



ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP PENINGKATAN PENERIMAAN NEGARA BUKAN PAJAK DI RUMAH SAKIT MARINIR CILANDAK DENGAN METODE SEM PLS

Aris Setyo R., Suhardi, Adie Hartanto, Daniel Guyana, Geger Jaka K.

Sekolah Staf dan Komando TNI Angkatan Laut

aris.radyawanto@gmail.com

Abstract. *Customer satisfaction is one of the factors that affect customer loyalty. A good experience will always be remembered by customers and will certainly recommend the experience to others, and will also make these customers will visit again in the future. If this is achieved, it will affect the income of a business entity, both private and government. Various ways are carried out by business entities to increase their income, one of which is by evaluating the performance of management and employees who work in providing good service to customers. The performance evaluation does not only come from the head of the business entity, but can also come from customer responses. It is through the responses of these customers that it is considered the most objective in assessing all instruments related to the business system of the business entity.*

The purpose of this study is to find a correlational relationship between several variables that affect the increase in Non-Tax State Revenue (PNBP), namely customer satisfaction and customer loyalty. Primary data was obtained from questionnaires to 100 customers of the Cilandak Marine Hospital and secondary data was obtained from annual performance reports. The data obtained were processed using the PLS SEM method. Evaluation is done for the outer model (measurement model) and then the Inner model. The results of testing the relationship between variables indicate that customer satisfaction does not have a direct and significant effect on increasing PNBP and customer loyalty has a direct and significant effect on increasing PNBP. With the results above, it can be used as a basis by management to make strategies to improve the performance of the staff.

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Loyalty, increase in non-tax state revenues

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Definisi kesehatan sesuai dengan Perpres no. 72 tentang Sistem Kesehatan Nasional (SKN) adalah pengelolaan kesehatan yang diselenggarakan oleh semua komponen bangsa Indonesia secara terpadu dan saling mendukung guna menjamin tercapainya derajat kesehatan masyarakat setinggi-tingginya. Dalam usaha untuk memenuhi derajat kesehatan tersebut, maka rumah sakit harus memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat dalam melayani kesehatan segenap lapisan masyarakat baik TNI/Polri maupun masyarakat sipil.

Rumah Sakit Marinir Cilandak (RSMC) adalah Rumah Sakit TNI Tingkat II yang merupakan salah satu fasilitas kesehatan di jajaran TNI Angkatan Laut. Dalam pelaksanaan kegiatan kesehariannya RSMC mempunyai tugas dan fungsi melaksanakan pelayanan kesehatan dan dukungan kesehatan bagi prajurit TNI AL, TNI dan masyarakat umum. RSMC dalam kaitannya sebagai satuan kerja (satker) di lingkungan pemerintah, turut juga berkontribusi di dalam penyelenggaraan keuangan negara yang transparan dan akuntabel. Dalam menyelenggarakan fungsinya RSMC menerima rujukan dari fasilitas kesehatan (faskes) tingkat dibawahnya, sesuai dengan aturan dikenal dengan Fasilitas Kesehatan Tingkat Lanjut (FKTL). Penerimaan jasa pada FKTL ini berasal dari dua sumber, diantaranya yaitu :

- a. Penerimaan jasa pelayanan kesehatan Prajurit TNI, Pegawai Negeri Sipil Kemhan, Calon Pegawai Negeri Sipil Kemhan, Purnawirawan, dan Pensiunan beserta keluarga peserta BPJS Kesehatan; dan
- b. Penerimaan jasa pelayanan kesehatan masyarakat umum peserta BPJS Kesehatan yang sudah memiliki kartu.

Dikarenakan BPJS saat ini sudah digunakan oleh sebagian besar masyarakat dari segala strata sosial sebagai jaminan kesehatan yang umum, serta merupakan bagian besar dari sumber penerimaan yang diterima satker PNBPN, maka jenis sumber anggaran yang akan diteliti adalah penerimaan dari BPJS. Jumlah pelanggan yang berkunjung dalam setiap tahunnya mengalami fluktuasi kenaikan dan penurunan yang diakibatkan oleh beberapa faktor. Diantara faktor yang berpengaruh adalah naik turunnya tingkat kepuasan pelanggan sehingga mempengaruhi fluktuasi jumlah pelanggan yang datang kembali. Selain itu banyaknya rumah sakit kompetitor yang berada di area sekitarnya juga turut mempengaruhi kenaikan dan penurunan pelanggan. Berdasarkan data yang telah didapatkan bahwa terjadi penurunan pendapatan PNBPN yang terjadi pada periode tahun 2019 – 2021. Selain itu dapat dijelaskan bahwa jumlah pelanggan yang datang kembali pada tahun 2019 adalah sebanyak 6.698, tahun 2020 sebanyak 4.031 dan pada tahun 2021 sebanyak 3.867. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa terjadi penurunan pelanggan yang datang kembali ke RSMC untuk mendapatkan pelayanan kesehatan.

Beberapa faktor yang perlu diteliti dalam kaitannya untuk mewujudkan loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan dan penilaian pelanggan. Dari beberapa faktor di atas akan dilakukan analisa pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Dengan semakin banyaknya rumah sakit yang tersebar baik rumah sakit pemerintah maupun swasta, maka dapat dipastikan persaingan diantara rumah sakit tersebut semakin ketat dalam memperoleh pelanggan, pelanggan akan dihadapkan pada beberapa pilihan penawaran dari rumah sakit yang ada. Oleh karena itu setiap rumah sakit harus mengetahui bagaimana cara meningkatkan performanya agar kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dapat terwujud. Berdasarkan permasalahan di atas maka peneliti berusaha menganalisis hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi fenomena tersebut. Hasil dari penelitian ini nantinya akan menggambarkan dengan jelas potret kondisi saat ini sehingga dapat ditawarkan solusi kepada manajemen RSMC untuk mengatur strategi yang tepat agar kualitas pelayanan yang diharapkan dapat tercapai. Untuk menganalisis hubungan antar variabel digunakan SEM PLS (*Structural Equation Modelling Partial Least Square*). Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang akurat kepada pimpinan organisasi sebagai landasan untuk mengambil kebijakan yang strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanannya.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Yunanda, 2014 kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan persepsi kinerja (atau hasil) produk dengan harapan. Kualitas pelayanan pada sebuah rumah sakit sebagai salah satu alternatif tempat untuk pelayanan masyarakat dapat diketahui dengan mengukur kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh rumah sakit tersebut. Pelanggan akan merasa puas jika kualitas pelayanan yang diterimanya memenuhi atau melampaui harapannya. Menurut Parasuraman dan Zeithaml bahwa ada lima penentu kepuasan pelanggan. Kelimanya disajikan secara berurut berdasarkan tingkat kepentingannya, diantaranya adalah :

- 1) *Tangibles* (Bukti Fisik) merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.
- 2) *Emphaty* (Empati) merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen.
- 3) *Reliability* (Keandalan) merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- 4) *Responsiveness* (Daya Tanggap) merupakan respon atau kesiapan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
- 5) *Assurance* (Jaminan) merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan

Menurut Hayes Bob, 2008 Loyalitas adalah akibat langsung dari kepuasan pelanggan, dan kepuasan sebagian besar dipengaruhi oleh nilai layanan yang diberikan kepada pelanggan. Sedangkan menurut Khamdan Rifa'I, 2019 Loyalitas pelanggan adalah seseorang yang telah terbiasa untuk membeli produk yang ditawarkan dan sering berinteraksi (melakukan pembelian) selama periode waktu tertentu, dengan tetap setia mengikuti semua penawaran perusahaan. Menurut Kotler dan Keller, 2012 Indikator dari loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1) *Repeat purchase* yaitu kesetiaan konsumen terhadap pembelian produk.
- 2) *Retention* yaitu ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan.
- 3) *Referalls* yaitu mereferensikan secara total eksistensi perusahaan.

Menurut Bima Adetya, 2014 penerimaan negara adalah pemasukan yang diperoleh negara untuk membiayai dan menjalankan setiap program pemerintahan sedangkan sumber penerimaan negara berasal dari berbagai sektor dimana semua hasil penerimaan tersebut akan digunakan untuk membiayai pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia. Penerimaan negara selain dari sektor perpajakan adalah bersumber dari penerimaan negara bukan pajak. Menurut Undang-Undang RI yang dimaksud dengan Penerimaan Negara Bukan Pajak adalah seluruh penerimaan Pemerintah pusat yang tidak berasal dari penerimaan perpajakan. Kelompok penerimaan negara bukan pajak meliputi:

- 1) Penerimaan yang bersumber dari pengelolaan dana pemerintah.
- 2) Penerimaan dari pemanfaatan sumber daya alam.
- 3) Penerimaan dari hasil-hasil pengelolaan kekayaan negara yang dipisahkan.
- 4) Penerimaan dari kegiatan pelayanan yang dilaksanakan pemerintah.
- 5) Penerimaan berdasarkan putusan pengadilan dan yang berasal dari pengenaan denda administrasi.
- 6) Penerimaan berupa hibah yang merupakan hak pemerintah.

Penelitian ini akan menggunakan hipotesis hubungan interaktif yaitu hipotesis hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat saling mempengaruhi. Berikut adalah hipotesis dari penelitian ini dengan notasi hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif notasinya (H_a):

- a. H_0X_1 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap peningkatan Penerimaan Negara Bukan Pajak.
- b. H_aX_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap peningkatan Penerimaan Negara Bukan Pajak.
- c. H_0X_2 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara loyalitas pelanggan terhadap peningkatan Penerimaan Negara Bukan Pajak.
- d. H_aX_2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara loyalitas pelanggan terhadap peningkatan Penerimaan Negara Bukan Pajak.

METODE

Metode penelitian

Dengan mempertimbangkan penjelasan diatas maka metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode kuantitatif melibatkan proses pengumpulan, analisis, interpretasi, dan penulisan hasil studi. Metode khusus ada di kedua survei dan penelitian eksperimental yang berkaitan dengan mengidentifikasi sampel dan populasi, menentukan strategi penyelidikan, mengumpulkan dan menganalisis data, menyajikan hasil, membuat interpretasi, dan menulis penelitian dengan cara yang konsisten dengan survei atau studi eksperimental.

Teknik pengumpulan data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan data primer yaitu melalui angket dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dan juga menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan kinerja tahunan RSMC. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah proportionate stratified random sampling dengan karakteristik unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional disesuaikan dengan jumlah sampel yang telah ditentukan sebagai prasyarat penelitian. Setelah instrumen pengumpulan (kuesioner) dinyatakan valid dan reliable, maka tahap selanjutnya adalah pengumpulan data penelitian terhadap target sampel yang telah ditetapkan.

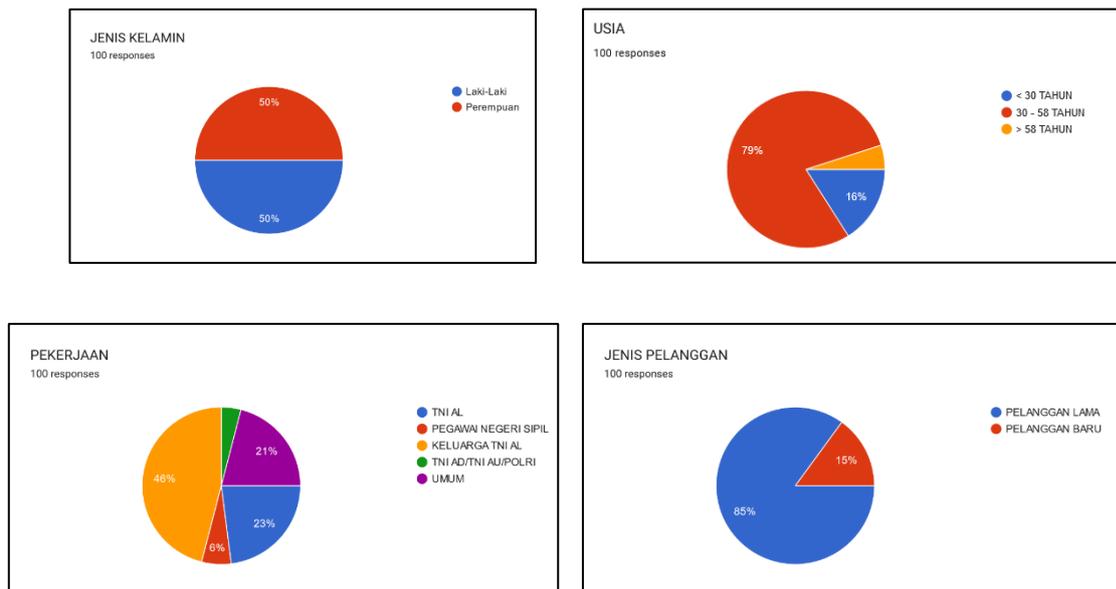
Teknik analisa

Teknik analisis data adalah yaitu suatu cara untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Pada penelitian ini digunakan metode analitik SEM PLS (*Structural Equation Modelling - Partial Least Square*) dengan software Smart PLS versi 3.2.8, dengan mengolah data-data variabel dan indikator yang dikumpulkan dalam penelitian ini. Secara umum data-data pengujian yang dikumpulkan di olah sehingga akan diperoleh seberapa pengaruhnya dimensi dan indikator mempengaruhi variabel penelitian. Dalam penelitian ini peneliti membahas analisis terhadap data hasil penelitian. Langkah pertama adalah dengan analisis terhadap seluruh variabel, kemudian memeriksa data seperti data hilang (*missing value*), nilai ekstrem (*outlier*), dan uji asumsi kenormalan *multivariate*. Langkah selanjutnya adalah proses analisis SEM melalui pemodelan. Pengembangan model dalam analisis SEM, baik pada model pengukuran maupun model struktural harus berdasarkan pada teori. Penggunaan teori dalam analisis SEM berguna untuk menentukan hubungan antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Karakteristik Responden

Subjek penelitian yang menjadi responden adalah seluruh pelanggan Rumkital Marinir Cilandak yang mendapatkan pelayanan kesehatan pada rentang waktu bulan Mei-Juni 2022. Jumlah responden yang diambil sebanyak 100 orang dari keseluruhan populasi sebanyak 14.596 orang yang sudah dihitung menggunakan rumus Slovin. Gambaran karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan jenis pelanggan sebagai berikut:



Gambar 1. Karakteristik Responden

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu penelitian mengukur apa yang diukur sehingga diketahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam penelitian ini sebuah kuesioner dinyatakan valid jika hasil r-hitung lebih besar dari r-tabel. Hasil pengujian validitas untuk jawaban atas 17 item pertanyaan dalam kuesioner kepada para responden terkait dengan variabel Kepuasan Pelanggan (X_1) ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Uji Validitas Variabel X_1

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,761	0,195	Valid
2	0,802	0,195	Valid
3	0,656	0,195	Valid
4	0,599	0,195	Valid
5	0,772	0,195	Valid
6	0,760	0,195	Valid
7	0,816	0,195	Valid
8	0,785	0,195	Valid
9	0,746	0,195	Valid
10	0,762	0,195	Valid
11	0,733	0,195	Valid

12	0,715	0,195	Valid
13	0,766	0,195	Valid
14	0,659	0,195	Valid
15	0,697	0,195	Valid
16	0,788	0,195	Valid
17	0,775	0,195	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa seluruh item pada variabel X_1 mempunyai nilai r-hitung yang lebih besar dari nilai r-tabel sebesar 0,195. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan uji validasi, seluruh item variabel X_1 dinyatakan valid.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel X_2

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,730	0,195	Valid
2	0,685	0,195	Valid
3	0,764	0,195	Valid
4	0,786	0,195	Valid
5	0,792	0,195	Valid
6	0,794	0,195	Valid
7	0,753	0,195	Valid
8	0,746	0,195	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa seluruh item pada variabel X_2 mempunyai nilai r-hitung yang lebih besar dari nilai r-tabel sebesar 0,195. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan uji validitas, seluruh item pada variabel X_2 dinyatakan valid.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Y

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,853	0,195	Valid
2	0,885	0,195	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa seluruh item pada variabel Y mempunyai nilai r-hitung yang lebih besar dari nilai r-tabel sebesar 0,195. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan uji validasi, seluruh item pada variabel Y dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai cronbach's alpha	Kesimpulan
X1	0,949	Reliabel
X2	0.893	Reliabel
Y	0.673	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, seluruh nilai cronbach's alpha pada variabel penelitian bernilai lebih besar dari 0,6 sehingga seluruhnya dinyatakan reliabel, artinya pengukuran dapat diandalkan untuk memberikan pengukuran secara konsisten yang akan memberikan hasil yang tetap sama walaupun dilakukan secara berulang-ulang terhadap subjek dan kondisi yang sama.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas pada data yang diperoleh dari untuk tiga variabel penelitian dengan uji normalitas Kolmogorov Smirnov menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,82608835
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,051
	Negative	-,064
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Sebaran data dinyatakan normal apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) yang didapat dari uji normalitas Kolmogorov Smirnov lebih besar dari nilai alpha ($\alpha = 0,05$). Pada tabel diatas terlihat bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari nilai alpha 0,05. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa sebaran data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi adanya gejala multikolonieritas dalam model penelitian dapat dilihat dari nilai toleransi (tolerance value) atau nilai Variance Inflation Factor (VIF). Batas tolerance > 0,10 dan batas VIF < 10,00, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel bebas. Hasil dari pengujian multikolonieritas pada penelitian ini ditunjukkan seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,385	,967		2,465	,015		
	Kepuasan Pelanggan	-,008	,034	-,049	-,234	,815	,184	5,425
	Loyalitas Pelanggan	,173	,070	,516	2,475	,015	,184	5,425

a. Dependent Variable: Peningkatan PNB

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai tolerance dalam model penelitian untuk dua variabel independent lebih besar dari 0,10 (0,184 > 0,10). Demikian pula dengan batas nilai VIF yang lebih kecil dari 10,00 (5,425 < 10,00). Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel bebas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah uji statistik yang bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke

pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heterokedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas. Hasil Uji Heterokedastisitas dengan menggunakan metode Glesjer adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,118	,597			1,872	,064		
	Kepuasan Pelanggan	,028	,021	,312		1,331	,186	,184	5,425
	Loyalitas Pelanggan	-,051	,043	-,274		-1,169	,245	,184	5,425

a. Dependent Variable: RES3

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Uji Heterokedastisitas terpenuhi apabila nilai Sig > 0,05. Dari tabel diatas, seluruh nilai Sig pada tiap-tiap variabel bernilai lebih besar dari 0,05. Nilai Sig untuk variabel X₁ sebesar 0,186 lebih besar dari 0,05, dan nilai Sig untuk variable X₂ sebesar 0,245.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi pada penelitian kali ini menggunakan uji Durbin Watson. Jika hasil nilai Durbin Watson berada diantara dU dan 4-dU, maka dikatakan dalam data tidak terjadi autokorelasi. Berikut adalah hasil uji autokorelasi tahap pertama.

Tabel 8. Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson Tahap 1

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,472 ^a	,223	,207	1,845	1,576

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan
 b. Dependent Variable: Peningkatan PNBP

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel diatas, diketahui nilai Durbin Watson untuk tahap 1 adalah 1,576. Daerah bebas autokorelasi untuk jumlah sampel (n) 100 dan jumlah variabel independen (k) 2 adalah 1,7152 (dU) sampai 2,2848 (4-dU). Karena 1,576 berada dibawah nilai atas (2,2848 > 1,576 < 1,7152), maka dapat disimpulkan untuk tahap ini mengalami autokorelasi. Untuk mengatasi autokorelasi tersebut dilakukan pengujian lagi dengan menggunakan Lag-Y.

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson Tahap 2

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,541 ^a	,293	,271	1,724	1,886

a. Predictors: (Constant), LAG_Y, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan
 b. Dependent Variable: Peningkatan PNBP

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Pemeriksaan yang dilakukan pertama kali adalah pemeriksaan formatif *secondary order*. Pemeriksaan ini dilakukan pada item-item ke indikator-indikator yang ada pada variabel kepuasan pelanggan (X_1). Pertama kita lakukan uji multikolinieritas dari *Outer* model item ke indikator. Uji multikolinieritas yang digunakan adalah menggunakan Uji VIF.

Tabel 10. *Outer* VIF dari Item ke Indikator

Item	VIF
X1.1.1	1.975
X1.1.2	1.897
X1.1.3	1.797
X1.1.4	1.528
X1.1.5	1.675
X1.2.1	1.770
X1.2.2	1.784
X1.2.3	1.804
X1.3.1	1.516
X1.3.2	1.661
X1.3.3	1.677
X1.4.1	1.497
X1.4.2	1.597
X1.4.3	1.573
X1.5.1	1.502
X1.5.2	1.650
X1.5.3	1.642

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil tabel 4.16 dapat dilihat bahwa semua item pada variabel kepuasan pelanggan telah memiliki VIF yang di bawah 10 sehingga tidak ada gejala multikolinieritas yang terdeteksi sehingga dapat dilanjutkan dengan pemeriksaan signifikansi dari *Outer Weight*.
Significance And Relevance Of Outer Weights and Outer Loading

Tabel 11. *Outer Weight* pada Item ke Indikator

Item -> Indikator	<i>Outer Weight</i>	<i>P Values Outer Weight</i>	<i>Outer Loading</i>	<i>P Values Outer Loading</i>
X1.1.1 -> X1.1	0.284	0.003	0.825	0.000
X1.1.2 -> X1.1	0.306	0.001	0.812	0.000
X1.1.3 -> X1.1	0.318	0.003	0.795	0.000
X1.1.4 -> X1.1	0.119	0.150	0.635	0.000
X1.1.5 -> X1.1	0.247	0.007	0.768	0.000
X1.2.1 -> X1.2	0.387	0.000	0.849	0.000
X1.2.2 -> X1.2	0.422	0.000	0.865	0.000
X1.2.3 -> X1.2	0.363	0.000	0.844	0.000
X1.3.1 -> X1.3	0.487	0.000	0.854	0.000
X1.3.2 -> X1.3	0.454	0.000	0.853	0.000
X1.3.3 -> X1.3	0.255	0.010	0.772	0.000
X1.4.1 -> X1.4	0.401	0.000	0.812	0.000
X1.4.2 -> X1.4	0.447	0.000	0.851	0.000
X1.4.3 -> X1.4	0.364	0.002	0.809	0.000

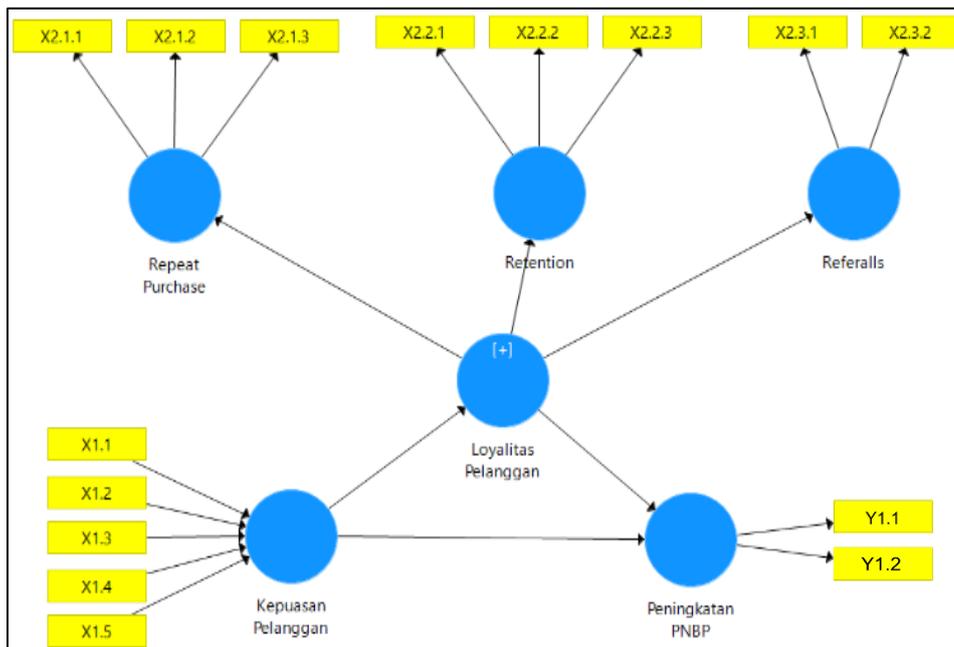
X1.5.1 -> X1.5	0.311	0.000	0.766	0.000
X1.5.2 -> X1.5	0.461	0.000	0.865	0.000
X1.5.3 -> X1.5	0.427	0.000	0.849	0.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Berdasarkan *P Values Outer Weight* dapat dilihat hampir semua memiliki nilai di bawah 0.05 yang berarti bahwa *Outer Weight* telah signifikan, sehingga item tersebut dapat digunakan. Hanya item X1.1.4 yang *P Values Outer Weight*-nya berada di atas 0.05 sehingga *Outer Weight* masih belum dianggap signifikan, sehingga untuk item tersebut perlu pemeriksaan *Outer Loading*. Nilai *Outer Loading* X1.1.4 ternyata sudah di atas 0.5 sehingga walaupun untuk pemeriksaan *P Values Outer Weight* belum signifikan tapi keduanya masih tetap digunakan. Karena tidak ada item yang perlu dihapus, maka dapat dilanjutkan tahap berikutnya yaitu pembentukan nilai laten untuk indikator-indikator yang membentuk variabel kepuasan pelanggan.

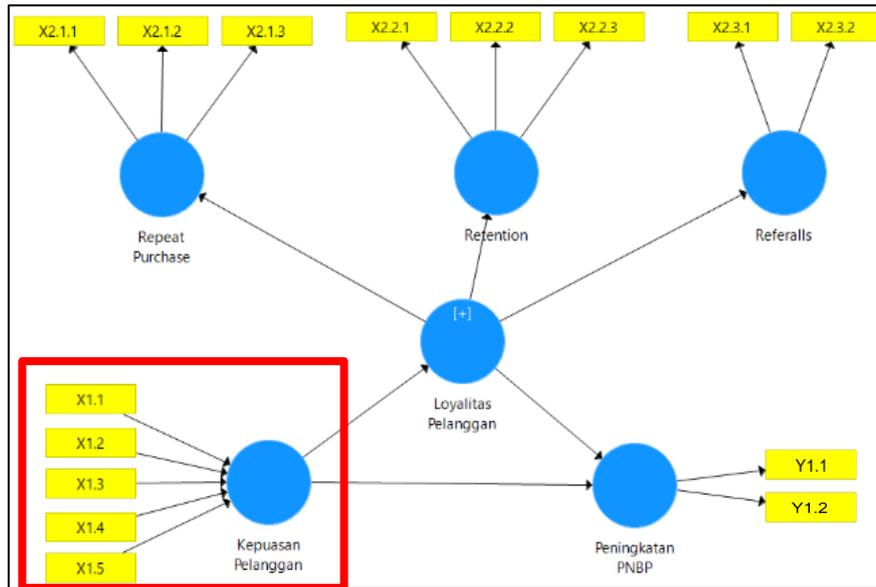
Pembentukan Model Struktural Baru

Karena terdapat kasus *secondary order* dengan pengukuran formatif-formatif maka dilakukan pembentukan model struktural baru dengan menggunakan data hasil nilai indikator-indikator yang terbentuk dari item-item yang telah layak untuk dipakai. Kerangka baru yang dibentuk adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Model Struktural Baru
 Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Pemeriksaan Formatif *First Order*



Gambar 5. Pemeriksaan Formatif *First Order*

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Tahap pemeriksaan selanjutnya adalah pemeriksaan formatif *First Order* pada variabel kepuasan pelanggan, pemeriksaan ini diawali dengan uji multikolinearitas menggunakan VIF. Nilai *Outer VIF* indikator-indikator dari variabel kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

Tabel 12. *Outer VIF* Dari Indikator ke Variabel

Indikator	VIF
X1.1	4.324
X1.2	4.510
X1.3	3.559
X1.4	3.115
X1.5	4.164

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Dari Tabel 12 tersebut dapat dilihat bahwa semua indikator memiliki nilai VIF kurang dari 10 sehingga tidak terdapat gejala multikolinieritas pada masing-masing indikator yang mengukur kepuasan konsumen. Karena tidak terdapat gejala multikolinieritas, maka dapat dilanjutkan dengan pemeriksaan signifikansi *Outer Weight*.

Tabel 13. *Outer Weight* pada Indikator ke Variabel

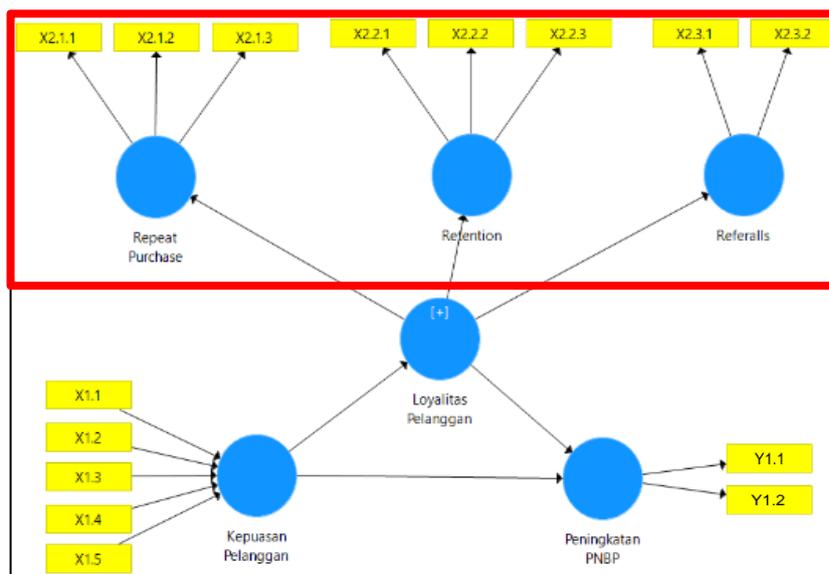
Indikator -> Variabel	<i>Outer Weight</i>	<i>P Values Outer Weight</i>	<i>Outer Loading</i>	<i>P Values Outer Loading</i>
X1.1 -> Kepuasan Pelanggan	0.358	0.002	0.936	0.000
X1.2 -> Kepuasan Pelanggan	0.152	0.253	0.895	0.000
X1.3 -> Kepuasan Pelanggan	0.025	0.821	0.842	0.000
X1.4 -> Kepuasan Pelanggan	0.036	0.725	0.815	0.000

X1.5 -> Kepuasan Pelanggan	0.498	0.000	0.960	0.000
----------------------------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Berdasarkan *P Values Outer Weight* dapat dilihat indikator X1.1 dan X1.5 memiliki nilai di bawah 0.05 yang berarti bahwa *Outer Weight* telah signifikan, sehingga indikator tersebut dapat digunakan. Untuk X1.2, X1.3 dan X1.4 yang *P Values Outer Weight*-nya berada di atas 0.05 sehingga *Outer Weight* masih belum dianggap signifikan, maka untuk ketiga indikator tersebut perlu pemeriksaan *Outer Loading*. Nilai *Outer Loading* baik untuk X1.2, X1.3 maupun X1.4 ternyata sudah di atas 0.5 sehingga walaupun untuk pemeriksaan *P Values Outer Weight* belum signifikan tapi keduanya masih tetap digunakan. Karena tidak ada indikator yang perlu dihapus, maka dapat dilanjutkan tahap berikutnya yaitu pemeriksaan pengukuran reflektif *secondary order*.

Pemeriksaan Reflektif *Secondary order*



Gambar 6. Pemeriksaan Formatif *First Order*

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Setelah selesai pemeriksaan formatif pada variabel kepuasan pelanggan, tahap selanjutnya adalah pemeriksaan reflektif pada item-item pembentuk variabel loyalitas pelanggan. Langkah pertama pada pemeriksaan pengukuran reflektif adalah *internal consistency reliability*. *Internal consistency reliability* menunjukkan seberapa konsisten indikator (pada *First Order*) atau item (pada *secondary order*) untuk dijadikan pengukuran reflektif. *Internal consistency reliability* dapat dilihat dari nilai *Composite Reliability*. Nilai *Composite Reliability* harus di atas 0.7.

Tabel 14. *Composite Reliability Secondary order*

Indikator	<i>Composite Reliability</i>
<i>Repeat purchase</i>	0.841
<i>Retention</i>	0.887
<i>Referalls</i>	0.853

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Berdasarkan Tabel 14 di atas dapat dilihat bahwa *Composite Reliability* dari ketiga indikator sudah di atas 0.7 sehingga dapat dikatakan *internal consistency reliability* sudah terpenuhi.

Selanjutnya dapat diteruskan untuk pemeriksaan *convergent validity*. *Convergent validity* adalah sejauh mana suatu pengukuran berkorelasi positif dengan pengukuran alternatif lainnya di dalam satu konstruk yang sama. *Convergent validity* dapat diukur dengan nilai AVE. Nilai AVE harus di atas 0.5 agar memenuhi *convergent validity*.

Tabel 15. AVE Secondary order

Indikator	Average Variance Extracted (AVE)
Repeat purchase	0.638
Retention	0.724
Referalls	0.743

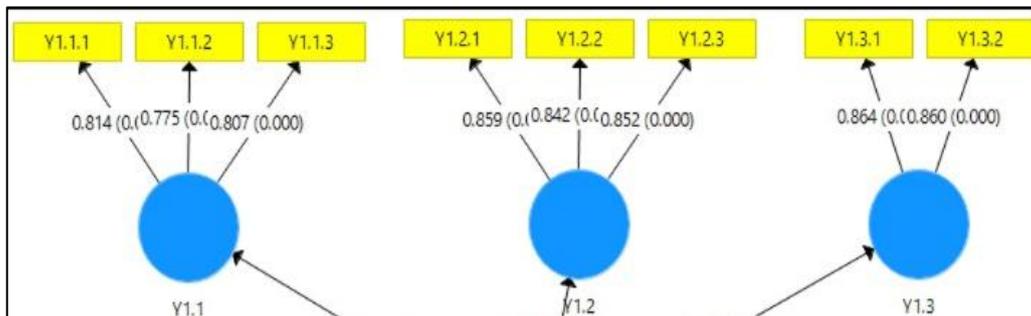
Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Berdasarkan Tabel 15 di atas dapat dilihat bahwa nilai AVE dari ketiga indikator sudah di atas 0.5 sehingga dapat dikatakan *convergent validity* sudah terpenuhi. Selanjutnya dapat diteruskan dengan pemeriksaan *indicator reliability*. Hasil dari pemeriksaan *Outer Loading* dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Outer Loading Secondary order

Item <- Indikator	Outer Loading
X2.1.1 <- Repeat purchase	0.814
X2.1.2 <- Repeat purchase	0.775
X2.1.3 <- Repeat purchase	0.807
X2.2.1 <- Retention	0.859
X2.2.2 <- Retention	0.842
X2.2.3 <- Retention	0.852
X2.3.1 <- Referalls	0.864
X2.3.2 <- Referalls	0.860

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti



Gambar 7. Hasil Bootstrapping Outer Loading Secondary order

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Berdasarkan pemeriksaan *Outer Loading* pada Tabel 16 dan Gambar 7 dapat dilihat bahwa semua *Outer Loading* memiliki nilai di atas 0.7 yang berarti bahwa *indicator reliability* sudah terpenuhi dan dapat dilanjutkan dengan pemeriksaan *discriminant validity*.

Tabel 17. Fornell Larcker Criterion Secondary order

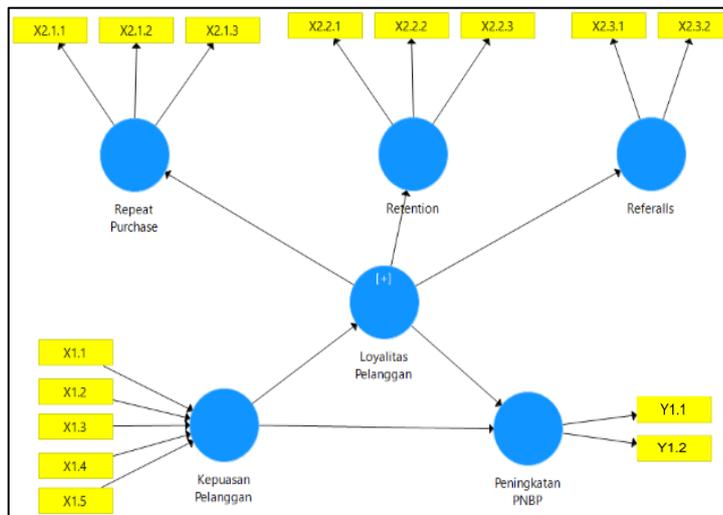
	Repeat purchase	Retention	Referalls
Repeat purchase	0.799		
Retention	0.747	0.851	

Referalls	0.702	0.736	0.862
-----------	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Dapat kita lihat pada Tabel 17 bahwa akar AVE *repeat purchase* yaitu 0.799 lebih besar daripada korelasi *repeat purchase* dengan *Retention* yaitu 0.747 dan dengan *referalls* yaitu 0.702. Sementara itu untuk akar AVE *Retention* yaitu 0.851 juga lebih besar daripada korelasi *Retention* dengan *repeat purchase* yaitu 0.747 dan dengan *referalls* yaitu 0.736. Sedangkan untuk akar AVE *referalls* juga lebih besar daripada korelasi *referalls* dengan *repeat purchase* yaitu 0.702 dan dengan *Retention* yaitu 0.736. Karena semua akar AVE lebih besar daripada korelasi dengan konstruk lainnya maka *discriminant validity* sudah terpenuhi.

Pemeriksaan Reflektif *First Order*



Gambar 8. Pemeriksaan Reflektif *First Order*
 Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Setelah tahap pemeriksaan reflektif pada *secondary order* telah terpenuhi maka tahap selanjutnya adalah melakukan pemeriksaan reflektif pada *First Order* pada variabel loyalitas pelanggan. Langkah pertama pada pemeriksaan pengukuran reflektif adalah *internal consistency reliability*. *Internal consistency reliability* dapat dilihat dari nilai *Composite Reliability*. Nilai *Composite Reliability* harus di atas 0.7

Tabel 18. *Composite Reliability First Order*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Loyalitas Pelanggan	0.915
Peningkatan PNBP	0.860

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Berdasarkan Tabel 18 di atas dapat dilihat bahwa *Composite Reliability* dari kedua variabel sudah di atas 0.7 sehingga dapat dikatakan *internal consistency reliability* sudah terpenuhi. Selanjutnya dapat diteruskan untuk pemeriksaan *convergent validity*. *Convergent validity* dapat diukur dengan nilai AVE. Nilai AVE harus di atas 0.5 agar memenuhi *convergent validity*.

Tabel 19. AVE First Order

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Loyalitas Pelanggan	0.573
Peningkatan PNBP	0.755

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Berdasarkan tabel 19 di atas dapat dilihat bahwa nilai AVE dari kedua variabel sudah di atas 0.5 sehingga dapat dikatakan *convergent validity* sudah terpenuhi. Selanjutnya dapat diteruskan dengan pemeriksaan *indicator reliability*. Jika nilai *Outer Loading* di atas 0.7 maka indikator tersebut digunakan. Bila *Outer Loading* antara 0.4 sampai 0.7 maka perlu dilakukan percobaan penghapusan indikator tersebut, dan jika sudah dihapus ternyata hasilnya meningkatkan *Composite Reliability* dan AVE diatas ambang batasnya maka indikator tersebut memang perlu dihapus. Jika nilai *Outer Loading* di bawah 0.4 maka indikator tersebut memang perlu dihapus. Hasil dari pemeriksaan *Outer Loading* dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Outer Loading First Order

Indikator <- Variabel	Outer Loading
Y1.1 <- Peningkatan PNBP	0.853
Y1.2 <- Peningkatan PNBP	0.884
X2.1 <- Loyalitas Pelanggan	0.908
X2.2 <- Loyalitas Pelanggan	0.929
X2.3 <- Loyalitas Pelanggan	0.874

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Berdasarkan pemeriksaan *Outer Loading* pada Tabel 20 dapat dilihat bahwa semua *Outer Loading* memiliki nilai di atas 0.7 yang berarti bahwa *indicator reliability* sudah terpenuhi dan dapat dilanjutkan dengan pemeriksaan *discriminant validity*.

Tabel 21. Fornell Larcker Criterion First Order

	Loyalitas Pelanggan	Peningkatan PNBP
Loyalitas Pelanggan	0.757	
Peningkatan PNBP	0.470	0.869

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Dapat kita lihat pada Tabel 21 bahwa akar AVE Loyalitas Pelanggan yaitu 0.757 lebih besar daripada korelasi Loyalitas Penggan dengan peningkatan PNBP yaitu 0.470. Sementara itu untuk akar AVE peningkatan PNBP yaitu 0.869 juga lebih besar daripada korelasi peningkatan PNBP dengan Loyalitas Pelanggan yaitu 0.470. Karena semua akar AVE lebih besar daripada korelasi dengan konstruk lainnya maka *discriminant validity* sudah terpenuhi.

Pemeriksaan Model Struktural

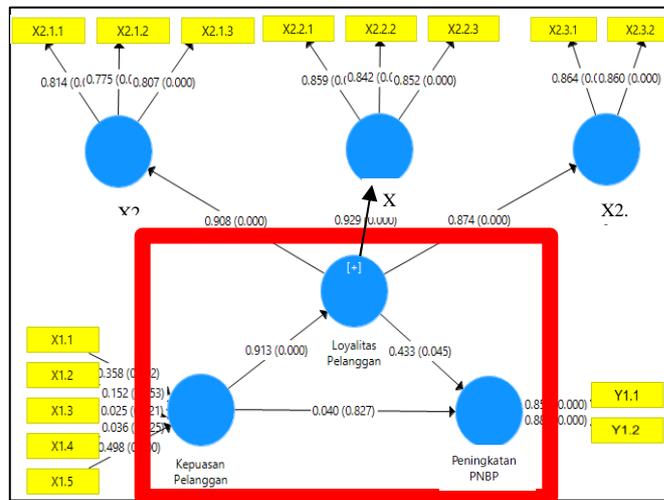
Tahap pemeriksaan akhir model adalah pemeriksaan model struktural, pertama-tama dilakukan uji multikolinieritas dengan menggunakan VIF. Hasil uji multikolinieritas untuk *inner model* dapat dilihat pada Tabel 22.

Tabel 22. VIF Inner Model

	Loyalitas Pelanggan	Peningkatan PNBP
Kepuasan Pelanggan	1.000	6.007
Loyalitas Pelanggan		6.007

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil dari Tabel 22 dapat dilihat bahwa nilai VIF kurang dari 10 yang berarti tidak terdapat multikolinieritas. Karena tidak terjadi multikolinieritas, maka dapat dilanjutkan pemeriksaan pengaruh signifikan.



Gambar 9. Hasil Uji Pengaruh Langsung
Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Pemeriksaan pengaruh signifikan dapat dilihat dari nilai *p-value*. Jika nilai *p-value* < 0.05 maka variabel laten tersebut berpengaruh signifikan. Hasil uji pengaruh signifikan dapat dilihat pada tabel 23.

Tabel 23. Uji Signifikansi Pengaruh Langsung

Pengaruh Antar Variabel	Path Coefficient	P Values
Kepuasan Pelanggan -> Peningkatan PNBP	0.040	0.827
Loyalitas Pelanggan -> Peningkatan PNBP	0.433	0.045

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil Tabel 23 di atas dapat dilihat bahwa pengaruh kepuasan pelanggan terhadap peningkatan PNBP memiliki *p-Values* sebesar 0.827, di mana nilai tersebut lebih dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung kepuasan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan PNBP. Sebaliknya, pada pengaruh loyalitas pelanggan terhadap peningkatan PNBP dapat dilihat memiliki *p-Values* sebesar 0.045, di mana nilai tersebut kurang dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan PNBP. Nilai *Path Coefficient* sebesar 0.443 menandakan bahwa semakin besar loyalitas pelanggan, maka penerimaan PNBP juga akan meningkat.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian didapatkan hasil perhitungan dari analisis kepuasan dan loyalitas pelanggan Rumah Sakit Marinir Cilandak terhadap peningkatan PNBP sebagai berikut:

1. Hubungan kepuasan pelanggan terhadap peningkatan PNBP tidak signifikan, sehingga menerima hipotesis H_0X_1 sekaligus menolak hipotesis H_aX_1 .



2. Hubungan loyalitas pelanggan terhadap peningkatan PNBP signifikan, sehingga menolak hipotesis H_0X_2 sekaligus menerima hipotesis H_aX_2 .

Dari hubungan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat hubungan antara kepuasan pelanggan terhadap peningkatan PNBP dan terdapat hubungan antara loyalitas pelanggan terhadap peningkatan PNBP.

REFERENSI

- Andi Aries, Muhamad. 2021. "Apa Itu Pelanggan: Pengertian, Jenis Dan Karakter Pelanggan", diakses pada 20 Maret 2022, <https://belajarekonomi.com/pelanggan/>.
- Angraini, Magfirah, Andi Mattulada, and Nina Yusnita. 2018. "Pengelolaan Penerimaan Negara Bukan Pajak: Suatu Tinjauan Evaluatif (Studi Pada Satuan Kerja Kantor Pertanahan Kabupaten Parigi Moutong)." *Magister Manajemen* 6: 23–34.
- Argo, M. S., Tasik, F., & Goni, S. Y. V. . (2021). Peningkatan Pendapatan Kesejahteraan Keluarga di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Creswell, Jhon. 2009. *Research Design_ Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications. 3rd ed. Vol. 3. California.
- Crosby, B Y Philip B. 1980. *Quality Is Free: The Art Of Making Quality Certain*. New York:New American Library. New York: Penguin Books Limited.
- Debora, Fransisca, and Hernadewita Hernadewita. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Pembelajaran Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dengan Metode SEM-PLS." *Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering* 11 (1): 49.
- Deming, W. Edwards. 2000. *Out Of Crisis*. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data. Cambridge: First MIT Press edition.
- Dita Kurniasari, "Teknik Pengolahan Data Kuantitatif: Pahami Metode Pengumpulan Hingga Penyajian Datanya," dqlab, diakses pada tanggal 26 Maret 2022, <https://dqlab.id/teknik-pengolahan-data-kuantitatif-pahami-metode-pengumpulan-hingga-penyajian-datanya>
- Hair Jr, Joseph, G.Tomas Hult, Christian Ringle, and Marko Sarstedt. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Library of Congress Cataloging. Los Angeles: Sage Publication, Inc.
- Hasan, Sabri, and Aditya Halim Perdana Kusuma Putra. 2019. "Loyalitas Pasien Rumah Sakit Pemerintah: Ditinjau Dari Perspektif Kualitas Layanan, Citra, Nilai Dan Kepuasan." *Jurnal Manajemen Indonesia* 18 (3): 184.
- Hayes, Bob E. 2008. *Measuring Customer Satisfaction: Survey Design, Use, and Statistical Analysis Method*. *Quality Management Journal*. 3rd ed. Vol. 6. Milwaukee: ASQ Quality Press.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. Surabaya: Unitomo Press.
- Keller, Kotler. 2012. *Marketing Management*. Edited by Sally Yagan. *Essentials of Management for Healthcare Professionals*. 14th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kesehatan, Menteri. 2013. *Pelayanan Kesehatan Pada Jaminan Kesehatan Nasional*. Indonesia.
- Kuangan, Menteri. 2010. *Petunjuk Penyusunan Dan Penelaahan Rencana Kerja Dan Anggaran Kementerian Negara/Lembaga Tahun Anggaran 2011*. Indonesia.
- Kuangan, Menteri. 2021. *Tata Cara Pengelolaan Penerimaan Negara Bukan Pajak*. Indonesia.
- Likert, Rensis. 1932. *A Technique for the Measurement of Attitudes*. Edited by R.S. Woodworth. 140th ed. Vol. 140. New York.
- Menteri Pertahanan. 2014. *Pelayanan Kesehatan Integrasi Di Lingkungan Kementerian Pertahanan Dan Tentara Nasional Indonesia*. Indonesia.



- Mohamed A. Nassar. 2017. "Customer Satisfaction and Hotel Brand Equity: A Structural Equation Modelling Study." *J. of Tourism and Hospitality Management* 5 (4): 144–62.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Arvind Malhotra. 2005. "E-S-QUAL a Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality." *Journal of Service Research* 7 (3): 213–33.
- Perpres, Peraturan. 2012. *Sistem Kesehatan Nasional*. Indonesia.
- Purnomo, Kelik, and Indung Sudarso. 2016. "Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Sumber Daya Manusia Proyek PT XYZ." *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XXIV*.
- Rifa'i, Khamdan. 2019. *Membangun Loyalitas Pelanggan*. 1st ed. Jember.
- Rimawan, Erry, and Rudolf Simatupang. 2018. "Analysis of Customer 's Satisfaction on the Quality of Expedition Service as a Way of Improving Customer 's Competitiveness through Servqual and IPA Method :." 3 (11): 456–60.
- Setyo, Aris. 2020. "The Improvement Of Service Quality In Dental Health Industry Using Sem Pls And." *Journal Of Advanced Research In Dynamical & Control Systems* 12 (02): 3373–89.
- Suardana, K. J., & Suryanawa, I. K. (2013). Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran Pada Kinerja Manajerial Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. 19th ed. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. 22nd ed. Bandung: Alfabeta.
- Supartiningsih, Solichah. 2017. "Kualitas Pelayanan an Kepuasan Pasien Rumah Sakit: Kasus Pada Pasien Rawat Jalan." *Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit* 10.18196/Jmmr.2016 6 (1): 9–15.
- Suryawati, Siti Hajar, Yayan Hikmayani, and Agus Heri Purnomo. 2017. "Strategi Peningkatan Dan Alokasi Penerimaan Negara Bukan Pajak Untuk Peningkatan Operasional Layanan Pelabuhan Perikanan." *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 5 (2): 211
- Wong, KKK Ken Kwong-Kay. 2013. "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS." *Marketing Bulletin* 24 (1): 1–32.