

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Manajemen Pemasaran

Pemasaran menjadi hal yang sangat penting bagi banyak perusahaan karena selain untuk memperkenalkan identitasnya, memikirkan model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, juga sebagai bentuk pertahanan dalam menghadapi kompetitor sehingga setiap perusahaan yang berkembang harus terus melakukan inovasi agar dapat terus bertahan di dunia bisnis (Hery, 2019). Pemasaran berkaitan erat dengan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen lalu berusaha memenuhinya. Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinisikan pemasaran sebagai seperangkat proses dalam fungsi organisasi untuk menciptakan suatu produk, mengkomunikasikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta memberikan nilai manfaat kepada pelanggan disertai dengan pengelolaan hubungan baik dengan pelanggan, sedangkan manajemen pemasaran adalah suatu seni atau ilmu dalam memilih target pasar yang tepat kemudian mendapatkannya, menjaga, serta menumbuhkan pelanggan yang loyal melalui penciptaan, penyerahan, pengkomunikasian nilai kepada pelanggan yang sesuai (Hery, 2019).

Astuti dan Amanda (2020) menambahkan bahwa pentingnya pemasaran bagi perusahaan adalah sebagai peningkat kesuksesan perusahaan. Selain itu, finansial, operasi, kuantitas, dan fungsi dalam suatu bisnis tidak akan berhasil tanpa adanya pemasaran yang tepat hingga akhirnya akan memberikan keuntungan maksimal bagi perusahaan.

2.1.2. Fasilitas

A. Definisi Fasilitas

Fasilitas adalah berbagai perangkat yang sengaja disediakan oleh perusahaan terutama yang bergerak di bidang jasa sehingga dapat dimanfaatkan oleh konsumen yang menghasilkan peningkatan kepuasan (Mongkaren, 2013). Venbia, *et al.* (2013) menambahkan bahwa fasilitas merupakan perlengkapan secara fisik yang dapat

memberikan kemudahan kepada konsumen (pasien) untuk melakukan suatu aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Fasilitas yang disediakan terutama dalam bidang kesehatan tentunya memiliki peran yang strategis, karena dapat membantu masyarakat dalam menjaga kesehatan serta memberikan kualitas hidup yang layak dan lebih baik, sehingga semakin lengkap fasilitas kesehatan yang tersedia menunjukkan semakin kebutuhan masyarakat atas fasilitas kesehatan tersebut (Pambudi, 2020).

B. Jenis Fasilitas

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2016 fasilitas kesehatan terdiri dari beberapa jenis antara lain:

- a) Lokasi praktik mandiri untuk tenaga medis
- b) Pusat kesehatan bagi masyarakat
- c) Klinik pengobatan
- d) Rumah Sakit
- e) Apotek atau farmasi
- f) Unit Transfusi Darah
- g) Laboratorium Kesehatan
- h) Optikal
- i) Fasilitas layanan dokter sesuai kepentingan hukum
- j) Fasilitas layanan kesehatan secara tradisional

Sedangkan berdasarkan tingkatannya, fasilitas kesehatan terbagi menjadi beberapa tingkatan antara lain (Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2016):

- a) Fasilitas kesehatan tingkat pertama yang merupakan layanan kesehatan tingkat dasar seperti puskesmas atau klinik terdekat wilayah tempat tinggal.
- b) Fasilitas kesehatan tingkat kedua yang merupakan layanan spesialis
- c) Fasilitas kesehatan tingkat ketiga yang merupakan layanan sub spesialis

Penyediaan fasilitas kesehatan di masyarakat merupakan tanggung jawab Pemerintah Pusat yang bekerja sama dengan Pemerintah Daerah dan telah disesuaikan dengan UU No. 36 Tahun 2009 dimana Pemerintah bertanggung jawab dalam penyelenggaraan fasilitas dan layanan kesehatan, selain itu Pemerintah juga memberikan izin pengoperasian kesehatan di wilayah masing-masing dengan mempertimbangkan luas tiap-tiap wilayah dan didukung oleh jumlah serta jenis fasilitas kesehatan yang disediakan.

C. Indikator Fasilitas

Adapun beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur fasilitas kesehatan yang dimiliki oleh Rumah Sakit X di Kota Surabaya sesuai yang diungkapkan oleh Isnana, *et al.* (2019) yaitu:

- a) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas kesehatan.

Fasilitas kesehatan yang tersedia telah dilengkapi oleh atribut tertentu sehingga mendukung kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas kesehatan.

- b) Kondisi dan fungsi fasilitas kesehatan

Fasilitas kesehatan yang disediakan memiliki kondisi yang baik, bersih, dan tidak mengalami kerusakan.

- c) Kemudahan menggunakan fasilitas kesehatan

Fasilitas kesehatan yang disediakan mudah dipergunakan oleh konsumen karena dilengkapi oleh petunjuk penggunaan.

- d) Keamanan fasilitas kesehatan

Fasilitas kesehatan memberikan keamanan 24 jam yang didukung oleh petugas keamanan dan kamera CCTV.

2.1.3. Kualitas Layanan

A. Definisi Kualitas Layanan

Zefanya (2019) menjelaskan kualitas layanan sebagai tingkat layanan yang dapat diberikan oleh produsen atau perusahaan kepada konsumen dan diharapkan mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Jumawan (2018) menambahkan “*Service quality is obligatory for a company to be able to survive and gain customers' trust. Service quality is determined by company's ability to meet customers' need and wish according to their expectation. Service quality must begin with customers' need and end with customers' satisfaction and positive perception towards service quality*” dimana kualitas layanan menjadi suatu kewajiban bagi perusahaan agar tetap eksis dengan mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Selain itu kualitas layanan juga harus mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen yang diawali dengan melakukan analisa pada kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi konsumen.

Kotler (2010) dalam Adriansyah (2021) menjelaskan bahwa “*The service in question is an activity of direct interaction between a person and another person and provides customer satisfaction. Therefore, it cannot be denied that the quality of service is important.*” dimana layanan merupakan suatu aktivitas interaksi secara langsung antara satu orang dengan orang lainnya yang memberikan layanan tersebut sehingga muncul kepuasan konsumen, maka tidak dapat diingkari bahwa kualitas layanan sangat penting dalam mendukung peningkatan kepuasan pelanggan.

B. Faktor-Faktor Pembentuk dan Manfaat Kualitas Layanan

Selain indikator, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas layanan (Tjiptono, 2014) yaitu:

- a) Komunikasi Pasar yang meliputi periklanan, *direct selling*, promosi, dan pemasaran interaktif atau sering disebut dengan *marketing mix*.
- b) Komunikasi *Word of Mouth* merupakan pendapat konsumen yang telah menggunakan suatu produk dan memberikan ulasannya dari mulut ke mulut.
- c) Citra Perusahaan menjadi bentuk penilaian masyarakat terhadap perusahaan.

- d) Kebutuhan Konsumen merupakan sesuatu yang digunakan untuk memberikan solusi atas perihal yang dibutuhkan.

Selanjutnya manfaat-manfaat yang dapat diperoleh dengan memberikan layanan berkualitas adalah (Manap, 2016):

1. Konsumen akan loyal kepada perusahaan dan tidak akan memperlakukan harga karena layanan yang berkualitas akan menimbulkan kepuasan, kenyamanan dan kepercayaan kepada konsumen.
2. Konsumen merasa puas karena kebutuhan dan keinginannya terpenuhi sesuai dengan ekspektasi.
3. Konsumen dapat menjadi media promosi gratis melalui komunikasi *word of mouth* atas produk yang telah digunakan.
4. Nilai positif dan nama baik perusahaan meningkat karena semakin banyak konsumen yang merasa puas.
5. Kelangsungan kehidupan bisnis lebih terjamin karena telah memiliki konsumen yang loyal dengan produknya.

C. Indikator Kualitas Layanan

Kualitas layanan dapat diukur dengan beberapa indikator sesuai yang dijelaskan oleh Parasuraman, *et al.* (1988) dalam Pambudi (2020) sesuai dengan SERVQUAL, diantaranya:

- a) Bukti fisik (*Tangible*)

Diwujudkan dengan kemampuan instansi dalam menunjukkan eksistensinya kepada konsumen.

- b) Keandalan (*Reliability*)

Instansi memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi konsumen sehingga akurat serta terpercaya.

- c) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Pemberian layanan dengan cepat, tanggap, dan tepat kepada konsumen yang didukung oleh penyampaian informasi yang jelas.

d) Jaminan (*Assurance*)

Layanan yang diberikan mampu memberikan jaminan kenyamanan dan keyakinan konsumen.

e) Empati (*Emphaty*)

Layanan kepada konsumen drian perhatian tulus dengan memahami kebutuhan dan keinginan masing-masing konsumen.

2.1.4. Kepercayaan

A. Definisi Kepercayaan

Pambudi (2020) mendefinisikan kepercayaan sebagai tingkat keyakinan konsumen atas kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi konsumen atas produk yang ditawarkan. Zefanya (2019) juga menambahkan bahwa kepercayaan adalah keyakinan konsumen terhadap karakteristik produk di saat ini dan masa mendatang melalui pertukaran yang didukung oleh reliabilitas (kelayakan) dan integritas. Kepercayaan yang dibentuk oleh perusahaan kepada konsumennya akan memberikan rasa keyakinan tersendiri dan nilai positif kepada perusahaan sehingga membentuk konsumen loyal yang tidak akan mudah beralih kepada produk lain yang ditawarkan oleh perusahaan kompetitor meskipun memiliki harga yang lebih murah.

B. Manfaat Kepercayaan

Kepercayaan yang muncul dari benak konsumen akan memeberikan manfaat kepada perusahaan, antara lain (Priansa, 2017):

1. Membentuk kerjasama yang lebih baik antara perusahaan dengan konsumen
2. Meningkatkan komitmen serta komponen yang membangun hubungan antara perusahaan dengan konsumen

3. Konsumen yang memberikan kepercayaan sepenuhnya pada suatu produk akan memberikan kontribusi untuk meningkatkan durasi hubungan dengan perusahaan.
4. Informasi berkualitas akan memberikan manfaat yang besar terutama dalam menyelesaikan permasalahan untuk menemukan solusinya.

C. Indikator Kepercayaan

Kepercayaan dapat diukur dengan beberapa indikator seperti yang dijelaskan oleh Pambudi (2020) diantaranya:

- a) Kemampuan dalam memberikan pelayanan, dimana perusahaan dituntut untuk mampu memberikan layanan terbaik sehingga konsumen merasa aman dan nyaman untuk menggunakan produk yang ditawarkan.
- b) Integritas, dengan membuktikan kepada konsumen bahwa perusahaan secara konsisten dan penuh keyakinan memberikan produk berkualitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
- c) Ekspektasi, merupakan harapan yang dimiliki setiap konsumen atas produk yang akan digunakannya apakah telah memenuhi bahkan melampaui harapannya atau tidak.
- d) Keterbukaan, dimana konsumen secara jujur mengungkapkan keinginannya atas suatu produk baik dari bentuk, manfaat, layanan, dan sebagainya.

2.1.5. Kepuasan Pasien

A. Definisi Kepuasan Pasien

Kepuasan adalah perasaan yang muncul setelah menggunakan suatu produk sebagai evaluasi purnabeli diharapkan mampu melampaui ekspektasi konsumen (Vebnia, 2013). Kotler (2001) dalam Mongkaren (2013) juga menjelaskan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang atas kinerja yang telah dilakukan selanjutnya diperbandingkan dengan harapannya. Pambudi (2020) menambahkan bahwa kepuasan pada seorang pasien dapat terjadi saat hasil penilaian pasien setelah diperbandingkan

ternyata melebihi dengan harapan sehingga memunculkan kebahagiaan dan kepuasan atas layanan kesehatan yang diterimanya.

B. Indikator Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan dapat diukur dengan indikator-indikator berikut (Priyono, 2011):

- a) Kesesuaian antara harapan dan kenyataan, dimana kinerja produk memberikan kenyataan yang sesuai bahkan melampaui harapan pasien.
- b) Keinginan untuk berkunjung kembali, dimana pasien akan melakukan kunjungan berulang di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan karena merasa puas.
- c) Kesiediaan untuk merekomendasikan, dimana pasien secara sukarela merekomendasikan untuk berobat di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan karena telah merasakan fasilitas dan layanan yang diberikan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Jurnal Terdahulu

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1	<p><i>Patient Satisfaction Analysis Based On Service Quality Assessment And Trust In Health Facilities</i> (Adriansyah, <i>et al.</i>, 2021)</p>	<p>X1 = Service Quality (Kualitas Layanan) X2 = Trust (Kepercayaan) Y = Patient Satisfaction (Kepuasan Pasien)</p>	<p>Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.</p>	<p>a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel kualitas layanan (<i>service quality</i>), kepercayaan (<i>trust</i>), dan kepuasan pasien (<i>patient satisfaction</i>), serta menggunakan obyek instansi kesehatan.</p> <p>b) Perbedaan Penelitian: penelitian Adriansyah, <i>et al.</i> (2021) tidak menggunakan variabel fasilitas.</p>

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
2	<i>The Effect of Service Quality on Loyalty using Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Entrepreneurs in Bekasi Bonded Zone)</i> (Jumawan, 2018)	X = Service Quality Y = Loyalty Z = Satisfaction	<ol style="list-style-type: none"> 1) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengusaha. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengusaha. 2) Variabel kepuasan wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wirausaha. 3) Kualitas pelayanan secara tidak langsung dan signifikan mempengaruhi loyalitas wirausaha melalui kepuasan wirausaha. 	<p>a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel kualitas layanan (<i>service quality</i>) dan kepuasan (<i>satisfaction</i>).</p> <p>b) Perbedaan Penelitian: penelitian Jumawan (2018) tidak menggunakan variabel fasilitas dan kepercayaan, melainkan variabel loyalitas (<i>loyalty</i>).</p>

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
3	Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan	X1 = Fasilitas X2 = Kualitas Pelayanan	1) Fasilitas dan Kualitas pelayanan secara bersama	a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel

	<p>Penguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado</p> <p>(Mongkaren, 2013)</p>	<p>Y = Kepuasan</p>	<p>berpengaruh signifikan terhadap kepuasan</p> <p>2) Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan</p> <p>3) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan</p>	<p>fasilitas, kualitas layanan dan kepuasan.</p> <p>b) Perbedaan Penelitian: penelitian Morgaren (2013) tidak menggunakan variabel intervening kepercayaan.</p>
--	--	---------------------	--	--

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
4	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Zefanya, 2019)	X1 = Kualitas Layanan X2 = Kepercayaan Y = Kepuasan Pelanggan	1) Kualitas layanan memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. 2) Kepercayaan memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan.	a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan. b) Perbedaan Penelitian: penelitian Zefanya (2019) tidak menggunakan variabel fasilitas.

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
5	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kepercayaan Peserta Sebagai Variabel Intervening pada Klaim Program JHT BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Madiun (Rusiyah, <i>et al.</i> 2021)	X1 = Fasilitas X2 = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Z = Kepercayaan	1) Fasilitas (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan peserta (Z) 2) Kepercayaan Peserta (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y) 3) Fasilitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui kepercayaan peserta (Z) 4) Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui kepercayaan (Z)	a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel fasilitas, kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan. b) Perbedaan Penelitian: penelitian Rusiyah, <i>et al.</i> (2021) menggunakan obyek BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Madiun, sedangkan penelitian ini menggunakan obyek Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan.
No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian

6	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap <i>Revisit Intention</i> dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pasien sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pasien Rawat Inap di RSUD Permana Medika Kebumen)</p> <p>(Pambudi, 2020)</p>	<p>X = Kualitas Pelayanan</p> <p>Y = <i>Revisit Intention</i></p> <p>Z1 =Kepuasan</p> <p>Z2 = Kepercayaan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pasien 3) Kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap kepercayaan pasien 4) Kepuasan pasien tidak berpengaruh terhadap <i>revisit intention</i> pasien 5) Kepercayaan pasien berpengaruh positif terhadap <i>revisit intention</i> pasien 6) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap <i>revisit intention</i> pasien 	<p>a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan.</p> <p>b) Perbedaan Penelitian: penelitian Pambudi (2021) menggunakan variabel <i>revisit intention</i></p>
---	---	---	---	---

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
7	Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Tarif Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pasien sebagai Variabel Mediasi pada Pasien Poli Rumah Sakit Muhammadiyah Semarang (Vebnia, <i>et al.</i> 2013)	X1 = Fasilitas X2 = Lokasi X3 = Tarif Y = Loyalitas Z = Kepuasan	1) Variabel fasilitas dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat 2) Variabel tarif terhadap variabel kepuasan memiliki hubungan yang kuat 3) Variabel fasilitas terhadap variabel loyalitas memiliki hubungan yang kuat 4) Variabel tarif terhadap variabel loyalitas memiliki hubungan yang kuat.	a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel fasilitas dan kepuasan. b) Perbedaan Penelitian: penelitian Vebnia, <i>et al.</i> (2013) variabel lokasi, tarif, dan loyalitas.

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
8	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Toko A&A Copier Pematangsiantar (Togatorop, 2018)	X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Harga Y = Loyalitas Pelanggan Z = Kepuasan Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan 2) Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan 3) Kualitas pelayanan dan harga memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif dengan kepuasan pelanggan 4) Kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat dan positif dengan loyalitas pelanggan 5) Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening 	<ol style="list-style-type: none"> a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel kualitas layanan dan kepuasan. b) Perbedaan Penelitian: penelitian Togatorop (2018) menggunakan variabel harga dan loyalitas.

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
9	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Citra Rumah Sakit, Kepuasan Pasien dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas Pasien (Studi Pada Pasien Rawat Inap Rsud Tugurejo Semarang) (Sharon dan Santoso, 2017)	X1 = Kualitas layanan X2 = Fasilitas X3 = Citra Rumah Sakit X4 = Kepuasan Pasien Y = Loyalitas Pasien	1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara fasilitas dengan kualitas layanan dan merupakan yang paling kuat pengaruhnya. 2) Faktor terkuat kedua adalah pengaruh antara fasilitas dengan kepuasan pasien.	a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel fasilitas, kualitas layanan, dan kepuasan pasien. b) Perbedaan Penelitian: penelitian Sharon dan Santoso (2018) menggunakan variabel citra rumah sakit dan loyalitas pasien.

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
10	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di New Marjoly Beach and Resort dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Isnana, <i>et al.</i> 2019)	X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Lokasi X3 = Fasilitas Y = Keputusan Berkunjung Z = Kepuasan Pelanggan	1) Variabel kepuasan pengunjung tidak berhasil menjadi variabel yang memediasi antara variabel kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas 2) Variabel kualitas pelayanan, lokasi fasilitas dan kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung secara parsial berpengaruh positif dan signifikan	a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel fasilitas, kualitas layanan, dan kepuasan. b) Perbedaan Penelitian: penelitian Isnana, <i>et al.</i> (2019) menggunakan variabel lokasi dan keputusan berkunjung.

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
11	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis di Pekanbaru (Syahsudarmi, 2018)	X1 = Fasilitas X2 = Kualitas Layanan Y = Kepuasan Pelanggan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi Bengkalis di Pekanbaru. Sedangkan faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah dimensi fasilitas.	a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel fasilitas, kualitas layanan, dan kepuasan. b) Perbedaan Penelitian: penelitian Syahsudarmi (2018) tidak menggunakan variabel kepercayaan.

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
12	<p><i>The Link Between Service Quality, Corporate Image And Behavioral Intention: Satisfaction as an Intervening Variable</i></p> <p>(Engriani, et al. 2019)</p>	<p>X1 = <i>Service Quality</i></p> <p>X2 = <i>Corporate Image</i></p> <p>X3 = <i>Behavioral Intention</i></p> <p>Y = <i>Satisfaction</i></p>	<p>Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan dan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan tidak memiliki dampak langsung yang signifikan terhadap niat perilaku. Citra perusahaan memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan niat berperilaku. Kepuasan pelanggan adalah antecedent yang signifikan dan positif dari niat perilaku.</p>	<p>a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel kualitas layanan dan kepuasan.</p> <p>b) Perbedaan Penelitian: penelitian Engriani et al. (2019) menggunakan variabel <i>corporate image</i> dan <i>behavioral intention</i></p>

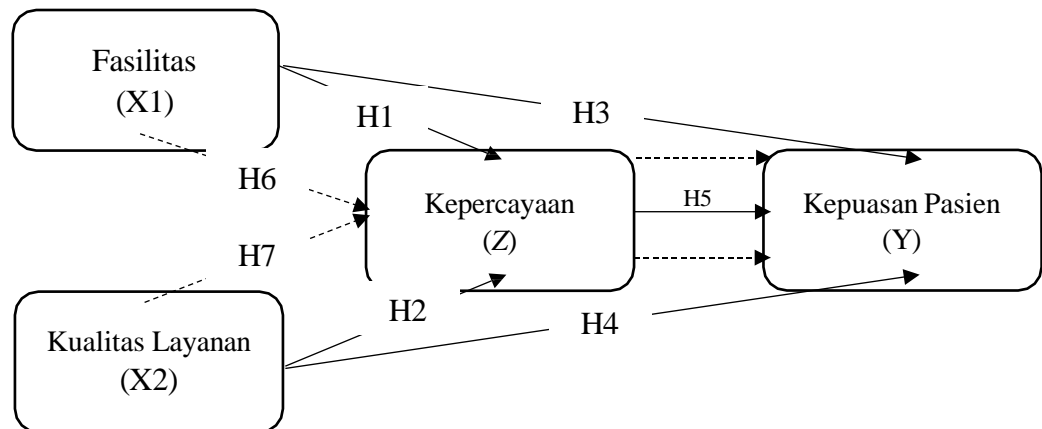
No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
13	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Pengguna BPJS dengan Kepuasan Pasien sebagai Variabel Intervening di Poliklinik Rawat Jalan RSUI Banyu Bening Boyolali (Sutanto, <i>et al.</i> 2019)	X = Kualitas Pelayanan Y = Loyalitas Pasien Z = Kepuasan Pasien	1) Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien pengguna BPJS 2) Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien 3) Kepuasan pasien memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien 4) Kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pasien pengguna BPJS.	a) Persamaan Penelitian: menggunakan kualitas layanan dan kepuasan pasien. b) Perbedaan Penelitian: penelitian Sutanto, <i>et al.</i> (2019) tidak menggunakan variabel fasilitas dan kepercayaan

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
14	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali (Pramana dan Rastini, 2016)	X = Kualitas Pelayanan Y1 = Kepercayaan Nasabah Y2 = Loyalitas Nasabah	1) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah 2) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah 3) Variabel kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah 4) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah	a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel kualitas layanan dan kepercayaan. b) Perbedaan Penelitian: penelitian Pramana dan Rastini (2016) tidak menggunakan variabel fasilitas dan kepuasan.

No	Judul dan Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
15	Pengaruh Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>) terhadap Loyalitas melalui Kepuasan pada Mahasiswa Universitas NU Surabaya (Verriana dan Anshori, 2017)	X = Kualitas Pelayanan Y = Loyalitas Z = Kepuasan	1) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. 2) Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa.	a) Persamaan Penelitian: menggunakan variabel kualitas layanan dan kepuasan. b) Perbedaan Penelitian: penelitian Verrianna dan Anshori (2017) tidak menggunakan variabel fasilitas dan kepercayaan.

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual untuk memudahkan arah hubungan antar variabel dalam penelitian yang nantinya akan dijelaskan lebih mendalam pada hipotesis.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4. Hipotesis

- 1) **H1: Terdapat hubungan secara langsung antara fasilitas dengan kepercayaan pasien di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan.**

Fasilitas adalah berbagai perangkat yang sengaja disediakan oleh perusahaan terutama yang bergerak di bidang jasa sehingga dapat dimanfaatkan oleh konsumen yang menghasilkan peningkatan kepuasan (Mongkaren, 2013). Selanjutnya Pambudi (2020) mendefinisikan kepercayaan sebagai tingkat keyakinan konsumen atas kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi konsumen atas produk yang ditawarkan. Saat Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan memberikan fasilitas yang lengkap dan memadai, maka pasien akan merasa tenang dan nyaman sehingga memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada rumah sakit dengan tim medisnya untuk memberikan perawatan terbaik kepada pasien agar kualitas hidupnya menjadi lebih baik dan lebih sehat.

2) H2: Terdapat hubungan secara langsung antara kualitas layanan dengan kepercayaan pasien di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan.

Zefanya (2019) menjelaskan kualitas layanan sebagai tingkat layanan yang dapat diberikan oleh produsen atau perusahaan kepada konsumen dan diharapkan mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Selanjutnya Pambudi (2020) mendefinisikan kepercayaan sebagai tingkat keyakinan konsumen atas kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi konsumen atas produk yang ditawarkan. Saat Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan memberikan layanan medis yang berkualitas, maka pasien akan merasa tenang dan nyaman sehingga memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada rumah sakit dengan tim medisnya untuk memberikan perawatan terbaik kepada pasien agar kualitas hidupnya menjadi lebih baik dan lebih sehat.

3) H3: Terdapat hubungan secara langsung antara fasilitas dengan kepuasan pasien di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan.

Fasilitas adalah berbagai perangkat yang sengaja disediakan oleh perusahaan terutama yang bergerak di bidang jasa sehingga dapat dimanfaatkan oleh konsumen yang menghasilkan peningkatan kepuasan (Mongkaren, 2013). Selanjutnya Kotler (2001) dalam Mongkaren (2013) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang atas kinerja yang telah dilakukan selanjutnya diperbandingkan dengan harapannya. Saat Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan memberikan fasilitas yang lengkap dan memadai tentunya pasien akan merasa tenang, nyaman, dan bahagia karena realita fasilitas yang diberikan telah sesuai dengan harapannya, sehingga kepuasan pasien akan mengalami peningkatan yang selanjutnya pasien akan merekomendasikan layanan medis di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan kepada kerabat terdekatnya maupun teman-temannya.

4) H4: Terdapat hubungan secara langsung antara kualitas layanan dengan kepuasan pasien di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan.

Zefanya (2019) menjelaskan kualitas layanan sebagai tingkat layanan yang dapat diberikan oleh produsen atau perusahaan kepada konsumen dan diharapkan mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Sedangkan Kotler (2001) dalam Mongkaren (2013) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang atas kinerja yang telah dilakukan selanjutnya diperbandingkan dengan harapannya. Saat Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan memberikan layanan medis yang berkualitas tentunya pasien akan merasa tenang, nyaman, dan bahagia karena realita layanan yang diberikan telah sesuai dengan harapannya, sehingga kepuasan pasien akan mengalami peningkatan yang selanjutnya pasien akan merekomendasikan layanan medis di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan kepada kerabat terdekatnya maupun teman-temannya..

5) H5: Terdapat hubungan secara langsung antara kepercayaan dengan kepuasan pasien di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan.

Pambudi (2020) mendefinisikan kepercayaan sebagai tingkat keyakinan konsumen atas kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi konsumen atas produk yang ditawarkan. Selanjutnya Kotler (2001) dalam Mongkaren (2013) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang atas kinerja yang telah dilakukan selanjutnya diperbandingkan dengan harapannya. Saat pasien telah memberikan kepercayaan kepada Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan untuk memberikan layanan medis terbaik kepadanya, maka pasien akan merasa tenang, nyaman, dan bahagia sehingga kepuasan pasien akan mengalami peningkatan yang selanjutnya akan merekomendasikan layanan medis di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan kepada kerabat terdekatnya maupun teman-temannya.

6) H6: Terdapat hubungan secara tidak langsung antara fasilitas dengan kepuasan pasien melalui kepercayaan di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan.

Fasilitas adalah berbagai perangkat yang sengaja disediakan oleh perusahaan terutama yang bergerak di bidang jasa sehingga dapat dimanfaatkan oleh konsumen yang

menghasilkan peningkatan kepuasan (Mongkaren, 2013). Selanjutnya Pambudi (2020) mendefinisikan kepercayaan sebagai tingkat keyakinan konsumen atas kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi konsumen atas produk yang ditawarkan. Selain itu Kotler (2001) dalam Mongkaren (2013) juga menjelaskan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang atas kinerja yang telah dilakukan selanjutnya diperbandingkan dengan harapannya. Saat Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan memberikan fasilitas yang lengkap dan memadai, maka pasien akan merasa tenang dan nyaman sehingga memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada rumah sakit dengan tim medisnya untuk memberikan perawatan terbaik kepada pasien agar kualitas hidupnya menjadi lebih baik dan lebih sehat. Kepercayaan yang diberikan oleh pasien akan menghasilkan peningkatan kepuasan yang selanjutnya secara spontan pasien akan memberikan rekomendasi layanan medis di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan kepada kerabat terdekatnya maupun teman-temannya.

7) H7: Terdapat hubungan secara tidak langsung antara kualitas layanan dengan kepuasan pasien melalui kepercayaan di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan.

Zefanya (2019) menjelaskan kualitas layanan sebagai tingkat layanan yang dapat diberikan oleh produsen atau perusahaan kepada konsumen dan diharapkan mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Selanjutnya Pambudi (2020) mendefinisikan kepercayaan sebagai tingkat keyakinan konsumen atas kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi konsumen atas produk yang ditawarkan. Selain itu Kotler (2001) dalam Mongkaren (2013) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang atas kinerja yang telah dilakukan selanjutnya diperbandingkan dengan harapannya. Saat Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan memberikan layanan medis yang berkualitas tentunya pasien akan merasa tenang, nyaman, dan bahagia karena realita layanan yang diberikan telah sesuai dengan harapannya, sehingga pasien akan memberikan

kepercayaan sepenuhnya kepada rumah sakit dengan tim medisnya untuk memberikan perawatan terbaik kepada pasien agar kualitas hidupnya menjadi lebih baik dan lebih sehat. Kepercayaan yang diberikan oleh pasien akan menghasilkan peningkatan kepuasan yang selanjutnya secara spontan pasien akan memberikan rekomendasi layanan medis di Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan kepada kerabat terdekatnya maupun teman-temannya.

