

Analisis Kualitas Pelayanan Medis Terhadap Citra Merek Dengan Keputusan Pasien Memilih Kembali Layanan Kesehatan

Analysis of Medical Service Quality Against Brand Image and Patient Decisions to Re-Choose Health Services

Sukma Yunita^{1*}, Masdalifa Pasaribu², Irwan Agustian³ & Ayu Alia Ramadhani⁴

^{1*,2,3,4}Universitas Haji Sumatera Utara, Indonesia

Disubmit: 16 Juni 2025; Diproses: 07 Juli 2025; Diaccept: 18 Juli 2025; Dipublish: 30 Juli 2025

*Corresponding author: E-mail: sukmayunita28@gmail.com

Abstrak

Industri jasa kesehatan, seperti rumah sakit dan klinik, mengalami persaingan yang ketat dalam menarik pasien. Keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas pelayanan medis dan citra merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan medis dan citra merek terhadap keputusan pasien dalam memilih kembali layanan kesehatan di Klinik Pratama Andhika. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 317 pasien Klinik Pratama Andhika pada periode 12–25 Juni 2024. Analisis data dilakukan menggunakan uji chi-square untuk mengetahui hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai kualitas pelayanan medis di Klinik Pratama Andhika sebagai baik (76,7%), citra merek sebagai baik (78,9%), dan 80,1% pasien memutuskan untuk kembali memilih layanan kesehatan di klinik tersebut. Hasil uji chi-square menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan medis dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan ($p\text{-value} = 0,000 < \alpha 0,05$) serta hubungan signifikan antara citra merek dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan ($p\text{-value} = 0,010 < \alpha 0,05$). Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kualitas pelayanan medis dan citra merek berperan penting dalam keputusan pasien memilih layanan kesehatan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan dan citra merek yang positif dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan loyalitas pasien terhadap fasilitas Kesehatan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan Medis; Citra Merek; Keputusan Pasien; Klinik Pratama Andhika

Abstract

The healthcare industry, such as hospitals and clinics, faces intense competition in attracting patients. Patients' decisions in choosing healthcare services are influenced by various factors, including the quality of medical services and brand image. This study aims to analyze the relationship between the quality of medical services and brand image on patients' decisions to re-select healthcare services at Pratama Andhika Clinic. The research method used was a quantitative approach with a cross-sectional design. Data were collected through questionnaires distributed to 317 patients of Pratama Andhika Clinic between June 12–25, 2024. Data analysis was performed using the chi-square test to determine the relationship between variables. The results showed that the majority of respondents assessed the quality of medical services at Pratama Andhika Clinic as good, brand image as good (78.9%), and 80.1% of patients decided to re-select healthcare services at the clinic. The results of the chi-square test showed that there was a significant relationship between the quality of medical services and patients' decisions to choose health services ($p\text{-value} = 0.000 < \alpha 0.05$) and a significant relationship between brand image and patients' decisions to choose health services ($p\text{-value} = 0.010 < \alpha 0.05$). The conclusion of this study is that the quality of medical services and brand image play an important role in patients' decisions to choose health services. Therefore, improving the quality of service and positive brand image can be an effective strategy in increasing patient loyalty to health facilities..

Keywords: Medical Service Quality; Citra Merek; Patient Decision; Andhika Primary Clinic

PENDAHULUAN

Industri jasa yang berkembang dengan cepat saat ini adalah industri jasa kesehatan seperti rumah sakit, klinik, dan puskesmas. Banyaknya jumlah klinik yang beroperasi menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat dalam menyediakan jasa pelayanan kesehatan. Banyaknya jumlah Klinik yang ada di lingkungan masyarakat menyebabkan calon pasien lebih selektif untuk membuat keputusan dalam memilih klinik sebagai jasa pelayanan kesehatan yang akan mereka datangi untuk berobat. Pengambilan keputusan merupakan hal yang penting bagi seorang pasien karena pengambilan keputusan merupakan kesan individu yang secara hati-hati mengevaluasi atribut dari suatu produk, merek, atau jasa dan melakukan proses seleksi untuk memilih dari salah satu alternatif pemecahan masalah kebutuhan (Usman effendi, 2016).

Kualiatas pelayanan merupakan faktor yang diperlukan apabila Klinik menginginkan pasien untuk memutuskan memilih layanan kesehatan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mariana et al., 2019) bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan.

Selain kualitas pelayanan, faktor citra merek juga berhubungan dengan keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan. Citra merek adalah suatu gambaran bagi konsumen tentang sebuah produk. Brand image (citra merek) memiliki peran yang sangat mendukung dalam perkembangan suatu perusahaan. Brand image merupakan jenis asosiasi yang akan muncul di benak konsumen ketika mengingat merek tertentu, pemikiran konsumenn dipengaruhi dari

baik dan buruknya brand image (Suci rahmadani, SKM et al., 2022).

Dengan memiliki citra Klinik yang baik akan menjadi faktor pasien dalam memilih layanan kesehatan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Lia et al., 2022) citra merek berhubungan dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan di unit rawat inap Rumah Sakit Anugrah Pangkajene Namun, (Fresya Indah Noviandari, 2023).

Beberapa hal yang telah disebutkan diatas menunjukkan terdapat berbagai faktor yang dapat melatarbelakangi pengambilan keputusan dalam penggunaan layanan kesehatan. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk analisis kualitas pelayanan medis terhadap citra merek dengan keputusan pasien memilih kembali layanan kesehatan (studi kasus pada klinik pratama andhika).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan medis dengan keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan dan untuk mengetahui hubungan citra merek dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan pada klinik andhika pratama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan observasi analitik yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana dan mengapa suatu fenomena bisa terjadi. Dimana penelitian ini menggunakan pendekatan cross section untuk mengetahui antara hubungan penyebab/variabel independen (kualitas pelayanan medis dan citra merek) dan faktor akibat/dependen (keputusan memilih). Dalam penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 12 s/d 25 juni

2024 di Klinik Pratama Andhika. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya (Sandu Siyoto & M. Ali sodik, 2015). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang berobat di Klinii Pratama Andhika. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Teknik sampel yang digunakan adalah teknik accidental sampling, 37 menurut (Nafan akhun, 2022), accidental sampling adalah sampel yang digunakan yaitu yang didapat dari siapa saja yang dijumpai atau secara kebetulan di dekat peneliti. Sampel pada penelitian ini adalah pasien yang berobat di Klinik Pratama Andhika pada tanggal 12 – 25 juni 2024 berjumlah 317 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan penyebran kuesioner kepada pasien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

Usia	f	%
15-30 tahun	98	30.9%
31-45 tahun	128	40.4%
46-60 tahun	91	28.7%
Total	317	100%
Jenis Kelamin		
Perempuan	214	67.5%
Laki-laki	103	32.5%
Total	317	100%
Pekerjaan		
Ibu Rumah Tangga	126	39.7%
Guru	21	6.6%
Karyawan	86	27.1%
Wiraswasta	32	10.1%
Pelajar/Mahasiswa	14	4.4%
Buruh Pabrik	38	12.0%
Total	317	100%
Pendidikan		
SD	52	16.4%
SMP	1	.3%

SMA	196	61.8%
S1	68	21.5%
Total	317	100%

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 31-45 tahun sebanyak 128 orang (40,4%), Sedangkan mayoritas jenis kelamin responden yang berobat di klinik andhika adalah perempuan dengan jumlah sebanyak 214 orang (67,5%), kemudian mayoritas responden yang berobat di klinik memiliki pekerjaan ibu rumah tangga yaitu sebanyak 126 orang (39,7%). Pada jenjang pendidikan mayiritas responden ada pada jenjang pendidikan SMA dengan jumlah sebanyak 196 responden (61,8%).

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kualitas Pelayanan Medis

Pelayanan medis	f	%
Baik	243	76,7
Kurang	74	23,3
Total	317	100

Berdasarkan tabel dapat diketahui distribusi frekuensi Kualitas Pelayanan Medis dari 317 responden dengan mayoritas Baik berjumlah 243 orang (76.7%).

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Citra Merek

Citra Merek	f	%
Baik	250	78.9%
Kurang	67	21.1%
Total	317	100

Berdasarkan tabel dapat diketahui distribusi frekuensi Citra Merek dari 317 responden dengan mayoritas Baik berjumlah 250 orang (78.9%).

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Memilih

Keputusan Memilih	f	%
Baik	254	80,1
Kurang	63	19,9
Total	317	100

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui distribusi frekuensi Keputusan Pasien Memilih Layanan Kesehatan di Klinik Pratama Andhika dari 317 responden dengan mayoritas memilih Iya berjumlah 254 orang (80.1%).

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Hubungan Kualitas Pelayanan Medis dengan Keputusan Memilih

Kualitas Pelayanan Medis	Keputusan memilih				Total	%	P Value
	Ya	%	Tidak	%			
Baik	215	67.8	28	8.8	243	76.7	0.000
Kurang	39	12.3	35	11.0	74	23.35	
Total	254	80.1	63	19.9	317	100	

Berdasarkan tabel 5 yang di analisis menggunakan chi square dapat diketahui responden di Klinik Pratama Andhika tahun 2024 yang berpendapat kualitas pelayanan medis baik sebesar 67,8% dengan jumlah 215 responden. Berdasarkan hasil uji statistic yang dilakukan menggunakan uji chi square diperoleh nilai p value sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ dengan demikian menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada hubungan kualitas pelayanan medis dengan keputusan pasien memilih.

Tabel 6 . Distribusi Frekuensi Berdasarkan Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Memilih

Citra Merek	Keputusan memilih				Total	%	P Value
	Ya	%	Tidak	%			
Baik	207	65.3	42	13.2	249	78.5	0.010
Kurang	47	14.8	21	6.6	68	21.5	
Total	254	80.1	63	19.9	317	100	

Berdasarkan tabel 6 yang di analisis menggunakan *chi square* dapat diketahui responden di Klinik Pratama Andhika tahun 2024 yang berpendapat citra merek baik sebesar 65.3% dengan jumlah 207 responden. Berdasarkan hasil uji statistic yang dilakukan menggunakan uji *chi square* diperoleh nilai p value sebesar $0,010 < \alpha = 0,05$ dengan demikian menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada hubungan citra merek dengan keputusan pasien memilih.

1. Kualitas Pelayanan Medis

Berdasarkan hasil uji analisis pada kualitas pelayanan medis di dapat mayoritas responden memilih kualitas pelayanan medis di Klinik Pratama Andhika baik (76,7 %). Responden yang memiliki penilaian yang baik terhadap kualitas pelayanan akan menimbulkan proses pasien dalam memutuskan untuk

memilih layanan kesehatan di Klinik Pratama Andhika. Hal ini sejalan dengan penelitian dina mariana (2019) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan proses pengambilan keputusan pasien untuk memilih layanan kesehatan

2. Citra Merek

Berdasarkan hasil analisis citra merek di Klinik Pratama Andhika mayoritas responden memilih citra merek baik (78,9 %). Responden yang memiliki penilaian yang baik terhadap citra merek akan menimbulkan proses pasien dalam memutuskan untuk memilih layanan kesehatan di Klinik Pratama Andhika.

(P & K.L, 2016) berpendapat bahwa citra merek dapat dinilai berdasarkan kekuatan asosiasi merek (strength of brand association) yaitu seseorang sering mengingat atau memikirkan informasi (seperti nama, logo, dan gambar) kepada satu merek tertentu, keunggulan asosiasi merek (favorability of brand association) yaitu suatu merek mampu mudah diingat oleh konsumen, disaat konsumen mampu mempercayai atribut yang diberikan dalam hal memenuhi kebutuhan dan keinginan, keunikan asosiasi merek (uniqueness of brand association) yang merupakan Upaya yang bisa membedakan suatu merek dengan merek lainnya sehingga konsumen tidak mempunyai alasan untuk beralih ke merek pesaing.

3. Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil analisis responden yang berobat di Klinik Pratama Andhika di dapat mayoritas hasil responden memilih iya (80,1 %). Responden memilih Klinik Pratama Andhika sebagai penyedia pelayanan kesehatan untuk mereka saat membutuhkan jasa pelayanan kesehatan dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Klinik baik dan citra dari Klinik tersebut juga baik sehingga mereka memutuskan untuk memilih Klinik Pratama Andhika sebagai penyedia pelayanan kesehatan untuk mereka.

4. Kualitas Pelayanan Medis (X1) dengan Keputusan Pasien Memilih Layanan Kesehatan (Y)

Berdasarkan hasil uji chi square pada penelitian ini didapatkan nilai p value = $0,000 < \alpha 0.05$ menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan. Hasil menunjukkan 67,8% responden yang memiliki penilaian yang baik terhadap kualitas pelayanan akan menimbulkan proses pasien dalam memutuskan untuk memilih layanan kesehatan di Klinik Pratama Andhika. Hal ini sejalan dengan penelitian dina mariana (2019) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan proses pengambilan keputusan pasien untuk memilih layanan kesehatan . Namun masih terdapat responden yang tidak memutuskan untuk memilih klinik pratama andhika sebagai penyedia layanan mereka hal itu dapat dilihat beradsarkan hasil terdapat 28 orang yang menyatakan bahwa klinik pratama andhika kurang dalam kualitas pelayanan dan hasil kurang tersebut di dapat pada beberapa butir pernyataan yaitu “petugas pemberian obat memberikan obat dan menjelaskan cara penggunaan obat secara rinci” dan “tenaga kesehatan klinik memberikan rasa aman kepada pasien” berdasarkan pernyataan tersebut responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan tersebut.

5. Citra Merek (X2) dengan Keputusan Pasien Memilih Layanan Kesehatan (Y)

Berdasarkan hasil uji chi square pada penelitian ini didapatkan nilai p value = $0,010 < \alpha 0.05$ menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara citra merek dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan. Hasil menunjukkan 65.3% responden yang memiliki penilaian yang baik terhadap citra merek akan

memimbulkan proses pasien dalam memutuskan untuk memilih layanan kesehatan di Klinik Pratama Andhika. Namun terdapat 42 orang responden yang menyatakan citra merek pada klinik pratama andhika kurang yang mana penyebab citra merek pada klinik andhika pratama kurang dapat dilihat pada pernyataan kuesioner "petugas administrasi di klinik selalu tersenyum dan menyapa semua pasien yang datang berobat" berdasarkan pernyataan tersebut responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataannya

SIMPULAN

Kesimpulan Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Medis di Klinik pratama Andhika baik .
2. Citra Merek di Klinik Pratama Andhika baik
3. Keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan di klinik pratama andhika baik.
4. Kualitas pelayanan medis berhubungan secara signifikan dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan.
5. Citra merek berhubungan secara signifikan dengan keputusan pasien memilih layanan kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dr. Usman effendi, S.sos., M. M. (2016). Psikologi konsumen. PT. RajaGrafindo persada.
- Fresya Indah Noviandari. (2023). Hubungan brand image (citra merek) dengan keputusan pasien.

- Lupiyoadi, R. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa edisi 3. Salemba Empat.
- Mariana, D., Kualitas, H., Keperawatan, P., & Inap, R. (2019). Dengan Proses Pengambilan Keputusan Pasien Untuk Memilih Rumah Sakit Program Studi Ilmu Keperawatan , Universitas Kader Bangsa Palembang Pendahuluan Bertambahnya jumlah penyedia Dina Mariana kualitas layanan yang terdiri dari lima dimensi utama yaitu dime. 10.
- Mongi, dkk. (2019). Kualitas Produk Strategi Promosi, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado.
- Nafan akhun. (2022). Standar akreditasi rumah sakit vol. 23. Khulyan publisher.
- Notoatmodjo. S. (2018). Metodologi Penelitian Kesehatan. Rineka Cipta.
- Nugroho. (2019). Pengaruh Service Quality Terhadap Konsumen.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). Metodologi penelitian sosial. Media Sahabat Cendekia.
- P, K., & K.L, K. (2016). Marketing Management (Vol. 15ed). erlangga.
- Puspita, L., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2020). Pengaruh Lokasi, Citra Rumah Sakit, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Rsud Pasar Minggu.
- Sanusi Anwar. (2011). Metode Penelitian Bisnis. Salemba Empat.
- Suci rahmadani, SKM, M. K., St. Rosmanely, SKM, M. K., & SKM, N. (2022). Citra merek (brand image) dan Keputusan pasien memilih pelayanan kesehatan. CV. Feniks muda sejahtera.