

Analisis Pengaruh Komunikasi Efektif dan Patient Experience Terhadap Loyalitas Pasien di Wilayah Kerja Puskesmas XX Ambon

Mersy Dely Kainama¹, Andrie Vaisal Salawane²

^{1,2}Universitas Kristen Indonesia Maluku

Email: mersydely@gmail.com¹, salawaneyandrie@gmail.com²

Abstract – The hope of all service providers, especially health centers, is to be able to provide excellent service through high quality of service where health centers are the first level of service centers. Improving the quality of service is done so that patients can have a good memorable experience when receiving treatment at the health center. The rate of repeat visits at the XX health center is currently low because patients are not satisfied with the way communication is delivered and the overall experience in the service, which affects their confidence to return. The aim is to analyze the effect of effective communication, patient experience on patient loyalty. The research method is to use associative quantitative with hypothesis testing with a path analysis approach. The results showed that there was an influence of patient experience on patient loyalty with a significance value of 0.000. Conversely, there is no significant influence of effective communication on patient loyalty (p value = 0.212). Improvements that can be made are evaluations related to effective communication and patient experience as important components of service quality to increase patient loyalty.

Keywords: Effective Communication, Patient Experience, Patient Loyalty

Abstrak – Harapan seluruh pemberi pelayanan jasa terutama puskesmas adalah dapat memberikan pelayanan yang prima melalui kualitas layanan yang tinggi dimana puskesmas merupakan pusat pelayanan tingkat pertama. Peningkatan kualitas pelayanan dilakukan agar pasien dapat memiliki pengalaman yang berkesan baik saat berobat di puskesmas. Tingkat kunjungan ulang di puskesmas XX saat ini rendah dengan alasan pasien tidak puas dengan cara penyampaian komunikasi dan keseluruhan pengalaman di layanan sehingga memengaruhi keyakinan mereka untuk kembali. Tujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi efektif, patient experience terhadap loyalitas pasien. Metode penelitian adalah menggunakan kuantitatif asosiatif dengan pengujian hipotesis dengan pendekatan path analysis. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh patient experience terhadap loyalitas pasien dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sebaliknya, tidak ada pengaruh komunikasi efektif terhadap loyalitas pasien (p value = 0,212). Saran yang dapat diberikan adalah melakukan evaluasi terkait dengan komunikasi efektif dan pengalaman pasien sebagai komponen penting pada mutu pelayanan untuk dapat meningkatkan loyalitas pasien.

Kata Kunci: Komunikasi Efektif, Patient Experience, Loyalitas Pasien

PENDAHULUAN

Permenkes No. 43 Tahun 2019 menyebutkan bahwa Puskesmas adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan upaya kesehatan masyarakat (UKM) dan upaya kesehatan perseorangan (UKP) tingkat pertama dengan lebih mengutamakan upaya promotif dan preventif di wilayah kerjanya (Permenkes RI, 2019). Banyaknya pasien atau pengguna jasa layanan Puskesmas, maka penting bagi Puskesmas untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini disebabkan karena konsumen pengguna jasa berharap mendapatkan pelayanan dengan kualitas terbaik (Zeithaml & Bitner, 2003). Selain itu kepuasan pasien juga menjadi bagian penting dalam mengukur loyalitas pasien yang

datang ke Puskesmas. Hal ini juga berkaitan erat dengan pelayanan yang didapatkan. Kepuasan pasien dapat diukur dengan dengan beberapa cara seperti sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, ghost shopping, dan lost customer analysis (Kotler *et al.*, 2021). Komunikasi antara dokter dan pasien merupakan komponen yang paling penting dalam pelayanan kesehatan. Sikap profesional dokter ditunjukkan ketika berhadapan dengan tugasnya yang berarti mampu menyelesaikan tugasnya sesuai peran dan fungsinya; mampu mengatur diri sendiri seperti ketepatan waktu, pembagian tugas profesi dengan tugas-tugas pribadi yang lain dan mampu menghadapi berbagai macam tipe pasien serta mampu bekerja sama dengan profesi kesehatan yang lain. Sikap profesional seorang dokter akan dilihat dari proses penanganan pasien yang akan

menjadi tolak ukur keberhasilan dan ke profesionalannya.

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman pembelian mereka sebelumnya, nasehat teman atau kolega, serta janji dan informasi dari pemasar dan para pesaingnya. Jika para pemasar meningkatkan harapan terlalu tinggi, para pembeli kemungkinan besar akan kecewa, namun jika perusahaan menetapkan harapan terlalu rendah maka pembeli tak akan tertarik walaupun mereka yang benar-benar membeli akan terpuaskan (Kotler & Keller, 2005).

Puskesmas xx merupakan puskesmas yang berperan penting dalam, pelayanan di daerah kota Ambon. Berdasarkan data tahun 2024 data tingkat kunjungan pasien di Puskesmas sebanyak 58 % dan kunjungan ulang sebanyak 42%. Dimana terjadi penurunan tingkat kunjungan di puskesmas. Alasan pasien tidak berkunjung lagi pada laporan puskesmas menunjukkan bahwa terdapat kendala komunikasi dengan dokter yaitu cara penyampaian (50%) dan bahasa yang digunakan (20%) Hal ini merupakan faktor yang cukup signifikan dalam memberikan patient experience yang baik kepada pasien.

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas terdapat beberapa variabel yang dapat diambil yang dapat diteliti secara bersamaan yaitu efektifitas konsultasi, kualitas pelayanan, pengalaman pasien dan loyalitas. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh komunikasi efektif, patient experience terhadap loyalitas pasien.

METODE

Penelitian dilakukan di kota Ambon pada tahun 2024. Rancangan penelitian adalah cross sectional. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif asosiatif dengan pengujian hipotesis untuk melihat pengaruh antara variabel. Analisis data menggunakan model penelitian *path analysis*.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Kuesioner yang disebarkan selama penelitian berlangsung pada periode rentang waktu 1 bulan pada, didapatkan kuesioner yang diisi lengkap dan terkumpul adalah sebanyak 130 kuesioner. Seluruh kuesioner tersebut diolah sehingga didapatkan data karakteristik responden sebagai berikut :

Tabel 1 Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Jumlah	Persentase
----	---------------	--------	------------

	(orang)	(%)
1 Umur		
20-30 Tahun	38	29,23
31-50 Tahun	60	46,15
>50 Tahun	32	24,61
Total	130	100
2 Jenis Kelamin		
Laki-Laki	60	46,15
Perempuan	70	53,84
Total	130	100
3 Pendidikan		
SD	-	
SMP	-	
SMA	20	15,38
D3	30	23,7
S1	40	30,76
S2	40	30,76
Total	130	1000

(Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan jenis kelamin sebanyak 70% atau 70 orang responden berjenis kelamin perempuan dan 60 orang responden berjenis kelamin laki-laki. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa responden perempuan lebih banyak daripada laki-laki. Sementara itu, berdasarkan usia ditemukan sebagian besar responden berada dalam kelompok usia 20-30 tahun diikuti dengan 31-50 tahun, dan sebagian kecil >50 tahun dengan persentase 29,2%, 46,1%, 24,6%, secara berurutan. Pasien yang ikut serta dalam penelitian ini sebagian besar dengan Pendidikan terakhir SMA (15,3%), D3 (23,7%), S1 (30,7%) dan S2 (30,7%). Hal ini ditemukan karena sebagian besar penduduk Sumbawa berada dalam rentang usia produktif dengan kelompok usia pekerja muda 31-50 tahun terbesar persentasenya.

Tabel 2 Hasil uji F pada Model *Loyalitas Pasien*

ANOVA ^a					
Model X1, X2, terhadap Y	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	14.231	2	7.116	33.712	<,001 ^b
Residual	27.650	131	.211		
Total	41.881	133			

Sumber Data : Hasil Regresi Data, 2024

Pengujian hipotesis 1 dibuktikan melalui adanya hasil uji F hitung pada model loyalitas sebesar 21,63 yaitu

signifikan secara statistik karena kurang dari p value 0,001. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$) sehingga angka signifikansi model (p value) sebesar $0,001 < \alpha < 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak atau H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara komunikasi efektif (X1) dan patient experience (X2) terhadap loyalitas pasien (Y).

Tabel 4 Hasil Pengujian Parsial (uji t) terhadap Loyalitas (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.902	.301		6.329	<,001
Komunikasi Efektif (X1)	.090	.072	.115	1.253	.212
Patient Experience (X2)	.391	.094	.421	4.150	<,001

Sumber : Hasil uji t, 2024

Dari hasil pengolahan data yang telah dijabarkan diatas maka dapat disimpulkan pengujian hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis kedua

Pengujian hipotesis 2 membuktikan bahwa uji t pengaruh variabel komunikasi efektif terhadap loyalitas adalah positif yaitu sebesar 0,090. Pengaruh ini tidak signifikan secara statistik karena signifikansi 0,212 ($p > 0,05$). Oleh karena itu H_0 diterima atau H_1 ditolak yang berarti **tidak terdapat pengaruh signifikan antara komunikasi efektif (X₁) terhadap loyalitas pasien (Y).**

2. Pengujian Hipotesis ketiga

Pengujian hipotesis 3 membuktikan bahwa uji t pengaruh variabel patient experience terhadap loyalitas pasien adalah positif yaitu sebesar 0,391. Pengaruh ini signifikan secara statistic karena signifikansi 0,000 ($p \leq 0,05$). Oleh karena itu H_0 ditolak atau H_1 diterima yang berarti **terdapat pengaruh signifikan dan positif patient experience (X₂) terhadap loyalitas pasien (Y).**

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Komunikasi Efektif Terhadap Loyalitas Pasien

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua ditemukan tidak terdapat pengaruh langsung komunikasi efektif terhadap loyalitas di Puskesmas X Uji t pengaruh variabel komunikasi efektif terhadap loyalitas adalah positif yaitu

sebesar 0,090. Pengaruh ini tidak signifikan secara statistik karena signifikansi 0,212 ($p > 0,05$). Oleh karena itu H_0 diterima atau H_1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara komunikasi efektif terhadap loyalitas pasien. Sehingga hal ini dapat dimaknai dengan jika pasien memiliki hambatan komunikasi tidak serta merta mengurungkan niatnya untuk kembali berobat di Puskesmas X.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa nilai indeks komunikasi efektif dan loyalitas yang cukup. Hasil ini menunjukkan pasien telah mendapatkan komunikasi efektif yang cukup namun tidak cukup untuk mendukung niatannya kembali. Namun, ditemukan beberapa dimensi komunikasi efektif yang nilainya lebih rendah daripada yang lainnya yaitu dimensi pemenuhan kebutuhan.

Indeks terendah terletak pada beberapa dimensi loyalitas yaitu affectively loyal dan dimensi komunikasi efektif yaitu visualisasi. Indeks tertinggi terletak pada beberapa dimensi loyalitas adalah action loyal dan dimensi komunikasi efektif yaitu action. Sehingga dapat memberi gambaran bahwa pasien di rawat jalan Puskesmas X memiliki perilaku yang cukup memiliki komunikasi efektif namun tidak cukup mengakibatkan tindakan untuk mendukung niatannya untuk kembali.

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylavia Moss, komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. Sedangkan loyalitas dinyatakan oleh Oliver (2012) dapat dipengaruhi oleh komunikasi yang baik. Hasil penelitian ini kontradiktif sehingga mungkin faktor lingkungan akan hambatan bahasa dapat berpengaruh (Oliver *et al.*, 2012).

Fenomena ini juga didukung oleh penelitian terdahulu oleh Suparyo (2015) yang menunjukkan hubungan yang positif lemah antara kualitas komunikasi pasien dengan loyalitas pasien (Suparyo, 2015). Dengan demikian, komunikasi yang efektif memberikan dampak bagi pasien agar pasien dapat berkunjung lagi di puskesmas untuk mendapatkan pelayanan yang seharusnya (Shilvira dkk, 2023).

2. Pengaruh Patient Experience terhadap Loyalitas pasien

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga ditemukan pengaruh patient experience terhadap loyalitas pasien dengan uji t pengaruh variabel patient experience terhadap loyalitas pasien adalah positif yaitu sebesar 0,391. Pengaruh ini signifikan secara statistik karena signifikansi 0,000 (p value $< 0,05$). Oleh karena itu H_0 ditolak atau H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan dan positif patient experience terhadap loyalitas pasien. Sehingga hal ini dapat dimaknai dengan apabila pasien memiliki pengalaman layanan yang baik maka loyalitas terhadap Puskesmas ikut meningkat.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa nilai indeks patient experience dan loyalitas yang sedang. Hasil ini menunjukkan pasien yang memiliki pengalaman yang berkesan akan dapat merekomendasikan Puskesmas pada orang lain. Nilai indeks patient experience dan loyalitas pasien dalam penelitian ini memiliki kategori sedang namun memiliki beberapa dimensi dengan kategori sedang memiliki nilai yang lebih kecil yaitu dimensi informasi komunikasi dan edukasi yang menunjukkan pasien tidak mendapat informasi yang cukup baik untuk secara konsisten meningkatkan loyalitasnya.

Indeks terendah terletak pada beberapa dimensi loyalitas yaitu affectively loyal dan dimensi patient experience yaitu edukasi. Indeks tertinggi terletak pada beberapa dimensi loyalitas adalah action loyal dan dimensi patient experience yaitu akses. Sehingga dapat memberi gambaran bahwa pasien di rawat jalan Puskesmas as X memiliki perilaku pengalaman pasien yang baik akibat edukasi dan cukup mengakibatkan tindakan lebih untuk berpikir kembali berobat di Puskesmas X.

Wolf (2014) mendefinisikan pengalaman pasien adalah keseluruhan interaksi yang dibentuk oleh budaya organisasi yang mempengaruhi persepsi pasien pada seluruh kontinum perawatan. Pengalaman akan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pasien secara konsisten (Jason et al., 2014). Loyalitas pasien merupakan indikator penting dalam keberhasilan Puskesmas. Loyalitas akan berujung pada kunjungan ulang pasien (Masjadi & Jannah, 2025). Teori ini sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan pengalaman pasien yang baik maka meningkatkan loyalitasnya pada Puskesmas.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan

terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien dan pemasaran relasional sebagai variabel intervening; Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan pemasaran relasional, namun tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien; Kepuasan pasien dan pemasaran relasional berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien (Indra et al., 2022). Dengan demikian pengalaman pasien tidak selamanya memberikan dampak bagi loyalitas pasien. Pengalaman pasien berdampak bagi pemahaman terhadap apa yang diterima dalam pelayanan yang diberikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti dapat menarik suatu kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Komunikasi efektif tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di rawat jalan Puskesmas XX Komunikasi yang baik yang tidak didukung dengan faktor lain tidak serta merta memengaruhi loyalitas pasien.
2. Patient Experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien di rawat jalan Puskesmas XX. Semakin baik pengalaman pasien maka semakin loyal pasien tersebut terhadap pelayanan Puskesmas.

DAFTAR PUSTAKA

- Indra D, Ramadhan Y, Ruswanti E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien yang Dimediasi Oleh Pemasaran Relasional dan Kepuasan Pasien. *J Heal Sains*.3, 199-212.
- Jason A. (2014). Defining Patient Experience & Human Experience. *Jason A Wolf PhD, CPXP*. 1(1):7-19.
- Kotler P, Stevens RJ, Shalowitz JI. (2021). *Strategic Marketing For Health Care Organizations: Building A Customer-Driven Health System*. Wiley; <https://books.google.co.id/books?id=OPQTEAAAQBAJ>
- Kotler P. K, L. Keller. (2005). *Mark Manag an Asian Perspect 13rd Ed Pearson Prentice Hall, London*.
- Masjadi, Jannah, S. S. (2025). Dampak Pengalaman Pasien Yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien di Rumah Salit. *Wiraraja Medika: Jurnal Kesehatan*. 15(1), 14-25.
- Oliver T, Smithers R, Bailey S, Walmsley C, Watts K. (2012). Table S1. Published online

November 29, 2012.

- Permenkes RI. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2019 Tentang Pusat Kesehatan Masyarakat. *Permenkes*. 2019;11(1):1-14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Shilvira, A., Fitriani, A. D., Satria, B. (2023). Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Minat Kunjungan Ulang di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Umum Bina Kasih Medan. *Jurnal Ilmu Psikologi dan Kesehatan*. 1(3), 205-214.
- Suparyo SW, Gono JNS, Herieningsih SW, Pradekso T. Hubungan antara Kualitas Komunikasi Dokter-Pasien dan Tingkat Pendidikan Pasien dengan Loyalitas Pasien. *Interak Online*. 2015;3(4).
- Zeithaml VA, Bitner MJ. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.
<https://books.google.co.id/books?id=YbxaA>