

HUBUNGAN *INTERNAL SERVICE QUALITY* DENGAN LOYALITAS PELANGGAN

Relationship of Internal Service Quality with Customer Loyalty

Hartatik Nila Karmila^{1,2}, Budhi Setianto^{3,4}, Agus Aan Adriansyah⁴, Difran Nobel Bistara⁵, Eppy Setiyowati⁵

1. Spesialis Obstetry and Gynaecology of Rumah Sakit Islam Surabaya 60243, East Java
2. Department of Early Childhood Education Programs, Faculty of Medicine, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya 60237, East Java, Indonesia
3. Head of Marketing Rumah Sakit Islam Surabaya 60243, East Java, Indonesia
4. Department of Public Health, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, 60237, East Java, Indonesia
5. Department of Nursing, Faculty of Nursing and midwifery, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya. 60237. East Java. Indonesia

Riwayat artikel

Diajukan: 25 Juni 2021

Diterima: 26 Juli 2021

Penulis Korespondensi:

- **Budhi Setianto**
- Department of Public Health, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, 60237, East Java, Indonesia

e-mail:

budhisetianto@yahoo.com

[m](mailto:budhisetianto@yahoo.com)

Kata Kunci:

Internal Service Quality, Obstetry, Gynaecology, Loyalitas, Rawat Inap

Abstrak

Pendahuluan: Kepuasan yang berulang akan memberikan loyalitas tersendiri untuk pelanggan, loyalitas akan menimbulkan rasa kebanggaan tersendiri bagi pelanggan untuk mendapatkan layanan yang telah diterima. **Tujuan:** untuk menganalisis hubungan *internal service quality* dengan loyalitas pelanggan dalam melakukan advokasi pelayanan pasien *obstetry* dan *gynaecologi* di ruang rawat inap Taif Rumah Sakit Islam Surabaya. **Metode:** pengolahan data sekunder dari data kepuasan pasien Unit Humas dan Pemasaran RS Islam Surabaya pada bulan Agustus 2020 dengan jumlah sumber informasi adalah sebesar 63 pasien. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS 16 dengan menggunakan uji chi square yang menguji dua variable berbeda yang berbentuk nominal untuk mencari uji hubungan secara non para metric menguji hubungan antara *Internal Service Quality* dengan Loyalitas pelanggan dengan menggunakan metode *Chi Square*. **Hasil:** sebagian besar pelanggan didominasi dengan usia 25 – 35 Tahun, dengan jarak tempat tinggal kurang dari 10 Kilometer dan lama mengenal RS Islam Surabaya kurang dari 5 Tahun, kebanyakan pelanggan mendapatkan informasi dari website. Alasan pelanggan menggunakan layanan RS Islam Surabaya memiliki letak yang strategis. Pelanggan juga merasakan *internal service quality* dan loyalitas yang tinggi. **Kesimpulan:** didapatkan hubungan yang kuat antara *internal service quality* dan loyalitas pelanggan.

Abstract

Background: Repeated satisfaction will provide limited loyalty to customers, loyalty will create a sense of pride in a customer to get the service that has been received. **Objective:** This research aims to analyze the relationship between *internal service quality* and customer loyalty in advocating for obstetrics and gynecology patient care in the inpatient room of Taif Islamic Hospital Surabaya. **Method:** This research is processing secondary data from patient satisfaction data of the Public Relations and Marketing Unit of the Surabaya Islamic Hospital in August 2020 by testing the relationship between *Internal Service Quality* and Customer Loyalty using the *Chi Square* method. **Results:** Most of the customers are dominated by ages 25 - 35 years, with a residence distance of less than 10 kilometers and a long time knowing Surabaya Islamic Hospital for less than 5 years, most customers get information from the website. The reason why customers use Surabaya Islamic Hospital services has a strategic location. Customers also feel high *internal service quality* and loyalty. **Conclusion:** There is a strong relationship between *internal service quality* and customer loyalty.

PENDAHULUAN

Dalam melaksanakan pelayanan kesehatan adalah hak setiap orang untuk mendapatkannya merupakan jaminan dari negara. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam implementasi harus bisa mewujudkan (Kemenkes, 2019) upaya peningkatan derajat kesehatan masyarakat semaksimal mungkin (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2009). Layanan Rumah Sakit merupakan institusi pelayanan kesehatan yang memberikan pelayanan kesehatan secara individu dengan pelayanan secara paripurna yang menyediakan terdiri dari pelayanan rawat inap, rawat jalan, penunjang medis dan gawat darurat (Kemenkes, 2019), (Harumni, 2016). Layanan rawat inap yang sering di kenal dengan istilah opname adalah layanan yang diberikan kepada pasien dengan cara di inapkan dengan menempati tempat tidur perawatan yang telah disediakan untuk mendapatkan tindakan observasi, mendiagnosa suatu penyakit, memberikan terapi yang diberikan oleh dokter, terapi gerak rehabilitasi medik dan pelayanan medik lainnya seperti layanan radiologi dan laboratorium (Ira Setyaningsih, 2013), (Sumertana, 2016).

Layanan obstetry dan gynaekologi adalah layanan yang berfokus dalam penanganan proses kehamilan dan persalinan, sedangkan ginekologi adalah berfokus dalam penanganan masalah organ reproduksi wanita (Anggraeni et al., 2016). RS Islam Surabaya untuk layanan Obstetry dan Gynaekologi dialayani dirawat jalan dan rawat inap, rawat inap yang menangani kasus ini ada di ruangan Thoif lantai 2 Gedung Graha RS Islam Surabaya. Internal Service Quality adalah bentuk layanan yang diciptakan oleh suatu organisasi untuk melayani pelanggan, konsep ini merupakan satu kesatuan yang menunjukkan mutu suatu layanan. Mutu layanan merupakan ukuran parameter keberhasilan suatu layanan yang bisa dinilai oleh pelanggan (Hastuti Listyawati, 2018). Beberapa parameter yang dapat dinilai adalah (1) *Tangible*/ Tampilan fisik yang bisa dilihat dan dirasakan oleh pelanggan, kebersihan ruangan, kenyamanan ruang tunggu, tampilan karyawan baik performance atau seragam yang mereka kenakan (Nurhidayati & Yuliantari, 2018), (2) *Reliability*/ Keandalan, disini suatu layanan harus bisa menunjukkan bahwa layanan yang diberikan adalah layanan yang dapat di andalkan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan (Asta & Jaya, 2019) (3) *Empathy*/ empati, suatu layanan yang

dilandasi bahwasanya petugas memiliki rasa perasaan yang bisa ditunjukkan kepada pelanggan bahwasanya petugas paham dan mengerti apa yang pelanggan rasakan (4) *Responsivness*/ daya tanggap, kemampuan yang diberikan oleh petugas dalam menyelesaikan apa yang pelanggan kelukan (Rahmawati, 2014) (5) *Assurance*/ Kepastian adalah layanan yang menjanjikan akan kepastian yang telah dijelaskan dan dihasilkan dari kualitas layanan yang bisa dirasakan oleh pelanggan. Loyalitas pelanggan yang di bangun akan membuat pelanggan melakukan kunjungan berulang dan menjadi pelanggan setia kepada suatu organisasi (Norhermaya & Soesanto, 2016).

METODE

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang diolah dari data sekunder Unit Humas dan Pemasaran RS Islam Surabaya secara *cross sectional*, dengan mengambil seluruh pasien yang dirawat di ruang Thoif selama bulan Agustus 2020, jumlah sumber informasi adalah sebesar 63 pasien. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS 16 dengan menggunakan uji chi square yang menguji dua variable berbeda yang berbentuk nominal untuk mencari uji hubungan secara non para metric. Uji yang dilakukan adalah dengan menguji hubungan antara internal service quality dengan loyalitas pelanggan. kuisisioner dibagikan dengan mengisi pernyataan dari skala (1)-(5), dari sangat tidak setuju – sangat setuju. Kategori dengan melakukan cut off point adalah dikatan puas > 4, dan tidak puas < puas. Berikut adalah hasil *Internal Service Quality* (Achmad & Hidayah, 2020)

HASIL PENELITIAN

1. Demografi

Tabel 1 Usia Responden di Ruang Thoif RS Islam Surabaya pada bulan Agustus 2020

No	Usia	Total	%
	< 25		
1	Tahun 25 - 35	6	9,5%
2	Tahun 36 - 45	51	81,0%
3	Tahun 46 - 55	3	4,8%
4	Tahun	3	4,8%
	Grand Total	63	100,0%

Berdasarkan Tabel 1 didapatkan bahwa responden terbanyak adalah usia 25 – 35 Tahun, usia ini adalah usia produktif, dimana ruang Thoif merupakan ruang *obstetry* dan *gynaecologi*, kasus terbanyak diruang ini adalah ruang perawat setelah melahirkan dan kasus gynaekologi. Berikut adalah jarak rumah responden dengan RS Islam Surabaya.

Tabel 2 Jarak rumah responden di Ruang Thoif RS Islam Surabaya pada bulan Agustus 2020

No	Jarak Rumah	Total	%
1	< 5 km	27	42,9%
2	5 - 10 km	21	33,3%
3	11 - 20 km	12	19,0%
4	> 20 km	3	4,8%
Total		63	100,0%

Berdasarkan Tabel 2 bahwasanya jumlah pasien terbanyak adalah pada radius jarak kurang dari 10 Km dari RS Islam Surabaya, hal ini menunjukkan bahwasanya pasien adalah pasien yang ada di sekitar RS Islam Surabaya. Berikut adalah lamanya pasien mengenal RS Islam Surabaya

Tabel 3 Lamanya responden mengenal RS Islam Surabaya di Ruang Thoif RS Islam Surabaya pada bulan Agustus 2020

No	Lama Mengenal RS Islam Surabaya	Total	%
1	< 5 Tahun	24	38,1%
2	5 - 10 Tahun	18	28,6%
3	11 - 20 Tahun	9	14,3%
4	> 20 Tahun	12	19,0%
Total		63	100,0%

Berdasarkan Tabel 3 didapatkan bahwa rerata pasien adalah pasien baru yang mengenal RS Islam Surabaya yang memanfaatkan layanan di ruang Thoif RS Islam Surabaya. Berikut adalah asal informasi terkait layanan di RS Islam Surabaya.

Tabel 4 Asal informasi layanan di Ruang Thoif RS Islam Surabaya pada bulan Agustus 2020

No	Asal Informasi Layananan	Total	%
1	Instagram Rekomendasi	11	16,7%
2	Teman	5	8,3%
3	Saya sendiri	3	4,2%
4	Website Whats Up	37	58,3%
5	Customercare	8	12,5%
Total		63	100,0%

Berdasarkan Tabel 4 didapatkan bahwa pasien mengenal informasi terkait layanan di RS Islam Surabaya terbanyak melalui *website*. Peran *website* di era *digital* ini sangatlah penting, *website* merupakan garda terpenting dalam menunjukkan *profil* rumah sakit, informasi yang bisa di akses dari *website* merupakan hal yang menarik perhatian dari pasien untuk mengetahui lebih lanjut tanpa harus datang ke rumah sakit. Berikut adalah alasan responden menggunakan layanan di RS Islam Surabaya.

Tabel 5 Alasan Responden Menggunakan Layanan RS Islam Surabaya di Ruang Thoif RS Islam Surabaya pada bulan Agustus 2020

No	Alasan Menggunakan Layanan RS Islam Surabaya	Total	%
1	Dekat Rumah	12	19,0%
2	Dirujuk disini Oleh PPK 1	9	14,3%
3	Karena dktr spog pindah ke rsi	3	4,8%
4	Letaknya Strategis Pelayanannya sangat baik	21	33,3%
5	Perawat dan dokternya sangat ramah	3	4,8%
6	Rekomendasi teman yang sudah pernah dirawat di RSI	3	4,8%
7	Sesuai dengan syariah Islam	9	14,3%
Total		63	100,0%

Berdasarkan Tabel 5 didapatkan bahwa sebagian besar pasien menyatakan alasan pasien menggunakan layanan RS Islam Surabaya adalah strategis. Letak strategis ini RS Islam Surabaya terletak di sebelah kanan jalan raya yang besar, bisa di akses dari segala penjuru arah. Segala transportasi bisa digunakan untuk menuju RS Islam Surabaya

Tabel 6 Internal Service Quality variable Reliabel di Ruang Thoif RS Islam Surabaya pada bulan Agustus 2020

No	Variabel Reliabel	Nilai
1	Kejelasan informasi tentang tindakan	4,90
2	Keluhan pasien yang diperhatikan perawat	4,86
3	Kecepatan perawat melakukan tindakan	4,81
4	Kecepatan dokter menangani keluhan	4,90
Rerata		4,87

Berdasarkan Tabel 6 dinyatakan bahwa keandalan dari layanan adalah baik dan dapat di andalkan

Tabel 7 Internal Service Quality variable Assurance di Ruang Thoif RS Islam Surabaya pada bulan Agustus 2020

No	Variabel Assurance	Nilai
1	Dokter melayani dengan ramah dan sopan	4,90
2	Perawat melayani dengan ramah dan sopan	4,86
3	Pasien merasa aman dengan tindakan yang diberikan dokter dan perawat	4,81
4	Perawat memberikan pelayanan yang maksimal sehingga menimbulkan rasa percaya kepada pasien	4,86
Rerata		4,86

Berdasarkan Tabel 7 dinyatakan bahwa kepercayaan yang di lakukan oleh karyawan dinilai baik oleh pelanggan

Tabel 8 Internal Service Quality variable Tangible di Ruang Thoif RS Islam Surabaya pada bulan Agustus 2020

No.	Variabel Tangible	Nilai
1	Fasilitas ruangan sudah mencukupi kebutuhan saya	4,76
2	Ruang perawatan yang bersih dan rapi	4,90
3	Kebersihan tempat tidur	4,86
3	Kebersihan air dan kamar mandi	4,90
Rerata		4,86

Tabel 9 Internal Service Quality variable Responsivness di Ruang Thoif RS Islam Surabaya pada bulan Agustus 2020

No	Variabel Responsivness	Nilai
1	Perawat memberikan perhatian dan sabar dalam memahami kebutuhan pasien	4,71
2	Pelayanan pemeriksaan yang cepat dan tepat	4,71
3	Pelayanan perawatan yang cepat dan tepat	4,71
4	Prosedur pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit	4,62
Rerata		4,69

Berdasarkan Tabel 9 dinyatakan bahwa responsiveness petugas sangatlah baik

Tabel 10 Tabulasi Silang Internal service quality Dan Loyalitas pelanggan

Variabel	Internal Service Quality		Total
	Puas	Tidak Puas	
Loyalitas	Loyal	51	53
	Tidak Loyal	6	10
Total	57	61	63

Tabel 10 menunjukkan adanya *cross tabulation data* antara *Internal Service Quality* dan Loyalitas pelanggan yang memuat hubungan antar variable dinyatakan terdapat (1) ada 51 orang yang puas dan loyal, (2) ada 6 orang pelanggan yang puas tetapi tidak loyal, (3) ada 2 orang yang tidak puas tetapi loyal dan (4) ada 4 orang yang tidak puas dan tidak loyal. Untuk membuktikan hubungan antara Internal Service Quality dengan Loyalitas Pelanggan maka dilakukan lah uji Chi Square. Uji *Chi Square* yang dilakukan untuk mengamati ada dan tidaknya hubungan antara variabel Internal Service Quality dan loyalitas pelanggan . dengan Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut : (1) H_0 : Tidak ada hubungan antara *Internal Service Quality* dan Loyalitas Pelanggan, (2) H_1 : Ada hubungan antara *Internal Service Quality* dan Loyalitas Pelanggan dengan nilai probabilitas > 0.05 maka H_0 diterima. Jika nilai probabilitas < 0.05 maka H_0 ditolak.

Tabel 11 Hasil Uji Hubungan dengan Menggunakan *Chi square* Antara *Internal Service Quality* dan Loyalitas Pelanggan Ruang Thoif RS Islam Surabaya pada bulan Agustus 2020

			<i>Asym p. Sig. (2-sided)</i>	<i>Exact Sig. (2-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	12,81	1	0.000	
<i>Continuity Correctionb</i>	8,95	1	0.002	
<i>Likelihood Rasio</i>	9,13	1	0.002	
<i>Fisher's Exact Test</i>				0.004

Pada Tabel 11 didapatkan bahwa nilai *Asymp Sig.(2-sided)* menunjukkan nilai $0,00034 < 0,05$ dengan ini dinyatakan H_0 ditolak sehingga menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara internal service quality dan loyalitas pelanggan.

PEMBAHASAN

Beberapa teori menyatakan pentingnya internal service quality(Achmad & Hidayah, 2020). beberapa parameter layanan bisa diukur dari (1) *Reliability/* Keandalan (2) *Tangible/* Tampilan, (3) *Emphaty/* empati, (4) *Responsivness/* daya tanggap, (5) *Assurance/* Kepastian Yang dihasilkan dari kualitas pelayanan adalah bentuk kepuasan dari pelanggan. Kepuasan yang selalu diberikan secara berulang akan memberikan suatu hasil pelanggan yang loyal,

Loyalitas pelanggan adalah satu bentuk wujud kesetian pelanggan dalam menggunakan suatu layanan. Loyalitas (Lestari & Yulianto, 2018) diawali dari kepuasan yang berhasil diberikan dari penyedia jasa sehingga kepuasan yang berulang akan menimbulkan loyalitas kepada sebuah produk atau layanan(Susanti & Bistara, 2018). Kepuasan layanan yang didapatkan pelanggan akan menyebabkan pelanggan selalu menceritakan rasa puas tersebut kepada orang lain, bahkan kadang akan merekomendasikan orang lain tersebut untuk menggunakan suatu layanan tersebut (Konsumen et al., 2020) Apabila ada suatu layanan yang baru yang menjanjikan sesuatu yang lebih pelanggan yang loyal akan tetap setia dan tetap bertahan untuk memanfaatkan layanan yang telah diterima sebelumnya(Produk et al., 2020). Loyalitas pelanggan yang ditanyakan terdiri dari tiga pertanyaan dengan skla likert (1) – (10) Berikut

adalah loyalitas pelanggan di ruang Thoif RS Islam Surabaya pada bulan Agustus 2020.

SIMPULAN

Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil *internal service quality* dan loyalitas pelanggan yang tinggi dan Didapatkan hubungan yang kuat antara *internal service quality* dan loyalitas pelanggan

UCAPAN TERIMA KASIH

Jika diperlukan ucapan terima kasih dapat diberikan kepada 1) LPPM UNUSA 2) Responden yang berkenan memberikan kontribusi, 3) Rumah Sakit Islam Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, G. N., & Hidayah, S. (2020). *EFFECT OF INTERNAL SERVICE QUALITY ON EMPLOYEE SATISFACTION AND*. 2020(4), 1347–1362.
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)*. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Asta, I. N., & Jaya, G. (2019). *KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Perkembangan industri otomotif di Indonesia sangat cepat dan cenderung meningkat tiap tahunnya , seiring dengan kebutuhan dan perminta*. 8(1), 7458–7485.
- Harumni, sasha dwi. (2016). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan*. *Analitika*, 8(2), 115–128.
- Hastuti Listyawati, I. (2018). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Handphone Xiaomi Di Yogyakarta*. *JBTI : Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 9(1), 37–45. <https://doi.org/10.18196/bti.91098>
- Ira Setyaningsih. (2013). *Peningkatan Akreditasi Rumah Sakit dalam Mengaplikasikan rumah sakit terhadap pasien menggunakan pendekatan lean servperf (lean service dan service performance*. *Spektrum Industri*, 11(2g), 117–242.
- Kemenkes. (2019). *Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 30 Tahun 2019 tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit*. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, Nomor 65(879)*, 2004–2006.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2009). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 44 TAHUN 2009 TENTANG RUMAH SAKIT*. 27(7).
- Konsumen, L., Saga, C. V., & Pratama, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen CV Saga Selaras Pratama*. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 8(1), 51–58. <https://doi.org/10.12928/channel.v8i1.15119>
- Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kenedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav. A, Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 74–81.
- Norhermaya, Y. A., & Soesanto, H. S. (2016). *Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Pada Online Store Lazada.Co.Id)*. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2007), 1–13.
- Nurhidayati, & Yuliantari, K. (2018). *Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Fish Streat Cabang Tebet*. *Widya Cipta*, II(1), 69–75.
- Produk, K., Konsumen, L., & Konsumen, K. (2020). *JaManKu Vol 1 No 2 Februari 2020 PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING JaManKu Vol 1 No 2 Februari 2020 PENDAHULUAN Persaingan bisnis yang semakin ketat menjadikan para pengusaha be*. 1(2), 85–100.
- Rahmawati, R. (2014). *Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (Sebuah kajian terhadap bisnis makanan)*. *Teknobuga*, 1(1), 66–79.
- Sumertana, I. W. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai*

Variabel Intervening Pada Water Park Seririt Singaraja Tahun 2014-2015. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*, 7(2), 1–10.

Susanti, S., & Bistara, D. N. (2018). Hubungan Pola Makan Dengan Kadar Gula Darah Pada Penderita Diabetes Mellitus. *Jurnal Kesehatan Vokasional*, 3(1), 29. <https://doi.org/10.22146/jkesvo.34080>