



THE RELATIONSHIP BETWEEN SERVICE QUALITY WITH THE HOSPITAL BRAND IMAGE OF INTERNAL DISEASE POLY PATIENTS IN OUTPATIENT INSTALLATIONS AT “X” SOUTH TANGERANG CITY HOSPITAL

¹Frida Kasumawati*, ²Holidah, ¹Irda Alfina Putri

STIKes Widya Dharma Husada Tangerang, Jalan Pajajaran No.1 Pamulang Barat Kota Tangerang Selatan, 15415

ARTICLE INFORMATION	A B S T R A C T
*Corresponding Author Nama: Frida Kasumawati E-mail: fridakasumawati@wdh.ac.id Keywords: Service quality, Brand image, Hospital, Outpatient Literature : 45	<i>Based on a preliminary study, data was obtained on the development of patient visits at the outpatient installation of Hospital X, South Tangerang City in the last two years (2022-2023) experienced a quite significant increase, namely as much as 17% compared to last year (2020-2021) an increase of only 13%, with the number of patients in 2022 amounting to 66,235 patients and in 2023 as many as 79,500 patients. Because the increasing volume of patient visits has an impact on reducing the speed of patient treatment and disrupting the focus of health workers in serving patients, this will have an impact on the quality of service received and also the confidence and impression of the hospital in consumer perception. The purpose of this research is the relationship between service quality and hospital brand image for outpatient patients at Hospital X, South Tangerang City. This type of research is quantitative research with a survey method and cross-sectional design. The research population was all patients in internal disease poly outpatient installations, with a sample of 102 respondents. The sampling technique uses nonprobability sampling in the form of accidental sampling. The results of the statistical test research using the Fisher Exact test obtained a p-value ($0.000 < 0.05$) which shows that there is a significant relationship between service quality and the hospital brand image for outpatient patients at X, South Tangerang City Hospital. The suggestion is that it is hoped that X South Tangerang City Hospital can continue to improve and maintain service quality, as an effort to improve service quality to be even better, it is hoped that the hospital can expand the parking area in line with the increase in patient visits to outpatient installations so that patients who come can easily park their vehicles.</i>
Kata Kunci: Service quality, Brand image, Rumah Sakit, Rawat Jalan	Berdasarkan studi pendahuluan diperoleh data perkembangan kunjungan pasien pada instalasi rawat jalan Rumah Sakit “X” Kota Tangsel dalam dua tahun terakhir (2022-2023) mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu sebanyak 17% jika dibandingkan dengan tahun 2020-2021 yang peningkatannya sebesar 13%, dengan jumlah pasien pada tahun 2022 sebanyak 66.235 pasien dan pada tahun 2023 sebanyak 79.500 pasien. Karena faktor volume kunjungan pasien yang meningkat tersebut berdampak pada menurunnya kecepatan penanganan pasien dan terganggunya fokus tenaga kesehatan dalam melayani pasien sehingga hal tersebut akan berdampak pada kualitas pelayanan yang diterima dan juga keyakinan dan kesan rumah sakit dalam benak konsumen. Tujuan penelitian ini adalah hubungan service quality dengan brand image rumah sakit Pada Pasien Poli Penyakit Dalam Di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit “X” Kota Tangerang Selatan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey dan desain cross-sectional. Populasi penelitian adalah seluruh pasien instalasi rawat jalan poli penyakit dalam, dengan sampel berjumlah 102 responden. Teknik

	pengambilan sampel menggunakan <i>nonprobability sampling</i> berupa <i>accidental sampling</i>. Hasil penelitian uji statistik menggunakan uji <i>Fisher exact</i> diperoleh nilai <i>p-value</i> ($0,000 < 0,05$) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara <i>service quality</i> dengan <i>brand image</i> rumah sakit Pada Pasien Poli Penyakit Dalam Di Instalasi Rawat Jalan RS “X” Kota Tangsel. Saran diharapkan RS “X” Kota Tangsel dapat terus meningkatkan dan menjaga <i>service quality</i>, sebagai upaya untuk meningkatkan <i>service quality</i> menjadi lebih baik lagi diharapkan agar rumah sakit dapat memperluas lahan parkir seiring dengan peningkatan kunjungan pasien instalasi rawat jalan agar pasien yang datang dapat dengan mudah untuk memarkirkan kendaraannya.
	This is an open access article under the CC-BY-NC-SA license. 
	© 2024 Some rights reserved

PENDAHULUAN

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 3 tahun 2020 definisi rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna serta menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020). Berdasarkan data Kementerian Kesehatan Republik Indonesia selama tahun 2018-2022 jumlah rumah sakit di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 9,2%.

Pada tahun 2018 jumlah rumah sakit sebanyak 2.813 meningkat menjadi 3.072 pada tahun 2022. Dengan jumlah Rumah Sakit Umum yang diselenggarakan oleh swasta sebanyak 1.503 RSU (56,7%), Pemerintah Daerah sebanyak 817 RSU (31,9%), dan Pemerintah Pusat sebanyak 241 RSU (9,4%) (Profil Kesehatan Indonesia, 2022). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Banten tahun 2024 jumlah rumah sakit di Provinsi Banten sebanyak 130 rumah sakit dan Kota Tangerang Selatan merupakan wilayah kota dengan jumlah rumah sakit terbanyak pada urutan kedua setelah Kota Tangerang dengan jumlah 32 rumah sakit (Badan Pusat Statistik, 2024).

Alim *et al.*, (2019), dalam penelitiannya tentang hubungan kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien rawat jalan RSUD Makassar bahwa ada hubungan kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien rawat jalan, dan diperoleh hasil pada setiap aspek kualitas pelayanan yaitu kehandalan ($p=0,002$), jaminan ($p=0,000$), bukti fisik ($p=0,000$).

Service quality seringkali digunakan sebagai parameter oleh pelanggan sebagai penentu dari citra perusahaan atau nilai suatu instansi lembaga. Maka sudah seharusnya penyedia layanan memperhatikan pelayanan yang diberikan demi menjaga kesan yang baik kepada pelanggan (Marlindawaty, 2020). Menurut Kotler dalam Maqrifah (2018) citra merek (*brand image*) didefinisikan sebagai sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seorang terhadap suatu merek. Riansyah *et al.*, (2023), dalam penelitiannya tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap brand image Rumah Sakit Umum Sakinah Lhoksemawe, Aceh menemukan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap brand image rumah sakit faktor realibilitas (0,001), daya tanggap (0,005), jaminan (0,000), empati (0,001), bukti fisik (0,000) (Riansyah *et al.*, 2023).

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan pada tanggal 20 Maret 2024 di Rumah Sakit “X” Kota Tangerang Selatan diperoleh data perkembangan kunjungan pasien pada instalasi rawat jalan dalam dua tahun terakhir mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu sebanyak 17%. Dengan jumlah pasien pada tahun 2022 sebanyak 66.235 pasien dan pada tahun 2023 sebanyak 79.500 pasien, melalui wawancara dengan Kepala Unit Sumber Daya Manuasi (SDM) dan Umum Rumah Sakit “X” Kota Tangerang Selatan dijelaskan bahwa RS “X” Kota Tangerang Selatan masih memiliki keterbatasan yang disebabkan karena faktor volume kunjungan pasien yang tinggi dan berakibat pada menurunnya kecepatan penanganan pasien dan terganggunya fokus tenaga kesehatan dalam melayani pasien dikarenakan kelelahan. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hambatan atau keterbatasan RS “X” Kota Tangerang Selatan dalam melayani pasien khususnya pada instalasi rawat jalan sehingga hal tersebut akan berdampak pada kualitas pelayanan yang diterima dan juga keyakinan dan kesan rumah sakit dalam benak konsumen. Oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan *Service quality* Dengan *Brand image* Rumah Sakit pada Pasien Poli

Penyakit Dalam di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit “X” Kota Tangerang Selatan”.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survey dan desain *cross-sectional*. Penelitian dilaksanakan di Rumah Sakit “X” Kota Tangerang Selatan pada bulan Februari hingga Juli 2024. Dengan populasi jumlah rata-rata perbulan kunjungan pasien poli penyakit dalam di instalasi rawat jalan Rumah Sakit “X” Kota Tangerang Selatan pada tahun 2023 sebanyak 1.275 pasien. Besar sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Taro Yamane dan didapatkan hasil sebesar 102 responden.

Teknik penetapan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan kriteria inklusi pasien poli penyakit dalam di instalasi rawat jalan yang dapat berkomunikasi dengan baik dan pasien poli penyakit dalam yang bersedia menjadi responden dengan menyetujui lembaran *informed consent*. Serta kriteria eksklusi pasien rawat jalan Instalasi Gawat Darurat (IGD) dan pasien rawat jalan poli penyakit dalam yang terlihat kesakitan sehingga tidak kooperatif untuk dijadikan responden. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu kuesioner.

Analisis data penelitian ini dilakukan melalui analisis univariat dan bivariat.

Penyakit Dalam di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit “X” Kota Tangerang Selatan

HASIL

Berikut ini tabel distribusi frekuensi variabel independen yaitu *service quality* yang terdiri dari lima aspek yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, serta *emphaty*, dan variabel dependen yaitu *brand image* rumah sakit pada Pasien Poli .

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Aspek Service Quality

No.	Aspek Service Quality	Jumlah (n)	Persentase (%)
1.	<i>Tangible</i>		
	a. Tidak Baik	22	21,6
	b. Baik	80	78,4
	Total	102	100,0
2.	<i>Reliability</i>		
	a. Tidak Baik	10	9,8
	b. Baik	92	90,2
	Total	102	100,0
3.	<i>Responsiveness</i>		
	a. Tidak Baik	1	1,0
	c. Baik	101	99,0
	Total	102	100,0
4.	<i>Assurance</i>		
	a. Tidak Baik	11	10,8
	c. Baik	91	89,2
	Total	102	100,0
5	<i>Emphaty</i>		
	a. Tidak Baik	18	10,6
	b. Baik	84	82,4
	Total	102	100,0

Sumber : Data Primer (2024)

Berdasarkan distribusi frekuensi tentang *service quality* mengenai aspek *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang telah dijelaskan dalam tabel 1 diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki penilaian baik mengenai *service quality* berdasarkan aspek *tangible* yaitu 80 responden (78,4%), serta aspek *reliability* yaitu 92

responden (90,2%), hampir seluruh responden menilai baik berdasarkan aspek *responsiveness* yaitu 101 responden (99%), sebagian besar responden menilai baik berdasarkan aspek *assurance* yaitu 91 responden (89,2%), dan sebagian besar menilai aspek *emphaty* baik yaitu 84 responden (82,4%).

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Berdasarkan *Brand Image* Rumah Sakit

<i>Brand image</i> Rumah Sakit	Jumlah (n)	Persentase (%)
a. Tidak Baik	15	14,7
b. Baik	87	85,3
Total	102	100,0

Sumber : Data Primer (2024)

Menurut hasil distribusi frekuensi berdasarkan *brand image* rumah sakit Pada Pasien Poli Penyakit Dalam di Instalasi Rawat Jalan RS “X” Kota Tangerang Selatan Tahun 2024 pada tabel 3 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 87 responden (85,3%) menyatakan

brand image rumah sakit dalam kategori baik. Berikut ini tabel 3 yang menjelaskan Hubungan *Service Quality* dengan *Brand Image* Rumah Sakit Pada Pasien Poli Penyakit Dalam di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit “X” Kota Tangerang Selatan.

Tabel 3. Hubungan *Service Quality* dengan *Brand Image* Rumah Sakit Pada Pasien Poli Penyakit Dalam di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit “X” Kota Tangerang Selatan.

Service	Brand image Rumah Sakit						P-Value
Quality	Tidak baik		Baik		Total		
	N	%	N	%	N	%	
Tidak Baik	7	6,9	3	2,9	10	9,8	
Baik	8	7,8	84	82,4	92	90,2	
Total	15	14,7	87	85,3	102	100	

Sumber : Data Primer (2024)

Berdasarkan hasil analisis bivariat antara hubungan *service quality* dengan *brand image* rumah sakit Pada Pasien Poli Penyakit Dalam di Instalasi Rawat Jalan RS “X” Kota Tangerang Selatan pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 92 responden yang menilai *service quality* baik sebagian besar terdapat pada responden yang memilih *brand image* baik yaitu 84 responden (82,4%) dibandingkan dengan responden yang menilai *brand image* tidak

baik hanya sebagian kecil yaitu 8 responden (7,8%).

Berdasarkan uji statistik menggunakan uji *Fisher exact* diperoleh nilai *p-value* 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa *p-value* <0,05 yang menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yakni terdapat hubungan yang signifikan antara *service quality* dengan *brand image* rumah sakit pada Pasien Poli Penyakit Dalam di Instalasi Rawat Jalan RS “X” Kota Tangerang Selatan.

PEMBAHASAN

Service Quality

Menurut hasil penelitian pada tabel 4.2 mengenai *service quality* diketahui bahwa sebagian besar responden memberi penilaian baik mengenai *service quality* menurut aspek *tangible* yaitu 80 responden dengan persentase 78,4%, dan aspek *reliability* yaitu 92 responden dengan persentase 90,2%. Hampir seluruh responden menilai aspek *responsiveness* baik yaitu 101 responden dengan persentase 99%, sebagian besar responden menilai baik aspek *assurance* yaitu 91 responden dengan persentase 89,2%, dan sebagian besar menilai aspek *emphaty* baik yaitu 84 responden dengan persentase 82,4%.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Halida et al., (2020) yang dilakukan di Puskesmas Sungai Jingah Banjarmasin dijelaskan bahwa dari 5 aspek yang terdapat pada *service quality* diketahui aspek *reliability*, *assurance*, dan *emphaty* lebih dari setengah responden memiliki nilai baik berdasarkan aspek *reliability* yaitu 55 dengan persentase 59,8%, *assurance* yaitu 55 dengan persentase 59,8%, dan *emphaty* yaitu 48 dengan persentase 52,2%.

Brand Image

Menurut hasil peneltian yang dapat dilihat pada tabel 4.3 mengenai brand image rumah

sakit pada Pasien Poli Penyakit Dalam di Instalasi Rawat Jalan RS “X” Kota Tangerang Selatan diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu 87 responden (85,3%) menyatakan *brand image* rumah sakit dalam kategori baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Apriyanti (2019) yang dilakukan di Rumah Sakit Bhayangkara Makassar yaitu terdapat 80 pasien dengan persentase 93% memiliki penilaian persepsi *brand image* baik.

Hubungan *Service Quality* dengan *Brand Image* Rumah Sakit Pada Pasien Poli Penyakit Dalam di Instalas Rawat Jalan Rumah Sakit “X” Kota Tangerang Selatan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.4 mengenai hubungan *service quality* dengan *brand image* rumah sakit Pada Pasien Poli Penyakit Dalam Di Instalasi Rawat Jalan RS “X” Kota Tangerang Selatan diketahui bahwa dari 92 responden yang menilai *service quality* baik sebagian besar terdapat pada responden yang memilih *brand image* baik yaitu 84 responden (82,4%) dibandingkan dengan responden yang menilai *brand image* tidak baik hanya sebagian kecil yaitu 8 responden (7,8%). Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan uji *Fisher exact* diperoleh

nilai *p-value* 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa *p-value* <0,05 yang menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yakni terdapat hubungan yang signifikan antara *service quality* dengan *brand image* rumah sakit Pada Pasien Poli Penyakit Dalam di Instalasi Rawat Jalan RS “X” Kota Tangerang Selatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fitriana *et al.*, (2023) yang berjudul “Hubungan *Service quality* Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Poli Paru *Revisiting Polypulmonary Patients* Manguharjo Madiun Tahun 2023”. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dari perhitungan uji *Chi-square* *service quality* terhadap minat kunjungan ulang hasilnya adalah *sig* 0,078 maka dapat disimpulkan jika hasilnya <0,05.

Dengan demikian dapat disimpulkan berdasarkan hasil penelitian dari kedua variabel independen dengan dependen menunjukkan hubungan yang positif antara *service quality* dengan terbentuknya *brand image* rumah sakit pada pasien poli penyakit dalam di instalasi rawat jalan. Jika *service quality* yang diberikan baik, maka *brand image* yang terbentuk tentang RS “X” Kota Tangerang Selatan adalah baik. Hipotesis dalam penelitian ini berarti diterima dengan hasil penelitian terdapat hubungan positif

service quality dengan *brand image* rumah sakit.

KESIMPULAN

Diketahui ada hubungan *service quality* dengan *brand image* rumah sakit pada pasien Poli Penyakit Dalam di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit “X” Kota Tangerang Selatan. diharapkan pihak RS “X” Kota Tangerang Selatan dapat terus meningkatkan dan menjaga setiap detail *service quality*, baik dari aspek *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* maupun *emphaty* agar citra merek (*brand image*) yang melekat dibenak pasien poli penyakit dalam di instalasi rawat jalan Rumah Sakit “X” Kota Tangerang Selatan tidak hilang seiring berjalannya waktu dan persaingan dibidang pelayanan kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, A., Tangdilambi, N., & Badwi, A. Jurnal Kualitas Pelayanan Kesehatan (Studi Analitik Terhadap Pasien Rawat Jalan di RSUD Makassar). Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS.Dr. Soetomo, 2019; 5(2), 165. <https://doi.org/10.29241/jmk.v5i2.164>
- Aprianti, I. 2019. Hubungan Antara Brand image Dengan Tingkat Kunjungan Balik Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Bhayangkara Makassar Tahun 2019. 1–154.
- Badan Pusat Statistik Kota Tangerang Selatan. 2024. Kota Tangerang

Selatan Dalam Angka. Tangerang Selatan BPS Kota Tangerang Selatan.

Fitriana, A. N., Prayitno, S., & Ratnawati, R. Hubungan Service quality Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Poli Paru Revisiting Polypulmonary Patients Manguharjo Madiun Tahun 2023. Health Information: Jurnal Penelitian; 2023.

Halida, U., Anwari, A. Z., Setiandari, E. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Tingkat Kepuasan Pasien Poli Umum Di Puskesmas Sungai Jingah Banjarmasin (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB); 2020.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Peraturan Menteri Kesehatan No 3 Tahun 2020. Jakarta: 2020. Kemenkes RI.

Marlindawaty. Kualitas Pelayanan Administrasi Publik Di Kelurahan Sepinggan Raya Kota Balikpapan. Jurnal Geoekonomi, 2020; 11(2), 229-240.

Maqrifah. Pengaruh Brand image Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Layanan Kesehatan Pada Instalasi Rawat Jalan Dan Rawat Inap Rsia Sitti Khadijah 1 Muhammadiyah Makassar Tahun 2017. Skripsi, Universitas Islam Negeri Alaluddin Makasar; 2018.

Riansyah, F., Saputra, I., Taufik, M., & Halizasia, G. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Brand image Rumah Sakit Umum Sakinah Lhoksemawe, Aceh, 2023; 1(1), 36–42.