

Artikel Penelitian

Pengaruh Loyalitas terhadap Komitmen dan Keinginan Bertahan Berobat pada Pasien Rawat Jalan

The Influence of Loyalty to Commitment and Intention to Stay in Outpatient Care

Nikma Fitriasari¹, Fatchur Rohman², Mulyatim Koeswo¹

¹Magister Manajemen Rumah Sakit Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya Malang

²Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang

ABSTRAK

Keberlanjutan pelayanan pada rawat jalan menjadi aspek penting untuk keberhasilan program pengobatan pasien. Rumah sakit perlu mengembangkan strategi untuk meningkatkan kepatuhan berobat kembali yang dicerminkan dengan loyalitas dan keinginan bertahan. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh loyalitas pasien terhadap komitmen dan keinginan bertahan berobat di pelayanan rawat jalan RSI Gondanglegi. Penelitian menggunakan desain kuantitatif *cross sectional* dengan membagikan kuesioner selama dua minggu pada bulan Januari dan Februari 2016. Pengambilan sampel melalui metode *consecutive sampling* pada 255 pasien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pasien yang berkunjung di pelayanan rawat jalan RSI Gondanglegi memiliki loyalitas yang tinggi, dan memiliki komitmen untuk tetap bertahan berobat saat mereka berpindah kepesertaan menjadi peserta BPJS. Loyalitas dan komitmen membentuk keinginan bertahan dengan faktor komitmen normatif sebagai indikator yang paling akurat. Rumah sakit perlu membangun strategi mengelola *switching barrier* dan rasa memiliki untuk meningkatkan keinginan bertahan.

Kata Kunci: Keinginan bertahan berobat, komitmen, loyalitas

ABSTRACT

Sustainability of outpatient services is an important aspect to the success of patient treatment programs. Hospitals need to develop strategies to improve treatment compliance reflected by loyalty and intent to stay. This study was conducted to determine the effect of patient loyalty to commitment and intention to stay in the outpatient care of RSI Gondanglegi. This study used a cross-sectional quantitative design by distributing questionnaires for two weeks in January and February 2016. The sample with consecutive sampling method with the number of 255 patients. The result show the majority patients who visit the Outpatient RSI Gondanglegi have a high loyalty, and commitment to intent to stay when they will become as BPJS participants.

Keywords: Commitment, intention to stay, loyalty

Korespondensi: Nikma Fitriasari. Magister Manajemen Rumah Sakit Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya Malang, Jl. Veteran, Malang Tel. 081293949381 Email: nikma.fitriasari@gmail.com

DOI: <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jkb.20017.029.04.14>

PENDAHULUAN

Pelayanan rawat jalan merupakan salah satu pelayanan yang menjadi perhatian utama rumah sakit di seluruh dunia. Hal ini disebabkan karena jumlah pasien rawat jalan yang jauh lebih besar dibanding pasien rawat inap. Jumlah pasien rawat jalan di rumah sakit tempat studi mencapai 53,14% pada tahun 2014 dan 60,7% pada tahun 2015 dari total keseluruhan kunjungan. Hasil laporan tahunan tahun 2015 menunjukkan angka kunjungan pasien BPJS adalah 26,4% dan angka kunjungan pasien tidak terasuransi adalah 73,6%.

Sejalan dengan program Jaminan Kesehatan Nasional, seluruh masyarakat Indonesia diharapkan akan terlindungi melalui program jaminan kesehatan pada tahun 2019. Sebagai konsekuensinya pasien yang membayar langsung pada rumah sakit tempat studi sebesar 73,6% akan menjadi peserta BPJS, demikian juga di rumah sakit lain. Ini menjadi tantangan bagi manajemen rumah sakit untuk bisa mempertahankan pasien dengan semakin meningkatnya akses. Kesetiaan pengguna pelayanan kesehatan juga mengindikasikan adanya keberlanjutan pelayanan pasien, sehingga penting bagi pengelola pelayanan kesehatan untuk mengkaji kesetiaan atau loyalitas penggunaan pelayanan kesehatan. Pengukuran loyalitas dapat menggunakan *Rapid Loyalty Indexes* yang terdiri dari *Advocacy Loyalty Index (ALI)*, *Purchasing Loyalty Index (PLI)* dan *Retention Loyalty Index (RLI)* (1). Teori *Loyalty Research Framework* menggambarkan bahwa loyalitas dapat membentuk komitmen (2). Loyalitas pasien juga merupakan bentuk jaminan pada keberlanjutan pelayanan.

Komitmen merupakan janji kontinuitas antara dua pihak berdasarkan keyakinan pada efektivitas yang saling menguntungkan dalam jangka panjang. Komitmen menggambarkan sebagai fase lanjut hubungan. Indikator perilaku komitmen dibedakan menjadi komitmen afektif, biaya, dan normatif. Tiga perilaku komitmen tersebut dikenal dalam model tiga dimensi komitmen yang berdampak pada niat pelanggan untuk tetap bertahan (*Intention to stay/ITS*), rekomendasi positif (*Positive word of mouth/PWOM*), dan kemauan untuk membayar lebih (*Willingness to pay/WTP*) (3).

Teori *a model of customer repatroganate behavior* mengembangkan bahwa pengalaman pelanggan dalam program loyalitas dapat membuat keinginan bertahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pasien

berupa kepuasan pelayanan, proses pembayaran dan kompetisi harga membentuk loyalitas pelanggan sehingga mempertahankan hubungan jangka panjang dengan tetap bertahan menggunakan pelayanan provider (4). Loyalitas juga akan menjamin kelangsungan program pengobatan yang mempengaruhi luaran pasien terutama pada pengelolaan penyakit kronis.

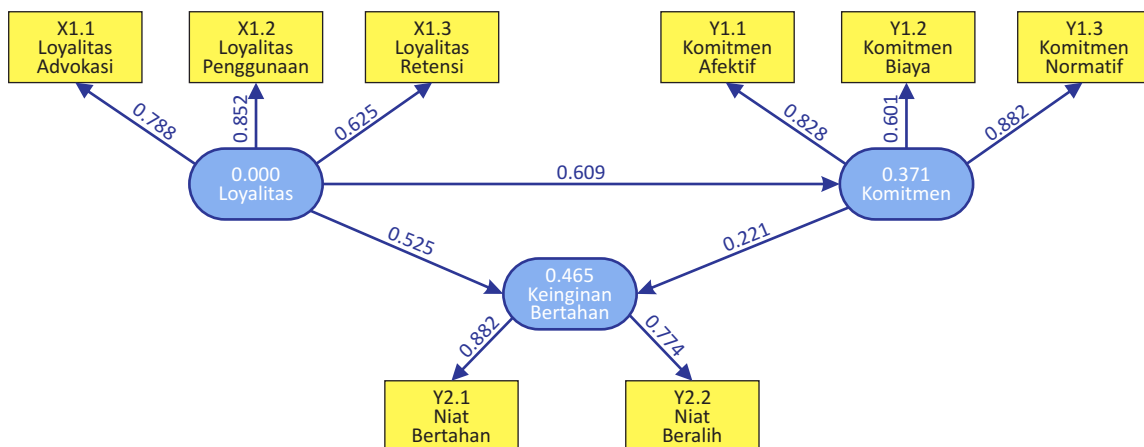
Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh loyalitas pasien terhadap komitmen, komitmen pasien terhadap keinginan bertahan, dan loyalitas pasien terhadap keinginan bertahan berobat di pelayanan rawat jalan rumah sakit. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan referensi dalam upaya penyempurnaan pelayanan kesehatan untuk mempertahankan pasien tetap menggunakan pelayanan di rumah sakit.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif observasional dengan pendekatan *cross sectional*. Penelitian dilakukan di salah satu rumah sakit swasta di Kabupaten Malang. Variabel penelitian yang diukur adalah loyalitas pasien, komitmen dan keinginan bertahan berobat. Pengambilan data dilakukan dengan membagikan lembar kuesioner kepada pasien pengguna layanan rawat jalan selama dua minggu pada bulan Januari dan Februari 2016. Kuesioner dikembangkan dari penelitian Hayes tahun 2011. Kuesioner dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu dengan menggunakan *Korelasi Pearson* dan *Cronbarch's Alpha*. Pengambilan sampel menggunakan metode *consecutive sampling* dengan kriteria inklusi adalah pasien rawat jalan yang tidak terasuransi, dewasa, dan memiliki kemampuan baca tulis. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 255 pasien. Analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS)*. Ukuran sampel besar (>250) dapat meningkatkan ketepatan dan konsistensi hasil estimasi *SEM PLS*.

HASIL

Responden dalam penelitian ini adalah pasien tidak terasuransi yang datang berobat di pelayanan rawat jalan rumah sakit dengan jumlah responden 255 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah mayoritas perempuan, usia 21-50 tahun, pendidikan SD, lama waktu berkunjung <1 tahun, dengan pendapatan <1.500.000.



Gambar 1 Diagram jalur

Model pengukuran menginformasikan bahwa indikator loyalitas penggunaan (X1.2), komitmen normatif (Y1.3), dan niat bertahan (Y2.1) memiliki nilai *loading* paling besar (Gambar 1). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga indikator tersebut merupakan indikator yang paling dominan dalam mengukur variabel latennya. Hasil *Goodness of fit Model* didapatkan *R-square* variabel komitmen bernilai 46,5% dan variabel keinginan bertahan bernilai 37,1%. Keragaman variabel keinginan bertahan mampu dijelaskan oleh model secara keseluruhan sebesar 66,4%. Hasil pengujian menyatakan loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen (0,609), komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan bertahan (0,221), loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan bertahan (0,525), dan loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan bertahan melalui komitmen (0,659).

DISKUSI

Pengaruh Loyalitas terhadap Komitmen

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sembiring (2013) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terbentuk dari pengalaman total (*total experience*) yang menggambarkan kebutuhan/harapan pelanggan. Kebutuhan pelanggan yang terpenuhi akan melahirkan kepuasan dan loyalitas pelanggansedangkan loyalitas membentuk komitmen pelanggan. Hubungan antara kualitas jasa dan komitmen konsumen akan lebih baik bila melalui loyalitas (5).

Berdasarkan nilai *loading factor*, dimensi pembentukan loyalitas pada studi ini yang paling dominan menurut pasien adalah dimensi loyalitas penggunaan. Mayoritas pasien bersedia untuk menggunakan kembali pelayanan rumah sakit baik di pelayanan yang sama atau pelayanan berbeda dan bersedia membayar mahal untuk mendapat kesembuhan. Pasien menyatakan bahwa pelayanan di rumah sakit sudah lengkap sehingga mereka tidak perlu mencari rumah sakit lain saat mereka sakit dan membutuhkan pelayanan penunjang. Rumah sakit telah memiliki poli spesialis yang lengkap sehingga pasien tinggal memilih dokter spesialis sesuai dengan keluhan yang dirasakan. Diversifikasi pelayanan dapat menjadi *switching barrier* sehingga pasien memiliki loyalitas terhadap rumah sakit. Pengertian loyalitas penggunaan adalah pelanggan yang kembali melakukan transaksi untuk menggunakan produk atau jasa yang telah dipakai dengan pengorbanan yang lebih besar (6). Penelitian Putri dkk tahun 2016 menyatakan bahwa upaya meningkatkan loyalitas pelanggan dapat diraih dengan cara membuat para pelanggan untuk sulit berpindah kepada para pesaing (*switching barrier*) (7).

Pengaruh Komitmen terhadap Keinginan Bertahan Berobat

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan bertahan berobat. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa komitmen sebagai investasi untuk membentuk *behavioral intention* (8). Model tiga dimensi komitmen yang terdiri dari komitmen afektif, komitmen biaya, dan komitmen normatif secara simultan berpengaruh positif terhadap niat pelanggan untuk tetap menggunakan pelayanan (*intention to stay*)

(3,9). Hasil penelitian Khan *et al* didapatkan bahwa ada hubungan negatif kuat komitmen dengan niat beralih (10).

Komitmen menggambarkan sejauh mana konsumen memilih pelayanan dan tujuan-tujuannya, serta berniat untuk tetap memilih pelayanan tersebut (11,12). Semakin tinggi komitmen akan berdampak pada niat untuk tetap memilih tanpa mempertimbangkan biaya. Komitmen merupakan tingkatan tertinggi dalam membangun kekuatan suatu hubungan dan akan memberikan suatu keuntungan jangka panjang bagi kedua belah pihak yang berhubungan (13).

Dimensi pembentukan komitmen di rumah sakit ini yang paling dominan menurut pasien adalah dimensi komitmen normatif. Mayoritas pasien berpendapat bahwa rumah sakit layak menerima kesetiaan pasien, tetap menjadi rumah sakit pilihan meskipun ada pilihan rumah sakit lainnya, merasa ikut memiliki rumah sakit dan tidak akan meninggalkan RSI Gondanglegi. Komitmen normatif berhubungan dengan keinginan bertahan (14,15). Unsur-unsur komitmen normatif tersebut merupakan konstruk menyeluruh yang menjadi peyebab tumbuhnya rasa berbagi tanggung jawab sebagai pendorong. Komitmen normatif menjadi hal yang sangat penting dalam menjaga hubungan jangka panjang (16).

Pengaruh Loyalitas terhadap Keinginan Bertahan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan bertahan. *A model of customer repatronate behavior* menjelaskan hubungan loyalitas terhadap keinginan bertahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pasien berupa kepuasan pelayanan, proses pembayaran dan kompetisi harga membentuk loyalitas pelanggan sehingga mempertahankan hubungan jangka panjang dengan tetap bertahan menggunakan pelayanan provider (4) Penelitian lain menemukan adanya hubungan antara kualitas jasa dengan loyalitas konsumen dilihat dari segi kecenderungan berperilaku (*behavioral intentions*) (17,18). Penelitian Ariani dkk menyatakan bahwa pelanggan yang loyal memiliki kecenderungan lebih rendah untuk beralih pelayanan (19).

Hubungan Loyalitas, Komitmen dan Keinginan Bertahan

Loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan bertahan melalui komitmen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi komitmen yang disebabkan meningkatnya loyalitas maka cenderung dapat meningkatkan keinginan bertahan. Tahapan loyalitas yang terbentuk adalah loyalitas kognitif, loyalitas konatif, loyalitas konatif berupa komitmen, dan yang terakhir adalah loyalitas aksi. Loyalitas aksi merupakan tahapan terakhir dimana pasien memiliki tingkat kesetiaan yang kuat dan ditandai motivasi yang kuat untuk tetap bertahan berobat di suatu rumah sakit (20,21). Penelitian Cifci dan Endorgan menyatakan bahwa komitmen dapat diidentifikasi melalui loyalitas (22). Komitmen akan membentuk keinginan bertahan. Komitmen juga akan membentuk kesediaan membayar lebih, dan kesediaan menyampaikan pada orang lain (23,24).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *loading factor* terbesar dari semua variabel indikator yang berpengaruh terhadap keinginan untuk bertahan berobat adalah komitmen normatif. Adanya budaya *familial* atau *cultural socialization* di masyarakat tempat studi mendukung mereka tetap memilih berobat di rumah sakit. Kebiasaan

orang tua dan kerabat lainnya saat sakit memilih rumah sakit, membentuk *sense of obligation* (kewajiban) untuk tetap menggunakan pelayanan di rumah sakit yang sama. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa 76,9% pasien mendapat saran dari kerabat terdekat untuk berobat ke rumah sakit.

Model konstruk loyalitas, komitmen, dan keinginan bertahan memiliki relevansi prediktif. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian PLS untuk melakukan prediksi hubungan antar variabel karena teori yang belum berkembang (25). Pihak manajemen rumah sakit perlu menyempurnakan pelayanan untuk mempertahankan pasien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 86,6% pasien memiliki loyalitas yang baik, namun hanya 64,5% pasien yang memiliki komitmen baik dan 74,75% menyatakan ingin tetap bertahan berobat di RSI Gondanglegi. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua pasien yang loyal memiliki komitmen baik. Kondisi ini disebabkan karena pasien belum memiliki rasa memiliki

rumah sakit (*a sense of belonging*). Rumah sakit perlu memperbaiki pelayanan dengan memberikan kenyamanan pelayanan, empati pelayanan, dan melibatkan pasien untuk memberikan masukan perbaikan rumah sakit dengan menyediakan kotak saran. Penyediaan kotak saran sebagai salah satu upaya peningkatan kualitas pelayanan melalui *exceed expectation* (memenuhi harapan) untuk mencapai kepuasan pasien (26).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tidak semua pasien yang loyal akan tetap memilih berobat di rumah sakit yang sama. Hal ini disebabkan karena adanya *consumer choice* untuk memilih pelayanan kesehatan dalam satu level, sehingga pasien bebas memilih pelayanan kesehatan yang bekerjasama dengan BPJS. Rumah sakit harus mampu mempertahankan pasien yang loyal dengan program *switching barrier* melalui peningkatan *sense of belonging*, dan membuka loket BPJS sebagai tempat pendaftaran peserta BPJS baru (21).

DAFTAR PUSTAKA

- Hayes BE. *Lessons in Loyalty*. Quality Progress. 2011; 44(3): 24-31.
- Sembiring MG. *Pengaruh Harapan, Reputasi Universitas, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Program Sarjana Non-Kependidikan Universitas Terbuka (2012)*. [Tesis]. Universitas Terbuka, Jakarta. 2013.
- Devece C, Marques D, and Alquacil MP. *Organizational Commitment and Its Effects on Organizational Citizenship Behaviour in a High-Unemployment Environment*. Journal of Business Research. 2016; 69(5): 1857-1861.
- Premkumar G and Rajan J. *Customer Retention in Mobile Telecom Service Market in India: Opportunities and Challenges*. Ushus-Journal of Business Management. 2017; 12(2): 17-29.
- Al-Hawari MA. *How The Personality of Retail Bank Customers Interferes with the Relationship Between Service Quality and Loyalty*. International Journal of Bank Marketing. 2015; 33(1): 41-57.
- Sanjaya W, Rahyuda IK, dan Wardana IM. *Pengaruh Kualitas Produk dan Reputasi Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mie Instant Merek Indomie di Kota Denpasar*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. 2016; 5(4): 877-904.
- Putri NA, Arifin Z, dan Wilopo. *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Switching Barrier terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis. 2016; 32(1): 128-134.
- Rahman I and Reynolds D. *Predicting Green Hotel Behavioral Intentions using A Theory of Environmental Commitment and Sacrifice for The Environment*. International Journal of Hospitality Management. 2016; 52(1): 107-116.
- Shukla P, Banerjee M, and Singh J. *Customer Commitment to Luxury Brands: Antecedents and Consequences*. Journal of Business Research. 2016; 69(1): 323-331.
- Khan I, Nawaz A, and Qureshi Q. *The Impact of Burnout, Absenteeism and Commitment on Intention to Leave*. Journal of Education and Practice. 2016; 7(1): 5-9.
- Wang W, Wang Y, and Liu E. *The Stickiness Intention of Group-Buying Website: The Integration of The Commitment-Trust Theory and e-Commerce Success Model*. Journal of Information and Management. 2016; 53(5): 625-642.
- Juana IMP, Sukaatmadja IPG, dan Yasa NNK. *Peran Persepsi Switching Cost Memoderasi Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Studi Pelanggan PT Bank Mandiri (Persero), Tbk*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. 2016; 6(2): 593-618.
- Fatima JK, Razzaque MA, and Mascio RD. *Modelling Satisfaction-Commitment Relationship in Developing Country Context*. International Journal of Quality and Reliability Management. 2016; 33(7): 985-1001.
- Barron K and Chou S. *Developing Normative Commitment as a Consequence of Receiving Help-The Moderated Mediating Roles of Team-Member Exchange and Individualism? Collectivism: A Multi-level Model*. Journal of Management Sciences. 2016; 3(2): 141-158.
- Leng GE and Chin MLC. *Person-Job Fit, Personality, Organizational Commitment and Intention to Stay among Employees in Marketing Departments*. Jurnal Psikologi Malaysia. 2016; 30(1): 80-89.
- Rini dan Setiawan H. *Determinan Kepuasan Kerja dan Implikasinya terhadap Komitmen Organisasi (Studi pada Karyawan Biro Perjalanan Wisata di Kota Palembang)*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya. 2016; 14(2): 169-182.
- Luo Z and Qu H. *Guest-Defined Hotel Service Quality and Its Impacts on Guest Loyalty*. Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism. 2016; 17(3): 311-332.
- Chen H. *Structural Interrelationships of Group*

- Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention for Bus Passanger.* International Journal of Sustainable Transportation. 2016; 10(5): 418-429.
19. Ariani A, Rahyuda K, dan Suprapti NWS. *Pengaruh Anteseden Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Dharma Kerti Tabanan.* E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. 2016; 5(10): 3113-3140.
 20. Rahmayanti, F David D, dan Sarwiyata T. *Pengukuran Kinerja Unit Pemasaran RSI Unisma Malang Menggunakan Balanced Scorecard.* Jurnal Kedokteran Brawijaya. 2016; 29(3): 310-316.
 21. Leppäniemi M, Jayawardhena C, and Karjaluoto H. *Unlocking Behaviors of Long-Term Service Consumers: The Role of Action Inertia.* Journal of Service Theory and Practice. 2017; 27(1): 270-291.
 22. Cifci S and Erdogan B. *Antecedents and Measurement of Brand Commitment and Behavioral Loyalty.* Journal of Customer Behaviour. 2016; 15(4): 321-336.
 23. Pandit A and –Vilches Montero S. *Are Reward Cards Just a Business Deal? The Role of Calculative Versus Emotional Card Commitment in Driving Store Loyalty.* Journal of Retailing and Consumer Services. 2016; 31(4): 355-360.
 24. Noori AS, Hashim KF, and Yusof SAM. *The Conceptual Relation of Electronic Word-of-Mouth, Commitment and Trust in Influencing Continuous Usage oaf Social Commerce.* International Review of Mangement and Marketing. 2016; 6(S7): 226-230.
 25. Widarjono A. *Analisis Multivariat Terapan.* Yogyakarta: UPP STIM YKPN; 2015.
 26. Anggraini F. *Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Kesehatan Puskesmas Sidomulyo Kecamatan Samarinda Ilir Kota Samarinda.* eJournal Administrasi Publik. 2015; 3(4): 1172-1182.