

HUBUNGAN *BRAND IMAGE*, EMPATI RUMAH SAKIT DAN KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS PASIEN MCU DI RUMAH SAKIT HERMINA BEKASI

Nanda Putra

ABSTRAK

Besarnya persaingan global antar Rumah Sakit, dibutuhkan adanya loyalitas pasien pasien, yang dapat menguntungkan Rumah Sakit. Loyalitas didapatkan sebagai manifestasi persepsi *brand image*, empati Rumah Sakit dan kepuasan pasien yang didapatkan dari adanya pelayanan berkualitas. Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis hubungan *brand image*, empati Rumah sakit, kepuasan pasien dan Loyalitas pasien MCU di Rumah Sakit Hermina Bekasi. Metode penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan desain *cross-sectional*, Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*, dengan jumlah sampel 349 responden. Hasil penelitian analisis bivariat, dengan analisis *chi-square* menunjukkan hasil bahwa, terdapat hubungan antara *brand image* dan loyalitas pasien, dengan $p\text{-value}$ ($0,000 < 0,05$), terdapat hubungan empati Rumah Sakit dan loyalitas pasien, $p\text{-value}$ ($0,000 < 0,05$) dan terdapat hubungan antara kepuasan pasien dan loyalitas pasien dengan $p\text{-value}$ ($0,000 < 0,05$). Hasil analisis multivariat menunjukkan hasil bahwa variabel yang paling dominan adalah variabel ,kepuasan pasien dengan $p\text{-value}$ ($0,001$) dan odd-ratio (2.071). Kesimpulan dalam penelitian ini adalah perntingnya *brand image*, empati Rumah Sakit dan kepuasan pasien dalam menciptakan sikap pasien yang loyal. Manajemen Rumah sakit harus perlu melakukan evaluasi loyalitas pasien secara berkelanjutan, sebagai pertimbangan dasar dalam menyusun strategi dalam menmberikan pelayanan berkualitas.

Kata Kunci: Brand Image, Empati, Kepuasan, Paisen, Loyalitas.