

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *SERVICESCAPE* RUMAH SAKIT
TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN (STUDI PADA PASIEN
POLIKLINIK RAWAT JALAN RUMAH SAKIT SILOAM BALI
PADA PANDEMI COVID-19)**

Dwi Setyawati¹, I G NG A Gede Eka Teja Kusuma², Wayan Gede Antok Setiawan Jodi³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: ¹dwisetyawaty06@gmail.com

ABSTRACT

Hospitals as health service providers must be able to provide the best quality of service to patients in order to increase patient's trust when seeking treatment at the hospital. In addition to service quality, hospitals must also pay attention to the servicescape they have so that they can make patients feel confident when taking treatment. This study aims to examine the effect of service quality and servicescape on consumer trust. The research was conducted at the Outpatient Polyclinic of Siloam Hospital Bali. The sample of this study was 170 patients who received outpatient treatment. Sampling using the type of non-probability sampling using a formula (5 x Indicator). The method used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Trust. And Servicescape has a positive and significant effect on Consumer Trust.

Keyword: *Service Quality, Servicescape, Trust*

I. PENDAHULUAN

Pelayanan kesehatan yang aman dan bermutu di rumah sakit telah menjadi harapan dan tujuan utama dari masyarakat atau pasien, petugas kesehatan, pengelola dan pemilik rumah sakit serta regulator. Bahkan dimasa pandemi Covid-19 yang masih berlangsung hingga saat ini, pelayanan kesehatan harus tetap dapat dijalankan dengan mengutamakan keselamatan pasien dan tenaga kesehatan yang bertugas. Pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan angka kunjungan pasien, hal ini terjadi karena terdapat alur proses pelayanan kesehatan yang berubah, pembatasan jumlah pasien sebagai upaya menghindari kerumunan, serta diterapkannya langkah pencegahan standar, identifikasi awal dan pengendalian sumber virus (Kemenkes, 2020). Selain itu bermunculan stigma negatif dikalangan masyarakat dimana mereka menganggap

bahwa rumah sakit adalah salah satu sumber penularan virus ini. Stigma tersebut tentu menyebabkan masyarakat takut untuk datang dan berobat ke rumah sakit. Keadaan ini tentu harus ditangani dengan baik oleh pihak rumah sakit selaku penyedia layanan kesehatan.

Manajemen rumah sakit tentunya harus merencanakan strategi yang dapat mengatasi masalah tersebut, salah satunya adalah dengan mengembalikan kepercayaan masyarakat atau pasien. Kepercayaan pasien terhadap rumah sakit sangat penting karena kepercayaan tersebut merupakan modal utama untuk mewujudkan visi, misi dan tujuan rumah sakit. Menurut Siagian dan Cahyono (2014), kepercayaan adalah sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya, dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai suatu harapan konsumen bahwa

penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya.

Konsumen yang memiliki kepercayaan akan bersedia untuk bergantung pada penyedia jasa dan juga bersedia untuk melakukan tindakan untuk penyedia jasa. Kepercayaan merupakan hal utama sebagai penentu dalam menciptakan dan mempertahankan hubungan jangka panjang antara penyedia jasa dan konsumen. Didalam pelayanan kesehatan kepercayaan berarti pasien mempercayai cara kerja atau konsep rumah sakit dalam memberikan pelayanan yang tepat untuk pasiennya. Ditengah pandemi Covid-19 ini rumah sakit dituntut untuk tetap memberikan kualitas layanan yang bermutu sehingga diharapkan mampu menghapus stigma negatif masyarakat akan takutnya berobat ke rumah sakit akibat takut tertular Virus Corona.

Rumah Sakit Siloam Bali adalah salah satu rumah sakit swasta pertama di Bali yang telah terakreditasi JCI. Rumah Sakit Siloam Bali berdiri sejak tahun 2012 dan berada dibawah naungan Siloam Hospitals Group. Data kunjungan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Siloam Bali periode 2019-2020 menunjukkan bahwa terjadi penurunan jumlah kunjungan pasien pada tahun 2020. Penurunan tersebut disebabkan karena adanya pandemi Covid-19. Penurunan jumlah pasien dimasa pandemi tentu akan berdampak juga pada penurunan pendapatan rumah sakit, sehingga pihak rumah sakit perlu meningkatkan kualitas layanan dan penyediaan fasilitas yang lengkap dan aman demi mengembalikan kepercayaan pasien agar tidak takut berobat ke rumah sakit ditengah pandemi Covid-19.

Meskipun Rumah Sakit Siloam Bali memiliki citra yang baik dimata masyarakat dalam memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu, namun hal tersebut tidak membuat Rumah Sakit Siloam Bali terlepas

dari komplain pasien. Tingginya tuntutan dari masyarakat akan pelayanan kesehatan yang bermutu juga menjadi alasan kenapa masih adanya keluhan atau komplain sekalipun pihak penyedia layanan kesehatan telah melakukan pelayanan yang sesuai dengan prosedur operasi standar.

Berdasarkan wawancara dengan *customer service* dan observasi pra survei yang peneliti lakukan untuk meninjau keluhan pasien-pasien yang datang ke Rumah Sakit Siloam Bali. Ditemukan beberapa keluhan dari pasien akan pelayanan dan fasilitas di unit rawat jalan yang disediakan oleh pihak rumah sakit diantaranya yaitu: pelayanan yang lama dibagian administrasi, harga yang terlalu mahal, susah melakukan panggilan melalui telepon ke rumah sakit, ruang tunggu untuk pasien di poli BPJS dan poli khusus kasus Covid-19 yang kurang luas.

Kualitas layanan rumah sakit tentu menjadi pertimbangan yang paling utama sebelum pasien memutuskan untuk mempercayai rumah sakit tersebut. Kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen hal tersebut dibuktikan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yogi (2016), dimana kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Hasil penelitian Hendhana (2016) yang menguji pengaruh antara kualitas layanan rumah sakit terhadap kepercayaan pasien menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pasien. Sehingga semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka semakin baik tingkat kepercayaan pasien.

Rumah sakit sebagai tempat penyedia pelayanan kesehatan tidak hanya mengedepankan aspek pengobatan saja, namun juga masyarakat berhak

mendapatkan nilai lebih dari pelayanan itu sendiri seperti *servicescape* yang dimiliki oleh rumah sakit tersebut. Rumah Sakit Siloam Bali merupakan rumah sakit yang bisa dilihat dari segi *servicescape* nya bagus dan modern. Ditemukannya berbagai masalah penting yang dikategorikan menjadi dua hal yaitu permasalahan tentang kualitas layanan dan *servicescape* dimana kedua hal ini dapat berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen. Maka dari itu perlu dilakukan kajian dampak dari kualitas layanan dan *servicescape* rumah sakit terhadap kepercayaan konsumen. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Faizatul (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Sedangkan hal tersebut berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dimas, dkk (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen.

Berdasarkan fenomena-fenomena, permasalahan dan kesenjangan penelitian terdahulu yang dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan *Servicescape* Rumah Sakit Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Pada Pasien Di Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam Bali Pada Pandemi Covid-19)”.

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang di atas, maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen di poliklinik rawat jalan Rumah Sakit Siloam Bali, pada masa pandemi Covid-19.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *servicescape* rumah sakit terhadap kepercayaan konsumen di

poliklinik rawat jalan Rumah Sakit Siloam Bali pada masa pandemi Covid-19.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. *Theory of Planned Behavior*

Teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action*) yang diusulkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980), dan diperbaharui dengan teori perilaku direncanakan (*Theory of Planned Behavior*) oleh Ajzen (1991) teori tersebut telah digunakan selama dua decade masa lalu untuk meneliti keinginan dan perilaku berbagi. *Theory of Planned Behavior* Ajzen dan Fishbein (1980) mengasumsikan perilaku ditentukan oleh keinginan individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu atau sebaliknya. Keinginan ditentukan oleh dua variabel independen termasuk sikap dan norma subyektif. Teori tindakan direncanakan ini dikembangkan dari teori tindakan beralasan dengan memasukkan tambahan yaitu membangun perilaku kontrol yang dirasakan. Teori Ajzen tentang sikap terhadap perilaku mengacu pada derajat mana seseorang memiliki penilaian evaluasi menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku dalam sebuah pertanyaan, (Ajzen 1991) dalam Mahyarni (2013). Hubungan sikap terhadap perilaku merupakan keyakinan individu terhadap perilaku yang menggambarkan probabilitas subyektif bahwa perilaku dalam pertanyaan akan menghasilkan hasil tertentu dan evaluasi menggambarkan penilaian implisit.

2.2. Teori Komitmen Kepercayaan

Teori komitmen kepercayaan diungkapkan oleh Morgan dan Hunt (1994). Teori ini lebih berfokus pada apa yang membuat hubungan pemasaran menjadi berhasil, teori komitmen-kepercayaan mendukung jalinan hubungan akibat

kepercayaan dan komitmen sebagai faktor kunci dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang sukses. Morgan dan Hunt (1994) mempunyai pandangan klasik bahwa kepercayaan adalah harapan umum yang diselenggarakan oleh seorang individu yang percaya pada orang lain yang dapat dipercaya.

2.3. Kepercayaan Konsumen

Menurut Mowen dan Minor (2012) menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Menurut Garbarino dan Johnson (2012), pengertian kepercayaan dalam pemasaran jasa lebih menekankan pada sikap individu yang mengacu kepada keyakinan konsumen atas kualitas dan keterandalan jasa yang diterimanya.

2.4. Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono & Chandra (2016) mendefinisikan kualitas jasa atau kualitas pelayanan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

2.5. *Servicescape*

Lingkungan fisik atau *servicescape* memainkan peranan penting dalam konteks pemberian layanan kepada konsumen dan perannya dalam membentuk perilaku dan persepsi konsumen atas jasa yang diberikan. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011: 4) *servicescape* merupakan gaya dan tampilan fisik dari elemen pengalaman lain yang ditemui oleh pelanggan di tempat penghantaran jasa. Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa

servicescape adalah semua lingkungan fisik dimana proses penghantaran jasa berlangsung.

2.6. Hipotesis

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen.

H₂: *Servicescape* berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Rumah Sakit Siloam Bali yang beralamat di Jalan Sunset Road no. 818 Kuta – Badung. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah variabel bebas X₁ (Kualitas Layanan), X₂ (*Servicescape*) dan variabel terikat Y (Kepercayaan konsumen). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan yang pernah merasakan layanan kesehatan di Rumah Sakit Siloam Bali pada periode 2020 sebanyak 112,765 orang. Jumlah keseluruhan indikator adalah sebanyak 34, sehingga untuk menentukan jumlah sampel dapat dicari dengan menggunakan formula (5 x Indikator) yaitu (5 x 34 = 170). Jadi jumlah sampel atau koresponden yang akan diteliti adalah sebanyak 170 orang. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan jenis *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis berganda (*Multiple Regresion*). Analisis regresi berganda merupakan salah satu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap

variabel terikat. Perumusan model analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Dimana:

- Y = Variabel Kepercayaan Konsumen
 a = Konstanta
 b1 = koefisien regresi kualitas pelayanan
 b2 = koefisien regresi *servicescape*
 X1 = Kualitas Pelayanan
 X2 = *Servicescape*
 e = Komponen residual atau *error term*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Instrumen Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap instrumen penelitian. Hasil perhitungan *Pearson Product Moment* menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel kualitas layanan, *servicescape* dan kepercayaan konsumen adalah valid dengan koefisien korelasi lebih besar dari $\geq 0,30$ sehingga indikator memenuhi syarat. Uji validitas instrumen penelitian dilakukan pada 30 sampel jawaban responden.

Menunjukkan hasil seluruh instrumen penelitian dari tiap indikator mempunyai nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,3. Seluruh indikator yang digunakan pada penelitian dinyatakan valid

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, *servicescape* dan kepercayaan konsumen adalah memiliki nilai lebih dari 0,60 sehingga instrumen reliabel. Oleh sebab itu kuesioner penelitian dianggap reliabel dan konsisten sebagai alat ukur penelitian.

4.2 Analisis Inferensial

Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan dan *Servicescape* terhadap Kepercayaan Konsumen, digunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, analisis korelasi berganda, analisis determinasi, uji F (simultan), dan uji t (parsial) diolah dengan bantuan Program *SPSS Version 22.00 for Windows*. Adapun rekapitulasi hasil analisisnya dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Rekapitulasi Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,994	0,355		2,799	0,006
Kualitas Layanan	0,081	0,010	0,423	8,484	0,000
<i>Servicescape</i>	0,243	0,022	0,559	11,195	0,000
R					0,954
Adjusted R Square					0,909
F					848,134
Sig. F					0,000

Sumber: Pengolahan Data Penelitian

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan nilai-nilai pada Tabel 1, maka persamaan regresi linier berganda akan menjadi :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 0,994 + 0,081 X_1 + 0,243 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, diperoleh persamaan garis regresi yang memberikan informasi bahwa:

- a. Konstanta a sebesar 0,994, artinya apabila tidak ada perhatian terhadap Kualitas Layanan dan *Servicescape*, atau nilainya konstan, maka besarnya Kepercayaan Konsumen adalah tetap.
- b. Koefisien regresi b_1 sebesar 0,081, artinya apabila *Servicescape* dianggap konstan atau nilainya tetap, maka meningkatnya Kualitas Layanan akan diikuti oleh meningkatnya Kepercayaan Konsumen.
- c. Koefisien regresi b_2 sebesar = 0,243, artinya apabila Kualitas Layanan dianggap konstan atau nilainya tetap, maka meningkatnya *Servicescape* akan diikuti oleh meningkatnya Kepercayaan Konsumen.

2. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti dapat dikatakan bahwa variabel tersebut adalah berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (*ABS_RES*) lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Hasil Uji Hipotesis (Uji F)

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1, diperoleh nilai F hitung 848,134 dan signifikansi F adalah $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan

Servicescape secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Hal tersebut juga berarti semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh nyata secara bersama – sama terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis yang menyatakan Kualitas Layanan dan *Servicescape* secara bersama-sama (Simultan) berpengaruh Positif terhadap Kepercayaan Konsumen pada Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam Denpasar Bali dapat diterima.

4. Analisis Korelasi Berganda

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1 didapat hasil koefisien korelasi berganda (R) adalah 0,954. Berdasarkan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2015) bahwa koefisien korelasi berganda sebesar 0,954 berada antara 0,800 – 1,000 yang berarti korelasi adalah sangat kuat.

5. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1 diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah 0,909. Ini berarti besarnya kontribusi antara Kualitas Layanan dan *Servicescape* terhadap Kepercayaan Konsumen adalah sebesar 90,9% sedangkan sisanya 9,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

6. Uji t

- a. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai t -hitung untuk Kualitas Layanan adalah 8,484, diperoleh juga nilai koefisien beta 0,423, dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Hal tersebut juga berarti bahwa hipotesis yang menyatakan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap

Kepercayaan Konsumen pada Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam Denpasar Bali dapat diterima.

b. Pengaruh *Servicescape* terhadap Kepercayaan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai t-hitung untuk *Servicescape* adalah 11,195, diperoleh juga nilai koefisien beta 0,559, dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa *Servicescape* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. Hal tersebut juga berarti bahwa hipotesis yang menyatakan *Servicescape* berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Konsumen pada Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam Denpasar Bali dapat diterima.

4.3 Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen

Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam Denpasar Bali. Dalam upaya mencapai kepercayaan konsumen, upaya rumah sakit dalam pendayagunaan fasilitas untuk meningkatkan pelayanan kini menjadi salah satu kegiatan pokok. Manajemen harus bisa menerapkan kebijakan serta strategi yang tepat sehingga mampu bersaing dalam mempertahankan kepercayaan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian Fajariah (2019) yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepercayaan Konsumen.

2. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepercayaan Konsumen

Servicescape berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam Denpasar Bali. Rumah sakit sebagai penyedia pelayanan jasa tidak hanya

mengedepankan aspek pengobatan saja, namun juga masyarakat berhak mendapatkan nilai lebih dari pelayanan itu sendiri seperti adanya *servicescape* yang dimiliki rumah sakit tersebut. Hal tersebut menjadi peluang bagi pelaku bisnis untuk bersaing dengan rumah sakit lainnya. Dengan adanya desain fisik yang kreatif dan baik maka dapat mendukung strategi penempatan dan segmentasi serta mencapai tujuan khusus pemasaran seperti terciptanya kepuasan dan kepercayaan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian Se Hwan dan Young Jin (2019) yang menyatakan bahwa *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen.

V. PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan:

- a. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen pada Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam Denpasar Bali, ini berarti bahwa semakin baik Kualitas Layanan yang diberikan maka Kepercayaan Konsumen pada Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam Denpasar Bali juga akan meningkat.
- b. *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen pada Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam Denpasar Bali, ini berarti semakin baik *Servicescape* maka Kepercayaan Konsumen pada Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam Denpasar Bali juga akan meningkat.
- c. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Heteroku

Comp di kota Denpasar. Dengan memberikan kualitas produk yang terbaik kepada konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

- a. Berdasarkan nilai koefisien determinasi, variabel Kualitas Layanan dan *Servicescape* berkontribusi sebesar 90,9% terhadap Kepercayaan Konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 9,1% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain, sehingga dapat dikatakan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini belum mencakup keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan Konsumen pada pada Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam Denpasar Bali.
- b. Serta penelitian hanya dilakukan disatu tempat penelitian saja. Sehingga kedepannya dapat dilakukan dari lingkup yang lebih luas lagi atau beberapa tempat penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan tersebut di atas, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan kedepannya kepada manajemen RS Siloam Bali diharapkan untuk dapat lebih meningkatkan pelayanan terutama dibagian administrasi agar dapat lebih cepat lagi didalam memberi pelayanan. Peningkatan pelayanan dapat dilakukan dengan menambah tenaga dibagian administrasi sehingga ketika terjadi penumpukan tidak menyebabkan pasien lama menunggu.
2. Diharapkan kepada manajemen RS Siloam Bali dapat untuk dapat meningkatkan kenyamanan poliklinik rawat jalan terutama poli rawat jalan untuk pasien BPJS dan ruang tunggu untuk pasien di poli khusus penanganan Covid-19 sehingga menjadi lebih luas dan sejuk lagi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengatur layout ruangan atau mencarikan ruangan yang lebih luas sebagai ruangan poli.
3. Diharapkan majemen RS Siloam Bali juga harus meningkatkan *physical support dan contact* personnel, terutama fasilitas parkir, ketersediaan fasilitas pendukung, keramahan paramedis, kemudahan menemui tenaga medis dan kemudahan memperoleh informasi dari petugas, serta meningkatkan citra rumah sakit dengan cara meningkatkan kontribusi rumah sakit kepada masyarakat yaitu dengan memberikan perhatian terhadap masyarakat seperti melakukan kegiatan sosial dan diharapkan juga membantu meningkatkan pendidikan masyarakat di lingkungannya, seperti memberikan beasiswa untuk lembaga pendidikan, kegiatan seminar, sebagai tempat pelatihan dan pendidikan dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahri, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Di UPT Transfusi Darah Dinas Kesehatan Provinsi Sulawesi Selatan. *Journal of Muslim Community Health*. Vol 1, No 3, pp. 16-30.
- Aji, D. S. K., Setyawati, S. M., & Rahab, R. 2020. Analisis Pengaruh Religiosity, Service Quality dan Image Terhadap

- Customer Loyalty dengan Trust Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*. Vol 22, No1, pp. 78-94.
- Basuki, Syamsul & Nano Prawoto. 2016. *Analisis Regresi: dalam penelitian ekonomi & bisnis (dilengkapi aplikasi SPSS & Eviews)*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Bilson Simamora. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Bitner, M. 1992. Servicescape: The Impact of physical surroundings on customer and employees. *Journal of marketing*.
- Booms, Bernard H. and Mary J. Bitner. 1981. *Marketing Strategies and Organization. Structures for Services Firms. The International Journal of Contemporary management*, p 193-199.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Fajariah, F. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Passanger Pt Garuda Indonesia (Persero). *Valid: Jurnal Ilmiah*. 16, 2 (Jul. 2019), 136-151.
- Ghozali, Iman. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Haeruddin, A., & Amirah Maritsa, S. 2020. The Effect Of Quality Of Service On Patients Satisfaction And Trust In Health Services In The Tamalate Community Health Center, Makasar City. *International Journal of Academic Research and Reflection*. Vol 8, No 4.
- Hendhana, S. and Sri Darma, G. 2017. Service Quality Rumah Sakit dan Efeknya terhadap Patient Satisfaction, Perceived Value, Trust, dan Behavioral Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol 14, No 1, pp. 37-55.
- Jogiyanto. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Keenam. Yogyakarta: BPFE.
- Kaabaci, Souheila; Selima Ben Mrad; Bay O'Leary. Consumer's initial trust formation in IOB's acceptance: The role of social influence and perceived compatibility Alternate title: Customer's initial trust formation, *The International Journal of Bank Marketing; Bradford* Vol. 37, Iss 2, 2019: 507-503. DOI:10.1108/IJBM-12-2017-0270
- Kemenkes RI. 2020. *Pedoman dan Pencegahan Coronavirus (COVID-19)*. Jakarta: Kementrian Kesehatan RI.
- Kien Fong, Y.Y. Yuen, K.S. Tan, K.P. Lai. 2018. Will Servicescape Affect Patient's Trust? The Moderating Effects of Public And Private Patients. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC*. ISSN: 214-5193. Pp 1330-1337
- Kim, M. J., & Lee, S. I. (2018). The Effect of The Servicescape On Customers' Flow, Trust, Satisfaction, And Revisit Intention Among Fitness Center Members. *Journal of the Korean Physical Science Association*. Vol 27, No 4, pp. 557-568.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kurniawan Y, Purwanti A, Kurnita SE. 2020. Analisis Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Keputusan Pembelian Konsumen

- PT Mitra Beton Mandiri Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*. Vol 31, No 2, pp.69-78.
- Lovelock dan Wirtz. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Indeks. Jakarta.
- Lovelock, Christopher., Jochen, Wirtz., & Jacky, Mussry. 2010. *Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. 2002. The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model. *The journal of strategic information systems*. Vol 11, No 3-4, pp. 297-323.
- Morgan, R.M and Hunt, S.D. 1994. “The Commitment-trust theory of relationship marketing”. *Journal of Marketing*. Vol. 58, No 3, pp. 20-38.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. “*Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*” (Edisi 4). Jakarta: Erlangga.
- Nugraha, M.H & Kastawan Mandala. 2020. The role of Perceived Value in Mediating the Effect of Service Quality on Customer Trust. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*. Vol 4 Iss 6. Pp 272-281.
- Nurhadi, N., & Azis, A. 2018. The Influence of Service Quality on Trust and Loyalty of Consumers. *Jurnal Economia*. Vol 14, No 1, pp. 89-98.
- Parasuraman, Zeithaml dan Berry. 1988 dalam Kusuma, Dr. I Gst Ag Eka Teja, SE., MM. 2019. *Pilar-Pilar Kontruksi Model Kepuasan dan Loyalitas pelanggan, Beserta Skala Pengukurannya*, Noah, Bali.
- Park, Se Hwan and Yoo, Young Jin. 2019. The Effect of The Social Servicescape on The Customer Satisfaction, Customer Trust, and Customer Loyalty in Japanese Restaurants. *Journal of the Korean Content Association*. 19(10), p. 698-711.
- Pramana, I. G. Y., & Rastini, N. M. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Siagian, Hotlan & Edwi Cahyono. 2014. Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Onlone Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Volume 8. Nomor 2. Halaman 55-61.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wididana, K. B. S. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pasien Rumah Sakit Umum Shanti Graha Buleleng. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*. Vol 3, No 1, pp. 78-93.
- Zethaml, Bitner, & Gremler. 2013. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, Six Edition*. McGrawhill