

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN LOYALITAS PASIEN RAWAT
JALAN PUSKESMAS SIMPANG IV SIPIN KOTA JAMBI****Fitriani^{1*}, Guspianto², Dwi Noerjoedianto³**¹⁻³Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat, Universitas JambiEmail Korespondensi: dwi_noerjoedianto@unja.ac.id

Disubmit: 25 Maret 2025

Diterima: 30 April 2025

Diterbitkan: 01 Mei 2025

Doi: <https://doi.org/10.33024/mnj.v7i5.20121>**ABSTRACT**

Puskesmas Simpang IV Sipin has experienced a decrease in the number of outpatient visits from 19,912 in 2021 to 5,375 visits in 2022. This study aims to determine the relationship between brand image, ease of access and facilities with the loyalty of Puskesmas Simpang IV Sipin outpatients. This study is a quantitative study with a cross sectional approach. The population in this study were patients who had received outpatient unit services at the Puskesmas Simpang IV Sipin with a sample size of 102 outpatients calculated using the Lemeshow formula. The research time was from October to December 2024 at Puskesmas Simpang IV Sipin. Analysis was carried out using univariate and bivariate with the chi square test. The results showed that out of 102 respondents, the majority percentage of Simpang IV Sipin Health Center outpatients with a loyal category attitude was 81 (79.4%). There is a relationship between brand image and patient loyalty (pvalue = 0.004), there is a relationship between ease of access and patient loyalty (p-value = 0.004) and there is a relationship between facilities and patient loyalty (p-value = 0.001). It is concluded that brand image variables, ease of access and facilities are significantly related to the loyalty of Puskesmas Simpang IV Sipin outpatients.

Keywords: *Patient Loyalty, Brand Image, Ease of Access, Facilities.*

ABSTRAK

Puskesmas Simpang IV Sipin telah mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien rawat jalan dari 19.912 pada tahun 2021 menjadi 5.375 kunjungan pada tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara brand image, kemudahan akses dan fasilitas dengan loyalitas pasien rawat jalan Puskesmas Simpang IV Sipin. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan cross sectional. Populasi pada penelitian ini merupakan pasien yang pernah mendapatkan pelayanan unit rawat jalan di Puskesmas Simpang IV Sipin dengan jumlah sampel 102 pasien rawat jalan yang dihitung dengan rumus Lemeshow. Waktu penelitian dari bulan Oktober-Desember 2024 di Puskesmas Simpang IV Sipin. Analisis dilakukan menggunakan univariat dan bivariat dengan uji chi square. Hasil penelitian menunjukkan dari 102 responden didapatkan mayoritas presentase pasien rawat jalan Puskesmas Simpang IV Sipin dengan sikap katagori loyal sebanyak 81 (79,4%). Ada hubungan antara brand image dengan loalitas pasien (p-value = 0,004), ada hubungan kemudahan akses dengan loyalitas pasien (p-value = 0,004) dan ada hubungan fasilitas dengan loyalitas

pasien (p -value= 0,001). Variabel brand image, kemudahan akses dan fasilitas berhubungan secara signifikan dengan loyalitas pasien rawat jalan Puskesmas Simpang IV Sipin.

Kata Kunci: Loyalitas Pasien, Brand Image, Kemudahan Akses, Fasilitas.

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan aspek penting dalam kehidupan, ketika seseorang mengalami penurunan kesehatan mereka akan mencari fasilitas kesehatan untuk mendapatkan perawatan, salah satu fasilitas kesehatan yang sering digunakan adalah Puskesmas (Agustin, 2019); (Miftahul, 2023).

Berdasarkan data dari profil Dinas Kesehatan Kota Jambi, kunjungan pasien rawat jalan pada puskesmas di Kota Jambi mengalami fluktuasi dari tahun 2020 hingga 2022. Pada tahun 2022, terdapat dua puskesmas dengan jumlah kunjungan pasien rawat jalan tertinggi, yaitu Puskesmas Rawasari dengan 37.103 kunjungan dan Puskesmas Kenali Besar dengan 32.103 kunjungan. Sementara itu, dua puskesmas yang mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien rawat jalan adalah Puskesmas Simpang IV Sipin dan Puskesmas Aur Duri, masing-masing dengan 5.375 kunjungan.

Loyalitas pasien merupakan pondasi penting di fasilitas kesehatan, dikarenakan kesetiaan pasien terhadap pelayanan kesehatan yang mereka gunakan dapat mendorong mereka untuk membagikan informasi positif kepada orang lain tentang keunggulan fasilitas kesehatan tersebut (Sudirman, 2022). Oleh sebab itu, fasilitas kesehatan juga perlu mempertahankan loyalitas pasien (Sihombing, 2022); (Supangat, 2022).

Pada tahun 2020, Puskesmas Simpang IV Sipin mencatat sebanyak 1.095 kunjungan pasien rawat jalan, mengalami peningkatan pada tahun

2021 menjadi 19.912 kunjungan namun pada tahun 2022 terjadi penurunan yang signifikan menjadi 5.375 kunjungan. Terdapatnya penurunan jumlah kunjungan pasien rawat jalan 3 tahun terakhir menunjukkan adanya penurunan pemanfaatan ulang yang merupakan salah satu tolak ukur loyalitas pasien. Penurunan ini menjadi perhatian khusus jika dibandingkan dengan angka kunjungan di puskesmas lainnya.

Berdasarkan latar belakang, penulis tertarik memperoleh informasi “Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Puskesmas Simpang IV Sipin Tahun 2024”.

KAJIAN PUSTAKA

Keputusan pasien untuk menggunakan pelayanan jasa di instansi kesehatan mempertimbangkan banyak hal diantaranya adalah brand image yang baik.³ Brand image fasilitas kesehatan merupakan asosiasi dan keyakinan pasien terhadap fasilitas kesehatan tersebut (Diastuti, 2023).

Maulany dkk (2021) menyebutkan akses kesehatan adalah bentuk pelayanan kesehatan yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Seringkali akses kesehatan hanya dinilai dari sudut pandang penyedia layanan kesehatan, sementara perspektif masyarakat sebagai pengguna jasa kesehatan masih kurang diperhatikan (Calundu, 2018).

Loyalitas merupakan bentuk nyata dari kepercayaan pasien untuk

menggunakan jasa pelayanan secara berulang, dan dengan ditunjukkan adanya sikap positif terhadap fasilitas kesehatan.¹⁰Loyalitas pada pasien puskesmas ditunjukkan dengan adanya komitmen pasien untuk tetap menggunakan jasa pelayanan kesehatan yang ada di puskesmas, kemauan untuk menyatakan hal-hal positif tentang puskesmas dan merekomendasikannya kepada orang lain.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan cross sectional, dimana penelitian ini untuk mempelajari hubungan antara brand image, kemudahan akses dan fasilitas dengan loyalitas pasien.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang datang ke Puskesmas Simpang IV Sipin dan mendapatkan layanan rawat jalan. Perhitungan sampel menggunakan rumus lameshow diperoleh sebanyak 102 responden. Metode teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling. Dengan keterangan kelaikan etik dengan No. LB.02.06/2/165/2025.

Instrumen penelitian adalah lembar kuesioner yang berisi pernyataan mengenai loyalitas pasien, peneliti menggunakan

kuesioner yang berisi 23 pernyataan dengan optioan jawaban skala likert sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju, jika responden menjawab sangat setuju akan diberi skor 4, setuju diberi skor 3, tidak setuju diberi skor 2 dan sangat tidak setuju diberi skor 1. Untuk variabel loyalitas pasien dikategorikan loyal jika skor > median 10 dan dikategorikan kurang loyal jika skor < median 10. Variabel brand image dikategorikan baik jika skor > median 20 dan dikategorikan kurang baik jika skor < median 20. Variabel kemudahan akses dikategorikan mudah jika skor > median 24 dan dikategorikan sulit jika skor < median 24. Variabel fasilitas dikategorikan lengkap jika skor > median 23 dan dikategorikan kurang lengkap jika skor < median 23.

Peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner di Puskesmas Putri Ayu terhadap 30 responden. Analisis univariat dilakukan untuk mendeskripsikan karakteristik dari setiap variabel penelitian. Analisis Bivariat dilakukan untuk melihat hubungan brand image, kemudahan akses dan fasilitas dengan loyalitas pasien rawat jalan puskesmas. Penelitian ini menggunakan uji Chi-square, jika nilai p-value <0,05, maka H_0 diterima dan apabila nilai p-value >0,05 maka H_0 diterima.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	Ket
Brand Image	B1	0,674	Valid
	B2	0,684	Valid
	B3	0,720	Valid
	B4	0,815	Valid
	B5	0,684	Valid
	B6	0,621	Valid

Kemudahan Akses	C1	0,782	Valid
	C2	0,754	Valid
	C3	0,578	Valid
	C4	0,495	Valid
	C5	0,776	Valid
	C6	0,724	Valid
	C7	0,635	Valid
Fasilitas	D1	0,561	Valid
	D2	0,728	Valid
	D3	0,699	Valid
	D4	0,600	Valid
	D5	0,539	Valid
	D6	0,704	Valid
	D7	0,545	Valid
Loyalitas	E1	0,721	Valid
	E2	0,832	Valid
	E3	0,745	Valid

Berdasarkan table 1. Diketahui dari 23 item pertanyaan semuanya

valid dimana nilai r hitung > dari nilai r table.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batasan	Ket
Brand Image	0,789	0,6	Reliabel
Kemudahan akses	0,804	0,6	Reliabel
Fasilitas	0,740	0,6	Reliabel
Loyalitas	0,648	0,6	Reliabel

Berdasarkan table 2, diketahui hasil uji reliabilitas menunjukan variabel loyalitas pasien, brand image, kemudahan akses dan

fasilitas reliable dimana nilai *cronbach's alpha* > dari nilai batasan 0,6.

Tabel 3. Klasifikasi Variabel Loyalitas

No	Interval	Interprestasi
1.	Skor \geq median 10	Loyal
2.	Skor < median 10	Kurang Loyal

Berdasarkan table 3, diketahui variabel loyalitas dibagi menjadi 2 katagori, katagori loyal jika skor \geq

median 10 dan katagori kurang loyal jika skor < median 10.

Tabel 4. Klasifikasi Variabel Brand Image

No	Interval	Interprestasi
1.	Skor \geq median 20	Baik
2.	Skor $<$ median 20	Kurang Baik

Berdasarkan table 4, diketahui variabel brand image dibagi menjadi 2 katagori, katagori baik jika skor \geq

median 20 dan katagori kurang baik jika skor $<$ median 20.

Tabel 5. Klasifikasi Variabel Kemudahan Akses

No	Interval	Interprestasi
1.	Skor \geq median 24	Mudah
2.	Skor $<$ median 24	Sulit

Berdasarkan table 5, diketahui variabel kemudahan akses dibagi menjadi 2 katagori, katagori mudah

jika skor \geq median 24 dan katagori sulit jika skor $<$ median 24.

Tabel 6. Klasifikasi Variabel Fasilitas

No	Interval	Interprestasi
1.	Skor \geq median 23	Lengkap
2.	Skor $<$ median 23	Kurang Lengkap

Berdasarkan table 4, diketahui variabel fasilitas dibagi menjadi 2 katagori, katagori lengkap jika skor \geq

median 23 dan katagori kurang lengkap jika skor $<$ median 23.

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas, Brand Image, Kemudahan Akses dan Fasilitas

Loyalitas Pasien (Y)	Frekuensi	Persentase (%)
Loyal	81	79,4
Kurang Loyal	21	20,6
Brand Image (X1)	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	72	70,6
Kurang Baik	30	29,4
Kemudahan Akses (X2)	Frekuensi	Persentase (%)
Mudah	56	54,9
Sulit	46	44,1
Fasilitas (X3)	Frekuensi	Persentase (%)
Lengkap	74	72,5
Kurang Lengkap	28	27,5
Total	102	100.0

Berdasarkan table 7, diketahui bahwa di Puskesmas Simpang IV Sipin, mayoritas responden loyal berjumlah 81 responden (79,4%), mayoritas responden memiliki persepsi brand image baik berjumlah 72 responden (70,6%), mayoritas

responden memiliki persepsi kemudahan akses mudah berjumlah 56 responden (54,9%) dan mayoritas responden memiliki persepsi fasilitas lengkap berjumlah 74 responden (72,5%).

Tabel 8. Analisis hubungan Brand Image Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Puskesmas Simpang IV Sipin Kota Jambi

Brand Image	Loyalitas Pasien				Total		PR (95% CI)	Nilai P- value
	Loyal		Tidak Loyal		n	%		
	n	%	n	%				
Baik	63	87,5	9	12,5	72	100	1,458 (1,075- 1,978)	0,004
Kurang Baik	18	60,0	12	40,0	30	100		
Total	81	79,4	21	20,6	102	100		

Sumber : Data Primer Terolah, 2024

Untuk Berdasarkan table 8, diketahui bahwa di Puskesmas Simpang IV Sipin Kota Jambi, dari 102 responden dengan persepsi brand image baik, terdapat 63 responden (87,5%) dalam katagori loyal. Sedangkan dari 18 responden dengan persepsi brand image kurang baik, terdapat 12 responden (60%) tidak loyal.

Berdasarkan hasil uji statistic, didapatkan nilai p-value 0,004 atau p-value < 0,05 yang artinya terdapat hubungan brand image dengan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Simpang IV Sipin dengan nilai PR sebesar 1,458 yang artinya responden dengan persepsi brand image baik berpeluang 1,458 kali lebih besar untuk loyal.

Tabel 9. Analisis hubungan Kemudahan Akses Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Puskesmas Simpang IV Sipin Kota Jambi

Kemudahan Akses	Loyalitas Pasien				Total		PR (95% CI)	Nilai P- value
	Loyal		Tidak Loyal		n	%		
	n	%	n	%				
Mudah	54	90,0	6	10,0	60	100	1,400 (1,101- 1,781)	0,004
Sulit	27	64,3	15	35,7	42	100		
Total	81	79,4	21	20,6	102	100		

Sumber : Data Primer Terolah, 2024

Untuk Berdasarkan table 9, diketahui bahwa di Puskesmas Simpang IV Sipin Kota Jambi, dari 102 responden dengan persepsi kemudahan mudah, terdapat 54 responden (90,0%) dalam katagori loyal. Sedangkan dari 27 responden dengan persepsi brand image sulit,

terdapat 15 responden (35,7%) tidak loyal.

Berdasarkan hasil uji statistic, didapatkan nilai p-value 0,004 atau p-value < 0,05 yang artinya terdapat hubungan kemudahan akses dengan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Simpang IV Sipin dengan

nilai PR sebesar 1,400 yang artinya responden dengan persepsi

kemudahan akses mudah berpeluang 1,400 kali lebih besar untuk loyal.

Tabel 10. Analisis hubungan Fasilitas Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Puskesmas Simpang IV Sipin Kota Jambi

Fasilitas	Loyalitas Pasien				Total		PR (95% CI)	Nilai P- value
	Loyal		Tidak Loyal		n	%		
	n	%	n	%				
Lengkap	66	88,0	9	12,0	75	100	1,584	0,001
Kurang lengkap	15	55,6	12	44,4	27	100	(1,119-	
Total	81	79,4	21	20,6	102	100	2,242)	

Sumber : Data Primer Terolah, 2024

Untuk Berdasarkan table 8, diketahui bahwa di Puskesmas Simpang IV Sipin Kota Jambi, dari 102 responden dengan persepsi fasilitas lengkap, terdapat 66 responden (88,0%) dalam katagori loyal. Sedangkan dari 15 responden dengan persepsi brand image kurang lengkap, terdapat 12 responden (44,4%) tidak loyal.

Berdasarkan hasil uji statistic, didapatkan nilai p-value 0,001 atau p-value < 0,05 yang artinya terdapat hubungan brand image dengan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Simpang IV Sipin dengan nilai PR sebesar 1,584 yang artinya responden dengan persepsi fasilitas lengkap berpeluang 1,584 kali lebih besar untuk loyal.

PEMBAHASAN

Hubungan Brand Image Dengan Loyalitas Pasien

Hasil penelitian menunjukkan mayoritas pasien rawat jalan Puskesmas Simpang IV Sipin memiliki katagori loyal yaitu 81 (79%) pasien dan 21 (21%) pasien lainnya dengan katagori kurang loyal. Mayoritas responden dengan katagori brand image baik sebanyak 72 pasien (72,0%), sedangkan katagori kurang baik sebanyak 30 pasien (30,0%).

Hasil analisis chi square yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara brand image dengan loyalitas pasien rawat jalan diperoleh nilai p-value = 0,004 < 0,05 yang menunjukkan ada hubungan yang signifikan (bermakna) antara brand image dengan loyalitas pasien. Pasien dengan katagori brand image baik sebanyak 72% menunjukkan sifat loyal lebih tinggi dibandingkan pasien dengan katagori brand image

kurang baik. Rasio prevalensi sebesar 1,458 menunjukkan bahwa pasien puskesmas yang memiliki persepsi brand image yang baik memiliki peluang 1,458 kali lebih tinggi untuk menunjukkan loyalitas dibandingkan dengan pasien yang memiliki persepsi brand image yang kurang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa brand image yang positif berperan penting dalam mendorong loyalitas pasien terhadap layanan yang diberikan oleh puskesmas.

Loyalitas pasien dapat dilihat dari kecenderungan mereka untuk kembali menggunakan layanan kesehatan, berbagi ulasan positif, serta merekomendasikannya kepada orang lain (Deniswara, 2024). Brand image fasilitas kesehatan merupakan persepsi, asosiasi, dan keyakinan yang dimiliki pasien terhadap suatu fasilitas kesehatan berdasarkan pengalaman, kualitas layanan, serta

reputasi yang dibangun oleh institusi tersebut (Suksesi, 2022).

Temuan ini menunjukkan bahwa brand image puskesmas, yang mencakup persepsi positif terhadap kualitas pelayanan, reputasi, dan kepercayaan yang diberikan oleh pasien, memainkan peran penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pasien. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Chisti dkk (2023) menyatakan terdapat hubungan brand image dengan loyalitas pasien dimana p-value 0,01, brand image yang baik pada fasilitas kesehatan pada akhirnya meningkatkan perilaku loyal dan niat berkunjung kembali pasien.

Hasil analisis sebelumnya, menunjukan nilai p-value 0,041 maknanya terdapat hubungan brand image dengan loyalitas pasien, brand image yang baik meningkatkan kepercayaan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pasien terhadap fasilitas kesehatan. Hasil tidak sejalan dengan penelitian Winata (2022) dengan nilai p-value $0,609 > 0,05$ yang menunjukan brand image tidak menjadi faktor yang berhubungan dengan loyalitas dan tidak mendorong pasien untuk datang berobat kembali (Qomariah, 2021).

Hubungan Kemudahan Akses Dengan Loyalitas Pasien

Hasil penelitian mayoritas responden dalam kategori loyal, dengan jumlah sebanyak 81 pasien (79%). Sementara itu, 21 pasien lainnya (21%) tergolong dalam kategori kurang loyal. Mayoritas pasien rawat jalan Puskesmas Simpang IV Sipin dengan katagori kemudahan akses mudah sebanyak 60 pasien (60,0%), sedangkan katagori sulit sebanyak 42 pasien (42,0%). Hasil analisis uji Chi-Square yang dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antara

kemudahan akses dan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Simpang IV Sipin menunjukkan nilai p-value sebesar $0,004 < 0,05$.

Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kemudahan akses dengan loyalitas pasien. Pasien dengan katagori kemudahan akses mudah sebanyak 60% menunjukkan sifat loyal yang tinggi dibandingkan pasien dengan katagori kemudahan akses sulit. Rasio prevalensi sebesar 1,400 mengindikasikan bahwa pasien puskesmas yang berada dalam kategori kemudahan mudah memiliki peluang 1,400 kali lebih tinggi untuk menunjukkan loyalitas dibandingkan dengan pasien yang berada dalam kategori kemudahan akses sulit. Pasien yang loyal akan menunjukkan komitmen dengan tetap memilih layanan kesehatan tersebut dan menyampaikan pengalaman positifnya kepada orang lain. Kemudahan akses terhadap fasilitas kesehatan mengacu pada kemampuan setiap individu dalam memperoleh layanan kesehatan yang diperlukan secara optimal.

Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap layanan puskesmas merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat loyalitas pasien terhadap fasilitas kesehatan tersebut. Kemudahan akses, yang mencakup faktor-faktor seperti lokasi yang strategis, jarak tempuh, dan biaya yang dikeluarkan berperan penting dalam memengaruhi keputusan pasien untuk tetap menggunakan layanan kesehatan di Puskesmas (Kawoco, 2018); (Meutia, 2019).

Pasien cenderung lebih loyal pada fasilitas kesehatan yang memberikan akses yang mudah dan minim hambatan. Hal ini relevan terutama dalam konteks Puskesmas, yang berperan sebagai penyedia layanan kesehatan primer. Jika akses layanan terasa sulit atau

membebani, pasien mungkin akan mencari alternatif lain yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka (Suci, 2023).

Hubungan Fasilitas Dengan Loyalitas Pasien

Fasilitas mencakup seluruh perlengkapan fisik yang disediakan oleh penyedia layanan untuk menunjang kenyamanan dan kebutuhan pasien. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden menunjukkan loyalitas yang tinggi, yaitu sebanyak 81 pasien (79%), sedangkan 21 pasien lainnya (21%) dikategorikan sebagai kurang loyal. Mayoritas pasien rawat jalan Puskesmas Simpang IV Sipin dengan kategori fasilitas lengkap sebanyak 75 pasien (75,0%), sedangkan kategori kurang lengkap sebanyak 27 pasien (27,0%). Hasil analisis uji Chi-Square yang dilakukan untuk menguji hubungan antara fasilitas dan loyalitas pasien rawat jalan di Puskesmas Simpang IV Sipin menunjukkan nilai p-value sebesar $0,001 < 0,05$.

Hal ini mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan antara fasilitas dengan loyalitas pasien. Pasien dengan kategori fasilitas lengkap sebanyak 75% menunjukkan sifat loyal yang tinggi dibandingkan pasien dengan kategori fasilitas kurang lengkap. Prevalence Ratio sebesar 1,584 menunjukkan bahwa pasien puskesmas yang berada dalam kategori fasilitas lengkap memiliki peluang 1,584 kali lebih besar untuk menunjukkan loyalitas dibandingkan dengan pasien puskesmas yang berada dalam kategori fasilitas kurang lengkap.

Hairudin dkk (2024) pvalue 0,000 menunjukkan fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pasien RS Natar Medika, fasilitas yang memadai membuat pasien merasa puas dan nyaman yang pada

akhirnya menjadikan pasien loyal (Aribowo, 2024).

Hal ini menegaskan bahwa fasilitas yang lebih memadai cenderung meningkatkan kesetiaan pasien terhadap layanan yang diberikan. Pasien yang merasa puas dengan fasilitas yang tersedia cenderung memiliki keinginan untuk kembali menggunakan layanan di masa depan dan merekomendasikannya kepada orang lain (Laila, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa di Puskesmas Simpang IV Sipin mayoritas responden loyal sebanyak 81 (79,4%), mayoritas pasien memiliki persepsi brand image baik sebanyak 72 (70,6%), lebih dari setengah pasien memiliki persepsi kemudahan akses mudah sebanyak 56 (54,9%), dan mayoritas pasien dengan kategori fasilitas lengkap sebanyak 74 (72,5%). Ada hubungan antara brand image dengan loyalitas pasien rawat jalan Puskesmas Simpang IV Sipin. Ada hubungan antara kemudahan akses dengan loyalitas pasien rawat jalan Puskesmas Simpang IV Sipin. Ada hubungan antara fasilitas dengan loyalitas pasien rawat jalan Puskesmas Simpang IV Sipin.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, R. A. (2019). *Perilaku Kesehatan Anak Sekolah: Perilaku Kesehatan, Prevalensi Penyakit Dan Upaya Peningkatan Status Kesehatan Anak Sekolah*. Pustaka Abadi.
- Amri, A. L. (2024). *Pengaruh Brand Image, Online Review Customer Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust (Studi Kasus Pada Konsumen*

- Moisturizer Skintific Di Semarang*) (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Aribowo, K., Purwanda, E., & Rahmi, A. S. (2024). Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Di Rumah Sakit. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 5(01), 58-68.
- Deniswara, P., Handayani, N., & Wahyudi, B. (2024). Analisis Faktor Pemasaran Digital Yang Berpengaruh Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Klinik Diana Medika Bekasi. *J-Ceki: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 765-778.
- Diastuti, N. K. (2023). *Pengaruh Kepuasan Peserta Jkn Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Peserta Di Rumah Sakit Umum Balimed Denpasar* (Doctoral Dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Hakim, M. L., Cahyono, D., & Herlambang, T. (2019). Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Daerah Dr. Soebandi Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 1-13.
- Hutami, W. T., Kustiyan, R., Janah, M., & Muljadi, M. (2025). Nursing Service Quality Strategy In Increasing Patient Loyalty At Bunda Sejati Hospital Tangerang. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 289-300.
- Kalijogo, F. M. (2019). Analisis Kualitas pelayanan Pasien Klinik Pratama Dengan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(3).
- Kawoco, S. B., Kusuma, F. H. D., & Widiani, E. (2018). Hubungan Pelayanan Keperawatan Dengan Kepuasan Pasien Di Rawat Inap Puskesmas Bantur. *Nursing News: Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 3(1).
- Laila, F. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pasien Dan Konsekuensinya Terhadap Loyalitas Di Rumah Sakit. *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia (Indonesian Health Scientific Journal)*, 9(2).
- Meutia, R., & Andiny, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Langsa Lama. *Niagawan*, 8(2), 121.
- Miftahul, A. (2023). *Gambaran Sosial Budaya Pengasuhan Etnik Madura Pada Kejadian Stunting Usia Balita Di Wilayah Kerja Puskesmas Tanah Merah Kabupaten Bangkalan Studi Di Desa Dlambah Laok Kecamatan Tanah Merah Kabupaten Bangkalan* (Doctoral Dissertation, Stikes Ngudia Husada Madura).
- Nisa, H. K., & Aristi, D. (2023). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit. *Jurnal Semesta Sehat (J-Mestahat)*, 3(1), 31-45.
- Qomariah, N. (2021). *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung: Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, Dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai*. Pustaka Abadi.
- Rahayu, H. A. (2024). *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Poli Mata Di Rsud Kabupaten*

- Ciamis (Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi).
- Sektiyaningsih, I. S., Haryana, A., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra Dan Loyalitas Pasien Pada Unit Rawat Jalan Rsud Mampang Prapatan Jakarta Selatan. *Journal Of Business Studies*, 4(1), 17-29.
- Sihombing, Y. A. (2022). *Loyalitas Pasien: Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, Dan Hospital Image*. Penerbit Nem.
- Sudirman, T. A. (2022). *Pengaruh Brand Image, Trust Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Instalasi Rawat Jalan Rsud Haji Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2022= The Effect Brand Image, Trust And Satisfaction On Patient Loyalty In The Outpatient Installa-Tion Of Haji Hospital South Sulawesi Province In 2022* (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Sukesi, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Pada Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. *Idei: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(1), 9-21.
- Supangat, D. W. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Di Instalasi Rawat Jalan Rsup Dr. Tadjuddin Chalid Makassar= The Effect Of Brand Image And Patient Satisfaction On Outpatient Loyalty At Hospital Of Dr. Tadjuddin Chalid Makassar* (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).