

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Mutu Pelayanan**

Mutu pelayanan kesehatan merupakan alat ukur yang digunakan untuk menilai pemenuhan kebutuhan serta harapan pasien dalam menerima pelayanan kesehatan di rumah sakit. Semakin meningkat tuntutan dan kebutuhan pasien, maka semakin meningkat mutu pelayanan kesehatan yang diberikan (Pasalli' & Patattan, 2021). Kepuasan pasien tergantung pada kualitas mutu pelayanan yang diberikan rumah sakit, kualitas mutu pelayanan akan memberikan suatu dorongan kepada pasien untuk dapat mempercayai suatu pelayanan yang diberikan sehingga dapat terjalin hubungan yang kuat antara pasien dengan rumah sakit (Wirmando et al., 2021).

Dengan demikian, semakin baik mutu pelayanan kesehatan yang diberikan oleh rumah sakit maka akan semakin meningkat kepuasan pasien terhadap pelayanan yang diberikan. Sebaliknya semakin rendah mutu pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit maka akan semakin rendah pula kepuasan pasien terhadap mutu jasa pelayanan yang diberikan (Setyawati, 2018).

Menurut (Septia Sari et al., 2021) adapun manfaat program dari jaminan mutu adalah :

1. Meningkatkan efektifitas pelayanan kesehatan

Meningkatkan efektifitas pelayanan kesehatan berhubungan erat dengan mengatasi masalah kesehatan secara tanggap dan cepat karena penyelenggaraan pelayanan kesehatan menyesuaikan kemajuan ilmu teknologi dan standar yang sudah ditetapkan.

2. Meningkatkan efisiensi pelayanan kesehatan

Meningkatkan efisiensi pelayanan kesehatan berhubungan dengan pencegahan pelayanan kesehatan yang berada dibawah standar atau yang berlebihan. Hal tersebut membutuhkan biaya tambahan untuk mengatasi efek samping dari pelayanan kesehatan yang berada dibawah standar. Begitupun dengan

pemakaian sumber daya yang tidak sesuai pada tempatnya apabila menemukan pelayanan yang berlebihan.

3. Meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap pelayanan kesehatan  
Meningkatkan penerimaan ini berhubungan dengan kesesuaian pelayanan kesehatan sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan kesehatan. Jika peningkatan penerimaan diwujudkan maka akan memiliki peluang besar untuk meningkatkan derajat kesehatan kepada masyarakat.
4. Melindungi penyelenggaraan pelayanan kesehatan yang akan menimbulkan gugatan hukum  
Dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan pengetahuan masyarakat meningkat sehingga kesadaran masyarakat juga ikut semakin meningkat. Maka untuk menghindari adanya gugatan hukum dari masyarakat terhadap penyelenggaraan pelayanan kesehatan terkait ketidakpuasan pada pelayanan yang diberikan rumah sakit harus memberikan pelayanan kesehatan sebaik mungkin.

Menurut (Nur'aeni et al., 2020) ada 5 dimensi pelayanan kesehatan diantaranya :

1. Dimensi bukti fisik  
Mutu pelayanan yang dirasa baik oleh responden adalah fasilitas yang lengkap, penampilan perawat bersih sehingga pasien tertarik dan nyaman dengan layanan perawat, perawat menggunakan seragam bersih dan rapi, dan perawat memberikan obat dalam kemasan yang baik. Responden menilai mutu pelayanan kesehatan dirumah sakit baik bila ruang rawat inap bersih, ruang rawat inap nyaman, perawat berpenampilan rapi, kamar mandi ruang rawat inap bersih, kelengkapan dan kebersihan alat-alat yang ada diruang rawat inap. Aspek-aspek tersebut dianggap sangat penting dan sangat berpengaruh pada kelangsungan proses perawatan, karena pelayanan yang diberikan bersifat positif, maka tidak salah apabila mendapatkan penilaian baik.
2. Dimensi keandalan  
Perawat cepat dan tepat melayani pasien, mampu menangani keluhan pasien, perawat berhati-hati dalam melakukan tindakan, tindakan pemeriksaan dan perawatan dari perawat sesuai prosedur, perawat cekatan dalam memberikan pelayanan, pelayanan oleh dokter spesialis, dan ahli gizi tertib dalam

menyajikan makanan. pelayanan yang akurat, dan juga handal. Semua fasilitas pendukung dan tindakan yang dilakukan oleh perawat dianggap sangat penting dan sangat berpengaruh pada kelangsungan proses perawatan, karena apabila tindakan yang dilakukan sesuai maka tidak salah apabila mendapatkan penilaian baik.

3. Dimensi daya tanggap

Perawat selalu datang tepat waktu ketika pasien membutuhkan bantuan, menyediakan waktu khusus untuk membantu pasien, respon cepat selama diruang rawat inap, dan menangani keluhan pasien, perawat ramah ketika mengukur tekanan darah dan memberikan obat, dokter memberikan tanggapan pada setiap keluhan pasien dan menjawab setiap pertanyaan pasien.

4. Dimensi jaminan

Perawat berpengalaman, mampu membuat pasien percaya pada layanan keperawatan, perawat tidak pernah memberikan layanan yang berbeda untuk pasien, kejujuran perawat memberikan informasi tentang perkembangan atau kemajuan kesehatan kepada pasien, menjaga kerahasiaan pasien, meningkatkan kepercayaan pasien, ketepatan tenaga kesehatan dalam melakukan diagnosa atau perawatan penyakit, prosedur administrasi pendaftaran rawat inap sudah jelas dan mudah dipahami, harga tarif kamar disampaikan dengan jelas, pasien bisa memilih dokter spesialis, perawat selalu melakukan pemeriksaan secara teratur, makanan yang disajikan oleh petugas dalam keadaan bersih dan masih hangat, perawat memberikan perhatian terhadap setiap keluhan, dapat menjawab setiap pertanyaan tentang tindakan yang diberikan, selalu memberi salam dan senyum, serta teliti dan terampil dalam tindakan.

5. Dimensi kepedulian

Perawat peduli kepada pasien, melayani dengan ramah dan menarik, memahami aspirasi, berkomunikasi dengan baik dan benar, bersikap dengan penuh simpati, perawat peduli akan kondisi pasien, bersedia mendengar keluhan pasien dan memberikan penjelasan terkait kondisi pasien.

Menurut (Lubis, 2020) kepedulian terhadap pasien atau masyarakat adalah salah satu prinsip dasar dalam upaya perbaikan mutu pelayanan kesehatan. Kebutuahn

untuk meningkatkan mutu pelayanan kesehatan di Indonesia paling tidak dipengaruhi oleh 3 perubahan besar yang memberikan tantangan dan peluang perubahan itu adalah :

1. Sumber daya yang terbatas
2. Adanya kebijakan desentralisasi
3. Berkembangnya kesadaran akan pentingnya mutu dalam pelayanan kesehatan

Menurut (Pangestuti & Husniaty, 2021) indikator pelayanan meliputi 5 indikator kualitas pelayanan yaitu :

1. Ketepatan waktu pelayanan
2. Akurasi pelayanan
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan
4. Kemudahan dalam mendapatkan pelayanan
5. Kenyamanan dalam peroleh pelayanan dan atribut pendukung lainnya seperti sarana prasarana

### **2.1.2 Citra Merek**

Menurut Kenneth dan Donald dalam (Tanady & Fuad, 2020) citra merek merupakan cerminan perasaan dari konsumen dan bisnis mengenai keseluruhan organisasi serta produk individu. Menurut Mandagi et al., dalam (Solihin, 2021) citra merek merupakan hal terpenting bagi suatu perusahaan untuk dapat bertahan hidup dengan pesaing lainnya. Terdapat kutipan dari (Mulyono & Pasaribu, 2021) citra merek mengacu pada aspek tidak berwujud dari suatu produk atau layanan, citra merek tercermin dalam asosiasi yang dipegang oleh konsumen mengenai merek.

Menurut Keller dalam (Suleman et al., 2018) terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat membentuk citra merek, yaitu:

1. *Strength of Brand Association*, yang mana hal ini berisi mengenai informasi-informasi yang tertanam dalam benak konsumen yang akan terproses dalam memori konsumen dan menjadi bagian dari citra merek.

2. *Favorability of Brand Association*, yakni keberhasilan dari pemasaran yang dalam prosesnya dapat menciptakan asosiasi merek yang dapat dipercayai oleh konsumen
3. *The Uniqueness of Brand Association*, dimana apabila perusahaan ingin konsumen untuk memilih merek tertentu maka merek tersebut haruslah mengungguli kompetisi dalam industrinya.

Menurut (Ahmad et al., 2020). dimensi citra merek yaitu :

1. Identitas merek (*brand identity*) adalah identitas fisik yang berkaitan dengan merek atau produk tersebut sehingga konsumen mudah mengenali dan membedakannya dengan merek atau produk lain, seperti logo, warna, kemasan, identitas perusahaan, slogan, dan sebagainya.
2. Personalitas merek (*brand personality*) adalah karakter khas sebuah merek yang membentuk kepribadian tertentu sebagaimana layaknya manusia, sehingga khalayak konsumen dengan mudah membedakannya dengan merek lain dalam kategori yang sama, misalnya karakter tegas, kaku, kreatif, independent dan sebagainya.
3. Asosiasi merek (*brand association*) adalah hal-hal spesifik yang pantas atau selalu dikaitkan dengan suatu merek, biasanya muncul dari penawaran, unik suatu produk, aktivitas yang berulang dan konsisten misalnya dalam hal sponsorship atau social responsibility, isu-isu yang sangat kuat berkaitan dengan merek tersebut, ataupun person, symbol-simbol dan makna tertentu yang sangat kuat melekat pada suatu merek.
4. Sikap dan perilaku merek (*brand attitude*) adalah sikap dan perilaku komunikasi dan interaksi merek dengan konsumen dalam menawarkan benefit-benefit dan nilai yang dimilikinya. Kerap kali sebuah merek menggunakan cara-cara yang tidak pantas dan melanggar etik dalam berkomunikasi, pelayanan yang buruk sehingga mempengaruhi pandangan publik terhadap sikap dan perilaku merek tersebut atau sebaliknya sikap dan perilaku simpatik, jujur, konsisten, antara janji dan realitas, pelayanan yang baik dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas membentuk persepsi yang baik pula terhadap sikap dan perilaku merek tersebut.

5. Manfaat dan keunggulan merek (*brand benefit and competence*), merupakan nilai-nilai dan keunggulan khas yang ditawarkan oleh suatu merek kepada konsumen yang membuat konsumen dapat merasakan manfaat karena kebutuhan, keinginan, mimpi, dan obsesinya terwujudkan oleh apa yang ditawarkan tersebut.

Menurut (Firmansyah, 2019) indikator-indikator yang terdapat dalam citra merek antara lain:

1. *Corporate Image*, merupakan gabungan asosiasi yang dilihat dari sudut pandang konsumen terhadap perusahaan yang membentuk suatu merek. Perusahaan yang memiliki citra baik di mata konsumen, akan lebih diminati dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki citra yang netral ataupun kurang. *Corporate image* ini dapat meliputi popularitas dan kredibilitas dari sebuah perusahaan.
2. *User Image*, yakni gabungan dari beberapa asosiasi yang dilihat dari sudut pandang konsumen sebagai pengguna barang atau jasa dari suatu merek. *User Image* mencakup gaya hidup atau kepribadian pengguna, karena citra pengguna memiliki hubungan yang erat dengan kepribadian sang pengguna.
3. *Product Image*, yang merupakan gabungan dari beberapa asosiasi yang dilihat dari sudut pandang konsumen mengenai barang dan jasa. Hal ini meliputi bagian dari produk, fungsi produk bagi konsumen, pelayanan terhadap konsumen, dan juga garansi kualitas produk.

### **2.1.3 Kepuasan Konsumen**

Menurut (Kotler, 1996) dalam (Al-Ghamdi & Badawi, 2019) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah varians antara persepsi dan harapan konsumen sesuai dengan apa yang mereka dapatkan. Berdasarkan (Churchill & Surprenant, 1982) dalam (Al-Ghamdi & Badawi, 2019) kepuasan konsumen merupakan hasil dari kinerja pada pemasaran yang menghubungkan pada proses pembelian dan konsumsi dengan setelah terjadi pembelian tersebut, hal ini meliputi terjadinya loyalitas pada merek, pembelian ulang, dan perubahan sikap.

Seperti yang dikutip pada (Arnould & Zinkhan, 2004) dalam (AlGhamdi & Badawi, 2019) kepuasan konsumen tidak sama dari perjalanan waktu serta dari satu konsumen ke konsumen lain sebab itu bergantung pada anggapan konsumen dan keinginan, yang keduanya tumbuh seiring berjalannya waktu dan bermacam-macam dari individu satu ke individu lain.

Menurut (Widyana & Firmansyah, 2021) dimensi kepuasan yaitu :

1. Mengidentifikasi dimensi- dimensi kunci kepuasan pelanggan
2. Meminta pelanggan menilai pelayanan perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf.
3. Pelayanan terhadap pelanggan
4. Meminta pelanggan menilai pelayanan pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama
5. Meminta pelanggan menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka ada dikelompok penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

Berlandaskan indikator kepuasan konsumen dari (Irawan, 2018) terdiri dari sebagai berikut :

1. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan dan dirasakan oleh konsumen.
2. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
3. Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Peneliti	Hasil	Variabel	Persamaan	Perbedaan
1	Alfina Tahta Alfiana, 2019 Analisis Mutu Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Tingkat IV Kota Madiun Tahun 2019	Mutu pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien	Mutu pelayanan kesehatan	Variabel tentang mutu pelayanan.	Metode penelitian kualitatif sedangkan peneliti ini menggunakan kuantitatif.
2	Silvia Agustina Hasibuan, Zulfendri, dan Destanul Aulia. (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan RSUD Dr. Joelham Binjai”	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan RSUD Dr. Joelham Binjai	Kualitas pelayanan Kepuasan pasien	Metode penelitian kuantitatif	Teknik <i>cross sectional</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan <i>teknik non probability sampling</i> .
3	Made Putu Surdiartha Hartawan dan Zaini. (2022). “Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien BPJS	Mutu pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien BPJS Rawat Jalan Di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Mataram	Mutu pelayanan Kepuasan pasien	Metode penelitian kuantitatif	Teknik observasional analitik, sedangkan penelitian ini menggunakan <i>teknik non</i>

	Rawat Jalan Di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Mataram Tahun 2022'				<i>probability sampling.</i>
4	Markus Sastra Eli Zebua, Dilla Fitria, dan Aida Sulisna. (2021). "Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Ulang Kembali Pasien Umum Rawat Jalan di Rumah Sakit Umum Sundari Medan"	Mutu pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan minat berkunjung kembali pasien rawat umum rawat jalan RSU Sundari Medan	Mutu pelayanan Kepuasan Minat pasien	Metode penelitian kuantitatif	Teknik <i>cross sectional</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan <i>teknik non probability sampling.</i>
5	Angelita dkk, 2021 Pengaruh Mutu Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Papakelan.	Mutu pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Papakelan	Mutu pelayanan Kepuasan pasien	Variabel tentang mutu pelayanan kesehatan.	Metode penelitian kualitatif sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.
6	Yulianto dan Sri Yanthy Yosepha,	Citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap	Citra merek	Metode penelitian kuantitatif	Lokasi penelitian.

	2022 Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien RS TK Cijantung Kesdam Jaya Jakarta.	kepuasan pasien RS TK Cijantung Kesdam Jaya Jakarta	Kualitas pelayanan Kepuasan pasien	dan menggunakan kuesioner.	
7	Al Anfal, 2018 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Rumah Sakit Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap RSUD Sundari Medan Tahun 2018	Kualitas pelayanan dan citra merek rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pasien rawat inap RSUD Sundari Medan	Kualitas pelayanan Citra merek Kepuasan konsumen	Variabel penelitian.	Metode penelitian menggunakan deskriptif analitik dan teknik <i>cross sectional</i> sedangkan dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif dan <i>teknik non probability sampling..</i>
8	Sherly Natalia Dewi & Sukesi, 2022 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Pelayanan Pada Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening	<i>Brand image</i> dan kualitas pelayanan pada loyalitas pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien	Brand image Kualitas pelayanan Loyalitas pasien Kepuasan pasien	Metode penelitian kuantitatif.	Variabel intervening

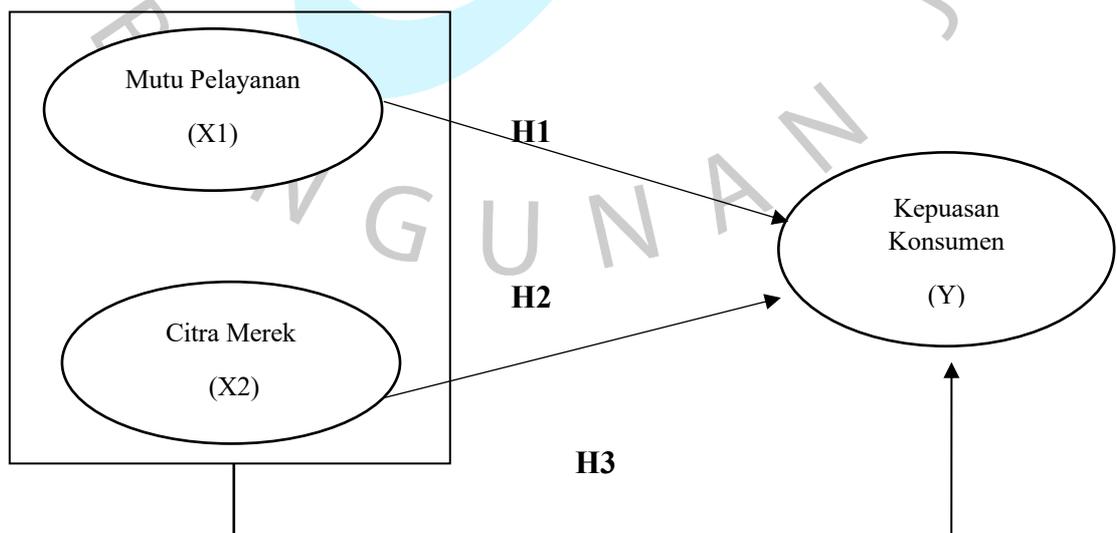
9	Trisnawati, R., & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pasien Di Klinik RH Medica Malang.	Kualitas pelayanan, fasilitas dan <i>brand image</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Klinik RH Medica Malang	Kualitas pelayanan Fasilitas <i>Brand image</i> Kepuasan pasien	Metode penelitian kuantitatif dan <i>teknik non probability sampling</i> .	Variabel dan lokasi penelitian.
10	Citra, E. W., Razak, A., & AP, A. R. A. (2021). Pengaruh Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Kembali Melalui Kepuasan Pasien Di Rawat Inap RSUD Salewangan Maros Tahun 2021	Citra dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap RSUD Salewangan Maros	Citra merek Kualitas pelayanan Minat kunjungan Kepuasan pasien	Metode penelitian kuantitatif.	Variabel dan lokasi penelitian.
11	Analisis Kepuasan Pasien Terhadap Mutu Pelayanan Rawat Jalan	Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap mutu pelayanan Di Puskesmas Kaena Kab. Luwu Timur	Kepuasan pasien Mutu pelayanan	Metode penelitian kuantitatif.	Teknik <i>cross sectional</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan <i>teknik non</i>

	Di Puskesmas Kaena Kab. Luwu Timur. (Ilham Dan Budi 2018)				<i>probability sampling.</i>
12	Risna Erlianti & Y.Sudaryanto, 2022 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di UPT Puskesmas Parigi	Kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan UPT Puskesmas Parigi	Kualitas pelayanan Fasilitas Citra merek Kepuasan pasien	Metode penelitian kuantitatif.	Variabel dan lokasi penelitian
13	Nasiti, Sudalhar, Lisa Dewi, 2022 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Ruang Rawat Inap RSUD Sumberrejo	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di ruang rawat inap RSUD Sumberrejo	Kualitas pelayanan Kepuasan pasien	Metode penelitian kuantitatif	Lokasi penelitian
14	Afrizal & Suhardi, 2018 Kualitas Pelayanan, Citra Merek Rumah Sakit, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Dan	Kualitas pelayanan, citra merek dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien pada loyalitas pasien	Kualitas pelayanan Citra merek Kepercayaan Kepuasan pasien	Metode penelitian kuantitatif	Teknik PSL Path sedangkan penelitian ini menggunakan <i>teknik non probability sampling.</i>

	Implikasinya Pada Loyalitas Pasien				
15	Siti Rodiah, 2022 Hubungan Kualitas Layanan Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Kepuasan Pasien Bpjs Rawat Jalan Rsud Budhi Asih Tahun 2022	Kualitas layanan dan citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien BPJS Rawat Jalan di RSUD Budhi Asih	Kualitas pelayanan Citra merek Kepuasan konsumen	Metode penelitian kuantitatif	Teknik <i>cross sectional</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan <i>teknik non probability sampling</i> .

### 2.3 Kerangka Berfikir

Tujuan penelitian adalah mengetahui pengaruh antara variabel bebas (Mutu pelayanan). Variabel bebas (Citra merek) dan variabel terikat (Kepuasan konsumen). Data digunakan penelitian adalah data primer dikumpulkan melalui kuesioner.



Berdasarkan model sistem perhitungan di atas, diketahui bahwa dalam penelitian ini terdapat dua faktor, yaitu faktor bebas dan variabel terikat. Faktor bebas adalah variabel yang bebas, upgrade, indikator, exogenous atau forerunner. Sedangkan variabel terikat adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh adanya faktor otonom atau faktor bebas.

Kualitas layanan dan citra merek adalah dua (dua) variabel independen dalam penelitian ini, dan kepuasan pelanggan adalah variabel dependen. Ada dua kemungkinan hubungan antara ketiga variabel tersebut di atas yaitu hipotesis 1 yang menghubungkan kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan dan hipotesis 2 yang menghubungkan citra merek dengan kepuasan pelanggan. Kerangka berpikir ini akan digunakan sebagai sumber perspektif untuk eksplorasi untuk mengukur penelitian untuk memastikan bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini.

## **2.4 Hipotesis**

Menurut (Sugiyono, 2018) hipotesis adalah hasil maupun pra duga yang bersifat sementara yang dilakukan oleh peneliti pada permasalahan yang dipertanyakan pada penelitian dan akan dilakukannya uji berdasarkan data yang telah dikumpulkan dalam penelitian.

### **2.4.1 Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Alfina Tahta Alfiana, 2019) menyatakan bahwa mutu pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya menurut penelitian (Silvia et al., 2019) menyatakan bahwa mutu pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut penelitian (Made Putu & Zaini, 2022) menyatakan bahwa mutu pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan pasien karena jika mutu pelayanan semakin baik maka berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Menurut penelitian (Markus et al., 2021) menyatakan bahwa mutu pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut penelitian (Angelina et al., 2021) menyatakan bahwa mutu pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien. Oleh karena itu diperoleh hipotesis satu yaitu mutu pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## **H1 : Mutu Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.**

### **2.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Yulianto & Sri Yanthy, 2022) menyatakan bahwa citra merek rumah sakit berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Selanjutnya menurut penelitian (Al Anfal, 2018) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara citra merek rumah sakit terhadap kepuasan pasien. Menurut penelitian (Sherly & Sukezi, 2022) menyatakan bahwa *brand image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Menurut penelitian (Trisnawati & Pradini, 2023) menyatakan bahwa *brand image* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien di klinik. Menurut penelitian (Citra, 2021) menyatakan bahwa citra merek rumah sakit memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien. Oleh karena itu diperoleh hipotesis dua yaitu citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## **H2 : Citra Merek Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.**

### **2.4.3 Pengaruh Mutu Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ilham & Budi, 2018) menyatakan bahwa mutu pelayanan dan citra merek memiliki hubungan yang bermakna terhadap kepuasan pasien. Selanjutnya menurut penelitian (Risna & Sudaryanto, 2022) menyatakan bahwa mutu pelayanan, fasilitas dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Menurut penelitian (Nasiti et al., 2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara mutu pelayanan terhadap kepuasan pasien. Menurut penelitian (Afrizal & Suhardi, 2018) menyatakan bahwa variabel mutu pelayanan, citra merek dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pasien secara simultan. Menurut penelitian (Siti Rodiah, 2022) menyatakan bahwa mutu pelayanan, citra merek rumah sakit berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Oleh karena itu diperoleh hipotesis tiga yaitu mutu pelayanan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## **H3 : Mutu pelayanan dan Citra Merek Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.**