AKADEMIK E-ISSN 2774-888X
Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis
Vol. 5, No. 2, Mei 2025

Pengaruh Citra Merek dan Fasilitas dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan serta Implikasinya terhadap Kepuasan Pasien di UPTD Puskesmas Kertajati, Kabupaten Majalengka

Meirza Aprillia[1], Farida Yuliati[2], Chevi Wirawan[3], Vip Paramarta[4], Rulia[5]
Universitas Sangga Buana YPKP, Indonesia
meirza.aprillia@gmail.com[1], farida.yuliaty@usbypkp.ac.id[2],
cheviewirawan@gmail.com[3], vip@usbypkp.ac.id[4], rulia_rudayat@yahoo.com[5]

Submitted: 05th March 2025 | **Edited**: 27th April 2025 | **Issued**: 01st May 2025

Cited on: Aprillia, M., Yuliati, F., Wirawan, C., Paramarta, V., & Rulia, R. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Fasilitas dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan serta Implikasinya terhadap Kepuasan Pasien di UPTD Puskesmas Kertajati, Kabupaten Majalengka. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 5*(2), 898-911.

ABSTRACT

Patient satisfaction is the main indicator of service quality and performance in Puskesmas. In UPTD Puskesmas Kertajati, low patient satisfaction has an impact on accreditation which only reaches the main level. Factors that influence patient satisfaction include brand image, service quality, and facilities. This study analyzes the effect of brand image and facilities on patient satisfaction through service quality.

Using a descriptive verification method, this study examines brand image and facilities as exogenous variables, service quality as an intervening variable, and patient satisfaction as an endogenous variable. The research sample consisted of 303 patients selected through purposive sampling techniques. This study uses quantitative data collected through questionnaires and analyzed using Path Analysis. The results showed that brand image, facilities, service quality, and patient satisfaction were in the "very good" category. Brand image and facilities significantly influence service quality, which ultimately has a strong positive impact on patient satisfaction. Service quality acts as a perfect mediating variable in the relationship between brand image and patient satisfaction, indicating a strong correlation between the two. To improve patient satisfaction, UPTD Puskesmas Kertajati needs to improve its reputation by training human resources, optimizing the layout of the waiting room, and fostering empathy among medical personnel. A culture of continuous improvement is essential to improving service quality and maintaining competitiveness with other health service centers.

Keywords: Brand image, Facilities, Service Quality, Patient Satisfaction

PENDAHULUAN

Menurut Kotler & Keller (2021), kepuasan konsumen merupakan reaksi emosional berupa rasa senang atau kecewa yang muncul akibat perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan dengan ekspektasi pelanggan. Sementara itu, Kosasih dan Vip Paramarta (2020) menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan evaluasi menyeluruh terhadap keunggulan suatu produk

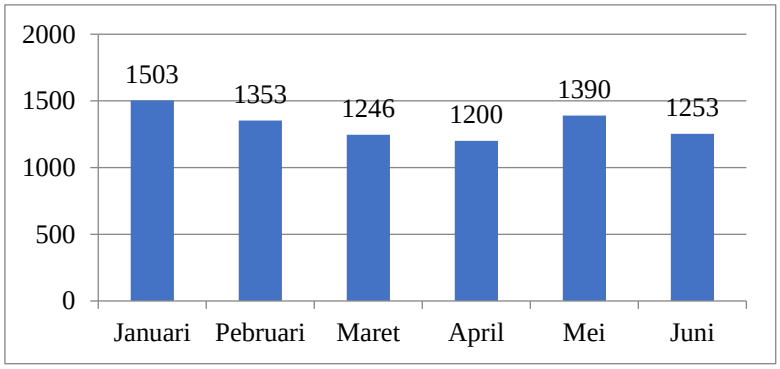
atau jasa. Persepsi ini terbentuk dari pengalaman pelanggan dalam menerima layanan, di mana kepuasan pelanggan menjadi indikator utama dalam menilai kualitas jasa yang diberikan.

Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan meliputi citra merek, kualitas pelayanan (Abu-Bader & Jones, 2021), dan fasilitas (Badjamal, 2019). (Bulan, et al., 2024) menjelaskan bahwa citra merek merupakan kumpulan keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu merek. Citra merek yang kuat akan membentuk kepercayaan pelanggan serta mempengaruhi persepsi mereka terhadap suatu produk atau jasa. Kotler dan Armstrong (2019) menambahkan bahwa citra merek yang positif dapat meningkatkan preferensi pelanggan terhadap suatu produk dan memperkuat daya saing perusahaan.

Selain citra merek, kualitas pelayanan juga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kosasih dan Vip Paramarta (2020) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dan layanan yang mereka terima secara nyata. Layanan yang berkualitas akan menciptakan kenyamanan dan kepuasan bagi pelanggan, sedangkan pelayanan yang buruk dapat menyebabkan ketidaknyamanan serta menurunkan loyalitas pelanggan (Hasibuan, 2020).

Faktor lain yang berpengaruh adalah fasilitas. Konsumen menilai fasilitas sebagai bagian dari pengalaman mereka dalam menggunakan suatu layanan (Azwar, 2016). Semakin lengkap dan nyaman fasilitas yang tersedia, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Fasilitas yang baik juga meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan (Kabbani & Santoso, 2023). Penelitian ini berfokus pada pasien serta keluarga pasien di Unit Rawat Jalan UPTD Puskesmas Kertajati, Kabupaten Majalengka. Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada hasil observasi yang menunjukkan adanya fluktuasi jumlah kunjungan pasien dari Januari hingga Juni 2024.

E-ISSN 2774-888X



Gambar 1. Grafik Jumlah Kunjungan Pasien di UPTD Puskesmas Kertajati Bulan Januari – Juni 2024

Sumber : Hasil Studi Pendahuluan, 2024

Hasil survei awal terhadap 10 pasien mengenai kepuasan layanan di UPTD Puskesmas Kertajati menunjukkan bahwa 6 pasien merasa tidak puas, sementara 4 pasien menyatakan puas. Ketidakpuasan pasien disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya sikap pegawai yang kurang ramah (6 orang), keterlambatan dalam pelayanan (7 orang), proses pendaftaran yang memakan waktu lama (6 orang), serta suasana ruang pemeriksaan yang kurang nyaman (7 orang). Selain itu, beberapa pasien juga mengeluhkan kebersihan dan kelengkapan alat medis (6 orang), informasi diagnosis yang kurang jelas (6 orang), serta ketidaktepatan dalam pemberian pengobatan (5 orang).

Penurunan kepuasan pasien ini diduga dipengaruhi oleh tiga faktor utama. Pertama, brand image Puskesmas berdasarkan indikator cakupan layanan, yang menunjukkan bahwa hanya 15,64% pasien yang menggunakan layanan ini, jauh di bawah target standar pelayanan minimum sebesar 75%. Kedua, kualitas pelayanan, khususnya pada dimensi jaminan (assurance), seperti keramahan, perhatian, dan sikap pegawai, di mana hanya 40% pasien atau keluarganya yang merasa puas. Ketiga, fasilitas yang tersedia, termasuk kebersihan, kelengkapan, dan kerapian fasilitas, yang juga hanya mendapatkan tingkat kepuasan sebesar 40%.

Masalah kepuasan pasien di UPTD Puskesmas Kertajati ini berdampak pada hasil akreditasi, yang hanya mencapai predikat utama, dengan skor 60% dari standar minimal 80% dalam aspek Penyelenggaraan Kesehatan Perseorangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh *brand* image dan fasilitas dalam meningkatkan kualitas pelayanan, yang berimplikasi pada kepuasan pasien di UPTD Puskesmas Kertajati Kabupaten Majalengka.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan aspek penting dalam menilai kualitas suatu layanan. Menurut (Dewanti, et al., 2023), kepuasan konsumen adalah reaksi emosional berupa rasa senang atau kecewa yang muncul akibat perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan tercipta ketika layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan.

Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan

Kosasih dan Vip Paramarta (2020) menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan evaluasi menyeluruh terhadap keunggulan suatu produk atau jasa. Persepsi ini terbentuk dari pengalaman pelanggan dalam menerima layanan, di mana kepuasan pelanggan menjadi indikator utama dalam menilai kualitas jasa yang diberikan.

Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

1. Brand Image

   Menurut (Farida, 2017), citra merek atau brand image adalah kumpulan keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu merek. Citra merek yang kuat dapat membentuk kepercayaan pelanggan serta mempengaruhi persepsi mereka terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Kotler dan Armstrong (2019) menambahkan bahwa citra merek yang positif dapat meningkatkan preferensi pelanggan terhadap suatu produk serta memperkuat daya saing perusahaan.

2. Kualitas Pelayanan

   Kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam kepuasan pelanggan. (Fatimah, et al., 2021) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan layanan yang mereka terima secara nyata (actual performance). Pelayanan yang baik akan menciptakan kenyamanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, sementara pelayanan yang buruk dapat menyebabkan ketidaknyamanan serta menurunkan loyalitas pelanggan.

3. Fasilitas

   Selain brand image dan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh fasilitas yang tersedia. Menurut (Lihi, et al., 2020), fasilitas yang lengkap dan nyaman dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena fasilitas sering dijadikan tolok ukur dalam menilai kualitas pelayanan yang diterima. Semakin baik ketersediaan fasilitas, semakin tinggi kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa tersebut.

Kepuasan Pasien dalam Konteks Pelayanan Kesehatan

Dalam konteks pelayanan kesehatan, kepuasan pasien menjadi faktor utama dalam menilai kualitas layanan yang diberikan oleh fasilitas Kesehatan (Monim, et al., 2022). Hasil studi terdahulu yang dilakukan oleh (Saputra, 2018) menunjukkan bahwa pasien di UPTD Puskesmas Kertajati masih mengalami ketidakpuasan akibat berbagai faktor, seperti sikap pegawai yang kurang ramah, keterlambatan pelayanan, serta kelengkapan dan kebersihan fasilitas medis. Oleh karena itu, peningkatan brand image, kualitas pelayanan, dan fasilitas menjadi strategi utama dalam meningkatkan kepuasan pasien di Puskesmas. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh brand image dan fasilitas dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang berimplikasi terhadap kepuasan pasien di UPTD Puskesmas Kertajati Kabupaten Majalengka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif (Ghazali, 2018). Dalam penelitian ini, variabel eksogen terdiri dari brand image (X1) dan fasilitas (X2), sementara variabel intervening adalah kualitas pelayanan (Y), serta variabel endogen berupa kepuasan pasien (Z). Sampel penelitian berjumlah 303 pasien yang berkunjung ke UPTD Puskesmas Kertajati, yang dipilih melalui teknik purposive sampling.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, dengan sumber data primer yang diperoleh melalui kuesioner serta wawancara. Rancangan penelitian mencakup transformasi data, pengujian asumsi klasik, analisis deskriptif, serta *analisis verifikatif* menggunakan *Path Analysis.* Selain itu, pengujian hipotesis mediasi dilakukan dengan menggunakan *uji Sobel (Sobel test).*

HASIL PENELITAN

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif

No.	Variabel	Skor	Rata-rata	Kategori
1.	Brand image	5390	4,45	Sangat baik
2.	Fasilitas	5263	4,34	Sangat baik
3.	Kualitas Pelayanan	5280	4,36	Sangat baik
4.	Kepuasan Pasien	8087	4,45	Sangat baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* memiliki rata-rata 4,44, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Fasilitas memperoleh rata-rata 4,34, juga dalam kategori sangat baik. Kualitas pelayanan memiliki rata-rata 4,36, yang dikategorikan sebagai sangat baik, sementara kepuasan pasien mencapai rata-rata 4,45, yang juga masuk dalam kategori sangat baik.

Hasil *Path Analysis* (Analisis Jalur)

Koefisien Jalur untuk Persamaan Substruktur 1

Tabel 2. Koefisien Jalur Untuk Persamaan Sub Struktur 1

No.	Variabel	Konstanta	Koefesien	Persamaan Jalur
		1048,71		
1.	Brand image		0,130	Y = 1048,171+ 0,130 X1 + 0,698 X2 +
2.	Fasilitas		0,698	ε1

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan pada brand image diperkirakan akan meningkatkan kualitas pelayanan sebesar 0,130. Sementara itu, setiap peningkatan satu satuan pada fasilitas diprediksi akan meningkatkan kualitas pelayanan sebesar 0,698. Berdasarkan koefisien regresi yang diperoleh, faktor fasilitas ($b_2 = 0,698$) memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap kualitas pelayanan dibandingkan dengan *brand image.*

Uji parsial (uji t) pada sub struktur 1

Tabel 3. Hasil Uji t (Uji Parsial) Sub Struktur 1

No.	Variabel	Bobot Pengaruh			Signifikansi α=0,05			Keterangan
		t_{hitung}	>/<	t_{tabel}	pvalue	>/<	Sig.	
1.	*Brand Image* terhadap Kualitas Pelayanan	2,488	>	1,6499	0,013	<	0,05	H1 diterima
2.	Fasilitas terhadap Kualitas Pelayanan	13,381	>	1,6499	0,000	<	0,05	H2 diterima
3.	Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien	32,910	>	1,6499	0,000	<	0,05	H3 diterima

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan (Sig. 0,013). Selain itu, fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (Sig. 0,000). Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (Sig. 0,000).

Pengujian Simultan (Uji F) pada Sub Struktur 1

Tabel. 4. Hasil Uji F (Uji Simultan) Sub Struktur 1

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.303E8	2	1.652E8	266.241	.000[a]
	Residual	1.861E8	300	620348.615		
	Total	5.164E8	302			

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Hasil pengujian simultan pada sub struktur 1 menunjukkan bahwa model regresi yang menghubungkan *brand image* dan fasilitas dengan kualitas pelayanan dinyatakan sesuai atau valid.

Analisis Koefisien Determinasi Sub Struktur 1

Tabel 5. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Sub Struktur 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800[a]	.640	.637	787.622

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,637. Ini berarti bahwa *brand image* dan fasilitas dapat menjelaskan variabel kualitas pelayanan sebesar 63,7%, sedangkan 36,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Koefisien Path untuk Persamaan Sub Struktur 2

Tabel 6. Koefisien Jalur Untuk Persamaan Sub Struktur 2

No.	Variabel	Konstanta	Koefesien	Persamaan Jalur
		3664,091		
1.	*Brand Image*		0,041	Z = 3664,091 + 0,041 X1 + 0,267 X2
2.	Fasilitas		0,267	+ 0,718 Y + ε2
3.	Kualitas Pelayanan		0,718	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap peningkatan *brand image* sebesar satu satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pasien sebesar 0,041. Sementara itu, setiap peningkatan fasilitas sebesar satu satuan diprediksi akan meningkatkan kepuasan pasien sebesar 0,267. Selain itu, setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu

satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pasien sebesar 0,718, dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap konstan. Dari hasil ini, kualitas pelayanan (b2 = 0,718) menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pasien.

Uji Parsial (Uji t) Sub Struktur 2

Tabel 7. Hasil Uji t (Uji Parsial) Sub Struktur 2

No.	Variabel	Bobot Pengaruh			Signifikansi α=0,05			Keterangan
		t_{hitung}	>/<	t_{tabel}	pvalue	>/<	Sig.	
1.	*Brand Image* terhadap Kepuasan Pasien melalui Kualitas Pelayanan	2,077	>	1,6499	0,039	<	0,05	H4 diterima
2.	Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien melalui Kualitas Pelayanan	10,694	>	1,6499	0,000	<	0,05	H5 diterima

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien melalui kualitas pelayanan (Sig. 0,039). Selain itu, fasilitas juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien melalui kualitas pelayanan (Sig. 0,000). Secara simultan, brand image, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien melalui kualitas pelayanan (Sig. 0,000).

Uji Simultan (Uji F) Sub Struktur 2

Tabel 8. Hasil Uji F (Uji Simultan) Sub Struktur 2

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.089E9	3	3.631E8	1.841E3	.000[a]
	Residual	5.896E7	299	197193.610		
	Total	1.148E9	302			

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Hasil uji simultan menunjukkan model regresi antara *brand image* dan fasilitas terhadap kepuasan pasien melalui kualitas pelayanan dinyatakan fit atau layak.

Analisis Koefisien Determinasi Sub Struktur 2

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Sub Struktur 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.974[a]	.949	.948	444.065

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,948 artinya bahwa *brand image* dan fasilitas terhadap kepuasan pasien melalui kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel kepuasan pasien sebesar 94,8%,

sementara sisanya sebesar 5,2% variabel kepuasan pasien dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Mediasi Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Tabel 10. Hasil Uji Mediasi Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

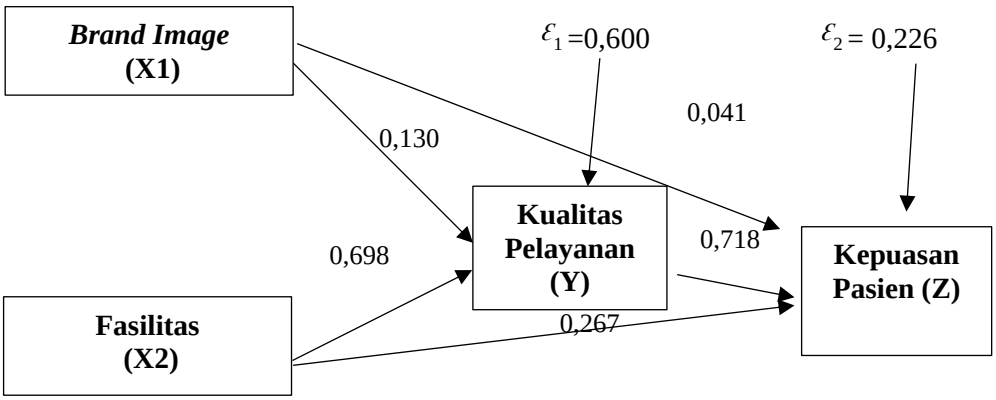
No.	Variabel	Sobel Test	Standar Error	p*value*	Keterangan
1.	Pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pasien melalui Kualitas Pelayanan	1,600	0,0038	0,109	pvalue > α(0.05)= Tidak Signifikan
2.	Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien melalui Kualitas Pelayanan	8,229	0,027	0,000	pvalue < α(0.05)= Signifikan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa pengaruh brand image terhadap kepuasan pasien melalui kualitas pelayanan dapat bersifat mediasi sempurna *(perfect mediation)* atau mediasi parsial *(partial mediation)* (Sugiyono, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen *(brand image)* dan variabel mediasi (kualitas pelayanan) memiliki hubungan yang saling berkorelasi. Sementara itu, pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien melalui kualitas pelayanan membuktikan bahwa kualitas pelayanan berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Dengan kata lain, fasilitas tidak secara langsung mempengaruhi kepuasan pasien, tetapi perlu melalui peningkatan kualitas pelayanan terlebih dahulu. Artinya, fasilitas yang memadai akan meningkatkan kualitas pelayanan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pasien.

Model Analisis Jalur Secara Keseluruhan

Penggabungan struktur 1 dan struktur 2 ini digunakan untuk memperjelas nilai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut :



Gambar 1. Model Persamaan Analisis Jalur Secara Keseluruhan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2025

Pembahasan

Gambaran *Brand Image*, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pasien di UPTD Puskesmas Kertajati Kabupaten Majalengka

Penelitian ini menunjukkan bahwa brand image, fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pasien di UPTD Puskesmas Kertajati berada dalam kategori sangat baik, dengan rata-rata skor di atas 4,3. Brand image yang positif berkontribusi pada peningkatan kepuasan pasien, karena citra yang baik membangun kepercayaan dan loyalitas, serta memengaruhi keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan.

Fasilitas yang memadai, seperti infrastruktur, peralatan medis, serta sistem pengelolaan yang baik, juga berdampak signifikan terhadap kenyamanan dan kepuasan pasien. Pelayanan berkualitas menjadi faktor kunci dalam meningkatkan pengalaman pasien, di mana kualitas layanan yang baik mendorong loyalitas pelanggan, sementara layanan yang kurang baik dapat mengurangi minat pasien untuk Kembali (Satrya, et al., 2023).

Kepuasan pasien bergantung pada kesesuaian antara harapan dan pengalaman nyata yang diterima selama menggunakan layanan kesehatan. Ketika ekspektasi pasien terpenuhi atau terlampaui, tingkat kepuasan akan meningkat, sejalan dengan teori Kotler & Keller (2021) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan timbul dari perbandingan antara harapan dan persepsi terhadap kinerja layanan.

Pengaruh *Brand Image* terhadap Kualitas Pelayanan di UPTD Puskesmas Kertajati Kabupaten Majalengka

Penelitian ini menunjukkan bahwa brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di UPTD Puskesmas Kertajati. Setiap peningkatan brand image sebesar satu satuan diprediksi meningkatkan kualitas pelayanan sebesar 0,130. Semakin baik citra Puskesmas, semakin tinggi kepuasan pasien.

Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, seperti studi Aprianditah et al. (2024) dan Trisnawati, et al., (2023), yang menemukan bahwa citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pasien. Teori Kotler & Keller (2021) juga mendukung temuan ini, menegaskan bahwa persepsi positif terhadap reputasi dan layanan fasilitas kesehatan berdampak besar pada pengalaman pasien, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan mereka.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kualitas Pelayanan di UPTD Puskesmas Kertajati Kabupaten Majalengka

Fasilitas memainkan peran krusial dalam meningkatkan kualitas pelayanan di UPTD Puskesmas Kertajati, sebagaimana dibuktikan oleh hasil penelitian ini yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan (p-value = 0,003 < α = 0,05). Setiap peningkatan fasilitas sebesar satu satuan berkontribusi pada peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,698, menegaskan bahwa kenyamanan ruang perawatan, kecanggihan peralatan medis, dan kebersihan lingkungan bukan hanya faktor pendukung, tetapi elemen esensial dalam persepsi mutu layanan.

Konsistensi temuan ini dengan penelitian Maulidiah et al. (2023), Sriani, et al., (2019), serta Ronaldi et al. (2022) memperkuat argumen bahwa fasilitas yang memadai meningkatkan kepuasan pasien dan mencerminkan keadilan prosedural dalam pelayanan kesehatan. Dukungan dari penelitian Aprianditah et al. (2024) semakin menegaskan bahwa rumah sakit atau puskesmas dengan fasilitas yang baik tidak hanya meningkatkan pengalaman pasien, tetapi juga memperkuat kepercayaan mereka terhadap layanan yang diberikan. Dengan demikian, peningkatan fasilitas harus menjadi prioritas strategis dalam upaya meningkatkan kualitas layanan kesehatan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien di UPTD Puskesmas Kertajati Kabupaten Majalengka

Penelitian ini mengungkap bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di UPTD Puskesmas Kertajati (p-value = 0,001 < α = 0,05). Peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan diprediksi meningkatkan kepuasan pasien sebesar 0,718, menegaskan bahwa mutu layanan yang lebih baik berkontribusi langsung terhadap peningkatan kepuasan pasien.

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, seperti Kosasih dan Vip Paramarta (2020), yang menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance) berperan dalam meningkatkan kepuasan pasien. Studi lain oleh Yulianto & Yosepha (2022) serta Aprianditah et al. (2024) juga membuktikan pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di berbagai fasilitas kesehatan.

Secara keseluruhan, kepuasan pasien di UPTD Puskesmas Kertajati tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, tetapi juga oleh brand image dan fasilitas, dengan

adjusted R square sebesar 0,948. Artinya, ketiga variabel ini secara simultan menjelaskan 94,8% variasi kepuasan pasien, sementara 5,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil ini memperkuat argumen bahwa peningkatan kualitas layanan harus menjadi prioritas utama dalam meningkatkan pengalaman dan kepuasan pasien di fasilitas kesehatan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image*, fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pasien berada dalam kategori sangat baik. Secara parsial, *brand image* dan fasilitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap kualitas pelayanan, sementara kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Secara simultan, *brand image* dan fasilitas memiliki dampak positif terhadap kepuasan pasien melalui kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan berperan sebagai mediator sempurna dalam hubungan antara *brand image* dan kepuasan pasien, menunjukkan adanya korelasi antara keduanya. Selain itu, kualitas pelayanan juga memediasi pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien, sehingga fasilitas tidak langsung mempengaruhi kepuasan pasien tanpa adanya kualitas pelayanan yang baik. Dengan kata lain, fasilitas yang memadai akan meningkatkan kualitas pelayanan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pasien.

DAFTAR PUSTAKA

Aprianditah, M, Ahmad Yamin, Win Ariga Mansyur Malonga. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, citra dan fasilitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di RS H.L. Manambai Abdulkadir. *Evolusi: Jurnal Sains dan Manajemen Vol 12 No. 2 September 2024*.

Azwar. (2016). Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan Aplikasi Prinsip Lingkaran Pemecahan Masalah. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

Badjamal, F. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Samsung Di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend, 7(2), 1-11*

Bulan, S., Suharni A. Fachrin, Arman. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Gigi dan Mulut di UPTD Puskesmas Lakawali Luwu Timur. *Journal of Aafiyah Health Research (JAHR) 2024. Vol. 5, No. 2*.

Dewanti, C.P., Ni Putu Nita Anggraini, I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi. (2023). Pengaruh brand image, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada H&M Beachwalk Bali di Kabupaten Badung. *Jurnal EMAS, Vol 4 Nomor 11 November 2023*.

Farida, Umi, (2017), Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi I), Ponorogo,. Universitas Muhammadiyah Ponorogo Press.

Fatimah, S., Imram Radne Rimba Putri, Sumarni (2021). Hubungan Antara Mutu Pelayanan Kesehatan Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Di Puskesmas Galur 1 Kulon Progo. *Indonesian Journal of Hospital Administration Vol. 4, No. 1, 2021: 25-29.*

Ghazali I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS Edisi Sembilan. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasibuan, M. S. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi. Jakarta : PT. Bumi. Aksara.

Kabbani, R., & Santoso, R. P. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Nahdlatul Ulama Jombang. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management, 236 - 240*.

Kementerian Kesehatan RI. (2016). Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 44 Tahun 2016. Pedoman Manajemen Puskesmas. Jakarta

Kementerian Kesehatan RI. (2019). Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 43 tahun 2019 tentang Pusat Kesehatan Masyarakat. Jakarta.

Kementerian Kesehatan RI. (2023).Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan. Jakarta

Kosasih dan Vip Paramarta. (2020). Peningkatan Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Kepuasan Pasien di Puskesmas. *Jurnal Soshum Insentif, Volume 3, No. 1, Tahun 2020.*

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & Piercy, N. (2019). *Principles of Marketing, 8th European Edition*. Pearson UK.

Kotler, P., Kevin Lane Keller, Alexander Chernev (2021). *Marketing Management*. *16 Edition*. Harlow : Pearson Education.

Lihi, M., Suryanti Tukiman dan Abdul Topan Samallo. (2020). Gambaran Kualitas Layanan dan Citra Tentang Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Puskesmas Tomalehu. *GLOBAL HEALTH SCIENCE, Volume 5 Number 1, March 2020*.

Maulidiah, E.P., Survival, Bambang Budiantono.(2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economia, Volume 2, Nomor 3, Maret 2023*

Monim, C.J., James Dicky Dannie Massie, Jane Grace Poluan. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien RSUP. Prof Dr. R. D Kandou Manado. *Jurnal EMBA Vol.10 No.4 Oktober 2022*.

Ronaldi, S., Salfadri, S., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Pariaman. *Matua Jurnal, 4(1), 29-38*.

Saputra, A. A. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *Manajemen Kewirausahaan (JMK), 3(2), 72-89*.

Satrya, R.N., Yuliati, Susanti Wahyuningsih, Lies Indriyatni, Untung Widodo. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Angkutan Feeder 1 Trans Semarang). *Fokus EMBA Vol. 02 No. 02 | Agustus 2023*.

Sriani, I., Tamsah, H., & Betan, A. (2019). Pengaruh Citra Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien JKN Di Puskesmas Caile Kabupaten Bulukumba. *YUME : Journal of Management, 2(2), 1-16*.

Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2018). Metode penelitian bisnis: untuk skripsi, tesis, & disertasi. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (4 th ed.). Yogyakarta: Andi.

Trisnawati, R., Fathorrahman, dan Theresia Pradian. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pasien Di Klinik RH Medica Malang. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 2 (1) (2023)*.

Yulianto dan Sri Yanthy Yosepha. (2022). Pengaruh Citra dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan RS T. IV Cijantung Kesdam Jaya Jakarta. *Jurnal Ilmiah M-Progres, Vol. 12 No. 2 Juni 2022*