



Peran Kepercayaan Pasien Memediasi Pengaruh Citra dan Keterlibatan Pasien terhadap Kepuasan Pasien di Klinik Mata Tritya Surabaya

A Triartomo*¹, Siti Mujanah², Achmad Yanu Alif Fianto³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

1262300027@surel.untag-sby.ac.id¹, sitimujanah@untag-sby.ac.id², achmadyanu@untag-sby.ac.id³

Alamat: Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 60118
Korespondensi penulis : 1262300027@surel.untag-sby.ac.id*

Abstract. *The main goal of health agencies is patient satisfaction. Patient satisfaction is formed from the success of health agencies in curing patient illnesses. This study investigates the influence of image and patient involvement on patient trust. Also investigate whether patient beliefs are a good mediator. This study conducted a survey of patients at the Tritya Surabaya eye clinic. Using a purposive sampling method, and a research sample of 70 respondents, the data was then analyzed using Structural Equation Modeling. The findings show that image and patient engagement make a positive contribution to patient trust. Research also proves that patient trust mediates the relationship between patient involvement and patient satisfaction, while it does not mediate the relationship between image and patient satisfaction. This study contributes to understanding patient behavior by using a framework of patient trust and satisfaction in medical eye clinics, which can also be applied to other public companies.*

Keywords: *Image, Patient involvement, Patient trust, Patient satisfaction.*

Abstrak. Tujuan utama instansi kesehatan, adalah kepuasan pasien, kepuasan pasien terbentuk dari keberhasilan instansi kesehatan dalam menyembuhkan penyakit pasien. Penelitian ini menyelidiki pengaruh citra dan Keterlibatan pasien terhadap kepercayaan pasien. Juga menyelidiki apakah kepercayaan pasien menjadi mediator yang baik. Studi ini melakukan survei pada pasien di klinik mata Tritya Surabaya. Menggunakan metode sampling purposive, dan sampel penelitian sebesar 70 responden, Data kemudian dianalisis menggunakan Structural Equation Modelling. Temuan menunjukkan bahwa citra dan Keterlibatan pasien memberikan kontribusi positif terhadap kepercayaan pasien. Penelitian juga membuktikan bahwa kepercayaan pasien memediasi hubungan keterlibatan pasien terhadap kepuasan pasien, sementara tidak memediasi hubungan citra terhadap kepuasan pasien. Studi ini berkontribusi dalam memahami perilaku pasien dengan menggunakan kerangka kepercayaan pasien dan kepuasan pada klinik mata medis, yang hal ini dapat juga diterapkan pada perusahaan umum lainnya.

Kata Kunci: Citra, Keterlibatan pasien, Kepercayaan pasien, Kepuasan pasien.

1. PENDAHULUAN

Klinik utama spesialisasi saat ini keberadaannya adalah sebagai satu mata rantai utama bagi pelayanan kesehatan selain rumah sakit yang mempunyai fungsi utama dalam pelayanan penyakit spesialisasi dalam rangka penyembuhan dan pemulihan. Mendapatkan layanan jasa kesehatan yang layak merupakan suatu kebutuhan bagi semua orang. Setiap orang ingin dilayani, dihargai dan ingin memperoleh posisi yang sama di mata orang-orang. Pada kenyataannya terdapat hal yang berbeda dalam upaya pelayanan kesehatan yang ada di Indonesia, dengan banyaknya kejadian yang menggambarkan betapa jeleknya citra pelayanan kesehatan di negara ini. Namun, industri kesehatan di Indonesia telah mengalami transformasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir, beralih dari model paternalistik ke

pendekatan yang berpusat pada pasien. Hal ini sejalan dengan program pemerintah JKN/BPJS Kesehatan yang bertujuan untuk meningkatkan akses dan kualitas layanan kesehatan bagi seluruh masyarakat Indonesia.

Dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat ini, klinik mata, seperti Klinik Mata Tritya, harus memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan mereka. Kepercayaan pasien, keterlibatan pasien dan citra klinik adalah faktor-faktor yang sangat relevan dalam memahami preferensi pasien. Keberhasilan Klinik Mata Tritya dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah pasien yang puas sangat bergantung pada sejauh mana mereka dapat memahami dan mengelola faktor-faktor ini. Sesuai data kunjungan pasien Klinik Mata Tritya tahun 2022-2023 dengan jumlah kunjungan pasien umum rata-rata per bulan yang tidak kurang dari 2.000-2.500 pasien per bulan, Klinik Mata Tritya termasuk memiliki angka kunjungan yang banyak dibandingkan dengan pesaing Klinik Mata lain di Surabaya karena juga melayani pasien peserta BPJS Kesehatan, BPJS Ketenagakerjaan dan asuransi swasta lainnya. Sehubungan dengan hal tersebut, Klinik Mata Tritya harus menjaga kualitas pelayanannya agar pasien semakin puas dengan pelayanan yang diterima.

Kepuasan pasien adalah faktor kunci dalam kesuksesan jangka panjang klinik mata. Pasien yang puas tidak hanya mempertimbangkan kembali klinik yang sama untuk perawatan mata mereka, tetapi juga dapat menjadi sumber referensi bagi klinik tersebut. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk pasien merupakan tuntutan penyedia jasa pelayanan kesehatan. Pihak penyedia jasa pelayanan kesehatan harus bisa memberikan informasi dan kebutuhan pasien supaya keinginan pasien dapat terpenuhi dan meningkatkan kepuasan pasien tersebut (John H, 1992). Kepuasan pasien berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pasien, meningkatnya reputasi klinik, mencegah perputaran pasien, mengurangi sensitivitas pasien terhadap harga, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Dengan meningkatnya kepuasan pelanggan maka pelanggan yang bertahan jugameningkat.

Faktor penting yang dapat meningkatkan kepuasan pasien adalah kepercayaan pasien. Kepercayaan pasien terhadap penyedia jasa akan meningkatkan nilai hubungan yang terjalin dengan penyedia jasa. Tingginya kepercayaan akan dapat berpengaruh terhadap menurunnya kemungkinan untuk melakukan perpindahan terhadap penyedia jasa lain. Klinik yang mampu menghargai pasiennya akan dapat meningkatkan kepercayaan pasien yang dilayaninya. Hal ini dibuktikan oleh Putri (2023) dan Ratnasari (2021) yang menyebutkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Kepuasan pasien juga terbentuk dari keberhasilan instansi kesehatan dalam membentuk citra organisasi. Citra tersebut muncul berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang terhadap suatu obyek. Citra merupakan elemen penting untuk peningkatan kepuasan pasien Klinik juga dituntut agar bisa menggambarkan fungsi dari pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan memiliki persepsi yang baik tentang pelayanan yang diberikan, nyaman dengan pelayanan dan harga yang ditawarkan dan setelahnya akan merasakan kepuasan dan nantinya diharapkan bisa menjadi konsumen yang loyal. Hidajahningtyas et al. (2013), dan Djohan (2015), membuktikan adanya pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien. Apabila pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan berkualitas serta dengan penawaran harga yang terjangkau, maka pasien dalam hal ini merupakan konsumen akan merasa puas dan dampaknya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen pada instansi penyedia layanan kesehatan mata di Klinik Mata Tritya.

Permasalahan yang masih muncul dalam perusahaan adalah bahwa kepuasan pasien masih belum seperti yang diharapkan. Kepercayaan pasien dan Citra Klinik Mata Tritya masih belum maksimal. Penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan ini, dan membuat satu model dengan kepercayaan pasien sebagai variabel mediasi, yang belum banyak diteliti dalam bidang jasa kesehatan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan pasien

Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan (Tjiptono, 2017). Kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Sedangkan Pohan (2017) menyebutkan bahwa kepuasan pasien adalah tingkat perasaan pasien yang timbul sebagai akibat dari kinerja layanan kesehatan yang diperolehnya, setelah pasien membandingkan dengan apa yang diharapkannya. Pendapat lain dari Akbar et al. (2013) bahwa kepuasan pasien merupakan evaluasi atau penilaian setelah memakai suatu pelayanan, bahwa pelayanan yang dipilih setidaknya-tidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Kiik, N. G., Susanti, N., & Cempena, I. B. (2022), menyebutkan adanya pengaruh kualitas, kepercayaan, persepsi harga, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Indikator kepuasan adalah: kepuasan terhadap akses layanan kesehatan, kepuasan terhadap mutu layanan kesehatan, kepuasan terhadap proses

layanan kesehatan termasuk hubungan antar manusia, kepuasan terhadap sistem layanan kesehatan (Pohan, 2015).

Citra

Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri public terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi dapat di artikan citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif (Darlina, 2015). Sedangkan Jefkins (2014) menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Jefkins (2014) juga menyebut bahwa citra adalah kesan yang di peroleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan. Menurut Kotler (2020), citra adalah total persepsi terhadap suatu objek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Ardiyanto & Tabrani (2018), membuktikan bahwa citra berpengaruh positif terhadap kepuasan. Sementara Eftitah et al. (2023), membuktikan adanya pengaruh kepuasan pasien terhadap kepercayaan pasien, dan citra rumah sakit berpengaruh terhadap kepercayaan pasien. Indikator citra perusahaan adalah: kepribadian, reputasi, nilai, identitas perusahaan (Panjaitan, 2006; Kotler, 2020)

Keterlibatan pasien

Keterlibatan dapat diartikan sebagai tingkat hubungan personal yang dirasakan individu sehingga mempengaruhi pengambilan keputusan yang menyangkut nilai-nilai dasar, tujuan dan pemahaman akan produk tersebut (Zaichkowsky, 1985). Keterlibatan juga dapat didefinisikan sebagai persepsi konsumen atau hubungan personal konsumen terhadap sebuah obyek, event, atau kegiatan yang dialami (Peter & Olson, 2008). Dengan demikian keterlibatan konsumen adalah kepentingan personal yang dirasakan individu dan/atau minat yang dibangkitkan oleh stimulus di dalam situasi spesifik sehingga mempengaruhi pengambilan keputusan.

Keterlibatan adalah status motivasi yang menggerakkan serta mengarahkan proses kognitif dan perilaku konsumen pada saat mereka membuat keputusan. Konsumen dapat menerjemahkan banyak informasi yang diperoleh dari iklan atau brosur. Konsumen juga dapat meluangkan waktu dan tenaga lebih dalam mengintegrasikan informasi produk tersebut untuk mengevaluasi merek dan menetapkan keputusan pembelian (Setiadi, 2005)

Keterlibatan memiliki multidimensi (Mowen dan Minor, 2016), diantaranya adalah: a. Pentingnya ekspresi diri (self-expressive importance): produk-produk yang membantu orang

untuk mengekspresikan konsep diri mereka kepada orang lain. b. Pentingnya hedonisme (hedonic importance): produk-produk yang dapat menyenangkan, menarik, menggembarakan, mempesona, dan menggairahkan. c. Relevansi praktis (practical relevance): produk-produk yang mendasar atau bermanfaat untuk alasan yang penting. d. Risiko pembelian (purchase risk): produk-produk yang menciptakan ketidakpastian karena pilihan yang buruk akan menjadi sangat mengganggu pembeli. Blessa & Indriani (2022). menunjukkan adanya pengaruh keterlibatan konsumen terhadap keputusan konsumen. Sementara Atmoko et al. (2024), menyebutkan bahwa keterlibatan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Indikator keterlibatan pasien adalah: pentingnya ekspresi diri, pentingnya hedonisme, relevansi praktis, dan risiko pembelian. (Mowen & Minor, 2016)

Kepercayaan Pasien

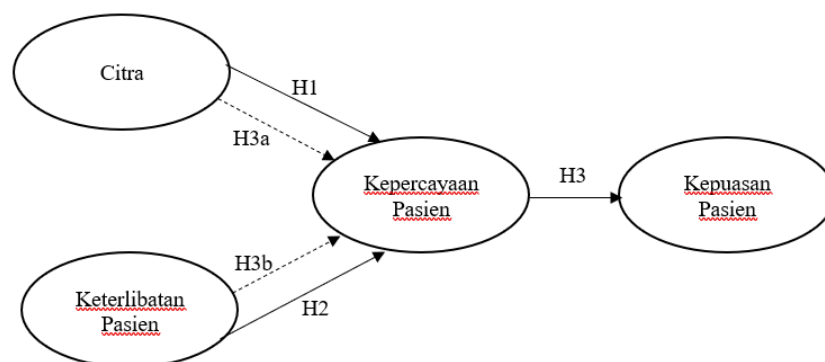
Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya (Donni, 2017). Kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Menurut Maharani (2010) kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Kepercayaan adalah sebagai dasar terciptanya suatu hubungan jangka panjang yang terletak pada suatu kepercayaan antara konsumen (pasien) dengan produsen (Ishak & Lutfi, 2011). Sedangkan menurut Pavlo dalam Donni (2017) kepercayaan merupakan penilalain hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian. Sinto (2023), menyebutkan bahwa komitmen manajemen berpengaruh terhadap kepercayaan pasien dan kepuasan pasien. Sementara Triastuti & Basabih (2023) menyebutkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dengan memperhatikan berbagai aspek, baik pelayanan maupun fasilitas berdampak pada kepercayaan pasien. Kurniawan (2016), membuktikan bahwa kepuasan pasien berpengaruh terhadap kepercayaan pasien. Sementara Wijaya et al. (2021), menunjukkan bahwa kepercayaan pasien berpengaruh terhadap citra rumah sakit dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening. Indikator kepercayaan pasien adalah: kemampuan, kebaikan hati, integritas (Ishak & Lutfi, 2011).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra dan keterlibatan pasien terhadap kepercayaan pasien. juga untuk mengetahui apakah kepercayaan pasien menjadi mediator yang

baik pada hubungan citra, keterlibatan pasien dan kepuasan pasien. Berdasarkan pada literatur yang tersedia, hipotesis berikut dikembangkan:

- H1: Citra berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pasien
- H2: Keterlibatan pasien berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pasien
- H3: Kepercayaan pasien berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien
- H3a: Kepercayaan pasien memediasi positif hubungan variabel citra terhadap kepuasan pasien
- H3b: Kepercayaan pasien memediasi positif hubungan variabel keterlibatan pasien terhadap kepuasan pasien

Kerangka kerja penelitian yang menggambarkan hubungan antara variabel penelitian dapat dibangun berdasarkan permasalahan dan tinjauan literatur ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Populasi penelitian adalah pasien di Klinik Mata Tritya Surabaya. Menggunakan metode sampling purposive, dan sampel penelitian sebesar 70 responden, mengikuti ketentuan SEM (Hair *et al.*, 2021). Teknik analisis menggunakan SEM dengan bantuan software Warp PLS. Kriteria sampel yang digunakan adalah pasien yang sudah minimal 2 kali berkunjung, dan umur pasien minimal 17 tahun.

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner dengan skala Likert 5 tingkat dengan interval skor dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju), dan masing-masing indikator menggunakan dua item pernyataan. Kemudian dilakukan analisis statistik deskriptif dan pengujian hipotesis (Kyriazos & Stalikas, 2018).

Setelah menguji instrumen, selanjutnya dilakukan uji measurement model, yaitu uji *outer model* dan *inner model*. Uji *Goodnes of fit overall* model dilakukan untuk melihat model struktural dan model pengukuran secara terintegrasi. Akhirnya, dilakukan uji hipotesis. Dan masing-masing indikator menggunakan dua item pernyataan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi responden meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan status perkawinan ditunjukkan pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik responden (N = 70)

Karakteristik		Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	31	44,29
	Perempuan	49	55,71
Usia	20-35 tahun	14	20,00
	36-55 tahun	36	51,43
	≥ 56 tahun	20	28,57
Tingkat Edukasi	SMA / sederajat	25	35,71
	Diploma	8	11,43
	Sarjana / sederajat	37	52,86
Status	Menikah	61	87,14
	Single	9	12,86
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	3	4,29
	Karyawan Swasta	25	35,71
	Pegawai Pemerintahan	10	14,29
	Wirausaha	8	11,43
	Pensiunan / Tidak Bekerja	24	34,29

Analisis data deskriptif terhadap 70 responden menunjukkan bahwa: jenis kelamin responden didominasi Wanita (55.71%). Karakteristik responden berdasarkan usia, didominasi pada rentang usia 36-55 tahun, yaitu 51,43%, dan di usia ≥ 56 tahun, sebanyak 28,57% responden. Tingkat pendidikan mayoritas responden adalah Sarjana / sederajat yang mencapai 52,86%, sedangkan sisanya berpendidikan SMA / sederajat 35,71%. Status pekerjaan responden Karyawan Swasta 35,71%, dan Pensiunan / Tidak Bekerja sebanyak 34,29% pada kisaran lebih dari 4 tahun.

Goodness of fit model di analisis dari besaran nilai *Average Path Coefficient* (APC), *Average R Squared* (ARS), *Average adjusted R-squared* (AARS) dan nilai *Average Variance Inflation Factor* (AVIF). Tabel 2 menunjukkan hasil analisis. Dimana AVIF dan APC

menunjukkan multikolinearitas variabel independen dan hubungannya. Data hasil evaluasi ini menginformasikan bahwa model dapat diterima.

Tabel 2. Goodness of fit model

Hasil	P-Value	Kriteria	Keterangan
Average path coefficient	0.343	< 0,001	didukung
Average R-squared	0.264	< 0,001	didukung
Average adjusted R-squared	0.359	< 0,001	didukung
Average block VIF	1.093	< 5.000	didukung

Sumber: Output WarpPLS

Uji Validitas Variable Penelitian

Berdasarkan Tabel 3, nilai loading factor masing-masing indikator lebih besar dari 0,5, dan nilai AVE (average variances extracted) lebih besar dari 0,5. Dengan demikian, semua indikator dan ukuran convergent validity variable penelitian memenuhi persyaratan.

Tabel 3. Nilai Loading Factor, dan AVE

Variabel Penelitian	Indikator	Nilai Loading Factor	AVE
Citra perusahaan (Citra-X1)	Citra-X1.1	0.766	0.664
	Citra-X1.2	0.628	
	Citra-X1.3	0.694	
	Citra-X1.4	0.817	
Keterlibatan pasien (Keterl-X2)	Keterl -X2.1	0.799	0.606
	Keterl -X2.2	0.738	
	Keterl -X2.3	0.600	
	Keterl -X2.4	0.762	
Kepercayaan pasien (Keperc -Z)	Keperc-Z.1	0.802	0.980
	Keperc-Z.2	0.813	
	Keperc-Z.3	0.800	
Kepuasan (Puas-Y)	Puas -Y.1	0.718	0.794
	Puas -Y.2	0.651	
	Puas -Y.3	0.799	
	Puas -Y.4	0.866	

Sumber: Output WarpPLS

Discriminant validity ditunjukkan dengan nilai AVE,s (*square roots of average variance extracted*), dimana nilai AVE,s terdapat pada posisi diagonal pada correlations among latent variables output WarpPLS, dan nilai yang diharapkan adalah lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi pada blok yang sama. Berdasarkan Tabel 4, nilai pada blok diagonal lebih

besar dibandingkan dengan nilai pada blok yang sama. Dengan demikian, seluruh variable memenuhi kriteria discriminant validity

Tabel 4. Korelasi antar variabel laten

Variable	Citra-X1	Keterl-X2	Keperc -Z	Puas-Y
Citra-X1	0.681	0.288	0.341	0.190
Keterl-X2	0.288	0.711	0.835	0.042
Keperc -Z	0.341	0.835	0.990	0.051
Puas-Y	0.190	0.042	0.051	0.628

Sumber: Output WarpPLS

Uji Reliabilitas Variable Penelitian

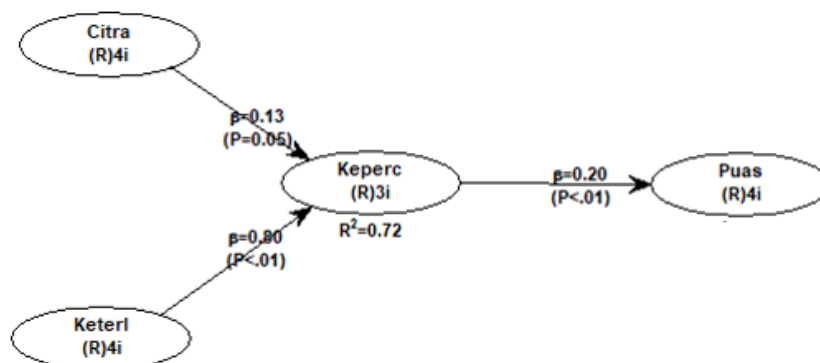
Uji reliabilitas variable penelitian diukur dengan dua kriteria yaitu composite reliability dan cronbach's alpha.

Tabel 5. Hasil uji reliabilitas

Cut Off Value		Citra-X1	Keterl-X2	Keperc -Z	Puas-Y	Catatan
Cronbach's Alpha	> 0.6	0.682	0.670	0.990	0.769	Semua item memenuhi persyaratan
Composite Reliability	> 0.7	0.760	0.802	0.993	0.734	

Sumber: Output WarpPLS

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha masing-masing variabel lebih besar dari 0,6. Juga, nilai reliabilitas komposit lebih besar dari 0,7. Oleh karena itu, semua konstruk telah memenuhi persyaratan.



Gambar 2. Koefisien jalur model penelitian (B= coefficient; p=probability;

R^2 =determination)

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan nilai estimasi signifikansi parameter model penelitian yang terlihat pada Table 6.

Tabel 6. Hasil uji hipotesis

Hipotesis	Hubungan antar variabel	Koefisien Standar	P	Keputusan
H1	Citra-X1 → Keperc -Z	0.134	0.047	diterima
H2	Keterl-X2 → Keperc -Z	0.800	0.000	diterima
H3	Keperc -Z → Perilaku-Y	0.196	0.007	diterima
H3a	Citra-X1 → Keperc -Z → Puas-Y	0.026	0.324	ditolak
H3b	Keterl-X2 → Keperc -Z → Puas-Y	0.157	0.003	diterima

Sumber: Output WarpPLS

Terdapat pengaruh citra terhadap kepercayaan pasien sebesar 0,134, dengan nilai $p=0,047$. Hal Ini menunjukkan bahwa H1 diterima. Terdapat pengaruh keterlibatan pasien terhadap kepercayaan pasien sebesar 0,800, dengan nilai $p=0,000$. Hal Ini menunjukkan bahwa H2 diterima. Terdapat pengaruh kepercayaan pasien terhadap kepuasan sebesar 0,196, dengan nilai $p=0,007$. Hal Ini menunjukkan bahwa H3 diterima. Terdapat pengaruh citra terhadap Kepuasan, melalui kepercayaan pasien sebesar 0,026, dengan nilai $p=0,324$. Hal Ini menunjukkan bahwa H3a ditolak. Terdapat pengaruh Keterlibatan pasien terhadap kepuasan, melalui kepercayaan pasien sebesar 0,157. dengan nilai $p=0,003$. Hal Ini menunjukkan bahwa H3b diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini menemukan bahwa kepuasan pasien di klinik mata Tritya Surabaya dapat dijelaskan secara signifikan oleh variabel citra, keterlibatan pasien dan kepercayaan pasien. Penelitian ini juga membuktikan bahwa kepercayaan pasien adalah variabel intervening positif pada hubungan citra, dan kepuasan pasien. Untuk jelasnya pembahasan dan diskusi hasil penelitian, dilakukan satu persatu sebagai berikut:

Pengaruh citra terhadap kepercayaan dan terhadap Kepuasan melalui kepercayaan pasien

Temuan penelitian ini menginformasikan bahwa citra berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pasien. Dengan demikian bahwa citra memberi penguatan terhadap kepercayaan pasien. Bukti ini menunjukkan bahwa citra klinik mata Tritya Surabaya menurut responden sudah baik. Hal ini tercermin dari jawaban responden yang menyebutkan bahwa reputasi klinik mata Tritya baik, dan identitas perusahaan juga nampak dari atribut dan seragam karyawan. Juga kepribadian karyawan dalam melaksanakan tugasnya terjaga dengan baik. Dengan demikian citra klinik mata Tritya terbagun dari penampilan karyawan, para medis dan bangunan yang dimiliki klinik mata Tritya. Penelitian ini, sesuai dengan hasil temuan Ardiyanto & Tabrani (2018), yang membuktikan adanya pengaruh positif citra terhadap kepuasan.

Indikator identitas perusahaan berkontribusi dominan membentuk citra, sementara indikator reputasi berkontribusi terkecil pembentuk variabel citra. Oleh karena itu reputasi klinik mata Tritya masih perlu ditingkatkan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan layanan dengan sebaik mungkin yang sesuai dengan harapan pasien, dengan demikian citra klinik mata Tritya akan naik dihadapan para pasien.

Dalam penelitian ini juga ditemukan adanya pengaruh tidak langsung antara citra terhadap kepuasan pasien melalui kepercayaan pasien. Walaupun tidak signifikan hal ini menginformasikan bahwa kepercayaan pasien adalah variabel intervening yang baik, pada hubungan citra dengan kepuasan pasien. Dengan demikian untuk menaikkan nilai kepuasan dapat juga dilakukan melalui peningkatan citra klinik dan kepercayaan pasien.

Pengaruh Keterlibatan pasien terhadap kepercayaan dan terhadap Kepuasan melalui kepercayaan pasien

Temuan penelitian ini menginformasikan bahwa keterlibatan pasien berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pasien. Dengan demikian bahwa keterlibatan pasien memberi penguatan terhadap kepercayaan pasien. Bukti ini menunjukkan bahwa keterlibatan pasien klinik mata Tritya Surabaya sudah terjalin dengan baik. Hal ini tercermin dari jawaban responden yang menyebutkan bahwa saat sebelum melakukan tindakan pengobatan, responden selalu diberikan kesempatan untuk membuat keputusan tentang apa saja yang seharusnya dilakukan. Oleh karena itu setiap pasien klinik mata Tritya merasa dilibatkan dalam pengambilan keputusan tentang tindakan pengobatan yang akan diterima pasien. Penelitian ini, sesuai dengan hasil temuan Atmoko et al. (2024) yang menemukan bahwa keterlibatan

pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Indikator pentingnya ekspresi diri berkontribusi dominan membentuk keterlibatan pasien, sementara indikator relevansi praktis berkontribusi terkecil pembentuk variabel keterlibatan pasien. Oleh karena itu relevansi praktis masih perlu diperhatikan. Hal ini dapat dilakukan dengan menawarkan proses alternatif terbaik dalam penyembuhan pasien.

Dalam penelitian ini ditemukan juga adanya pengaruh tidak langsung yang signifikan antara keterlibatan pasien terhadap kepuasan melalui kepercayaan pasien. Hal ini menginformasikan bahwa kepercayaan pasien adalah variabel intervening yang baik, pada hubungan keterlibatan pasien dengan kepuasan.

Pengaruh kepercayaan pasien terhadap Kepuasan

Temuan penelitian ini menginformasikan bahwa kepercayaan pasien berpengaruh terhadap kepuasan pasien klinik mata Tritya Surabaya. Dengan demikian dapat dimaknai bahwa kepercayaan pasien memberi penguatan terhadap kepuasan pasien. Bukti ini menunjukkan bahwa kepercayaan pasien klinik mata Tritya Surabaya sudah baik, dan berdampak pada kepuasan pasien. Hal ini tercermin dari jawaban responden yang menyebutkan bahwa kemampuan pelayanan kesehatan mata oleh paramedis klinik mata Tritya Surabaya sangat baik. Karyawan klinik juga sangat bersahabat kepada pasien, dan berintegritas tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan Sinto (2023) yang menyebutkan bahwa komitmen manajemen berpengaruh terhadap kepercayaan pasien dan kepuasan pasien.

Indikator kebaikan hati berkontribusi dominan pembentuk kepercayaan pasien, sementara indikator kemampuan berkontribusi terkecil pembentuk variabel kepercayaan pasien. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan pasien, mempunyai kaitan yang positif terhadap kepuasan pasien. Hal ini menginformasikan bahwa dengan meningkatkan kepercayaan pasien, maka akan mendorong naiknya nilai kepuasan pasien.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa citra dan keterlibatan pasien berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pasien. Kepercayaan pasien adalah variabel intervening yang baik dalam menghubungkan variabel keterlibatan pasien dengan kepuasan, sementara kepercayaan pasien adalah variabel intervening yang masih kurang baik dalam menghubungkan variabel citra dengan kepuasan pasien. Hal ini mempertegas bahwa untuk meningkatkan kepuasan pasien dapat dilakukan dengan berusaha memperbesar keterlibatan pasien dan kepercayaan pasien. Dari kedua variabel yang dihipotesiskan, maka variabel

keterlibatan pasien dominan pengaruhnya terhadap kepercayaan pasien. Hal ini menginformasikan bahwa dalam penanganan kesehatan mata pasien, keterlibatan pasien sudah baik dan sesuai harapan.

Untuk penelitian berikutnya perlu kiranya dilakukan penambahan ruang lingkup penelitian, juga disarankan untuk meneliti secara lebih jauh tentang pengaruh faktor-faktor variable lain, seperti: niat, besaran gaji, kelas ekonomi dan variable lainnya, yang belum menjadi bagian dari topik penelitian ini, dimana masih banyak variable lain yang dapat berpengaruh pada Kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. P., Sidin, I., & Pasinringi, S. A. (2013). Gambaran kepuasan pasien terhadap pelaksanaan komunikasi terapeutik perawat di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2013. *Jurnal Universitas Hasanudin*, 1-11.
- Ardiyanto, M. A., & Tabrani, M. (2018). Pengaruh Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien (Studi Pada Rumah Sakit Umum Kardinah Tegal). *Multiplier: Jurnal Magister Manajemen*, 3(1).
- Atmoko, Y. D., Riorini, S. V., Hidasanita, H., & Tahira, N. (2024). Pengaruh Keterlibatan Pelanggan, Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengalaman Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Transportasi Online di DKI Jakarta. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 6(1), 40-53.
- Blessa, V. A., & Indriani, F. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keterlibatan Konsumen, Dan Kualitas Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Shopee Live (Studi Pada Pengguna Platform Shopee Live). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1).
- Darlina, Deli (2015). *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Perhotelan*. Universitas Riau: Tesis.
- Djohan, A. J. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Kepercayaan untuk Mencapai Loyalitas Pasien Rawat Inap pada Rumah Sakit Swasta di Kota Banjarmasin. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(2), 257-271.
- Donni Priansa (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Eftitah, E., Martini, N. N. P., Susbiyani, A., & Herlambang, T. (2023). Pengaruh Kepuasan Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pasien. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 19(1), 69-88.
- Hair, J.F. et al. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R, Practical Assessment, Research and Evaluation*
- Hair, Joseph F. JR., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, William C. Black, 2010. "Multivariate Data Analysis With Readings", 4th Edition, New Jersey: Prentice Hall.

- Hidajahningtyas, N., Sularso, R. A., & Suroso, I. (2013). Pengaruh Citra, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah Dr. Soebandi Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 12(1).
- Ishak, Asmai, and Zhafitri Luthfi (2011). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas: Studi tentang peran mediasi switching costs. *Jurnal siasat bisnis*, 15(1).
- Jefkins, Frank. (2014). *Public Relations* (Edisi Kelima). Jakarta: Erlangga
- John, Hopkins (1992). Patient Satisfaction: The Impact of Past Experience. *JHCM*. Vol 12. No. 3. Pp 56-64.
- Kiik, N. G., Susanti, N., & Cempena, I. B. (2022). Analysis of The Effect of Service Quality, Trust and Price Perception Through ssCustomer Satisfaction on Customer (Study on Ende Services Client Surabaya). In *International Conference On Economics Business Management And Accounting (ICOEMA)* (Vol. 1, pp. 9-14).
- Kotler, P. (2020). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Surabaya: Perdana Printing Arts.
- Kurniawan, A. (2016). *Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Dilihat Dari Dimensi Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepercayaan (Studi Pada Pasien BPJS Di Pelayanan Rawat Jalan Rumah Sakit Al Islam Bandung)* (Doctoral dissertation, UNPAS).
- Kyriazos, T. A., & Stalikas, A. (2018). Applied Psychometrics: The Steps of Scale Development and Standardization Process. *Psychology*, 09(11): 2531–2560.
- Maharani, A.D. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Mowen, John C., & Minor, Micheal. (2016). *Perilaku Konsumen* dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta : Erlangga
- Panjaitan, H. (2006). Pengaruh Sistem Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Layanan dan Citra Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 10(1).
- Peter, J.P., & Olson, J.C. (2000). *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran; alih bahasa, Sihombing*, Damos. Jakarta: Erlangga.
- Pohan, I. S. (2015) *Jaminan Mutu Pelayanan Kesehatan, Dasar-dasar Pengertian dan penerapan*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Putri, N. P. A. S. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(10), 1992-2001.
- Ratnasari, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pasien Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Kelas 1 Peserta Bpjs di RSUD Karawang. *Cakrawala Management Business Journal*, 3(2), 685-698.

- Setiadi, Nugroho J. (2005). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana. Bogor
- Sinto, H. G. D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Komitmen Petugas Terhadap Kepercayaan Pasien dan Kepuasan Pasien Rawat Jalan di UPTD Puskesmas Tamiang Layang Kabupaten Barito Timur. *KINDAI*, 19(1), 012-026.
- Tjiptono, Fandy (2017). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Triastuti, V. I., & Basabih, M. (2023). Hubungan Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Loyalitas Dalam Membangun Brand Equity Rumah Sakit Berbasis Pasien. *Jurnal Medika Utama*, 5(01 Oktober), 3711-3728.
- Wijaya, J. T., Saptaningsih, A. B., & Syah, T. Y. R. (2021). Kepercayaan Dimediasi Kepuasan Pasien terhadap Citra Rumah Sakit. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 9(1), 59-71.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352.