



## Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pasien di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi Boyolali

Maharani Ahyunasaka<sup>1\*</sup>, Anton Susanto<sup>2</sup>, Hesty Latifa Noor<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup> Program Studi Sarjana Administrasi Rumah Sakit, Fakultas Ilmu Kesehatan,

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Korespondensi penulis: [maharanihyun@gmail.com](mailto:maharanihyun@gmail.com)

**Abstract:** *The increase in the number of patient visits at Asy Syifa Sambi General Hospital was not accompanied by an increase in patient satisfaction. In fact, patient satisfaction actually decreased slightly, although it was still within the ideal category. This condition raises questions regarding the role of hospital image in influencing patient satisfaction. This study aims to determine the effect of brand image on patient satisfaction in the outpatient installation of Asy Syifa Sambi General Hospital, Boyolali. The type of research used was quantitative with a non-experimental design (analytical survey) and a cross-sectional approach. The number of samples in this study was 100 respondents obtained by non-probability sampling technique using the accidental sampling method. Data analysis was carried out through simple linear regression analysis. The results of the univariate analysis showed that the brand image variable was categorized as "Very Good" by 78% of respondents, while 64% of respondents categorized the level of patient satisfaction in the "Very Satisfied" category. In the bivariate analysis with a simple linear regression test, the t-value was 11.106, which was greater than the t-table of 1.984 with a significance level of  $0.00 < 0.05$ . These results indicate that brand image has a significant impact on patient satisfaction. Based on these findings, hospitals are advised to continue enhancing their brand image by improving service quality, enhancing the competence of healthcare personnel, and optimizing available facilities. These efforts are expected to maintain and increase patient satisfaction levels. Future research should include other variables, such as service quality, trust, or patient loyalty, to obtain more comprehensive results regarding the factors influencing patient satisfaction.*

**Keywords:** Brand Image, Hospital, Patient Loyalty, Patient Satisfaction, Service Quality

**Abstrak:** Meningkatnya jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi tidak diikuti dengan peningkatan tingkat kepuasan pasien. Bahkan, kepuasan pasien justru mengalami sedikit penurunan meskipun masih berada dalam kategori ideal. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan terkait bagaimana peran citra rumah sakit dalam memengaruhi kepuasan pasien. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pasien di instalasi rawat jalan Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi Boyolali. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain non-eksperimental (survei analitik) dan pendekatan cross-sectional. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diperoleh dengan teknik non probability sampling menggunakan metode accidental sampling. Analisis data dilakukan melalui analisis regresi linear sederhana. Hasil analisis univariat menunjukkan bahwa variabel citra merek dikategorikan "Sangat Baik" oleh 78% responden, sedangkan 64% responden mengategorikan tingkat kepuasan pasien dalam kategori "Sangat Puas". Pada analisis bivariat dengan uji regresi linear sederhana diperoleh nilai thitung sebesar 11,106 lebih besar dari ttabel 1,984 dengan tingkat signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Berdasarkan temuan tersebut, rumah sakit disarankan untuk terus meningkatkan citra merek melalui perbaikan kualitas pelayanan, peningkatan kompetensi tenaga kesehatan, serta optimalisasi fasilitas yang tersedia. Upaya ini diharapkan mampu mempertahankan sekaligus meningkatkan tingkat kepuasan pasien. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain, seperti kualitas layanan, kepercayaan, atau loyalitas pasien agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pasien.

**Kata kunci:** Citra Merek, Kepuasan Pasien, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pasien, Rumah Sakit

### 1. LATAR BELAKANG

Sektor pelayanan kesehatan, khususnya rumah sakit, mengalami perkembangan sebagai bagian dari industri jasa yang mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Rumah sakit bukan hanya berfungsi sebagai penyedia layanan kesehatan, tetapi juga sebagai salah satu faktor yang mendukung peningkatan kualitas hidup masyarakat secara luas. Namun,

pertambahan jumlah fasilitas kesehatan menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Setiap rumah sakit dituntut untuk mampu bertahan dan bersaing secara aktif dengan merancang strategi pemasaran yang efektif, sekaligus membentuk citra merek yang kuat agar mampu menarik dan mempertahankan kepercayaan serta kepuasan pasien (Nikhayaturrohmah, 2021).

Dalam sektor jasa seperti layanan kesehatan, kepuasan pasien menjadi sasaran utama yang hendak dicapai oleh penyelenggara layanan. Kepuasan ini dapat muncul apabila harapan pasien terpenuhi atau bahkan terlampaui. Maka diperlukan adanya evaluasi layanan secara berkala, dengan fokus pada kualitas dan konsistensi pelayanan. Pelanggan cenderung menilai pelayanan rumah sakit secara holistik, mulai dari interaksi dengan petugas hingga hasil layanan medis yang diterima. Semakin sesuai pelayanan dengan harapan pasien, maka kemungkinan terbentuknya loyalitas dan penghematan biaya di masa mendatang juga meningkat (Ruruk, Muslimin dan Sulawati Sulawati, 2023).

Pelayanan yang unggul menjadi cara rumah sakit membedakan dirinya dari pesaing di sektor yang sama maupun berbeda. Pelayanan tidak hanya bersifat teknis, tetapi mencakup aspek kepercayaan dan pengalaman yang dirasakan pasien. Dalam kondisi persaingan yang semakin tajam, rumah sakit harus mampu memenuhi ekspektasi masyarakat yang terus meningkat, terutama karena kesadaran akan pentingnya hidup sehat juga ikut tumbuh. Dalam pandangan Keller dan Swaminathan (2018), pelayanan yang optimal berperan besar dalam membentuk persepsi positif masyarakat terhadap suatu rumah sakit.

Citra yang dibangun rumah sakit tidak hanya berasal dari layanan medis, tetapi juga dari bagaimana rumah sakit tersebut dipersepsikan masyarakat. Masyarakat membentuk penilaian berdasarkan berbagai sumber, mulai dari pengalaman pribadi, cerita orang lain, hingga eksistensi di media sosial. Citra merupakan cara masyarakat melihat suatu merek secara aktual dan konkret (Keller dan Swaminathan, 2018). Bila citra merek rumah sakit terbangun secara positif, maka manfaatnya tidak hanya dirasakan dari segi keberlangsungan lembaga, tetapi juga dalam meningkatkan kepercayaan pemakai layanan dan pemangku kepentingan lainnya.

Kepercayaan masyarakat terhadap penyedia layanan kesehatan sering kali didasari oleh persepsi yang mereka bentuk terhadap citra merek rumah sakit. Jika rumah sakit memiliki reputasi sebagai tempat yang andal dan responsif terhadap kebutuhan pasien, maka masyarakat akan menjadikan citra itu sebagai dasar untuk mengambil keputusan dalam memilih layanan. Citra merek bahkan menjadi aset tidak berwujud yang mampu mendorong loyalitas pasien dan menciptakan pengalaman layanan yang konsisten dan berkesan. Rumah sakit yang mampu menjaga citra positif memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan pasien lama dan menarik pasien baru dalam waktu bersamaan.

Penelitian sebelumnya oleh Niartiningsih dkk. (2024) menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Temuan tersebut diperkuat oleh studi Ramadhan, Febrian, dan Mulyana (2024), yang mengungkapkan bahwa baik citra merek maupun kualitas hubungan antara pasien dan rumah sakit memiliki hubungan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan. Namun, hasil ini berbeda dari temuan Octoriviano dkk. (2022) dalam studi pada Citilink Kargo, yang menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, melainkan lebih dipengaruhi oleh kualitas layanan. Perbedaan ini membuka peluang untuk mengeksplorasi kembali apakah citra merek rumah sakit juga memiliki kekuatan yang sama dalam memengaruhi kepuasan pasien, terutama di ranah pelayanan rawat jalan.

Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi mencatat peningkatan kunjungan pasien rawat jalan dari tahun ke tahun, khususnya pasien baru, seperti terlihat dari data tahun 2022 hingga 2024. Tahun 2022 mencatat total 78.286 kunjungan, meningkat menjadi 87.633 pada 2023, dan kembali naik menjadi 89.176 pada 2024. Jumlah pasien perempuan mendominasi setiap tahun. Namun, tren peningkatan ini tidak diikuti dengan peningkatan kepuasan pasien. Survei semesteran menunjukkan bahwa tingkat kepuasan menurun dari 81,81% pada semester 1 tahun 2023 menjadi 80,38% dan 80,35% pada dua semester di tahun 2024. Penurunan kecil ini menunjukkan adanya celah untuk diteliti lebih lanjut. Citra merek RSU Asy Syifa Sambi patut diperiksa kembali, apakah mampu menjaga persepsi positif di tengah lonjakan pasien, serta apakah citra tersebut mampu mendukung tingkat kepuasan yang berkelanjutan.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Kerangka Konsep**

Kerangka konseptual ini mengacu pada indikator Citra Merek menurut (Keller dan Swaminathan, 2018). Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang terbentuk dilakukan oleh seorang konsumen, seperti dalam asosiasi yang ada dalam memori konsumen. Sehingga nantinya peneliti akan menganalisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pasien di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi menggunakan 3 indikator Keller dan Swaminathan, 2018 yaitu: keunggulan asosiasi merek (Favorability of brand association), kekuatan asosiasi merek (Strength of brand association), keunikan asosiasi merek (Uniqueness of brand association).

### **Hipotesis**

Hipotesis penelitian merupakan suatu dugaan sementara atau alternatif jawaban dari hasil penelitian terhadap problematika yang diajukan. Hipotesis adalah praduga yang harus

dibuktikan kebenarannya dan masih harus dilakukan uji melalui penelitian (Zaki dan Saiman, 2021). Berdasarkan kerangka konsep di atas, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Terdapat pengaruh antara citra merek terhadap kepuasan pasien di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi Boyolali.

H0: Tidak terdapat pengaruh antara citra merek terhadap kepuasan pasien di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi Boyolali.

Berdasarkan hipotesis tersebut akan diuji menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui tingkat pengaruh citra merek terhadap kepuasan pasien di instalasi rawat jalan Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimental dengan studi cross-sectional. Data dikumpulkan sekaligus dalam satu periode untuk melihat hubungan antara citra merek dan kepuasan pasien. Metode ini dipilih agar hasil analisis bisa langsung menunjukkan apakah persepsi terhadap merek berpengaruh pada tingkat kepuasan pasien rawat jalan.

#### **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian terdiri dari semua pasien yang berkunjung ke poliklinik rawat jalan RSUD Asy Syifa Sambi Boyolali pada Mei–Juni 2025. Sampel diambil minimal 100 orang berdasarkan perhitungan Lemeshow ( $Z=1,96$ ;  $p=0,5$ ;  $d=0,1$ ). Responden dipilih secara accidental sampling, yaitu siapa saja pasien yang kebetulan hadir dan memenuhi kriteria usia minimal 18 tahun serta sudah pernah berobat setidaknya dua kali.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Data primer dikumpulkan lewat kuesioner yang berisi indikator citra merek (reputasi, asosiasi, visual) dan kepuasan pasien (akses, mutu, proses, sistem). Setiap pertanyaan diberi skala Likert 1–4. Kuesioner dibagikan langsung setelah pasien selesai berobat, dengan bantuan petugas di ruang tunggu poliklinik.

#### **Analisis Data**

Setelah data terkumpul, langkah pertama adalah uji validitas dan reliabilitas kuesioner dengan SPSS. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier sederhana. Nilai signifikansi  $< 0,05$  menunjukkan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Besarnya kontribusi diperoleh dari nilai  $R^2$  untuk melihat seberapa banyak variasi kepuasan pasien dijelaskan oleh citra merek.

## Etika Penelitian

Setiap responden diminta persetujuan sebelum mengisi kuesioner. Identitas pasien tidak dicantumkan dan hasil hanya dipakai untuk kepentingan penelitian. Instrumen, pelaksanaan, dan pelaporan disesuaikan agar pasien tidak terganggu saat menerima layanan medis.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Analisis Univariat

Penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti telah diperoleh data dari seluruh responden yang telah mengisi kuesioner terkait citra merek dan kepuasan pasien. Berikut merupakan hasil dari distribusi frekuensi variabel citra merek.

Distribusi Frekuensi Citra Merek Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi Boyolali

**Tabel 1 Distribusi Frekuensi Citra Merek Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi**

Citra Merek	Frequency	Percent (%)
Sangat Baik	78	78.0
Baik	22	22.0
Cukup	0	0.0
Kurang	0	0.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

Sumber: Data Primer, SPSS 23

Berdasarkan tabel 1 dapat diuraikan bahwa hasil dari pengolahan distribusi frekuensi pada variabel citra merek didominasi dengan kategori sangat baik sebanyak 78 responden (78.0%) dan pada kategori baik sebanyak 22 responden (22%). Dari hasil tersebut dapat diidentifikasi bahwa citra merek Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi memiliki reputasi yang baik.

Distribusi Frekuensi Kepuasan Pasien di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi

**Tabel 2 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pasien di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi**

Kepuasan Pasien	Frequency	Percent (%)
Sangat Puas	64	64.0
Puas	36	36.0
Cukup Puas	0	0.0
Tidak Puas	0	0.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

Sumber: Data Primer, SPSS 23

Berdasarkan tabel 2. dapat diuraikan bahwa hasil dari pengolahan distribusi frekuensi pada variabel kepuasan pasien didominasi dengan kategori sangat puas sebanyak 64 responden (64%) dan pada kategori puas sebanyak 36 responden (36%). Dari hasil tersebut dapat diidentifikasi bahwa mayoritas kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi berada pada kategori sangat puas, yang menunjukkan bahwa sebagian besar pasien merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit.

#### Analisis Bivariat

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), untuk melakukan uji regresi linear sederhana, perlu melakukan beberapa tahapan uji, yaitu melalui uji normalitas dan uji linieritas. Berikut merupakan hasil dari proses perhitungan dari uji normalitas dan linearitas.

#### Uji Normalitas

Uji menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan kriteria, data dikatakan dapat berdistribusi normal apabila nilai probabilitas (sig.) > 0,05 seperti pada tabel berikut ini

**Tabel 3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
d	Unstandardized Residual	
N	100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.000000
	Std. Deviation	2.87075031
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.059
Test Statistic	.078	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.137 <sup>c</sup>	
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Primer, SPSS 23

Berdasarkan tabel 3. diatas hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan total responden sebanyak 100 pasien instalasi rawat jalan Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi diperoleh nilai sig. sebesar  $0.137 > 0.05$ , atau dikatakan bahwa nilai signifikansi

0.137 lebih besar dari syarat uji normalitas, dengan nilai sig. 0.05, maka ketentuan diterima dengan asumsi normalitas telah terpenuhi.

### Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan dari dua buah variabel yang diteliti apakah terdapat hubungan yang linear dan signifikan dengan dasar pengambilan jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka hubungan antara variabel X dengan variabel Y adalah linear. Berikut merupakan hasil dari pengolahan uji linearitas.

**Tabel 4 Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Citra Merek * Kepuasan	Between Groups	(Combined)	1115.373	9	123.930	15.334	.000
		Linearity	1026.870	1	1026.870	127.057	.000
		Deviation from Linearity	88.502	8	11.063	1.369	.221
	Within Groups		727.377	90	8.082		
	Total		1842.750	99			

Sumber: Data Primer, SPSS 23

Berdasarkan nilai sig. pada tabel 4, didapatkan nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,221. Dimana hasil tersebut lebih besar dari 0,05. Maka disimpulkan dengan asumsi bahwasanya terdapat hubungan yang linear dan signifikan pada variabel X dan variabel Y.

### Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur seberapa besarnya pengaruh satu variabel (X) yakni citra merek terhadap variabel (Y) yakni kepuasan pasien. Berikut merupakan hasil dari pengujian analisis regresi linear sederhana.

**Tabel 5 Hasil Koefisien Analisis Regresi Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.816	2.917		4.394	.000
	Citra Merek	1.143	.103	.746	11.106	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer, SPSS 23

Berdasarkan tabel 5 di atas hasil pengujian data dengan bentuk persamaan regresi dan model tersebut dapat dijabarkan;  $Y = a+bx$  diperoleh hasil persamaan regresi linear sederhana  $Y = 12,816+1,143x$ , dengan nilai constant (a) sebesar 12,816 yang menunjukkan bahwa tidak adanya persepsi terkait citra merek yang terbentuk ( $X=0$ ), maka nilai kepuasan pasien (Y) tetap berada pada angka 12,816.

Kemudian angka koefisien regresi sebesar 1,143 (X), sehingga dapat dikatakan bahwa setiap terjadinya kenaikan 1% pada skor total citra merek akan menyebabkan kenaikan pada poin sebesar 1,143 poin pada skor total kepuasan pasien.

Berdasarkan analisis hasil pengambilan keputusan pada uji regresi linear sederhana yang dilakukan, dapat disimpulkan pada penelitian ini bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan tidak ada pengaruh antara citra merek dan kepuasan pasien ditolak, dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yang menyatakan adanya pengaruh terhadap kepuasan pasien diterima, yang merepresentasikan bahwa terdapat pengaruh antara citra merek terhadap kepuasan pasien di instalasi rawat jalan Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi.

### **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi dinilai sangat baik oleh mayoritas pasien rawat jalan. Hal ini mencerminkan keberhasilan rumah sakit dalam membangun persepsi positif melalui pelayanan yang profesional, kepercayaan yang tinggi, serta interaksi langsung yang dirasakan pasien selama mendapatkan layanan kesehatan. Aspek-aspek seperti kekuatan, keunikan, dan keunggulan merek, sebagaimana dikemukakan oleh Keller dan Swaminathan (2018), tampak nyata dalam identitas pelayanan rumah sakit ini, yang secara tidak langsung membentuk loyalitas dan kepuasan pasien terhadap layanan yang diberikan.

Kepuasan pasien juga teridentifikasi pada tingkat yang tinggi, dengan sebagian besar responden menyatakan sangat puas terhadap aspek mutu layanan, aksesibilitas, proses pelayanan, dan sistem layanan kesehatan. Faktor-faktor seperti kompetensi tenaga medis, kejelasan informasi, dan kenyamanan fasilitas menjadi penunjang utama tercapainya kepuasan tersebut. Dengan demikian, citra merek dan kepuasan pasien menunjukkan hubungan yang saling memperkuat, yang semakin menguatkan identitas rumah sakit di mata masyarakat.

Secara statistik, analisis regresi linear sederhana membuktikan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai  $t_{hitung} (11,106) > t_{tabel} (1,984)$  dan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Niartiningsih dkk. (2024) dan Ramadhan dkk. (2024), yang menyatakan bahwa citra merek memiliki dampak langsung terhadap tingkat kepuasan pasien. Oleh karena itu, rumah

sakit perlu menjaga dan meningkatkan elemen-elemen pembentuk citra merek sebagai salah satu strategi penting dalam mempertahankan kualitas layanan dan loyalitas pasien.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap kepuasan pasien di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi. Hal ini dibuktikan melalui uji regresi linear sederhana dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 11,106 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,984. Artinya, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima, yang menunjukkan bahwa semakin positif citra merek rumah sakit, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pasien.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa citra merek memiliki peranan penting dalam membentuk persepsi dan pengalaman pasien terhadap layanan yang diberikan oleh rumah sakit. Faktor-faktor seperti reputasi rumah sakit, pelayanan tenaga medis, tampilan visual, serta komunikasi yang efektif, semuanya berkontribusi dalam membangun citra merek yang berdampak langsung pada kepuasan pasien.

### Saran

Rumah Sakit Umum Asy Syifa Sambi disarankan untuk terus meningkatkan citra merek melalui pelayanan yang responsif, efisien, serta komunikasi yang jelas kepada pasien. Selain itu, pelatihan rutin untuk karyawan sangat penting guna memperkuat sikap profesional dan ramah yang dapat memperkuat kesan positif rumah sakit. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan, kepercayaan pasien, atau harga, agar hasilnya lebih luas dan mendalam dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pasien.

## DAFTAR REFERENSI

- Ashar, A. (2016). *Analisis hubungan antara brand image (citra merek) dengan pemanfaatan layanan rawat inap rumah sakit umum swasta di Kota Makassar tahun 2016* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar]. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Febrian, M. (2024). *Pengaruh fasilitas kesehatan terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Salugatta Kecamatan Budong-Budong Kabupaten Mamuju Tengah* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar]. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Giri, O. P. (2023). Indonesian Journal of Teaching in Science. *Indonesian Journal of Teaching in Science*, 4(2), 165–176. <https://doi.org/10.17509/ijotis.v4i2.75472>
- Ingrid, F. V., Utomo, F. C., & Puspitaningtyas, A. (2023). The influence of product quality and brand image on purchase decisions at PT Nutrifood Indonesia. *International*

*Journal of Research and Innovation in Social Science*, 7(7), 455–462.  
<https://doi.org/10.47772/IJRISS>

- Ishak, S., dkk. (2021). *Metodologi penelitian kesehatan*. [http://bppsdmk.kemkes.go.id/pusdiksdmk/wp-content/uploads/2018/09/Metodologi-Penelitian-Kesehatan\\_SC.pdf](http://bppsdmk.kemkes.go.id/pusdiksdmk/wp-content/uploads/2018/09/Metodologi-Penelitian-Kesehatan_SC.pdf)
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2018). *Strategic brand management*. Pearson Education Limited. [https://doi.org/10.1057/978-1-137-00772-8\\_711](https://doi.org/10.1057/978-1-137-00772-8_711)
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan dan analisis dalam penelitian kuantitatif* (A. Q. Habib, Ed.). Yogyakarta.
- Mahra Tjira, R., dkk. (2024). Peran brand image dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk body lotion di Kota Ambon. *Journal Administrasi Terapan*, 3(2). <https://doi.org/10.51622/jbm.v2i2.2512>
- Niartiningih, A., Nurfitriani, N., Paradilla, M., & Takwa, M. (2024). Pengaruh brand image terhadap kepuasan pasien instalasi. *International Journal of Health Management*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/10.62951/ijhm.v1i3.30>
- Nikhayaturrohmah, Y. (2021). *Analisis pengaruh service quality dan brand image terhadap patient loyalty dengan patient satisfaction sebagai variabel intervening (Studi kasus pada pasien poli rawat jalan di RSUD Muhammadiyah Kutowinangun)* [Skripsi, Universitas Putra Bangsa]. Universitas Putra Bangsa.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta: Sagung Seto.
- Nursalam. (2017). *Manajemen keperawatan*. Jakarta Selatan: Salemba Medika.
- Octoriviano, F. A., dkk. (2022). Pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kargo dan dampaknya atas loyalitas pelanggan pada PT Citilink Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, 8(2), 62–76. <https://doi.org/10.54324/j.mbt.v8i2.1375>
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia. (2022). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2022*.
- Ramadhan, A., Febrian, F., & Mulyana, A. (2024). Pengaruh citra merek dan kualitas hubungan terhadap kepuasan pasien (Survei pasien rawat jalan RS Hermina Pasteur Bandung). *Jurnal Kajian Ilmu Sosial*, 2(1), 21–34. <https://doi.org/10.38035/jkis.v2i1.992>
- Ruruk, F., Muslimin, U., & Sulawati, S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pasien rawat inap RS. Fatima Kota Parepare. *Jurnal Kewirausahaan*, 10(2), 94–101.
- Sarwono, J. (2022). *Metode riset skripsi: Pendekatan kuantitatif (menggunakan prosedur SPSS): Tuntunan praktis dalam menyusun skripsi* (Edisi 1). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi penelitian sosial untuk penulisan skripsi dan tesis*. Bogor: In Media.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif* (Setiyawarmi, Ed.). Bandung: CV Alfabeta.
- Swarjana, I. K. (2015). *Metodologi penelitian kesehatan*. Yogyakarta: Andi.

- Yunida, M. E. (2016). *Pengaruh citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri* [Tesis, Universitas Negeri Yogyakarta]. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang perumusan hipotesis statistik dalam pengujian hipotesis penelitian. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>