

**ANALISIS PENGARUH KINERJA LAYANAN DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA RUMAH
SAKIT BHAYANGKARA DIPONTIANAK**

Heni Sulastri

Email: henisltri1009@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Keputusan menggunakan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktornya adalah factor kinerja layanan dan kepercayaan pelanggan rumah sakit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kinerja Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak. Bentuk penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, teknik pengumpulan data melalui kuesioner, populasi seluruh pelanggan Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Adapun analisis setiap jawaban diberikan bobot dengan Skala Likert dan perhitungan menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 22* digunakan untuk pengujian model penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah kinerja layanan, kepercayaan pelanggan dan keputusan menggunakan jasa.

KATA KUNCI: Keputusan Menggunakan Jasa.

A. PENDAHULUAN

Masalah kesehatan sudah menjadi kebutuhan yang utama bagi masyarakat. Kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang prima. Seiring dengan meningkatnya taraf kehidupan masyarakat, maka semakin meningkat pula tuntutan masyarakat akan nilai-nilai kesehatan. Hal ini yang menjadikan Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak dituntut untuk meningkatkan kualitas akan pelayanan jasa kesehatan yang lebih baik, tidak saja pelayanan kesehatan yang bersifat menyembuhkan saja, tetapi lembaga kesehatan juga dituntut untuk dapat memberikan kepuasan pasien rumah sakit. Rumah sakit memiliki peran yang sangat penting dan utama dalam upaya mempercepat peningkatan derajat kesehatan masyarakat dengan memberikan pelayanan kesehatan yang terbaik terhadap pasien maupun masyarakat yang menggunakan jasa pelayanan rumah sakit tersebut. Siam et al, (2022).

Rumah sakit mempengaruhi pasien untuk berobat dengan menawarkan berbagai fasilitas-fasilitas baru yang semakin beragamnya dan bervariasi. Salah satunya dengan

memberikan fasilitas fisik, meliputi gedung, tempat parkir yang luas, kebersihan yang terjaga dan fasilitas pelayanan administrasi yang tertata rapi. Hal ini menjadikan Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak berbeda dan memiliki nilai lebih dibandingkan dengan rumah sakit lainnya. Dalam menerima dan melayani pasien sebagai konsumen dengan berbagai karakteristik, pihak rumah sakit harus mempersiapkan diri supaya senantiasa melayani serta mendengarkan suara keluhan konsumen dan memiliki kemampuan memberikan respon terhadap setiap keinginan, harapan, dan tuntutan pengguna jasa pelayanan kesehatan. Hiong et al, (2020).

Memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik, bukanlah sesuatu yang mudah bagi pengelola Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak karena pelayanan yang diberikan ialah menyangkut kualitas hidup pasien sehingga apabila ada terjadi kesalahan dalam tindakan medis dapat berdampak buruk bagi pasien rumah sakit. Persaingan rumah sakit yang semakin ketat menuntut peningkatan kualitas pelayanan sebuah rumah sakit. Persaingan yang terjadi bukan saja dari sisi teknologi peralatan kesehatan, tetapi juga persaingan dalam memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas. Kualitas pelayanan kesehatan rumah sakit dicerminkan sebagai pelayanan jasa kesehatan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan pasien sebagai pemakai jasa maupun pengguna jasa pelayanan rumah sakit.

Kepercayaan pasien terhadap Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak merupakan suatu aset yang sangat penting bagi rumah sakit. Sebab kepercayaan dipandang sebagai dasar dalam hubungan antara rumah sakit dengan pasien. Sedemikian penting arti loyalitas seorang konsumen bagi organisasi atau perusahaan, maka sudah seharusnya bila perusahaan jasa selalu menempatkan konsumen pada posisi yang paling utama untuk dipuaskan dalam setiap perencanaan dan aktivitas yang dilakukan. Ini berarti standar-standar yang dibuat oleh produsen dalam rangka menyediakan produknya itu selalu berdasarkan pada bagaimana memberikan kepuasan terbaik bagi konsumen. Brahmana et al, (2021).

B. KAJIAN TEORITIS

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan perusahaan baik itu perusahaan barang maupun jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup

usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen, serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan, dan harga agar kebutuhan konsumen dapat dipenuhi dengan baik. Averio, (2020).

Menurut Payne yang dikutip oleh Adam (2015: 6): Pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Kinerja layanan (*service performance*) adalah penilaian menyeluruh pelanggan terhadap hasil pelayanan yang diberikan perusahaan, sehingga kualitas jasa atau pelayanan lebih tepat dan spesifik. Semakin perusahaan tersebut mampu menunjukkan kinerja layanan, maka akan semakin menambah tingkat loyalitas pelanggan. Heng et al, (2020).

Menurut Tjiptono (2017: 88-89): Terdapat lima dimensi utama kinerja layanan dalam kasus pemasaran jasa berdasarkan urutan tingkat kepentingannya:

- a. Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, risiko atau keraguan.
- d. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- e. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

Menurut Kaswan (2016: 80-81) Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan meliputi:

- a. Karakteristik karyawan adalah pengetahuan, keterampilan, kemampuan, motivasi, sikap, dan kepribadian karyawan.

- b. Input mengacu pada instruksi yang memberitahu karyawan tentang apa, bagaimana, dan kapan pelaksanaan. Selain itu, dukungan yang diberikan kepada mereka untuk membantu mereka.
- c. *Output* merujuk kepada standar kinerja
- d. Konsekuensi merupakan insentif yang mereka terima karena kinerja yang baik.
- e. Umpan balik merupakan informasi yang karyawan terima selama mereka bekerja.

Kepercayaan merupakan keyakinan satu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak yang lainnya. Barnes (2008:149) menyatakan bahwa ada beberapa elemen penting dari kepercayaan yaitu:

- a. Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan masa lalu.
- b. Watak yang diharapkan dari *partner*, seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
- c. Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko.
- d. Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri *partner*.

Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk mendatangkan risiko besar dengan bijaksana karena percaya bahwa rekannya tidak akan mengambil kesempatan yang dapat merugikan pasar.

Menurut Choi dan La (2013:224) menyatakan kepercayaan pelanggan adalah kepercayaan yang mengacu pada kepercayaan yang dimiliki pelanggan terhadap perusahaan, pelanggan yang percaya terhadap perusahaan merupakan pengetahuan yang didasarkan pada bentuk berdasarkan pengalaman sebelumnya yang sudah pernah dialami konsumen dengan perusahaan, sehingga berdasarkan pengalaman tersebut konsumen akan menggunakan kembali jasanya.

Keputusan yang diambil oleh pasien pada prinsipnya merupakan keputusan konsumen dalam memilih tempat untuk dirawat, yang secara garis besar dijelaskan dalam perilaku konsumen. Seorang konsumen memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa atau tidak.

Keputusan yang dipilih konsumen dalam memilih rumah sakit adalah kunci bagi kelangsungan siklus sebuah rumah sakit karena konsumen merupakan aset. Keputusan yang

diambil oleh tamu pada prinsipnya merupakan keputusan konsumen dalam memilih rumah sakit sebagai tempat terbaik untuk dirawat, yang secara garis besar dijelaskan dalam perilaku konsumen. Keputusan konsumen merupakan salah satu bagian yang terdapat di dalam perilaku konsumen. Untuk itu perusahaan perlu memahami bagaimana perilaku konsumen dalam mengambil keputusan. Ada beberapa tahap yang harus dilalui oleh konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan.

Menurut Fahmi (2016: 2):

“Guna memudahkan pengambilan keputusan maka perlu dibuat tahap-tahap yang bisa mendorong kepada terciptanya keputusan yang diinginkan:

- a. Mendefinisikan masalah tersebut secara jelas dan mudah untuk dimengerti.
- b. Membuat daftar masalah yang akan dimunculkan, dan menyusunnya secara prioritas dengan maksud agar adanya sistematika yang lebih terarah dan terkendali.
- c. Melakukan identifikasi dari setiap masalah tersebut dengan tujuan untuk lebih memberikan gambaran secara lebih tajam dan terarah secara lebih spesifik.
- d. Memetakan setiap masalah tersebut berdasarkan kelompoknya masing-masing yang kemudian selanjutnya dibarengi dengan menggunakan model atau alat uji yang akan dipakai.
- e. Memastikan kembali bahwa alat uji yang dipergunakan tersebut telah sesuai dengan prinsip-prinsip dan kaidah-kaidah yang berlaku pada umumnya”.

Menurut Abdullah (2012: 135): “Menyatakan dalam perilaku pembelian melalui proses keputusan yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku purnabeli. Tugas pemasar adalah memahami perilaku pembeli pada setiap tahap dan pengaruh-pengaruh apa yang ada”.

Menurut Alma (2016: 102): keputusan pembelian seseorang yang asalnya dipengaruhi oleh lingkungan, kebudayaan, keluarga, dan sebagainya, akan membentuk suatu sikap pada diri individu, kemudian melakukan pembelian.

C. HIPOTESIS

Menurut Sugiyono (2016: 134-135): hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

1. Hubungan Kinerja Layanan Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Hakim (2017:3), Kualitas pelayanan yang dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru serta meminimalisir kemungkinan terjadinya perpindahan pelanggan kepada perusahaan lain.

H₁: Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian.

2. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Baskara dan Guruh (2017:3) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan (*Social Networking Websites*)” menunjukkan hasil penelitian bahwa kepercayaan berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial. Dengan demikian hipotesis yang diajukan:

H₂: Kepercayaan Konsumen Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian.

D. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis kualitatif yaitu pengumpulan data dengan cara wawancara, kuesioner dan studi dokumenter. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak, dengan jumlah sampel 100 responden dengan menggunakan teknik sampling insidental. Data diolah menggunakan program *statistical package for social science (SPSS)* versi 22.

E. PEMBAHASAN

Untuk menganalisis data pengaruh daya tarik produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung maka diperlukan penghitungan data sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah hasil data kuesioner pada Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak valid atau tidak. Uji validitas yang dilakukan oleh penulis untuk mengukur pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hipotesis yang dilakukan oleh penulis adalah jika nilai Sig.(2-tailed) < 0,05 maka instrumen yang digunakan adalah valid atau layak untuk digunakan.

TABEL 1
UJI VALIDITAS

<i>Correlations</i>			
Model	KinerjaL ayanan	Kepercayaan Pelanggan	KeputusanMe nggunakanJasa
<i>Pearson Correlation</i>	1	,616**	,269**
KinerjaLayananSig. (2-tailed)		,000	,007
N	100	100	100
<i>Pearson Correlation</i>	,616**	1	,371**
KepercayaanPelangganSig. (2-tailed)	,000		,000
N	100	100	100
<i>Pearson Correlation</i>	,269**	,371**	1
Keputusan MenggunakanJasaSig. (2-tailed)	,007	,000	
N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data olahan, 2020.

Dari Tabel 1 tersebut, dapat diketahui bahwa nilai Sig.(2-tailed) < 0,05 maka dapat dikatakan ketiga variabel tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuesioner reliabel atau tidak. Penulis menggunakan asumsi jika $\alpha > 0,09$ maka reliabilitas

sempurna, jika alpha berada di rentang 0,70-0,90 maka reliabilitas tinggi, jika alpha 0,50-0,70 maka reliabilitas moderat.

TABEL 2
UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,806	15

Sumber: Data olahan Program SPSS Versi 22, 2020

Dari Tabel 2 tersebut, diketahui nilai *CronbachAlpha* adalah sebesar 0,809. Ini berarti nilai alpha berada pada rentang 0,70-0,90 yang menandakan bahwa data memiliki reliabilitas tinggi, maka dapat diketahui bahwa indikator penelitian yang digunakan penulis reliabel dengan permasalahan.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan alat yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variable independen terhadap variable dependen.

TABEL 3
RUMAH SAKIT BHAYANGKARA DI PONTIANAK
ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Sig</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	
(Constant)	871	1,822	,634
1 KinerjaLayanan	991	,173	,005
KepercayaanPelanggan	967	,184	,003

a. *Dependent Variable:* KeputusanMenggunakanJasa

Sumber: Data olahan Program SPSS Versi 22, 2020

Dari Tabel 3 tersebut, persamaan regresi dapat dibuat sebagai berikut:

$$Y = 991 X_1 + 967 X_2$$

- Nilai persamaan regresi untuk variabel citra perusahaan (X_1) sebesar 0,991 menunjukkan adanya pengaruh positif antara kinerja layanan dan kepercayaan

pelanggan. Nilai signifikansi 0,005 yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti variabel citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa.

- b. Nilai persamaan regresi untuk variabel kepercayaan pelanggan (X_2) sebesar 0,967 menunjukkan adanya pengaruh positif antara kepercayaan pelanggan dan keputusan menggunakan jasa. Nilai signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Koefisien determinasi merupakan alat yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variasi variabel independen terhadap variabel dependen.

TABEL 4
UJI KOEFISIEN DETERMINAN (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	,759 ^a	,577	,568	1,990

a. *Predictors: (Constant), KepercayaanPelanggan, KinerjaLayanan*

b. *Dependent Variable: KeputusanMenggunakanJasa*

Sumber: Data olahan Program SPSS Versi 22, 2020

Pada Tabel 4 tersebut, nilai *R square* adalah 0,577 atau sebesar 57,77 persen, yang artinya bahwa variabel kinerja layanan dan kepercayaan pelanggan mempengaruhi keputusan menjadi anggota sebesar 57,77 persen sedangkan 42,23 persen dipengaruhi faktor lain.

4. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebelum dilakukannya uji T maka dilakukan uji F terlebih dahulu terhadap model regresi, bertujuan untuk mengetahui layak atau tidak model regresi. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (nilai $sig < 0,05$), maka model regresi layak untuk dilakukan. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

TABEL 5
RUMAH SAKIT BHAYANGKARA DI PONTIANAK UJI SIGNIFIKAN F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	890,769	2	195,384	66,031	,000 ^b
1 Residual	278,021	97	2,959		
Total	677,790	99			

a. *Dependent Variable:* KeputusanMenggunakanJasa

b. *Predictors:* (Constant), KepercayaanPelanggan, KinerjaLayanan

Sumber: Data olahan Program SPSS Versi 22, 2020

Berdasarkan Tabel 5 tersebut, nilai F_{hitung} adalah sebesar 66,031 dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar lima persen ($\alpha = 0,05$) nilai F_{tabel} sebesar 3,935. Artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $66,031 > 3,935$ disertai dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, dapat diketahui bahwa variabel independen kinerja layanan (X_1) dan kepercayaan pelanggan (X_2) secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen keputusan menggunakan jasa (Y).

5. Uji T

Uji T bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara persial terhadap variabel terikat. Jika nilai T_{hitung} lebih besar dari nilai T_{tabel} ($T_{hitung} > T_{tabel}$) atau berdasarkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($SIG < 0,05$) maka bisa disimpulkan hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sebaliknya jika nilai T_{hitung} lebih kecil daripada T_{tabel} ($T_{hitung} < T_{tabel}$) atau nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka H_o diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji T pada Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut:

TABEL 6
RUMAH SAKIT BHAYANGKARA DI PONTIANAK
UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardised Coefficients		T	Sig
	B	Std. Error		
(Constant)	,871	1,822	,478	,634
1 KinerjaLayanan	,491	,173	8,843	,005
KepercayaanPelanggan	,467	,184	9,536	,003

a. *Dependent Variable:* KeputusanMenggunakanJasa

Sumber: Data olahan Program SPSS Versi 22, 2020

Berdasarkan Tabel 6 tersebut, diketahui nilai T_{hitung} variabel kinerja layanan adalah sebesar 8,843 dan kepercayaan pelanggan adalah sebesar 9,536, sedangkan nilai signifikan kinerja layanan adalah 0,005 dan kepercayaan pelanggan adalah 0,003. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pada variabel kinerja layanan nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} atau $8,843 > 1,985$ disertai dengan nilai signifikan $< 0,05$ atau $0,005 < 0,05$ dapat diketahui hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel kinerja layanan berpengaruh terhadap variabel keputusan menggunakan jasa.
- b. Pada variabel kepercayaan pelanggan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $9,536 > 1,985$ dan disertai dengan nilai signifikan $< 0,05$ atau $0,003 < 0,05$ maka dapat diketahui hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap variabel keputusan menggunakan jasa.

F. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh kinerja layanan dan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan menggunakan jasa pada Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel bebas kinerja layanan (X_1) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan jasa (Y). Hal ini didapat dari hasil uji T_{hitung} lebih besar dari T tabel maka dapat diketahui hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak,

artinya variabel kinerja layanan berpengaruh terhadap variabel keputusan menggunakan jasa Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak.

- b. Variabel bebas kepercayaan pelanggan (X_2) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan jasa (Y). Hasil ini didapat dari hasil uji T dengan nilai T_{hitung} lebih besar t tabel maka dapat diketahui hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap variabel keputusan menggunakan jasa Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak.

2. Saran-saran

Dari hasil analisis dan kesimpulan-kesimpulan yang telah dipaparkan, maka penulis dapat memberikan saran yaitu:

- a. Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak harus meningkatkan kinerja layanannya seperti: reliabilitas, daya tanggap karyawan, jaminan pasien, empati dan bukti fisik dari rumah sakit itu sendiri serta selalu melayani pasien dengan penuh tanggung jawab sehingga pasien dan pengunjung merasa terbantu dan nyaman dengan ditingkatkannya kinerja layanan pada rumah sakit sehingga tingkat kepercayaan masyarakat terhadap rumah sakit semakin tinggi. Dengan tingkat dan koordinasi yang baik antara pimpinan rumah sakit dengan para staf agar program dan pelayanan dapat dilaksanakan sesuai dengan perencanaan serta target yang ingin dicapai dan diwujudkan..
- b. Rumah Sakit Bhayangkara di Pontianak harus meningkatkan kebijakan,
- c. keandalan petugas medis, kompetensi, kejujuran karyawan dan keterbukaan terhadap pasien maupun pengunjung agar semua orang merasa nyaman dan yakin dengan kualitas rumah sakit. Untuk meningkatkan mutu pelayanan kesehatan dapat diwujudkan melalui peningkatan keterampilan dan motivasi kerja. Dengan melaksanakan usaha poliklinik internal secara efisien, efektif, produktif, dan berkualitas pimpinan rumah sakit perlu menerapkan prinsip-prinsip manajemen kesehatan untuk membantu para pelaksana program rancangan rumah sakit. Dengan demikian rumah sakit akan terus berkembang dan dipercayai masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Averio, T. (2020). The Analysis of Influencing Factors on the Going Concern Audit Opinion—A Study in Manufacturing Firms in Indonesia. *Asian Journal of Accounting Research*, 6(2), 152-164.
- Brahmana, R.K., Setiawan, D. dan Kontesa, M. (2021). The Blame Game: COVID-19 Crisis and Financial Performance. *SN Business & Economics*, 2(11), 173.
- Choi, Beomjoom dan Suna La, 2013. “*The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) and Customer Trust On The Restoration of Loyalty After Service Failure And Recovery.*” *Jurnal of Service Marketing*, ISSN 0887-6045.
- Djati, S. Pantja, 2014. “Pentingnya Karyawan Dalam Pembentukan Kepercayaan Konsumen Terhadap Perusahaan Jasa,” *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Vol.6, No.2, Hal 114-122.
- Fian, Junai Al, dan Tri Yuniarti, 2016. “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 5 Edisi No.6.
- Heng, L., Ferdinand, A.T., Afifah, N., dan Ramadania. (2020). Service Innovation Capability for Enhancing Marketing Performance: An SDL Perspectives. *Business: Theory and Practice*, 21(2), 623-632.
- Hiong, L.S., Ferdinand, A.T., dan Listiana, E. (2020). Techno-resonance Innovation Capability for Enhancing Marketing Performance: A Perspective of RA-Theory. *Jurnal Business: Theory and Practice*, 21(1), 329-339.
- Siam, S.T., Shaari, J.A.N dan Heriyadi. (2022). The Relationship of Organizational Competition Orientation, Marketing Capability and Customer Networks in Achieving Seller Achievement. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 168-175.

Tjipton dan Gregorius Chandra, 2017. *Pemasaran Strategik*, edisi ketiga. Yogyakarta: Andi.

Wibowo, 2011. *Manajemen Kinerja*. Ed. 3-5. Jakarta; Rajawali Pers.

_____, 2012. *Manajemen Perubahan*. Edisi 1-4. Jakarta; Rajawali Pers.

