightarrow \eta_1$	0,764

### Kesimpulan

1. Mutu pelayanan ( $\xi_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan ( $\xi_1$ ). Hal itu dibuktikan dengan nilai probabilitas signifikansi 0,001
2. Mutu pelayanan ( $\xi_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan ( $\xi_2$ ). Hal itu dibuktikan dengan nilai probabilitas signifikansi 0,001
3. Mutu pelayanan ( $\xi_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan ( $\eta_1$ ). Hal itu dibuktikan dengan nilai probabilitas signifikansi 0,032
4. Kepuasan ( $\xi_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan ( $\eta_1$ ). Hal itu dibuktikan dengan nilai probabilitas signifikansi 0,014
5. Kepercayaan ( $\xi_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan

( $\eta_1$ ). Hal itu dibuktikan dengan nilai probabilitas signifikansi 0,004

6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh langsung mutu pelayanan terhadap kesetiaan (0,070) lebih kecil dari pada pengaruh tidak langsung mutu pelayanan terhadap kesetiaan melalui kepuasan pasien (0,429). Dapat disimpulkan bahwa kepuasan berfungsi sebagai variabel antara.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh langsung mutu pelayanan terhadap kesetiaan (0,070) lebih kecil dari pada pengaruh tidak langsung mutu pelayanan terhadap kesetiaan melalui kepercayaan pasien (0,694). Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berfungsi sebagai variabel antara.
8. Sebanyak 127 pasien (50,8%) menyatakan puas terhadap pelayanan rumah sakit ini. Indikator yang tepat bagi penyusun konstruk kepuasan adalah variabel pelayanan (60,0%), citra (56,9%), fasilitas (45,5%), komunikasi (32,6%), desain visual (26,7%), suasana (22,3%), karakteristik (8,8%), lokasi (5,7%) dan harga (2,8%).
9. Sebanyak 133 pasien (53,2%) menyatakan percaya terhadap rumah sakit ini. Indikator yang tepat bagi penyusun konstruk kepercayaan adalah variabel keamanan (46,1%), kepedulian (24,6%), kredibilitas (23,0%), reabilitas (14,9%).
10. Sebanyak 148 pasien (59,2%) menyatakan bahwa mutu pelayanan rumah sakit ini sudah baik. Indikator yang tepat bagi penyusun konstruk mutu pelayanan adalah variabel daya tanggap (59,3%), jaminan (53,5%), kehandalan (48,1%), empati (43,0%) dan faktor fisik (34,2%).

11. Sebanyak 126 pasien (50,4%) menyatakan setia menggunakan rumah sakit ini sebagai pelayanan kesehatannya. Indikator yang tepat bagi penyusun kesetiaan adalah komentar positif (73,5%), rekomendasi (70,8%), datang kembali (69,05) dan umur (15,9%).
12. Sebesar 59,9% variasi dari variabel kesetiaan dapat dijelaskan oleh variabel mutu, kepuasan dan kepercayaan sedangkan 40,1% dijelaskan oleh *unique factor*.

### Saran

1. Lebih diperbaiki tata cara pemberian informasi (komunikasi) oleh petugas rumah sakit, baik itu petugas bagian penerimaan pasien, petugas administrasi di lingkungan rumah sakit, tutur kata perawat kepada pasien. Juga lebih diperbaiki cara penyampaian informasi keterangan hasil pemeriksaan medik oleh dokter kepada pasien.
2. Meningkatkan tingkat kepuasan pasien terhadap rumah sakit melalui indikator-indikator karakteristik, harga, pelayanan, lokasi, fasilitas, citra desain visual dan suasana, karena hanya sekitar 50,8% pasien yang menyatakan puas terhadap pelayanan RSUD Dr Pirngadi Medan.
3. Lebih meningkatkan tingkat kepercayaan pasien terhadap kinerja rumah sakit melalui indikator kredibilitas, reabilitas, keamanan dan kepedulian petugas rumah sakit terhadap pasien, karena hanya 53,2% pasien yang menyatakan percaya terhadap kinerja dan janji-janji yang diberikan oleh rumah sakit.
4. Diperlukannya secara berkesinambungan perbaikan mutu pelayanan, sehingga nantinya pasien akan merasa puas, percaya terhadap kemampuan rumah sakit dan senantiasa akan setia datang

kembali ke rumah sakit ini, memberikan komentar yang positif terhadap rumah sakit dan merekomendasikan rumah sakit ini kepada orang lain. Perbaikan mutu pelayanan dapat melalui indikator kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan faktor fisik. Hanya sebesar 59,2% pasien yang menyatakan bahwa mutu pelayanan rumah sakit sudah dalam katagori baik.

### Daftar Pustaka

- Aaker, DA, 1995. **Strategic Market Management**, edisi 4. New York : John Wiley & sons, Inc
- Affandi, Lutfi, 2011. **Pengaruh Komitmen Relasi, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pt. Teduh Makmur Semarang)**. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang
- Aulia Paramitha Rany, 2010. **Analisis Faktor Kepercayaan dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Speedy**. Tesis, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang
- Azwar Asrul, **Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan**, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Byrne, Barbara M, 2010. **Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming, 2nd ed**. New York : Routledge Taylor & Francis Group
- Chumpitaz, Ruben., Paparoidamis., Nicholas., 2005. **Service Quality, Relationship Satisfaction, Trust, Commitment and Business to Business Loyalty**. *Journal of Commerc*
- Eryanto Henry, 2011. **Hubungan Antara Mutu Pelayanan dengan Kesetiaan Pasien (Survey pada Pasien Bagian Jantung Rumah Sakit Internasional Bintaro)**. Jurnal

- Ecano Sains, Volume IX, Nomor 2, 115-116
- Ferdinand, A, 2000. **Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen**. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro
- Ferdinand, A, 2002. **Structural Equation Modelling Dalam Penelitian, Edisi 2**. Semarang : Seri Pustaka Kunci 03/BP UNDIP
- Ghozali, Imam dan Fuad, 2005. **Structural Equation Modeling. Teori, Konsep dan Aplikasi**. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, Jill, 2002. **Customer Loyalty**. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Harian Analisa, **Keluhan Pasien Kado HUT ke-83 RS Pirngadi**, 19 September 2011, [http://www.analisdaily.com/news/keluhan\\_pasien/kesehatan/](http://www.analisdaily.com/news/keluhan_pasien/kesehatan/) (diakses 20 Februari 2012)
- Harian Seputar Indonesia, **Pasien Keluhkan Pelayanan Pirngadi**, 13 Agustus 2011, [http://www.seputar-indonesia.com/index\\_berita/pasienkeluhkanpelayanpirngadi/](http://www.seputar-indonesia.com/index_berita/pasienkeluhkanpelayanpirngadi/) (diakses 19 Februari 2012)
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., and R.L., Tatham. 2006. **Multivariat Data Analysis, (Sixth ed.)** New Jersey : Prentice Hall
- Hemanto A. Ken, 2006. **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen**. Tesis, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang
- Ismawan Nur L, 2008. **Analisis Kepuasan dan Hubungannya dengan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Dedi Jaya Kabupaten Brebes**. Tesis, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro, Semarang
- Kotler Philip., Armstrong, 2003. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip, 2004. **Manajemen Pemasaran, Perencanaan dan Pengendalian**, Volume Dua, Edisi Ketujuh. Jakarta : LPFE-UI
- Morgan, R.M., & Hunt, S.D, 1994. **The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing**. *Journal of Marketing*, 58 (3) : 20-38
- Moven dan Minor, 2002. **Perilaku Konsumen**. Jogjakarta : Penerbit Erlangga
- Nainggolan, Wiltar, 2003. **Analisis Mutu Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Dr. Pirngadi Medan Tahun 2003**. Tesis, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara, Medan
- Nuraini, 2009. **Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Kota Sabang**. Tesis, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara, Medan
- Oliver, Richard L, 1999. **Whence Consumer Loyalty**. *Journal of Marketing*, 63 (Special Issue), 33-44
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, & L.L.Berry, 1988. **SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality**, *Journal of Retailing*, 64 (1) : 12-40
- Pohan, Imbalo S, 2007. **Jaminan Mutu Layanan Kesehatan: Dasar-Dasar, Pengertian dan Penerapan**. Jakarta : Penerbit Buku Kedokteran EGC
- Santoso, Singgih, 2011. **Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18**. Jakarta : Penerbit PT Elex Media Komputindo
- Sarwono, Jonathan, 2012. **Path Analysis**. Jakarta : Elex Media Komputindo