

## HUBUNGAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DENGAN LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN DI RSUD LABUANG BAJI MAKASSAR TAHUN 2023

THE RELATIONSHIP OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT WITH THE LOYALTY OF  
OUTPATIENT PATIENTS AT THE HOSPITAL LABUANG BAJI MAKASSAR YEAR 2023

Sitti Aisyah<sup>1</sup>, Nur Mulia Wunanini Ngkolu<sup>2</sup>, Sriyani Windarti<sup>3</sup>, Reski Dewi Pratiwi<sup>4</sup>

Department of Hospital Administration, Institut Ilmu Kesehatan Pelamonia Makassar, Indonesia

### ABSTRAK

Menurunnya jumlah kunjungan pasien rawat jalan di RSUD Labuang Baji Makassar dari tahun ke tahun tidak bisa dibiarkan begitu saja oleh pihak rumah sakit, oleh karena itu pihak rumah sakit perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pasien salah satunya dengan menerapkan *customer relationship management*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *customer relationship management* (crm) dengan loyalitas pasien rawat jalan di RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2023. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan rancangan desain *cross sectional study*. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 863 orang, kemudian sampel diperoleh dengan menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 273 orang dan teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan adalah univariat, bivariat dengan uji chi-square, dan analisis multivariat dengan regresi logistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan manusia (*people*) ( $p=0,035$ ), proses (*process*) ( $p=0,011$ ), pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) ( $p=0,001$ ) dengan loyalitas pasien. Sedangkan teknologi (*technology*) tidak berhubungan dengan loyalitas pasien dengan nilai ( $p=0,315$ ), kemudian variabel yang paling berhubungan dengan loyalitas pasien adalah pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*). Diharapkan kepada pihak rumah sakit untuk tetap menjaga, mempertahankan dan meningkatkan penerapan *customer relationship management* sehingga mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah pasien yang loyal.

**Kata kunci:** *Customer relationship management*, loyalitas pasien.

### ABSTRACT

The decline in the number of outpatient visits at Labuan Baji Hospital Makassar from year to year cannot be ignored by the hospital, therefore the hospital needs to pay attention to factors that can affect patient loyalty, one of which is by implementing *customer relationship management*. This study aims to determine the relationship between *customer relationship management* (CRM) and outpatient loyalty at Labuan Baji General Hospital Makassar in 2023. The type of research used is quantitative research with a cross-sectional study design. The population in this study was 863 people, then the sample was obtained using the slovin formula, namely 273 people and the sampling technique was using *accidental sampling*. Data analysis used was univariate, bivariate with chi-square test, and multivariate analysis with logistic regression. The results of this study indicate that there is a significant relationship between *people* ( $p=0.035$ ), *process* ( $p=0.011$ ), *knowledge and insight* ( $p=0.001$ ) and patient loyalty. While *technology* is not related to patient loyalty with a value ( $p = 0.315$ ), then the variables most related to patient loyalty are *knowledge and insight*. It is hoped that the hospital will maintain, maintain and improve the implementation of *customer relationship management* so that it is able to maintain and increase the number of loyal patients.

**Keywords:** *Customer Relationship Management*, *Patient Loyalty*.

### PENDAHULUAN

Saat ini, rumah sakit berada dalam persaingan yang ketat untuk memberikan pelayanan kesehatan yang terbaik sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan masyarakat, untuk itu rumah sakit saling berlomba dalam mendapatkan kepercayaan dan menjadi pilihan utama masyarakat Wahyuni & Sulistiyowati (2015) dalam Rahmah (2021). Hal ini ditandai dengan bertambahnya jumlah rumah sakit setiap tahunnya, perkembangan rumah sakit di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahun berdasarkan data yang didapatkan dari Kemenkes RI Tahun (2021) dimana jumlah rumah sakit umum dan rumah sakit khusus pada tahun 2021 sebanyak

3072 rumah sakit, sedangkan jumlah rumah sakit di Sulawesi Selatan berdasarkan dari data Badan Pusat Statistik didapatkan bahwa saat ini jumlah rumah sakit umum dan rumah sakit khusus di Provinsi Sulawesi Selatan sebanyak 123 rumah sakit.

Tolak ukur keberhasilan suatu rumah sakit salah satunya bergantung pada tingkat kunjungan kembali untuk memanfaatkan jasa pelayanan rumah sakit. Untuk itu rumah sakit harus membuat strategi agar mampu meningkatkan tingkat kunjungan dan meningkatkan loyalitas pasien mengenai rumah sakit (Suasnawa, 2020). Loyalitas

sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu kesetiaan seseorang atas suatu produk atau jasa tertentu yang merupakan bentuk dan kelanjutan dari kepuasan pasien dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit serta untuk tetap menjadi pelanggan dari rumah sakit tersebut (Widayatsari, 2021).

Menurut Tjiptono (2012) dalam Sari et al., (2020) Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh rumah sakit untuk mempertahankan loyalitas pasien adalah dengan manajemen hubungan pelanggan atau biasa disebut dengan *customer relationship management*. *Customer relationship management* (CRM) adalah sebuah strategi bisnis menyeluruh dalam suatu organisasi yang memungkinkan organisasi tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggannya. Melalui CRM, maka suatu organisasi dapat melakukan pendekatan sehingga dapat meraih sejumlah informasi mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Implementasi konsep *customer relationship management* memungkinkan adanya kepuasan pelanggan karena berupaya menguatkan, memelihara, dan memperkuat jalinan antara organisasi dengan pelanggan, dengan menganggap pelanggan sebagai *partner*. Apabila implementasi konsep *customer relationship management* berhasil maka pelanggan akan loyal terhadap organisasi tersebut (Juandi, 2016 dalam Amal, 2018).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sari et al., 2020) yang berjudul "Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan Pada RSIA Bunda Anisyah Di Airtiris" juga menunjukkan hasil bahwa hasil uji secara simultan dan parsial, variabel kompetensi, pelayanan, pengetahuan, prosedur dan teknologi terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada RSIA Bunda Anisyah di Airtiris. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Ibrahim et al., 2021) yang berjudul "Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Apotek Mega Mulia" menunjukkan bahwa Bersumber pada hasil analisis informasi diperoleh data nilai Fhitung 17,084 > Ftabel 2,45. Hal ini menunjukkan kalau loyalitas pelanggan di pengaruhi secara signifikan oleh semua faktor.

Berdasarkan data yang didapatkan di RSUD Labuang Baji Makassar diketahui bahwa jumlah kunjungan rawat jalan pada tahun 2019 sebanyak 32.350, pada tahun 2020 sebanyak 24.157, sedangkan pada tahun 2021 terjadi penurunan drastis dimana jumlah kunjungan pasien rawat jalan hanya 10.361. Penurunan jumlah kunjungan pasien di rawat jalan merupakan masalah yang tidak bisa dibiarkan begitu saja oleh pihak rumah sakit. Kondisi berkurangnya jumlah pasien dirawat jalan dapat mengakibatkan berkurangnya pendapatan rumah sakit. Oleh karena itu, perlu mendapat perhatian dari pihak manajemen rumah sakit dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas pasien Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik

untuk melakukan penelitian yang berjudul "Hubungan *Customer Relationship Management* (CRM) Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2023"

## METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode pendekatan *Cross sectional Study*. Populasi dalam penelitian ini merupakan Jumlah rata-rata kunjungan perbulan pasien Rawat Jalan di RSUD Labuang Baji pada tahun 2021 yaitu sebanyak 863 orang Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 273 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*.

Variabel dependen adalah loyalitas pasien bagaimana persepsi responden terhadap tingkat kesetiaan dalam berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang di RSUD Labuang Baji. Sedangkan variabel independen adalah CRM dalam hal ini manusia (*people*), proses (*process*), teknologi (*technology*) dan pengetahuan & pemahaman (*knowledge&insight*).

## HASIL

Pada tabel 1 (lampiran) menunjukkan bahwa dari 244 responden yang merasa manusia (*people*) baik sebagian besar memilih loyal yakni 225 responden (92,2%) dan tidak loyal yakni sebanyak 19 responden (7,8%). Sedangkan, responden yang merasa manusia (*people*) kurang baik didapatkan yakni 29 responden, sebagian besar memilih loyal sebanyak 23 responden (79,3%) dan tidak loyal 6 responden (20,7%). Hasil uji statistik dengan menggunakan uji *chi-square* diperoleh  $p = 0,035$  lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  ( $p > 0,05$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan berarti ada hubungan antara CRM dalam hal ini manusia (*people*) dengan loyalitas pasien

Pada tabel 1 (lampiran) menunjukkan bahwa dari 213 responden yang merasa proses (*process*) baik sebagian besar memilih loyal yakni 199 responden (93,4%) dan yang tidak loyal yaitu 14 responden (6,6%). Sedangkan, responden yang merasa proses (*process*) kurang baik didapatkan yakni sebanyak 60 responden, sebagian besar memilih loyal sebanyak 49 responden (81,7%) dan yang tidak loyal yakni 11 responden (18,3%). Hasil uji statistik dengan menggunakan uji *chi square* diperoleh  $p = 0,011$  lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  ( $p > 0,05$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan berarti ada hubungan antara CRM dalam hal ini proses (*process*) dengan loyalitas pasien.

Pada tabel 1 (lampiran) menunjukkan bahwa dari 203 responden yang merasa Teknologi (*technology*) baik sebagian besar memilih loyal yakni 187 responden (92,1%) dan tidak loyal yakni sebanyak 16 responden (7,9%). Sedangkan, responden yang merasa Teknologi (*technology*) kurang baik, terdapat 70 responden, sebagian besar memilih loyal sebanyak 61 responden (87,1%) dan

tidak loyal 9 responden (12,9%). Hasil uji statistik dengan menggunakan uji *chi-square* diperoleh  $p = 0,315$  lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  ( $p > 0,05$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan berarti tidak ada hubungan yang antara CRM dalam hal ini Teknologi (*technology*) dengan loyalitas pasien.

Pada tabel 1 (lampiran) menunjukkan bahwa dari 246 responden yang merasa pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) baik, sebagian besar memilih loyal yakni 229 responden (93,1%) dan tidak loyal yakni sebanyak 17 responden (6,1%). Sedangkan, responden yang merasa pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) kurang baik yakni 27 responden, sebagian besar memilih loyal sebanyak 19 responden (70,4%) dan tidak loyal 8 responden (29,6%). Hasil uji statistik dengan menggunakan uji *chi square* diperoleh  $p = 0,001$  lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  ( $p > 0,05$ ) yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan berarti ada hubungan antara CRM dalam hal ini pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) dengan loyalitas pasien.

Berdasarkan tabel 2 (lampiran) dapat diketahui bahwa setelah dianalisis menggunakan multivariat dengan metode *backward LR* didapatkan hasil bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pasien rawat jalan RSUD Labuang Baji Makassar adalah Pengetahuan & Pemahaman (*Knowledge & Insight*). Loyalitas pasien dengan Pengetahuan & Pemahaman (*Knowledge & Insight*) didapatkan nilai P Value  $0,000 < 0,005$  yang berarti ada pengaruh, serta memiliki nilai koefisien B 1,869 dan 6,4 kali mempunyai peluang terhadap loyalitas pasien.

## PEMBAHASAN

### Hubungan antara manusia (*people*) dengan loyalitas pasien

Manusia (*people*) yang dimaksud adalah semua petugas atau karyawan yang terlibat langsung dalam menjalankan segala aktivitas yang ada di suatu organisasi dan juga merupakan faktor yang paling penting yang harus ada. Dengan demikian semua sikap ataupun tindakan karyawan bahkan cara berpenampilan karyawan pun mempengaruhi persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa. Sehingga melayani pelanggan secara baik di rumah sakit merupakan kegiatan yang bisa memperoleh kepuasan pelanggan.

Manusia (*People*) pada penelitian ini adalah sikap ramah pegawai, perhatian pegawai, menjaga hubungan yang baik, melayani pelanggan dengan sepenuh hati, memiliki keterampilan yang baik, dan tidak adanya kesalahan pada saat memberikan pelayanan.

Hasil penelitian di instalasi rawat jalan RSUD Labuang Baji Makassar dengan menggunakan hasil uji statistik *chi square* signifikan dengan taraf hasil sebesar  $0,0315 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga hasil pengujian statistik ini membuktikan bahwa terdapat hubungan antara *customer relationship management* dalam hal ini manusia

(*people*) dengan loyalitas pasien. Dengan demikian semakin baik sikap dan tindakan karyawan atau manusia (*people*) dalam memberikan pelayanan maka pasien akan semakin loyal. Demikian pula sebaliknya apabila sikap dan tindakan karyawan tidak baik dalam memberikan pelayanan kepada pasien, maka dampaknya pasien tidak akan loyal. Hasil penelitian mengenai hubungan antara manusia (*people*) dengan loyalitas pasien didapatkan bahwa 244 responden memiliki persepsi manusia (*people*) baik, dimana pegawai RSUD Labuang Baji dalam memberikan pelayanan kepada pasien dinilai baik dimata pasien dikarenakan pegawainya selalu ramah kepada pasien, memiliki keterampilan yang baik dan mampu menjaga hubungan yang baik dengan pasien. Namun masih terdapat 29 responden yang beranggapan jika pegawai RSUD Labuang Baji tidak ramah dan pernah melakukan kesalahan pada saat memberikan pelayanan sehingga hal tersebut dapat menjadi salah satu pemicu masih adanya beberapa pasien yang tidak loyal.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Pranitasari et al., 2022) yang mendapatkan hasil  $0,020 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh *people* terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh (Suma, 2018) yang mendapatkan hasil bahwa Koefisien regresi variabel *people* ( $X_1$ ) sebesar 0,391, artinya adalah Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara *people* dan loyalitas nasabah.

### Hubungan antara proses (*process*) dengan loyalitas pasien

Proses adalah dimana segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan. Dari pandangan CRM proses ini perlu dipersiapkan dan di operasikan sehingga mereka dapat berkontribusi bagi penciptaan nilai atau setidaknya tidak merusak nilai yang sudah diciptakan bagi pelanggan. Kondisi ini akan menerapkan efisiensi yang rendah maupun efektivitas (penyampaian hasil yang diinginkan). Proses adalah semua rangkaian kegiatan dan prosedur yang digunakan dalam memberikan pelayanan di mulai dari proses pendaftaran, pemeriksaan, pengambilan obat, hingga pembayaran.

Proses pada penelitian ini adalah kemudahan proses penerimaan pelayanan kesehatan, transaksi pembayaran, ketersediaan pelayanan, pemberian pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien, penanganan pasien secara cepat, pemberian tanggapan terhadap keluhan pasien, komunikasi yang baik, menjaga kerahasiaan pasien, pemberian diskon dan penyelesaian masalah pasien yang dihadapi pasien.

Hasil penelitian di instalasi rawat jalan RSUD Labuang Baji Makassar dengan menggunakan hasil uji statistik *chi square* signifikan dengan taraf hasil sebesar  $0,011 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga hasil pengujian statistik ini membuktikan bahwa terdapat hubungan antara *customer relationship management* dalam hal ini proses (*process*) dengan loyalitas pasien. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa, semakin banyak yang memilih proses (*process*) dalam kategori baik, maka pasien akan semakin loyal.

Hasil penelitian mengenai hubungan antara proses (*process*) dengan loyalitas pasien didapatkan bahwa 213 responden memiliki persepsi baik pada proses (*process*), dimana pegawai RSUD Labuang Baji dalam memberikan pelayanan kepada pasien dinilai baik dimata pasien dikarenakan proses penerimaan pasien mudah, mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien, dan cepat dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Namun masih terdapat 60 responden yang beranggapan jika proses pendaftaran lama, sehingga pasien harus menunggu antrian lebih lama, beberapa obat tidak tersedia dan waktu tunggu pelayanan dokter ataupun petugas melayani tidak sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan sehingga hal tersebut dapat menjadi salah satu pemicu masih adanya beberapa pasien yang tidak loyal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wardiyanti et al., 2019) didapatkan hasil bahwa Nilai koefisien regresi Proses = 0,320 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel Proses dengan Loyalitas Pelanggan. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh (Sulistiadi, 2018) didapatkan hasil bahwa nilai  $P = 0,040$  ( $P < 0,05$ ), yang berarti ada hubungan proses (Proses) dengan Loyalitas Pelanggan di Laboratorium Klinik Prodia Palu.

#### **Hubungan antara Teknologi (*technology*) dengan loyalitas pasien**

Teknologi CRM bukan hanya kumpulan aplikasi. Teknologi CRM ini perlu bekerja di semua lini komunikasi dan berintegrasi dengan sistem lain agar mampu memberikkan pandangan tunggal untuk pelanggan sehingga harus diimplementasikan sedemikian rupa agar praktik-praktik dan keterampilan kerja yang tepat dan tersebar.

Teknologi (*technology*) dalam penelitian ini adalah kemudahan dalam mendapatkan informasi, kepemilikan sistem informasi seperti web, tersedianya aplikasi pendaftaran untuk pasien, kemudahan dalam proses pengoperasian pemesanan pengobatan, pemberian promosi dan iklan di media sosial, dan informasi yang dapat ditemukan di internet ataupun media elektronik lainnya.

Hasil penelitian di instalasi rawat jalan RSUD Labuang Baji Makassar dengan menggunakan hasil uji statistik *chi square* signifikan dengan taraf hasil sebesar  $0,315 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak. Sehingga hasil pengujian statistik ini membuktikan bahwa tidak terdapat hubungan antara *customer relationship management* dalam hal ini teknologi (*technology*) dengan loyalitas pasien.

Hasil penelitian mengenai hubungan antara teknologi (*technology*) dengan loyalitas pasien didapatkan bahwa 203 responden memiliki persepsi baik pada teknologi (*technology*), dimana teknologi dinilai baik dikarenakan informasi mengenai rumah sakit dapat dengan mudah ditemukan, dan RSUD Labuang Baji juga sudah memberikan kemudahan

bagi pasien untuk mendaftar dalam pemeriksaan rawat jalan. Sedangkan untuk pasien yang memiliki persepsi teknologi kurang baik berjumlah 70 orang hal ini dikarenakan pasien tidak terlalu mementingkan masalah teknologi, yang paling penting bagi mereka adalah pelayanan yang dilakukan oleh RSUD Labuang Baji, selain itu pasien tidak terlalu mengerti dengan teknologi terutama untuk pasien yang sudah berumur lebih tua.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wardiyanti et al., 2019) didapatkan hasil Nilai koefisien regresi Teknologi = 0,247 menunjukkan arah hubungan positif antara variabel Teknologi dengan Loyalitas Pelanggan. Sedangkan penelitian yang sejalan dilakukan oleh (Jaelani, 2020) yang mendapatkan hasil bahwa koefisien regresi untuk variabel teknologi dalam CRM adalah sebesar 0,186 dan tidak signifikan pada level 0,375. Karena  $0,375 > 0,05$  maka  $H_0$  tidak ditolak artinya Teknologi dalam CRM tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

#### **Hubungan antara pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) dengan loyalitas pasien**

Pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) dalam CRM yang dimaksud disini adalah mempererat hubungan pelanggan, maka perusahaan perlu menyadari pelanggan mereka. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki pengetahuan dan memahami pelanggan mereka.

Pengetahuan dan pemahaman pada penelitian ini adalah pemberian pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasien, pemberian informasi yang tepat dan sesuai keinginan pasien, mengetahui segala kebutuhan pasien dan pemberian solusi bilamana mengalami kesulitan.

Hasil penelitian di instalasi rawat jalan RSUD Labuang Baji Makassar dengan menggunakan hasil uji statistik *chi square* signifikan dengan taraf hasil sebesar  $0,001 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  diterima. Sehingga hasil pengujian statistik ini membuktikan bahwa terdapat hubungan antara *customer relationship management* dalam hal ini pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) dengan loyalitas pasien. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, semakin banyak yang memilih pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) dalam kategori baik, maka pasien akan semakin loyal.

Hasil penelitian mengenai hubungan antara pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) dengan loyalitas pasien didapatkan bahwa 246 responden memiliki persepsi baik pada pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*), dimana pegawai RSUD Labuang Baji dalam memberikan pelayanan kepada pasien dinilai baik dimata pasien dikarenakan pegawai rumah sakit sudah memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pasien dan pegawai selalu ada disaat pasien sedang butuh, selain itu pegawai juga cepat dalam memberikan solusi bilamana pasien mengalami kesulitan. Namun masih terdapat 27 yang memiliki persepsi bahwa pengetahuan dan pemahaman pegawai rumah sakit kurang baik dikarenakan pegawai rumah sakit labuang baji

lambat memberikan solusi bilamana pasien mengalami kesulitan ataupun keluhan. Sehingga hal tersebut dapat menjadi salah satu pemicu masih adanya beberapa pasien yang tidak loyal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2020) didapatkan hasil bahwa Nilai t-hitung variabel pengetahuan adalah sebesar 8,145 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel pengetahuan terhadap loyalitas pelanggan pada RSIA Bunda Anisyah di Airtiris. Penelitian yang sejalan juga dilakukan oleh (Yulinda, 2017) didapatkan hasil bahwa Koefisien regresi variabel pengetahuan (X4) terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Indosat Tbk Cabang Bengkulu diperoleh ( $\beta_4$ ) = 0,295 dan (t) = 3,443 artinya pengetahuan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 3,443.

#### Variabel yang paling berhubungan dengan loyalitas pasien

Pada uji regresi logistik menunjukkan bahwa *p value*  $0,000 < 0,005$  yang berarti ada hubungan antara Pengetahuan & Pemahaman (*Knowledge & Insight*) dengan loyalitas pasien rawat jalan RSUD Labuang Baji Makassar.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan & Pemahaman (*Knowledge & Insight*) pegawai RSUD Labuang Baji Makassar menjadi variabel yang paling berhubungan dengan loyalitas pasien rawat jalan RSUD Labuang Baji Makassar didapatkan hasil bahwa nilai koefisien B 1,869 dan nilai aRP 6,424. Nilai aRP pada variabel pengetahuan dan pemahaman menunjukkan bahwa persepsi pengetahuan dan pemahaman di RSUD Labuang Baji Makassar mempunyai peluang 6,424 kali dengan loyalitas pasien.

Memahami dan menginginkan sesuatu yang dibutuhkan oleh seseorang konsumen atau pasien akan mempermudah dan menjadikan pasien tersebut puas dalam setiap apa yang dilakukan oleh rumah sakit. Hal ini yang akan menjadikan seseorang yang mendapatkan segala kebutuhannya akan dipenuhi. Jadi dapat disimpulkan bahwa pasien yang berobat di rumah sakit labuang baji ini selalu dipenuhi baik itu keinginan pasien dan kebutuhan pasien, karena kesembuhan pasien merupakan hal yang paling utama untuk rumah sakit.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan antara manusia (*people*), proses (*process*) dan pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) dengan Loyalitas Pasien rawat jalan RSUD Labuang Baji Makassar, sedangkan tidak terdapat hubungan Teknologi (*technology*) dengan Loyalitas Pasien rawat jalan RSUD Labuang Baji Makassar. Diharapkan kepada pihak rumah sakit untuk tetap menjaga, mempertahankan dan meningkatkan penerapan *customer relationship management* sehingga mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah pasien yang loyal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amal, R. A. (2018). Hubungan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Ibnu Sina Kota Makassar Tahun 2017. *Repositori.Uin-Alauddin*.
- Ibrahim, A., Hidayah, T., Silver Stone, A., Saymona, Y., Anggelah, T., & Raisah Adilah, S. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Apotek Mega Mulia. *Jurnal Riset Komputer*, 8 no 6(Desember 2021), 256–266. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v8i6.3682>
- Jaelani, E. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Bank “X” Di Bandung. *Jurnal Sains Manajemen Dan Akutansi*, 12(2), 86–95
- Kemenkes RI. (2021). *Profil Kesehatan Indonesia*.
- Pranitasari, D., Sihotang, S., Prastuti, D., Hermastuti, P., Saodah, E. S., & Harini, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Masa Pandemi. *Visionida*, 8(1), 34–49.
- Rahmah, S. N. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Media Husada*, 10(1), 65–73. <https://doi.org/10.33475/jikmh.v10i1.247>
- Sari, I. P., Putri, L. T., & Baharuddin, Y. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rsia Bunda Anisyah Di Airtiris. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(4), 212–222.
- Suasnawa, I. G. (2020). Pengaruh Pelayanan Prima Dan Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pasien. *Bali Health Journal*, 4(1).
- Sulistiadi, W. (2018). Hubungan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dengan Loyalitas Pelanggan: Systematic Review. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 5(1), 16–24. <https://doi.org/10.7454/arsi.v5i1.2867>
- Suma, F. M. (2018). *Analisis Pengaruh Implementasi Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Wardiyanti, B. T. S., Haribowo, P., & Astuti, R. D. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Tiga Serangkai Surakarta. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.32497/jobs.v5i1.1672>
- Widayatsari, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Poliklinik Bedah Saraf RSUD dr. Doris Sylvanus Palangkaraya Lestari Purba 1*, Edyanus Herman Halim 2) dan Any Widayatsari 3). 32(2), 1–16.
- Yulinda, A. T. (2017). *Pengaruh Customer*

*Relationship Management Terhadap Loyalitas  
Pelanggan Indosat Bengkulu.*