

## PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN, DAN LINGKUNGAN FISIK TERHADAP KEPUTUSAN PASIEN MENGGUNAKAN PELAYANAN KESEHATAN DI INSTALASI RAWAT INAP RSUP DR SITANALA TANGERANG

**Dwi Ridha Tama, Hasyim, M. Reza Hilmy**

Fakultas Ilmu-Ilmu Kesehatan, Magister Administrasi Rumah Sakit, Universitas Esa Unggul, Indonesia

Email: [dwiwitama@student.esaunggul.ac.id](mailto:dwiwitama@student.esaunggul.ac.id), [hasyim.ahmad@esaunggul.ac.id](mailto:hasyim.ahmad@esaunggul.ac.id),

[mohamad.reza@esaunggul.ac.id](mailto:mohamad.reza@esaunggul.ac.id)

### Abstrak

Meningkatnya jumlah rumah sakit membuat persaingan di industri medis semakin ketat. Hanya rumah sakit dengan brand image yang baik, pelayanan berkualitas tinggi, dan lingkungan fisik yang memadai yang dapat bertahan dan unggul, karena dapat mempengaruhi keputusan pasien dalam menggunakan layanan kesehatan. Keputusan seorang pasien untuk menggunakan layanan kesehatan instalasi rawat inap di suatu rumah sakit merupakan hal yang penting karena mempengaruhi pendapatan rumah sakit. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh brand image, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik terhadap keputusan pasien secara parsial maupun bersama-sama. Penelitian kuantitatif kausalitas. Sampel dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan dengan kriteria yang belum mendapatkan pelayanan rawat inap di RSUP Dr Sitanala Tangerang, usia minimal 21 tahun dan maksimal 65 tahun, dan menggunakan pilihan secara mandiri (NON BPJS), dengan jumlah sampel sebanyak 92 sampel. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial brand image mempengaruhi secara positif terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Lingkungan fisik mempengaruhi secara positif terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Secara bersama-sama variabel brand image, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik terhadap keputusan pasien. Hasil ini secara implikasi teoritik mendukung teori dan penelitian sebelumnya. Secara manajerial diharapkan manajemen rumah sakit mengembangkan strategi atau kebijakan untuk mengotimalkan keputusan pasien melalui peningkatan brand image, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik rumah sakit.

**Kata Kunci:** Brand Image, Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik, Keputusan Pasien

### Abstract

*Competition in the medical industry is increasing due to the increasing number of hospitals. Only hospitals with a strong brand image, high-quality services and an appropriate physical environment will survive and stand out as they can influence patients' decisions to seek care. A patient's decision to seek inpatient healthcare services at a hospital is important because it affects hospital revenue. This study aims to analyze the effect of brand*

<b>How to cite:</b>	Tama, D. R., Hasyim, M. & Hilmy, R. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Pelayanan Kesehatan di Instalasi Rawat Inap RSUP Dr Sitanala Tangerang. <i>Syntax Literate</i> . <i>Syntax Literate</i> . (9)1. <a href="http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i1">http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i1</a>
<b>E-ISSN:</b>	2548-1398
<b>Published by:</b>	Ridwan Institute

*image, service quality, and physical environment on patient decisions partially or jointly. Causality quantitative research. The sample in this study were outpatients with the criteria of not receiving inpatient services at Dr Sitanala Hospital, Tangerang, with a minimum age of 21 years and a maximum of 65 years, and using independent options (Non-Social Security Organizing Agency), with a total sample of 92. sample. The analysis technique uses multiple linear regression. Result: partially brand image has a positive influence on the patient's decision to use hospital health services. Service quality has a positive effect on the patient's decision to use hospital health services. The physical environment influences positively the patient's decision to use hospital health services. Taken together, brand image, service quality, and physical environment variables affect patient decisions. These results theoretically support previous theories and research. Managerially, it is expected that hospital management will develop strategies or policies to optimize patient decisions through improving brand image, service quality and the physical environment of the hospital.*

**Keywords:** *Brand Image, Service Quality, Physical Environment, Patients' Decisions*

## **Pendahuluan**

Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa sangat penting karena keputusan untuk membeli suatu jasa akan berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan (Kotler et al., 2018), selanjutnya akan berpengaruh pada keberlangsungan perusahaan (Toussaint et al., 2021). Keputusan memilih produk dan jasa merupakan bagian dari perilaku keputusan pembelian konsumen. Perilaku konsumen bersifat psikologis dan karenanya menentukan perbedaan dalam pembelian barang dan/atau jasa. Perilaku setiap konsumen bervariasi dan dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang sangat penting bagi organisasi. Oleh karena itu, pengetahuan dan pemahaman tentang perilaku konsumen menjadi tugas dasar baik bagi organisasi (Schiffman & Kanuk, 2018). Perilaku pembelian adalah perilaku khusus dan spesifik yang secara langsung mencerminkan kebutuhan, keinginan, pengejaran kepentingan material dan spiritual seseorang (Robinson, Shaver, & Wrightsman, 1991). Oleh karena itu, organisasi menyadari bahwa karena konsumen telah mengadopsi peran yang agresif dan menuntut, maka organisasi harus mengubah sikap yang ditujukan untuk meningkatkan penggunaan jasanya (Hanaysha, 2018). Perusahaan yang kurang diminati konsumen menjadi pemasalahan pokok bagi perusahaan tersebut (Verhoef et al., 2021).

Mendapatkan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan, analisis yang lebih menyeluruh dan mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih suatu produk/jasa khususnya jasa kesehatan dalam hal ini harus dilakukan karena pembeli yang rasional atau pelanggan dapat memiliki berbagai pertimbangan yang dapat mengarah pada maksimalisasi utilitas yang mungkin diperoleh, dengan cara membandingkan antara barang atau jasa yang mereka peroleh dengan apa yang dikorbankan (biaya) untuk barang atau jasa tersebut (Hasyim & Anindita, 2015). Aspirasi untuk menjaga kesehatan yang baik adalah salah satu universal yang dimiliki oleh individu di seluruh dunia. Namun, terlepas dari keinginan tersebut, masalah kesehatan dapat muncul dan menghambat kemampuan seseorang untuk mencapai kesehatan yang optimal. Dalam keadaan ini, individu terpaksa mencari bantuan medis dari rumah sakit. Menurut Salim & Bachri (2017), industri kesehatan merupakan salah satu bisnis yang menguntungkan saat ini. Rumah sakit merupakan industri jasa yang selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada pasiennya, pelayanan prima tersebut harus didukung dengan pengetahuan manajemen rumah sakit yang memadai. Pasien cenderung menuntut rumah sakit yang dipilih untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan cepat. Rumah sakit harus memiliki strategi untuk menarik dan mempertahankan pasien, strategi yang tepat akan mempengaruhi pasien untuk memilih rumah sakit.

Pertumbuhan ekonomi di negara-negara berkembang telah mendorong peningkatan kebutuhan fasilitas kesehatan, khususnya rumah sakit. Jumlah rumah sakit di negara berkembang

## Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Pelayanan Kesehatan di Instalasi Rawat Inap RSUP Dr Sitanala Tangerang

meningkat setiap tahunnya (Rocha, Santana, & Tello, 2021). Hal ini menciptakan persaingan yang ketat di antara rumah sakit. Memahami perspektif pasien dan menyediakan yang dibutuhkan akan membantu rumah sakit memenangkan bisnis (Hehenkamp & Kaarbøe, 2020; Miao, Zhang, Wu, Zhang, & Jiang, 2019). Untuk jangka panjang, pendekatan nilai strategis diperlukan untuk memungkinkan rumah sakit memberikan layanan yang lebih efektif dan efisien untuk meningkatkan kinerja (Porter & Lee, 2021; Vogus, Gallan, Rathert, El-Manstrly, & Strong, 2020). Manajemen rumah sakit harus memastikan bahwa layanan berkualitas diberikan sesuai dengan standar pemerintah dan diberikan secara optimal (Chakraborty, Kaynak, & Pagán, 2021; Gao & Wang, 2020; Guo, Zhou, Xing, & Li, 2020). Kunjungan pasien yang meningkat akan membuat rumah sakit tetap berada dalam persaingan bisnis kesehatan saat ini (Arici & Gucer, 2018).

Persaingan kualitas antar rumah sakit, yang disebabkan oleh pasien yang secara bebas memilih rumah sakit, hanya dapat terwujud jika perbedaan kualitas antar rumah sakit transparan, dapat dipahami, dan dengan demikian mempengaruhi pilihan rumah sakit pasien. Keputusan pasien untuk memilih rumah sakit sangat penting untuk diteliti karena pada akhirnya mengarah pada hasil rumah sakit yang lebih baik (Kuklinski, Vogel, & Geissler, 2021) Keputusan pasien untuk memilih rumah sakit merupakan bagian dari keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan langkah penting dalam pengambilan keputusan dalam pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk tersebut (Kotler et al., 2018).

RSUP Dr Sitanala Tangerang sebagai salah satu rumah sakit vertikal Kementerian Kesehatan RI menghadapi persaingan ketat dalam industri rumah sakit. RSUP Dr Sitanala Tangerang merasakan adanya tingkat persaingan yang semakin ketat dengan rumah sakit lainnya, dimana terdapat 31 rumah sakit yang berada di Kota Tangerang dengan rincian Rumah Sakit Umum sebanyak 24 rumah sakit yang terdiri dari 4 rumah sakit milik pemerintah dan 20 rumah sakit milik swasta serta Rumah Sakit Khusus yang berjumlah 7 rumah sakit.

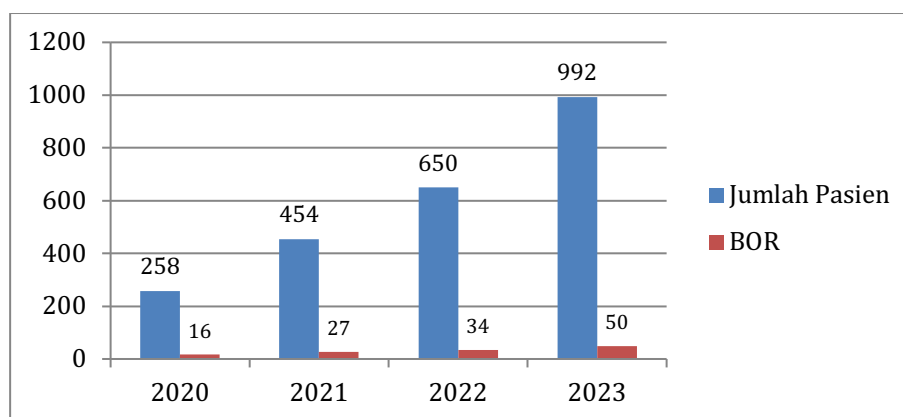
Permasalahan yang dihadapi RSUP Dr Sitanala Tangerang adalah belum optimalnya kunjungan pasien untuk menggunakan pelayanan rawat inap. Berikut data jumlah pasien rawat inap dan Bed Occupancy Ratio (BOR) RSUP Dr Sitanala Tangerang Tahun 2020-2023.

**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Pasien dan BOR Rawat Inap RSUP Dr Sitanala Tangerang Tahun 2020-2023**

Rawat Inap	Tahun			
	2020	2021	2022	2023*
Jumlah Pasien	3098	5450	7798	3966
BOR	16	27	34	50

Keterangan: \* Data Per April 2023

Sumber : Data Rekam Medik RSUP Dr Sitanala Tangerang



**Gambar 1. Rata-Rata Kunjungan Pasien Rawat Inap dan BOR Tahun 2020-2023**

Sumber : Data Rekam Medik RSUP Dr Sitanala Tangerang

Berdasarkan Tabel 1 dan Gambar 1 menunjukkan jumlah pasien rawat inap mengalami kenaikan setiap tahunnya, namun kenaikan tersebut belum sesuai dengan target rumah sakit. Bed Occupancy Ratio (BOR) rawat inap sepanjang tahun 2020-2023 berkisar antara 16 – 50%, masih rendah. Hal ini belum memenuhi nilai parameter BOR yang ideal yaitu 60-85%. Dengan adanya angka BOR yang rendah tersebut dapat disimpulkan bahwa ada permasalahan yang mengakibatkan pasien tidak mau dirawat inap di RSUP Dr Sitanala Tangerang. Berikut data jumlah pasien Instalasi Gawat Darurat (IGD) yang pulang atas permintaan sendiri (APS) tahun 2022.

Salah satu penyebab tidak tercapainya target kunjungan rawat inap di rumah sakit adalah karena kurangnya strategi pemasaran. Disisi lain masyarakat masih memiliki stigma fobia tentang citra Rumah Sakit Kusta yang sebelumnya diyakini oleh masyarakat sebagai rumah sakit yang kotor, tidak terawat dan diisi oleh pasien yang menderita penyakit kusta yang menular dan berbahaya. Stigma ini menjadi gap antara harapan yang diinginkan pasien dengan kenyataan yang diterima sehingga mempengaruhi penilaian pasien terhadap brand image RSUP Dr Sitanala Tangerang.

Diketahui RSUP Dr Sitanala Tangerang merupakan rumah sakit umum pusat kelas C yang memiliki reputasi yang baik, namun berdasarkan persepsi masyarakat mengenai RSUP Dr Sitanala Tangerang diketahui capaian indikator persepsi masyarakat terhadap stigma negatif RSUP Dr Sitanala Tangerang pada tahun 2020 menunjukkan angka realisasi sebesar 6,5%. Ini belum memenuhi target rumah sakit yaitu  $\leq 5\%$ .

Menurut Rencana Strategis Bisnis RSUP Dr Sitanala Tangerang Tahun 2020-2024 Revisi ke 2 masyarakat masih banyak yang belum mendapatkan informasi bahwa RS Dr Sitanala Tangerang melayani selain Pasien Kusta.

Berdasarkan fasilitas dan pelayanan, RSUP Dr Sitanala Tangerang memiliki layanan unggulan dengan didukung teknologi yang canggih, tim dokter yang profesional dan fasilitas umum yang lengkap. RSUP Dr Sitanala Tangerang juga memiliki Instalasi Rawat Inap dengan Kapasitas 200 Bed, yang terdiri dari : Ruang Rawat Intensif (HCU,ICU, ICCU, PICU, NICU, PERINA dan COVICU (Covid ICU); Ruang Rawat Wijaya Kusuma (VIP, Kelas I,II,II dan Ruang Isolasi). Ruang Rawat Melati untuk perawatan kebidanan dan kandungan (Ruang Bayi, VIP, Kelas I,II,III dan Ruang Isolasi). Ruang Rawat Tulip untuk Perawatan Anak (Kelas II, III, Ruang Isolasi Kelas II, Ruang Isolasi Kelas III); Ruang Rawat Asoka (Ruang Isolasi Covid-19 dan Ruang TB Paru), Ruang Rawat Kusta Terpadu (VIP, Kelas I,II,III, Ruang Isolasi dan Ruang Bedah). Berdasarkan data Indikator Kinerja Mutu RSUP Dr Sitanala Tangerang Tahun 2022 diketahui tingkat kepuasan pelanggan (IKM) sebesar 85,56%. Hal ini belum memenuhi standar yaitu 100%.

Hasil observasi mengenai lingkungan fisik rumah sakit terlihat RSUP Dr Sitanala Tangerang memiliki ruang yang luas, area parkir yang luas, kamar yang besar dan ruangan yang harum, serta memiliki pencahayaan ruangan yang baik. Hasil wawancara dengan pasien rawat jalan diketahui terdapat beberapa suhu ruangan yang kurang dingin, pelayanan tenaga kesehatan terkadang kurang ramah terhadap pasien, kamar mandi rumah sakit kadang kurang bersih, pencahayaan masih ada yang kurang nyaman, sehingga membuat pasien merasa tidak nyaman bahkan tidak puas dengan lingkungan fisik. Hal tersebut menunjukkan lingkungan fisik dianggap penting bagi pasien rumah sakit.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan pemahaman mengenai perilaku pasien untuk meningkatkan keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan di rumah sakit. Pasien dalam manajemen dapat dikatakan sebagai konsumen. Perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor sosial, faktor budaya, faktor demografi, dan faktor situasional (Karaboga & Ozsaatci, 2021; Tao, Sun, Liu, Tian, & Zhang, 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik baik secara parsial maupun bersama-sama terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan Kesehatan di instalasi RSUP Dr Sitanala Tangerang.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausalitas, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini dengan menggunakan metode analisis regresi berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian dari tiga variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Umum Pusat (RSUP) Dr Sitanala, dengan alamat Jl. Dr Sitanala no. 99 RT.002/RW.003, Karang Sari, Kec. Neglasari, Kota Tangerang, Banten. Adapun waktu penelitian mulai dari pra survei, pengumpulan data, hingga analisis data dilakukan pada bulan Mei 2023 sampai dengan Agustus 2023.

## Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan di RSUP Dr Sitanala Tangerang. Data jumlah populasi mengacu data internal rumah sakit pasien umum (non jaminan) rawat jalan pada bulan Desember 2022 sebanyak 1157 pasien. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 92 orang.

## Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dikirim langsung atau didistribusikan secara elektronik dengan formulir Google. Survei diberikan kepada responden yang termasuk ke dalam kerangka populasi sesuai kriteria yang telah ditetapkan.

## Analisis Data

### *Statistik Deskriptif*

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden, variabel independen (brand image, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik), dan variabel dependen (keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit). Analisis ini menggunakan Three Box Method untuk mengetahui gambaran deskriptif responden terkait variabel yang diteliti. Setiap item kuisisioner memiliki skor sesuai skala Likert, yaitu skor tertinggi adalah 4 (empat) dan skor terendah adalah 1 (satu).

### *Statistik Inferensial*

Statistik inferensial penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk pengujian hipotesis pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen. Analisis regresi berganda (multiple regression analysis) merupakan satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen tunggal dan beberapa variabel independen.

## Hasil dan Pembahasan

**Tabel 2. Distribusi Karakteristik Responden**

No	Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	Usia	21-30 tahun	30	32,6
		31-40 tahun	27	29,3
		41-50 tahun	24	26,1
		>50 tahun	11	12,0
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki	32	34,8
		Perempuan	60	65,2
3	Pendidikan	SD	4	4,3
		SMP	12	13,0
		SMA	45	48,9
		Sarjana	31	33,7
4	Pekerjaan	Tidak bekerja/Ibu rumah tangga	30	32,6
		Pelajar / Mahasiswa	3	3,3
		Wiraswasta / Wirausaha	12	13,0

PNS	14	15,2
Pegawai Swasta	33	35,9

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti, 2023

Tabel 2 menjelaskan bahwa dari 92 responden, sebagian besar responden memiliki rentang usia 21-30 tahun sebanyak 30 orang (32,6%), dengan perempuan lebih banyak daripada laki-laki sebanyak 60 orang (65,2%). Pendidikan terakhir terbanyak adalah SMA sebanyak 45 orang (48,9%), dengan pekerjaan terbanyak sebagai Pegawai Swasta sebanyak 33 orang (35,9%).

**Tabel 3. Matrik Analisis Three Box Method**

No	Variabel	Indeks			Perilaku
		R	S	T	
1	<i>Brand Image</i>	-	-	√	Sangat Kuat
2	Kualitas Pelayanan	-	-	√	Mendukung
3	Lingkungan fisik	-	-	√	Mendukung
4	Keputusan pasien	-	-	√	Sangat Yakin

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 3 di atas, diketahui (1) Variabel Brand Image berada pada indeks tinggi, berarti brand image yang dimiliki RSUP Dr Sitanala Tangerang sangat kuat dalam menentukan keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan. (2) Variabel Kualitas Pelayanan berada pada indeks tinggi, berarti kualitas pelayanan di RSUP Dr Sitanala Tangerang mendukung dalam menentukan keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan. (3) Variabel Lingkungan Fisik berada pada indeks tinggi, berarti lingkungan fisik yang dimiliki RSUP Dr Sitanala Tangerang mendukung dalam menentukan keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan. (4) Variabel Keputusan Pasien berada pada indeks tinggi, berarti pasien sangat yakin dalam menentukan keputusan menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap RSUP Dr Sitanala Tangerang.

**Tabel 5. Hasil Uji t Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Beta	Beta		
1	(Constant)	1,909	2,199		,868	,388
	Brand Image (X <sub>1</sub> )	,214	,084	,247	2,562	,012
	Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	,267	,064	,431	4,195	,000
	Lingkungan Fisik (X <sub>3</sub> )	,130	,065	,204	2,002	,048

a. Dependent Variable: Keputusan Pasien (Y)

Sumber: Output SPSS hasil olahan peneliti, 2023

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Brand image (X<sub>1</sub>) memperoleh nilai t-hitung sebesar 2,562 > t-tabel 1,9867 dengan taraf signifikansi sebesar 0,012 < 0,05. Dengan perolehan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 maka H<sub>1</sub> diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif brand image terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit.
- Kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) memperoleh nilai t-hitung sebesar 4,195 > t-tabel 1,9867 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan perolehan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 maka H<sub>2</sub> diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit.

Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Pelayanan Kesehatan di Instalasi Rawat Inap RSUP Dr Sitanala Tangerang

- c) Lingkungan fisik (X3) memperoleh nilai t-hitung sebesar  $2,002 > t\text{-tabel } 1,9867$  dengan taraf signifikansi sebesar  $0,048 < 0,05$ . Dengan perolehan nilai signifikansi yang lebih kecil dari  $0,05$  maka H3 diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif lingkungan fisik terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit.

**Tabel 6. Hasil Uji F ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	769,788	3	256,596	50,700	,000 <sup>b</sup>
Residual	445,375	88	5,061		
Total	1215,16	91			

a. Dependent Variable: Keputusan Pasien

b. Predictors: (Constant), *Brand Image*, Kualitas pelayanan, Lingkungan Fisik

Sumber: Output SPSS hasil olahan peneliti, 2023

Hasil penelitian menunjukkan F hitung yang diperoleh adalah  $50,700$ , dengan taraf signifikansi  $0,000$  yang berarti di bawah  $5\%$  ( $0,05$ ). Untuk F Tabel, perlu diketahui degree of freedom (df).

Dengan perolehan F hitung  $50,700 > F\text{ Tabel } 3,10$  dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari  $0,05$ , maka H4 diterima, sehingga dinyatakan terdapat pengaruh secara bersama-sama yang signifikan pada variabel brand image (X1), kualitas pelayanan (X2), dan lingkungan fisik (X3), terhadap keputusan pasien (Y).

## PEMBAHASAN

### Pengaruh brand image terhadap keputusan pasien

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa brand image mempengaruhi secara positif terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Semakin tinggi citra rumah sakit maka semakin tinggi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Kondisi ini menunjukkan bahwa RSUP Dr Sitanala memiliki kekuatan asosiasi merek, keunikan asosiasi merek, dan keunggulan asosiasi merek yang tinggi. Artinya, RSUP Dr Sitanala memiliki citra yang baik di mata pasien.

Kekuatan asosiasi merek merupakan salah satu dimensi brand image yang dapat mempengaruhi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit. Kekuatan asosiasi merek mengandung makna kekuatan yang dimiliki RSUP Dr Sitanala Tangerang yang tidak ditemukan pada rumah sakit lain. Kekuatan tersebut tercermin bahwa rumah sakit sudah terkenal, memiliki fasilitas lengkap dibanding rumah sakit sejenis, dan kemudahan berobat bagi siapa saja, sehingga memberikan pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit. Ruang rawat inap RSUP Dr Sitanala yang luas, dengan kapasitas 200 bed, didukung jenis kelas mulai dari VVIP hingga kelas 3 menjadi bahan pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan layanan instalasi tersebut.

Keunikan asosiasi merek juga merupakan salah satu dimensi brand image yang dapat mempengaruhi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit. Keunikan merek mengandung makna kesan berbeda dirasakan pasien RSUP Dr Sitanala Tangerang atas atribut yang dimiliki rumah sakit yang tidak dimiliki rumah sakit lainnya. Keunikan merek tercermin dalam perilaku rumah sakit mudah diingat, memiliki karakter yang unik, dan ciri/atribut berada di setiap pelayanan kesehatan, sehingga memberikan pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit.

Penggunaan nama-nama ruang rawat inap RSUP Dr Sitanala yang mudah diingat, didukung dengan teknologi yang canggih, dan jumlah instalasi rawat inap terbanyak menjadi bahan pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan layanan instalasi tersebut.

Keunggulan asosiasi merek juga merupakan salah satu dimensi brand image yang dapat mempengaruhi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit. Keunggulan merek mengandung makna kemudahan yang dimiliki RSUP Dr Sitanala Tangerang yang mudah diucapkan oleh pasien, mudah diingat dan menjadi favorit pasien. Keunggulan merek tercermin dalam nama rumah sakit mudah diucapkan pasien, mudah diingat pasien, dan menjadi pilihan utama dalam berobat menjadi bahan pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan layanan instalasi tersebut.

Hasil penelitian ini membuktikan teori bahwa brand image rumah sakit secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pasien menggunakan layanan kesehatan. Brand image rumah sakit adalah persepsi pasien pada rumah sakit yang selalu dapat diingat oleh pasien, dimana citra baik atau buruk yang dibangun rumah sakit tersebut akan dapat mempengaruhi perilaku pasien dalam melakukan keputusan menggunakan pelayanan kesehatan di rumah sakit. Hasil temuan ini mendukung penelitian Ali et al. (2021), Husen et al., (2022), Setyowati et al. (2020), dan Lin & Yin (2022) menunjukkan bahwa brand image rumah sakit akan mengarah pada keputusan pasien memilih rumah sakit, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pasien.

Hasil deskriptif menunjukkan rata-rata indeks skor jawaban variabel brand image diperoleh sebesar 72,75, masuk kategori tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa RSUP Dr Sitanala memiliki kekuatan asosiasi merek, keunikan asosiasi merek, dan keunggulan asosiasi merek yang tinggi. Artinya, RSUP Dr Sitanala memiliki citra yang baik di mata pasien.

Berdasarkan kategori dimensi dapat terlihat kondisi dimensi terendah pada variabel brand image adalah keunikan merek dengan indeks rata-rata 70 masuk dalam kategori tinggi (baik), artinya tingkat pembeda produk dari pesaingnya yaitu kesan yang didapat konsumen atas atribut yang dimiliki suatu produk yang tidak dimiliki produk lainnya sudah baik namun masih memerlukan perhatian khusus untuk lebih ditingkatkan lagi. Dimensi tertinggi brand image pada kekuatan merek dengan indeks rata-rata 75,67 masuk dalam kategori tinggi (baik). Artinya, keunggulan yang dimiliki rumah sakit yang bersifat fisik yang tidak ditemukan pada rumah sakit lain sudah baik sehingga perlu dipertahankan oleh manajemen rumah sakit.

Indeks terendah secara indikator berada pada pernyataan nomor 5 pada dimensi Keunikan Merek yang memuat “RSUP Dr Sitanala memiliki fasilitas kesehatan terlengkap dibandingkan rumah sakit lainnya” dengan indeks 67,5 masuk kategori sedang, sementara indeks tertinggi pada pernyataan nomor 3 pada dimensi Kekuatan Merek yang memuat “RSUP Dr Sitanala ini mampu memberikan kemudahan bagi pasien untuk berobat”, memiliki indeks 77,75 masuk kategori tinggi.

Hal ini menunjukkan brand image merupakan persepsi yang relatif konsisten dalam jangka panjang, sehingga tidak mudah membentuk citra, dan sekali citra terbentuk akan sulit untuk mengubahnya. Citra yang dibentuk harus jelas dan memiliki keunggulan merek dibandingkan dengan merek lain. Pembentukan brand image juga dipengaruhi oleh pengalaman konsumen. Merek pada dasarnya merupakan hal yang penting dalam memasarkan suatu produk. Produsen harus mampu menghasilkan merek yang mudah dikenali, sehingga selalu dapat diingat konsumen dengan citra yang baik, yang kemudian muncul brand image (Shimp & Andrews, 2018).

Brand image adalah persepsi konsumen terhadap suatu merek sebagai cerminan dari asosiasi-asosiasi yang ada dibenak konsumen. Citra merek adalah asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat merek tertentu. Asosiasi tersebut dapat dengan mudah muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang diasosiasikan dengan suatu merek (Kotler & Keller, 2016). Sebuah merek yang dapat mengembalikan reputasinya menjadi lebih unggul dari para pesaingnya akan mendapatkan dukungan dari konsumen dan akan selalu diingat. Selain itu, merupakan sebuah keunikan dan kekuatan suatu merek (Kotler et al., 2018).

Konsumen yang memiliki citra positif terhadap suatu merek, akan lebih cenderung melakukan pembelian (Schiffman & Kanuk, 2018). Brand image sebuah rumah sakit berkaitan dengan tujuan apa pun yang didasarkan pada manfaat utilitarian, seperti jenis perawatan tertentu



## Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Pelayanan Kesehatan di Instalasi Rawat Inap RSUP Dr Sitanala Tangerang

yang populer di rumah sakit tersebut, versus biaya perawatan di lokasi tersebut (Das & Mukherjee, 2016). Brand image rumah sakit dianggap sebagai hasil dari proses yang meliputi pikiran, perasaan dan pengalaman sebelumnya di rumah sakit, kemudian menjadi kesan spiritual dalam ingatan pasien (Mohd Isa et al., 2019). Brand image rumah sakit sangat penting untuk menjaga keberlangsungan dan daya saing rumah sakit (Wu, 2011).

Semakin besar image rumah sakit maka semakin besar pula reputasi rumah sakit tersebut secara keseluruhan, rumah sakit tersebut memiliki reputasi yang positif, dan rumah sakit tersebut memenuhi kebutuhan masyarakat (Mohd Isa et al., 2019). Memiliki citra yang berbeda dengan rumah sakit lainnya, bersih dan memiliki reputasi positif di mata masyarakat, juga memiliki reputasi yang sudah lama dikenal masyarakat (Faaghna, Lita, & Semiarty, 2019).

### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pasien**

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Semakin tinggi kualitas pelayanan rumah sakit maka semakin tinggi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit.

Kehandalan (reliability) merupakan salah satu dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit. Kehandalan (reliability) mengandung makna kesesuaian antara janji yang diberikan dengan layanan yang diberikan oleh RSUP Dr Sitanala Tangerang kepada pasien. Layanan yang diberikan berupa kemudahan dalam prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit, ketepatan jadwal dalam memberikan pelayanan, serta memberikan pelayanan pengobatan yang cepat, sehingga memberikan pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit.

Jaminan (assurance) juga merupakan salah satu dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit. Jaminan (assurance) mengandung makna jaminan yang diberikan oleh RSUP Dr Sitanala Tangerang dan tenaga kesehatan pada pasien. Jaminan tersebut berupa: teliti dan terampil dalam bekerja, bersikap sopan dan ramah, menghargai pasien, serta memberikan informasi tentang penyakit pasien dengan cara yang mudah dimengerti, sehingga memberikan pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit.

Empathy juga merupakan salah satu dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit. Empathy mengandung makna kepedulian atau memberikan perhatian yang tulus bersifat individual RSUP Dr Sitanala Tangerang kepada pasien. Bentuk kepedulian ditunjukkan dengan ketersediaan dokter dan perawat terhadap keluhan pasien, dokter dan perawat mudah dihubungi ketika dibutuhkan, dan dokter atau tenaga medis dan karyawan memahami kebutuhan pasien, sehingga memberikan pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit.

Responsiveness juga merupakan salah satu dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit. Responsiveness mengandung makna ketanggapan atau keinginan yang tulus RSUP Dr Sitanala Tangerang untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pasien, dengan tenaga medis dan karyawan ada sesuai jadwal yang ditentukan, cepat respon menanggapi keluhan pasien, tanggap melayani pasien, dan cekatan dalam menghadapi penyakit pasien, sehingga memberikan pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit.

Hasil temuan ini didukung penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pasien memilih rumah sakit (Ali et al., 2021; Kuklinski et al., 2021; Rochmiati et al., 2021). Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan rumah sakit maka akan mendorong keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit.

Hasil deskriptif menunjukkan rata-rata indeks skor jawaban variabel kualitas pelayanan diperoleh sebesar 73,4 masuk kategori tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa layanan RSUP Dr Sitanala, yang diterima pasien memiliki *reliability*, *assurance*, *empathy*, dan *responsiveness* yang tinggi. Artinya, kualitas pelayanan RSUP Dr Sitanala ada kesesuaian antara janji yang diberikan dengan layanan yang diberikan; tenaga kesehatan teliti dan terampil dalam bekerja, bersikap sopan dan ramah, menghargai pasien, serta memberikan informasi tentang penyakit pasien dengan cara yang mudah dimengerti; peduli dan memberikan perhatian yang tulus bersifat individual; dan ketanggapan atau keinginan yang tulus RSUP Dr Sitanala Tangerang untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pasien, dengan tenaga medis dan karyawan ada sesuai jadwal yang ditentukan, cepat respon menanggapi keluhan pasien, tanggap melayani pasien, dan cekatan dalam menghadapi penyakit pasien.

Berdasarkan kategori dimensi kondisi dimensi terendah pada variabel kualitas pelayanan berada pada dimensi *empathy* dengan indeks rata-rata 72,58 masuk dalam kategori tinggi (baik). Artinya, kepedulian atau memberikan perhatian yang tulus bersifat individual RSUP Dr Sitanala Tangerang kepada pasien. Bentuk kepedulian ditunjukkan dengan kebersediaan dokter dan perawat terhadap keluhan pasien, dokter dan perawat mudah dihubungi ketika dibutuhkan, dan dokter atau tenaga medis dan karyawan memahami kebutuhan pasien sudah baik namun masih memerlukan perhatian khusus untuk lebih ditingkatkan lagi. Dimensi tertinggi pada variabel kualitas pelayanan berada pada dimensi *assurance* dengan indeks rata-rata 74,81 masuk dalam kategori tinggi (baik). Artinya jaminan yang diberikan oleh RSUP Dr Sitanala Tangerang dan tenaga kesehatan pada pasien sudah baik. Jaminan tersebut berupa: teliti dan terampil dalam bekerja, bersikap sopan dan ramah, menghargai pasien, serta memberikan informasi tentang penyakit pasien dengan cara yang mudah dimengerti, sehingga perlu dipertahankan oleh manajemen rumah sakit.

Indeks terendah secara indikator berada pada pernyataan nomor item 2 dan 3 pada dimensi *Reliability* yang memuat pernyataan “RSUP Dr Sitanala mengutamakan ketepatan jadwal dalam memberikan pelayanan” dan “RSUP Dr Sitanala memberikan pelayanan pengobatan yang cepat” dengan indeks 70,5 masuk kategori tinggi, sementara indeks tertinggi pada pernyataan nomor 1 pada dimensi *Reliability* yang memuat “Layanan yang diberikan RSUP Dr Sitanala berupa kemudahan dalam prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit”, memiliki indeks 75,75 masuk kategori tinggi.

Hasil ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan rumah sakit merupakan hal penting sebagai acuan dalam membenahan pelayanan sehingga menciptakan suatu kepuasan dan loyalitas dari pasien. Pengemasan kualitas layanan harus menjadi salah satu strategi pemasaran rumah sakit yang akan menjual jasa pelayanan kepada pasien (pasien dan keluarganya). Bentuk layanan jasa rumah sakit antara lain mampu menangani penyakit yang diderita pasien, keramahan dan kesigapan para dokter, perawat maupun karyawan, sehingga diharapkan akan terbentuk keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit sehingga berdampak pada kepuasan dan loyalitas pasien. Kualitas layanan dinilai berdasarkan lima dimensi utama yaitu bentuk fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), perhatian (*empathy*), dan daya tanggap (*responsiveness*) (Parasuraman et al., 1998).

Persaingan kualitas antar rumah sakit, yang disebabkan oleh pasien yang secara bebas memilih rumah sakit, hanya dapat terwujud jika perbedaan kualitas antar rumah sakit transparan, dapat dipahami, dan dengan demikian memengaruhi pilihan rumah sakit pasien (Kuklinski et al., 2021). Hal ini karena pasien bertindak secara rasional, yaitu lebih memilih kualitas yang lebih baik daripada kualitas yang lebih buruk. Selain itu, pasien dapat memilih dari rangkaian rumah sakit yang beragam dalam hal kualitas (Kuklinski et al., 2021).

### **Pengaruh lingkungan fisik terhadap keputusan pasien**

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa lingkungan fisik mempengaruhi secara positif terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Semakin tinggi lingkungan fisik rumah sakit maka semakin tinggi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit.

## Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Pelayanan Kesehatan di Instalasi Rawat Inap RSUP Dr Sitanala Tangerang

Ambient conditions merupakan salah satu dimensi lingkungan fisik yang dapat mempengaruhi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit. Ambient conditions mengandung makna karakteristik lingkungan RSUP Dr Sitanala Tangerang yang dapat dirasakan dengan kelima panca indera pasien, meliputi tata cahaya dan warna ruangan rumah sakit, ukuran dan bentuk ruangan atau kamar, suara seperti kebisingan dan musik, temperatur udara, dan aroma atau bau. RSUP Dr Sitanala mempunyai tata cahaya ruangan yang membuat nyaman di mata, warna tembok ruangan di RSUP Dr Sitanala membuat pasien betah menunggu antrian, ukuran atau bentuk ruangan di RSUP Dr Sitanala cukup luas (tidak membuat sesak), rumah sakit ini memiliki aroma atau bau yang harum sehingga cukup memenangkan pasien ketika berobat, dan temperatur udara (AC) cukup menyejukkan, sehingga membuat pasien betah telah memberikan pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit.

Space/functionality merupakan salah satu dimensi lingkungan fisik yang dapat mempengaruhi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit. Space/functionality mengandung makna pengaturan peralatan dan interior untuk visual dari tampilan fisik RSUP Dr Sitanala Tangerang dan fungsi-fungsi yang bermanfaat untuk memudahkan performa proses pelayanan rawat inap pasien, meliputi: tata letak peralatan, tata letak ruangan, kebersihan alat, keberfungsian alat. Kondisi lantai RSUP Dr Sitanala Tangerang tidak licin, jarak antara ruangan yang satu dengan yang lain cukup berdekatan, alat-alat baik kesehatan maupun non kesehatan seperti kursi tunggu dan lainnya cukup bersih, fasilitas alat-alat seperti dispenser, televisi, dan lain-lain di RSUP Dr Sitanala Tangerang berfungsi dengan baik, dan interior dinding tidak norak, telah memberikan pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit.

Signs, symbols, and artifacts juga merupakan salah satu dimensi lingkungan fisik yang dapat mempengaruhi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit. Signs, symbols, and artifacts mengandung makna tanda/label, petunjuk arah, rambu, artefak pribadi dan gaya dekorasi RSUP Dr Sitanala Tangerang yang bertindak sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan sesuatu pada pasien, membantu pasien menemukan apa yang dicari, dan menyampaikan skenario layanan. Papan nama RSUP Dr Sitanala Tangerang mudah terlihat dengan jelas dari kejauhan, tanda-tanda yang tersedia memudahkan pasien menuju ruangan yang dituju, rambu-rambu atau peringatan yang tertempel di dinding atau banner memberikan informasi yang dibutuhkan pasien, RSUP Dr Sitanala Tangerang tidak terlalu banyak hiasan dinding yang dipajang, dan ornamen-ornamen yang ada di RSUP Dr Sitanala Tangerang sesuai dengan tema atau pesan yang ingin disampaikan, telah memberikan pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit.

Hasil temuan ini mendukung penelitian Hussein et al. (2022) bahwa faktor lingkungan fisik yang mempengaruhi keputusan pasien adalah kebisingan dan alarm. Mendukung penelitian Karmita et al. (2021) bahwa lingkungan fisik mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pasien rawat inap memanfaatkan pelayanan rawat inap. Hasil ini juga mendukung penelitian Nurliyah et al. (2022) bahwa ada hubungan positif lingkungan fisik dengan keputusan pasien memilih pelayanan kesehatan unit rawat inap Rumah Sakit.

Hasil deskriptif menunjukkan rata indeks skor jawaban variabel lingkungan fisik diperoleh sebesar 74,5 masuk kategori tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa lingkungan fisik RSUP Dr Sitanala Tangerang sudah baik. Artinya, atribut khusus yang dapat dilihat oleh pasien melalui panca indera oleh perancangan lingkungan fisik RSUP Dr Sitanala Tangerang sudah baik.

Berdasarkan kategori dimensi dapat terlihat kondisi dimensi terendah pada variabel lingkungan fisik berada pada dimensi Space/Fungsionalitas dengan indeks rata-rata 73,90 masuk dalam kategori tinggi (baik). Artinya pengaturan peralatan dan interior untuk visual dari tampilan fisik RSUP Dr Sitanala Tangerang dan fungsi-fungsi yang bermanfaat untuk memudahkan performa proses pelayanan rawat inap pasien, meliputi: tata letak peralatan, tata letak ruangan, kebersihan alat, keberfungsian alat sudah baik namun masih memerlukan perhatian khusus untuk lebih ditingkatkan lagi. Dimensi tertinggi pada variabel lingkungan fisik berada pada dimensi

Ambient Conditions dengan indeks rata-rata 74,95 masuk dalam kategori tinggi (baik). Artinya karakteristik lingkungan RSUP Dr Sitanala Tangerang yang dapat dirasakan dengan kelima panca indera pasien, meliputi tata cahaya dan warna ruangan rumah sakit, ukuran dan bentuk ruangan atau kamar, suara seperti kebisingan dan musik, temperatur udara, dan aroma atau bau sudah baik, sehingga perlu dipertahankan oleh manajemen rumah sakit.

Indeks terendah secara indikator berada pada pernyataan nomor item 9 pada dimensi Space/Fungsionalitas yang memuat “Fasilitas alat-alat seperti dispenser, televisi, dan lain-lain di RSUP Dr Sitanala Tangerang berfungsi dengan baik” dengan indeks 72,75 masuk kategori tinggi dan pernyataan nomor item 15 pada dimensi Sign, Symbols and Artifacts yang memuat “Ornamen-ornamen yang ada di RSUP Dr Sitanala Tangerang sesuai dengan tema atau pesan yang ingin disampaikan” dengan indeks 72,75 masuk kategori tinggi. Sementara indeks tertinggi pada pernyataan nomor 11 pada dimensi Sign, Symbols and Artifacts yang memuat “Papan nama RSUP Dr Sitanala Tangerang mudah terlihat dengan jelas dari kejauhan”, memiliki indeks 77 masuk kategori tinggi.

Hasil ini menjelaskan bahwa menjelaskan bahwa lingkungan fisik rumah sakit merupakan hal penting sebagai acuan dalam pembenahan pelayanan sehingga menciptakan suatu kepuasan dan loyalitas dari pasien. Menurut Zeithaml et al. (2018), perilaku manusia dipengaruhi oleh latar fisik. Menurut Bitner (1992) yang dikutip Wirtz & Lovelock (2018), pengaturan fisik berperan penting dalam membentuk ekspektasi tamu; membedakan perusahaan satu sama lain; memfasilitasi tujuan kepuasan tamu serta tujuan karyawan-pelanggan; dan mempengaruhi sifat pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Oleh karena itu penting bagi perusahaan jasa seperti industri kesehatan untuk menyusun lingkungan fisik dan secara efisien memasukkan elemen estetika seperti arsitektur dan desain dalam tata letak keseluruhan untuk menarik pelanggan dengan menyenangkan, meningkatkan kepuasan dan mempromosikan pengulangan pelanggan.

Bitner (1992) memberikan istilah lingkungan fisik berwujud sebagai *servicescape*. Tujuannya membedakan aspek-aspek lingkungan fisik tersebut, misalnya papan nama, peralatan, furnitur, yang memberikan petunjuk nyata tentang penawaran layanan, dan bukti fisik lainnya, misalnya seragam dan kartu nama (Mudie & Cottam, 2006).

Bitner (1990) mengidentifikasi tiga dimensi *servicescape* yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian yaitu; *ambient conditions* (kondisi lingkungan), *spatial layout and functionality* (tata ruang dan fungsionalitas) dan *signs, symbols and artifacts* (tanda, simbol, dan artefak) (Wirtz & Lovelock, 2018).

Lingkungan fisik merupakan kesan-kesan yang diciptakan pada pancaindera oleh perancangan lingkungan fisik tempat jasa diserahkan. Desain dan tata letak fasilitas sangat erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan saat disuatu ruangan. Persepsi yang timbul adalah bentuk interaksi dari pelanggan, desain yang menarik, atribut-atribut yang tersedia dan membuat nyaman pelanggan dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan ketertarikan pelanggan untuk menikmati fasilitas jasa (Lovelock & Wright, 2011).

Lingkungan fisik rumah sakit berperan penting dalam pembentukan keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Lingkungan fisik berperan penting dalam mempromosikan kesehatan dan kesejahteraan bagi pasien dan menyediakan tempat kerja yang mendukung bagi staf di lingkungan perawatan kesehatan (Nordin et al., 2021). Pada rumah sakit lingkungan fisik yang mencakup lokasi, peralatan dan fasilitas, yang dianggap penting oleh pasien rumah sakit (Karmita et al., 2021).

### **Pengaruh brand image, kualitas pelayanan, lingkungan fisik terhadap keputusan pasien**

Hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama pada variabel brand image, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik terhadap keputusan pasien. Ini menjelaskan bahwa citra rumah sakit yang baik, dengan kualitas pelayanan yang optimal, dan didukung lingkungan fisik yang memadai maka akan menjadi pertimbangan pasien untuk memutuskan menggunakan pelayanan kesehatan di instalasi rawat inap rumah sakit.

Hasil temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan faktor-faktor yang terkait dengan keputusan pasien memilih rumah sakit tergantung kepada brand image (Ali

# Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Pelayanan Kesehatan di Instalasi Rawat Inap RSUP Dr Sitanala Tangerang

et al., 2021; Husen et al., 2022), kualitas layanan itu sendiri (Ali et al., 2021; Angelin et al., 2019; Avdic et al., 2019; Kuklinski et al., 2021), dan kondisi fisik atau penampilan dari layanan (Hussein et al., 2022; Karmita et al., 2021).

Hasil temuan ini sejalan dengan teori Andersen (1995), keputusan memilih tempat berobat berarti keputusan pasien untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan. Pemanfaatan pelayanan kesehatan dipengaruhi oleh komponen predisposisi, komponen pemungkin, dan kebutuhan seseorang terhadap pelayanan kesehatan. Andersen menjelaskan komponen predisposisi dalam tiga faktor, yaitu: a) Faktor demografis (terdiri dari umur, jenis kelamin dan status perkawinan), struktur sosial (terdiri dari tingkat pendidikan, pekerjaan dan ras), keyakinan (terdiri dari keyakinan, sikap atau pandangan terhadap kesehatan layanan, dan pengetahuan). b) Faktor pemungkin terdiri dari sumber daya keluarga (pendapatan, jaminan asuransi), kualitas layanan dan jarak. c) Faktor kebutuhan terdiri dari tarif, fasilitas, petugas pelayanan, lokasi, kecepatan pelayanan, dan informasi.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan mengenai pengaruh brand image, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik terhadap keputusan pasien; (1) Brand image mempengaruhi secara positif terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Semakin tinggi citra rumah sakit maka semakin tinggi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Kondisi ini menunjukkan bahwa RSUP Dr Sitanala memiliki kekuatan asosiasi merek, keunikan asosiasi merek, dan keunggulan asosiasi merek yang tinggi. Artinya, RSUP Dr. Sitanala memiliki citra yang baik di mata pasien, (2) kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Semakin tinggi kualitas pelayanan rumah sakit maka semakin tinggi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit, (3) lingkungan fisik mempengaruhi secara positif terhadap keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit. Semakin tinggi lingkungan fisik rumah sakit maka semakin tinggi keputusan pasien menggunakan pelayanan kesehatan rumah sakit, dan (4) terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel brand image, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik terhadap keputusan pasien.

## BIBLIOGRAFI

- Andersen, R. M. (1995). Revisiting the Behavioral Model and Access to Medical Care: Does it Matter? *Journal of Health and Social Behavior*, 36(1), 1–10.
- Angelin, M., Simanjourang, A., & Lubis, M. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pasien Dalam Pemanfaatan Instalasi Rawat Inap Rsu Hidayah Delitua Tahun 2017. *Global Health Science*, 4(4), 243–250. Diambil dari <http://jurnal.csdforum.com/index.php/GHS/article/view/160>
- Arici, N. C., & Gucer, E. (2018). The Antecedents of Revisit Intention in Medical Businesses. *Journal of Business Research - Turk*, 10(2), 740–757. <https://doi.org/10.20491/isarder.2018.45>
- Avdic, D., Moscelli, G., Pilny, A., & Sriubaite, I. (2019). Subjective and objective quality and choice of hospital: Evidence from maternal care services in Germany. *Journal of Health Economics*, 68, 102229. <https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2019.102229>
- Chakraborty, S., Kaynak, H., & Pagán, J. A. (2021). Bridging hospital quality leadership to patient care quality. *International Journal of Production Economics*, 233(October 2020). <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.108010>
- Das, G., & Mukherjee, S. (2016). A measure of medical tourism destination brand equity. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 10(1), 1–37. Diambil dari

- <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25080650><http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-40949165748%7B&%7DpartnerID=tZOtx3y1>
- Faaghna, L., Lita, R. P., & Semiarty, R. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ulang Pasien ke Poliklinik Spesialis di RSI Ibnu Sina Padang (BPJS Kesehatan). *Jurnal Kesehatan Andalas*, 8(2), 295. <https://doi.org/10.25077/jka.v8i2.1005>
- Gao, Q., & Wang, D. (2020). Hospital efficiency and equity in health care delivery: A study based in China. *Socio-Economic Planning Sciences*, 76, 100964. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100964>
- Guo, Y., Zhou, Y., Xing, X., & Li, X. (2020). Exploring the relationship between service quality of private hospitals and patient loyalty from the perspective of health service. *Iranian Journal of Public Health*, 49(6), 1097–1105. <https://doi.org/10.18502/ijph.v49i6.3361>
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU research review*, 2(1), 7–23.
- Hasyim, & Anindita, R. (2015). Building Purchase Decision towards Private Higher Education through Perceived Value and Institution Image. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 7, 1–11.
- Husen, M. A. T., Andry, & Hilmy, R. (2022). Analisis Pengaruh Keputusan Berobat Dalam Memediasi Kunjungan Pasien: Studi Sem Analisis. *Jurnal Health Sains*, 3(3), 445–459.
- Hussein, D. A., Abdulrahman, H. A., Noori, A. S., & Mohammed, Q. H. (2022). Factors Affecting Patients' Decision about Length of Hospitalization at Intensive Care Units. *Bahrain Medical Bulletin*, 44(1), 795–798.
- Karmita, Arnan, & Alwi, K. M. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pasien Rawat Inap untuk Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan di RS Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Tahun 2021. *Journal of Muslim Community Health*, 2(2), 40–57.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing (Global)*. San Francisco: Pearson Education Limited. Diambil dari [www.mymktlab.com](http://www.mymktlab.com)
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing 17th Global Edition*. In Pearson Education Limited. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing management (15 ed.)*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Shalowitz, J., & Stevens, R. J. (2008). *Strategic marketing for health care organizations: building a customer-driven health system*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Kuklinski, D., Vogel, J., & Geissler, A. (2021). The impact of quality on hospital choice. Which information affects patients' behavior for colorectal resection or knee replacement? *Health Care Manag Sci*, 24(1), 185–202.
- Kusumawati, E. (2023). The effect of situational leadership, organizational culture and achievement motivation on the work professionalism of kindergarten teacher.
- Lin, W., & Yin, W. (2022). Impacts of service quality, brand image, and perceived value on outpatient's loyalty to China's private dental clinics with service satisfaction as a mediator. *PLoS ONE*, 17(6 June), 1–9. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0269233>
- Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (2011). *Managemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks (Gramedia Group).
- Miao, R., Zhang, H., Wu, Q., Zhang, J., & Jiang, Z. (2019). Using structural equation modeling to analyze patient value, satisfaction, and loyalty: a case study of healthcare in China. *International Journal of Production Research*, 58(2), 577–596. <https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1598595>
- Mohd Isa, S., Lim, G. S. S., & Chin, P. N. (2019). Patients' intent to revisit with trust as the mediating role: lessons from Penang Malaysia. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 13(2), 140–159. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-10-2017-0056>
- Mudie, P., & Cottam, A. (2006). *Management and Marketing of Services*. USA: Routledge.
- Nordin, S., Swall, A., Anåker, A., von Koch, L., & Elf, M. (2021). Does the physical environment matter? - A qualitative study of healthcare professionals' experiences of newly built stroke

Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Pelayanan Kesehatan di Instalasi Rawat Inap RSUP Dr Sitanala Tangerang

- units. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being*, 16(1). <https://doi.org/10.1080/17482631.2021.1917880>
- Nurliyah, Rahmadani, S., & Rosmanely, S. (2022). Hubungan Brand Image dengan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan Unit Rawat Inap Rumah Sakit Anugrah Pangkajene. *Kampurui Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 4(2), 96–104. Diambil dari <https://www.ejournal.lppmunidayan.ac.id/index.p>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. *Journal Of Retailing*, 64(1), 12–37. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Porter, M. E., & Lee, T. H. (2021). Integrated Practice Units: A Playbook for Health Care Leaders. *NEJM Catalyst*, 2(1), 1–17. <https://doi.org/10.1056/cat.20.0237>
- Robinson, J. P., Shaver, P. R., & Wrightsman, L. S. (1991). Measures of Personality and Social Psychological Attitudes. In *Handbook of Research Design & Social Measurement*. New York and London: Academic Press. <https://doi.org/10.4135/9781412984386.n94>
- Rocha, J. V. M., Santana, R., & Tello, J. E. (2021). Hospitalization for ambulatory care sensitive conditions: What conditions make inter-country comparisons possible? *Health Policy OPEN*, 2(December 2020). <https://doi.org/10.1016/j.hpopen.2021.100030>
- Rochmiati, Suryawati, C., & Shaluhiyah, Z. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pilihan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Syariah. *Jurnal Kesehatan Masyarakat STIKES Cendekia Utama Kudus*, 8(2), 152–164.
- Rusmin, M., Bujawati, E., & Ashar, A. (2016). Analisis hubungan antara brand image (citra merek) dengan pemanfaatan layanan rawat inap rumah sakit umum swasta di kota makassar tahun 2016. *Public Health Science Journal*, 8(44), 139–150.
- Salim, M., & Bachri, S. (2017). Factors Influencing Patients' Decision in Selecting Rumah Sakit Umum Daerah (Regional Public Health) Bengkulu City. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 25(2), 41–51. <https://doi.org/10.21776/ub.ijabs.2017.25.2.04>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2018). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Schneider, B., & White, S. S. (2004). *Service Quality: Research Perspectives*. In *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. California: SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452229102>
- Setyowati, A., Djawoto, & Soekotjo, H. (2020). Effect Of Service Marketing Mix On Hospital Selection Mediated With Brand Image On Hospital's Outpatients. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(4), 1207–1214.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2018). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications* (10th ed.). United State of America: Cengage Learning.
- Tao, H., Sun, X., Liu, X., Tian, J., & Zhang, D. (2022). The Impact of Consumer Purchase Behavior Changes on the Business Model Design of Consumer Services Companies Over the Course of COVID-19. *Frontiers in Psychology*, 13(March), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.818845>
- Toussaint, M., Cabanelas, P., & González-Alvarado, T. E. (2021). What about the consumer choice? The influence of social sustainability on consumer's purchasing behavior in the Food Value Chain. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100134
- Uboegbulam, G. C., & Ezurume, S. O. (2020). Physical Environment, Service Quality and Guest Revisit Intention in Port-Harcourt Hotels. *Multidisciplinary Peer Reviewed Journal*, 6(8), 118–130.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122(September), 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>

- Vogus, T. J., Gallan, A., Rathert, C., El-Manstrly, D., & Strong, A. (2020). Whose experience is it anyway? Toward a constructive engagement of tensions in patient-centered health care. *Journal of Service Management*, 31(5), 979–1013. <https://doi.org/10.1108/JOSM-04-2020-0095>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. H. (2018). *Essentials of Services Marketing*. England: Pearson.
- Wu, C.-C. (2011). The Impact Of Hospital Brand Image On Service Quality, Patient Satisfaction And Loyalty. *African Journal of Business Management*, 5(12), 4873–4882. <https://doi.org/10.5897/AJBM10.1347>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2012). *Services marketing : Integrating customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill Education.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing : integrating customer focus across the firm*. In *Dictionary of Marketing Communications*. New York: McGraw-Hill Education. <https://doi.org/10.4135/9781452229669.n3303>.

---

**Copyright holder:**

Dwi Ridha Tama, Hasyim, M. Reza Hilmy (2024)

**First publication right:**

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

**This article is licensed under:**

