PENGARUH KUALITAS FUNGSIONAL, TEKNIS DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT KUNJUNGAN PASIEN

Andri Theja, Erliany Syaodih, Dasrun Hidayat
Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, andritheja@gmail.com

ABSTRAK

Minat kunjungan pasien merupakan perilaku yang berkembang sebagai respon terhadap kualitas pelayanan, yang menunjukkan keinginan pasien untuk membeli kembali pelayanan yang telah dibeli sebelumnya. Perilakunya akan dipengaruhi oleh tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pasien. Adapun faktor-faktor yang akan mempengaruhi kepuasan pasien, kualitas fungsional yang baik, kualitas teknis yang memuaskan, dan citra merek yang unik dan khas semuanya akan berperan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis gambaran, pengaruh, dan hubungan antara kualitas fungsional, kualitas teknis, dan citra merek terhadap keinginan pasien untuk berkunjung ke Granostic Diagnostic Center di Surabaya. Populasi penelitian ini adalah seribu orang. Cluster sampling dengan metode aksidental digunakan untuk mengumpulkan total sampel sebanyak 91 orang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif verifikatif. Analisis kuantitatif dan deskriptif digunakan sebagai metode penelitian. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, uji-t, dan koefisien determinasi untuk analisis kuantitatif. Berdasarkan temuan penelitian, kualitas fungsional, kualitas teknis, dan citra merek mempengaruhi minat kunjungan pasien sebesar 67%, sedangkan sisanya sebesar 33% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang kurang komprehensif.

Kata Kunci : Kualitas Fungsional, Kualitas Teknis, *Brand Image* dan Minat Kunjungan.

ABSTRACT

Interest in patient visits is a behavior that develops in response to quality service, indicating the patient's desire to repurchase previously purchased services. His behavior will be influenced by the degree of patient satisfaction or dissatisfaction. As for the factors that will influence patient satisfaction, good functional quality, satisfactory technical quality, and a unique and distinctive brand image will all play a role. This study's objective was to determine and analyze the description, influence, and relationship between functional quality, technical quality, and brand image on patients' desire to visit the Granostic Diagnostic Center in Surabaya. The population of this study was one thousand individuals. Cluster sampling with the accidental method was used to collect a total sample of 91 individuals. This research consists of descriptive verification. Quantitative and descriptive analysis is employed as a research method. This study employs multiple linear regression, the t-test, and the coefficient of determination for quantitative analysis. According to the study's findings, functional quality, technical quality, and brand image influenced patient visit interest by 67%, while the remaining 33% was influenced by other variables or factors that were less comprehensive.

Keywords: *Functional Quality, Technical Quality, Brand Image and Visit Interest*

PENDAHULUAN

Minat kunjungan terjadi ketika klien atau pasien memiliki pendapat yang baik tentang produk atau fasilitas, berkomitmen terhadap produk, dan berencana untuk melakukan pembelian kembali di masa mendatang. (Citra et al, 2021). Semakin banyak minat kunjungan yang ada pada produk atau fasilitas tersebut menandakan produk/fasilitas tersebut memiliki kualitas mutu /pelayanan yang baik.

Dengan meningkatnya jumlah klinik kesehatan maka akan menimbulkan tantangan bagi manajer dari waktu ke waktu, karena akan menimbulkan persaingan yang lebih ketat. Hanya klinik yang menawarkan layanan terbaik dan reputasi yang kokoh yang dapat bertahan dan berkembang. Untuk memuaskan pasien atau pengunjung klinik, pengelola fasilitas kesehatan harus mampu memberikan pelayanan prima. Hal ini akan berpengaruh pada pengembangan brand image yang positif, yang akan berdampak pada mendongkrak kunjungan pasien. (Rasyid dan Indah, 2019).

Granostic Diagnostic Center merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa laboratorium klinik yang berlokasi di Surabaya. Granostic Diagnostic Center didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan pelayanan kesehatan yang lengkap, akurat, cepat, dan modern sekaligus memberikan kemudahan bagi kliennya. Tercatat, jumlah kunjungan ke Granostic Diagnostic Center mencapai 1000 pasien per bulannya. Untuk itu, Granostic Diagnostic Center melengkapi peralatan dan fasilitas diagnostiknya dengan peralatan canggih, suasana premis yang nyaman, dan laboratorium utama yang kompeten. Granostic Diagnostic Center juga menyediakan layanan komprehensif meliputi perawatan kesehatan individu dan juga institusi. Granostic Diagnostic Center memiliki sertifikasi manajemen mutu ISO 9001:2008 serta akreditasi PJK3 untuk memenuhi kebutuhan layanan korporasi (Perusahaan Jasa Kesehatan dan Keselamatan Kerja). Manajemen berharap dengan berdirinya Granostic Diagnostic Center ini dapat menjadi acuan dalam menegakkan diagnosis dalam upaya penyembuhan penyakit; mendorong gaya hidup sehat; dan membantu dalam mengidentifikasi kejadian yang mewakili risiko penularan dan mengembangkan lingkungan kerja yang sehat.

Kualitas layanan dimulai dengan permintaan pelanggan dan diakhiri dengan persepsi pelanggan. Ini menyiratkan bahwa sudut pandang atau persepsi pelanggan, bukan sudut pandang atau persepsi penyedia layanan, menentukan kualitas gambar yang dapat diterima. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh sejumlah variabel, termasuk persepsi merek dan kualitas layanan (dari sudut pandang fungsional dan teknis). Maka dalam penelitian ini, akan menggabungkan ketiga variable tersebut yaitu kualitas teknis, kualitas fungsional, dan *brand image* terhadap variable minat kunjungan pasien. Pusat Diagnostik Granostik harus mampu memberikan perawatan medis berkualitas tinggi untuk memuaskan pasien, yang kemudian akan memengaruhi pengembangan citra merek yang positif dan, pada akhirnya, memengaruhi keinginan pasien untuk kembali ke Pusat Diagnostik Granostik.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Fungsional

Kualitas fungsional adalah sifat yang mempengaruhi seberapa baik layanan disediakan**.** Ketika suatu layanan sesuai dengan harapan, layanan tersebut dipandang memiliki kualitas setinggi mungkin (Anggraini dan Aznedra, 2019).

Terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas fungsional dari sebuah layanan (Rasyid, 2019). Dimensi pokok tersebut adalah :

1. Reliabilitas (Realibility), Terkait dengan kapasitas organisasi untuk memberikan layanan yang disajikan dengan cara yang akurat dan memuaskan.
2. Jaminan (Assurance), Terkait dengan keahlian dan keramahan anggota staf, serta kapasitas mereka untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan dari klien dan pelanggan.
3. Bukti Fisik (Tangible), berkaitan dengan tampilan luar fasilitas layanan perusahaan, peralatan dan perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan lainnya semata-mata
4. Empati (Empathy), menunjukkan bahwa KAP menyadari masalah yang dihadapi oleh kliennya, bahwa KAP mengambil tindakan demi kepentingan terbaik klien, KAP memperlakukan setiap klien sebagai

individu dan menunjukkan kesadaran akan persyaratan khusus mereka, dan KAP melakukan semua hal ini.

5. Daya Tanggap (Responsiveness), Hal ini terkait dengan kemauan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu klien dan segera menanggapi permintaan yang dibuat oleh pelanggan tersebut.

Kualitas Teknis

Menurut Yuliana, (2014) Kualitas yang dapat dirasakan langsung oleh klien dikenal sebagai kualitas teknis. Pada hakekatnya kualitas pelayanan teknis merupakan keluaran dari suatu pelayanan yang dapat dirasakan langsung oleh pelanggan. Kriteria mutu teknis antara lain meliputi:

1. Technical Solutions. berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk memecahkan masalah pelanggan.
2. Mesin, yang mengacu pada kemampuan mesin penyedia layanan untuk menyediakan layanan yang mereka tawarkan.
3. Jika peralatan penyedia layanan sudah terkomputerisasi, apakah terkomputerisasi dengan baik

Brand Image

Brand image adalah asosiasi baik atau buruk yang didasarkan pada kesan seseorang terhadap merek tersebut. Asosiasi yang muncul dalam ingatan pelanggan sebagai citra merek mencerminkan persepsi dan kepercayaan konsumen (Syamsurizal, 2020). Ada beberapa indicator yang digunakan dalam mengukur *brand image*, yaitu:

1. Manfaat asosiasi merek, dimana suatu merek menimbulkan sikap yang baik jika karakteristik dan kegunaan merek tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Kekuatan asosiasi merek, yang mengacu pada proses pembentukan hubungan dari informasi yang disimpan dalam ingatan konsumen dan dengan cara informasi disimpan sebagai komponen citra merek.
3. Singularitas asosiasi merek, yang mengacu pada fakta bahwa merek yang berbeda dan menarik mampu membentuk hubungan yang kuat di benak konsumen..

Minat Kunjungan

Munculnya perilaku yang dikenal sebagai minat kunjungan berulang merupakan respon terhadap hal-hal yang menandakan keinginan pelanggan untuk membeli produk yang telah diperoleh di masa lalu. (Rahmiati dan Temesvari, 2020).

Rasyid (2019) Indikator yang mungkin mempengaruhi individu dalam memilih apakah mereka akan memanfaatkan layanan kesehatan lagi atau tidak, antara lain penerapannya :

1. Tersedia dan berkesinambungan (*sustainable*). Kriteria utama pertama yang penting untuk menentukan berhasil atau tidaknya layanan kesehatan di masyarakat adalah apakah layanan tersebut tersedia dan berkelanjutan atau tidak. Hal ini memastikan bahwa setiap dan semua bentuk pelayanan kesehatan, yang mungkin dibutuhkan oleh masyarakat pada saat tertentu, tidak sulit ditemukan dan selalu dapat diakses.
2. Dapat diterima dan masuk akal adalah dua kualitas penting dari pelayanan yang baik; kualitas ini menunjukkan bahwa perawatan medis tidak bertentangan dengan norma dan pandangan normatif masyarakat.
3. Persyaratan penting ketiga adalah mudah diakses (*accessible*) oleh masyarakat umum. Konsep pencapaian yang digunakan dalam konteks ini pada dasarnya bersifat geografis. Jika fasilitas ini mudah diakses oleh berbagai moda transportasi, maka akan sering digunakan.
4. Keterjangkauan masyarakat merupakan kriteria dasar keempat dari pelayanan yang baik (*affordable*). Yang dimaksud dengan "keterjangkauan" adalah biaya perawatan medis yang harus dicari sebanding dengan sumber daya keuangan masyarakat yang tersedia.
5. Aspek kelima dari pelayanan yang baik adalah kualitas, juga dikenal sebagai kualitas, yang menunjukkan tingkat kesempurnaan layanan kesehatan yang ditawarkan dan memiliki kemampuan untuk menyenangkan pengguna dan layanan dengan memastikan bahwa itu sesuai dengan kode yang berlaku tentang etika dan standar.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metodologi penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah sejenis

penelitian yang memeriksa keakuratan hipotesis penelitian yang diajukan sebelumnya dengan menggunakan angka, perhitungan, dan teknik statistik. Variabel terikat dan variabel bebas dalam penelitian ini pendekatan penelitian kuantitatif berbentuk variabel Y sebagai variabel terikat dalam contoh ini minat kunjungan pasien dan variabel X sebagai variabel bebas, yaitu kualitas fungsional (X1), kualitas teknis (X2), dan *brand image* (X3). Metode ini digunakan untuk menilai pengaruh kualitas fungsional, kualitas teknis, dan *brand image* terhadap minat kunjungan pasien di Granostic Diagnostic Center Surabaya

Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sanusi (2011) dalam Rasyid dan Indah (2019) adalah keseluruhan dari komponen-komponen yang bersatu membentuk suatu keseluruhan yang menunjukkan sifat-sifat tertentu yang dapat digunakan untuk menarik kesimpulan. Oleh karena itu, komponen dari himpunan mewakili angka, dan kualitas spesifik menunjukkan ciri-ciri yang menentukan himpunan. Pada penelitian ini populasinya adalah semua pasien di Granostic Diagnostic Center Surabaya yang melakukan kunjungan sebanyak 1000 pasien perbulan.

Menurut Sugiyono (2012) dalam Rasyid dan Indah (2019), Ukuran dan karakteristik populasi termasuk dalam sampel. Jadi, sampel adalah komponen dari populasi. Peneliti dapat menggunakan sampel yang dikumpulkan dari populasi jika populasinya besar dan populasi tidak dapat menyelidiki setiap anggota populasi, misalnya karena kekurangan sumber daya, tenaga, atau waktu.

Sampling cluster dan pendekatan aksidental digunakan untuk melakukan survei karena ukuran populasi. Ini adalah strategi pengambilan sampel probabilitas di mana responden dipilih secara acak dari setiap lapisan yang dibangun setelah populasi dipisahkan menjadi kelompok yang tidak tumpang tindih yang disebut strata. Gunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel, sehingga total sampel adalah 91 orang.

Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner
   Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data primer (Sugiyono, 2013) dalam (Firdaus, 2020), sebenarnya informasi yang diperoleh secara pribadi dari orang-orang dijadikan subjek dalam penelitian dengan menggunakan kuesioner. Pasien yang dirawat di Granostic Diagnostic Center Surabaya adalah mereka yang langsung mengisi kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Ini menyiratkan bahwa kuesioner dianggap sebagai kuesioner langsung.
2. Observasi
   Pengamatan, menurut Sutrisno Hadi (1986) dalam bukunya (Sugiyono, 2013) dalam (Firdaus, 2020), adalah proses rumit yang melibatkan sejumlah proses yang berbeda, baik biologis maupun psikologis. Memiliki ingatan yang baik dan mampu mengamati berbagai hal dengan cermat adalah dua aspek terpenting. Untuk mendapatkan informasi awal sebelum memulai penelitian di Pusat Diagnostik Granostik di Surabaya, teknik ini digunakan.
3. Dokumentasi
   Sugiyono (2015) dalam Firdaus (2020) Dokumentasi diartikan sebagai proses memperoleh data dan informasi berupa laporan dan informasi yang dapat membantu penelitian. Data dan informasi ini dapat diperoleh dalam bentuk buku, arsip, dokumen, angka tertulis dan foto. Pengumpulan dan analisis data sangat membantu bersama dengan dokumentasi. Strategi kerugian yang digunakan selama penelitian ini untuk memperoleh data tentang keadaan umum di Granostic Diagnostic Center Surabaya diperoleh melalui dokumen Granostic Diagnostic Center Surabaya, brosur, website, dan literatur yang diperlukan.

Variabel dan Pengukuran

1. Kualitas Fungsional (X1)

Tabel 1. Dimensi dan Indikator Kualitas Fungsional

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas Fungsional	Reliability	Ketepatan waktu pelayanan
		Keandalan pelayanan
		Pelayanan yang tepat
		Ketelitian pelayanan
	Assurance	Rasa aman
		Kerahasiaan data pasien
		Rasa percaya pasien
		Sikap karyawan
	Tangible	Fasilitas penunjang
		Penampilan karyawan
		Kenyamanan kamar
		Peralatan modern
	Emphaty	Perhatian dan kesopanan karyawan
		Tidak membedakan pelayanan
		Kepentingan pasien
		Waktu beroperasi
	Responsiveness	Reaksi Tanggap Pelayanan
		Respon Pelayanan
		Kepastian waktu pelayanan
		Layanan segera

Sumber : Rasyid dan Indah (2019)

2. Kualitas Teknis (X2)

Tabel 2. Dimensi dan Indikator Kualitas Teknis

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas Teknis	Solusi teknis	Kemampuan karyawan dalam memberikan solusi secara teknik
	Mesin	Kemampuan mesin yang digunakan
	Komputerisasi	Sistem pelayanan terkomputerisasi

Sumber : Yuliana (2014)

3. Brand Image (X3)

Tabel 3. Dimensi dan Indikator Brand Image

Variabel	Dimensi	Indikator
Brand Image	Kekuatan	Keunggulan brand
		Keandalan pelayanan
		Kesan merk
		Logo sesuai karakter
	Keunikan	Ciri khas
		Pelayanan yang berbeda
		Ciri pelayanan
		Karakter unik
	Keunggulan	Mudah diingat
		Sesuai kebutuhan pasien
		Harga yang sesuai
		Teknologi modern

Sumber : Miati (2020)

4. Minat Kunjungan Pasien (Y)

Tabel 4. Dimensi dan Indikator Minat Kunjungan Pasien

Variabel	Dimensi	Indikator
Minat Kunjungan Pasien	Suistainable	Kelengkapan sarana
	Acceptable	Standar ketetapan pelayanan
	Accessible	Kemudahan akses
	Affordable	Keterjangkauan harga
	Quality	Kepuasan layanan

Sumber : Rasyid dan Indah (2019)

5. Instrumen Penelitian

Kuesioner dengan beberapa pertanyaan digunakan sebagai instrumen atau alat ukur dalam penelitian ini. Responden adalah pasien di Granostic Diagnostic Center Surabaya yang menggunakan pelayanan medis. Dalam penelitian khusus ini, skala Likert digunakan. Perspektif, dan persepsi sikap individu atau kelompok terhadap masalah sosial dapat diukur dengan menggunakan skala Likert. Variabel yang akan diukur diubah menjadi indikator variabel dengan menggunakan Skala Likert. Empat skala Likert digunakan dalam pengukuran ini, yaitu (Firdaus, 2020):

1. SS : Sangat Setuju (4)
2. S : Setuju (3)
3. TS : Tidak Setuju (2)
4. STS : Sangat Tidak Setuju (1)

Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

   Validitas suatu alat ukur merupakan bukti bahwa alat ukur tersebut secara akurat mengukur variabel yang menjadi pokok

pengukuran. Ketepatan instrumen inilah yang menentukan kebenaran klaim ini. Skor keseluruhan kuesioner harus dibandingkan dengan skor yang diberikan untuk setiap item individu dalam kuesioner untuk menentukan apakah kuesioner yang dikembangkan benar-benar valid atau tidak. Temuan tersebut dibandingkan dengan r tabel yang memiliki tingkat kesalahan 5%; alternatifnya, jika nilai yang dihasilkan lebih rendah dari 0,05, maka barang tersebut dapat dianggap sah (Sulistyo dan Gumilar, 2019). Dengan menggunakan program statistik IBM SPSS, kami akan melakukan analisis untuk menentukan apakah temuan penelitian ini dapat dipercaya atau tidak.

2. Uji Reabilitas
   Reliabilitas adalah alat untuk mengukur reliabilitas suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Jika koefisien korelasi positif dan signifikan, data dianggap reliabel, dan instrumen dianggap reliabel (Sulistyo dan Gumilar, 2019). Uji reabilitas penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan software statistik IBM SPSS.

Teknik Analisis Data

1. Multiple Regression
   Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk membuktikan hipotesis di atas.
2. Uji t
   Untuk mengetahui signifikansi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen digunakan
3. Uji Koefisien Determinan (R^2)
   Uji koefisien determinan digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh semua variabel bebas yang diteliti maupun variabel lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 5. Karakteristik Responden

Karakteristik	Frekuensi (n=91)	Presentase (%)
Usia		
17-26 tahun	12	13,2
27-36 tahun	31	34,1
37-46 tahun	27	29,7
47-56 tahun	13	14,3
>56 tahun	8	8,8
Jenis Kelamin		
Laki-laki	34	37,4
Perempuan	57	62,6
Pendidikan		
Terakhir	45	49,5
SMA	46	50,5
Perguruan Tinggi		
Pekerjaan		
PNS	16	17,6
Swasta	31	34,1
TNI/Polri	7	7,7
Wirausaha	7	7,7
Mahasiswa	9	9,9
Dll	21	23,1

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Pada table 5, didapatkan distribusi karakteristik responden berdasarkan usia sebagian besar pada usia 37-46 tahun sebanyak 29,7%, sedangkan sebagian kecil pada usia >56 tahun sebanyak 8,8%. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden perempuan sebanyak 62,6% sedangkan laki-laki sebanyak 37,4%. Sementara dari segi pendidikan terakhir, mayoritas responden berpendidikan tinggi sebanyak 50,5% dan minoritas responden SMA sebanyak 49,5%. Pada segi pekerjaan mayoritas responden bekerja sebagai swasta sebanyak 34,1%, sedangkan minoritas responden bekerja sebagai TNI/Polri dan Wirausaha sebanyak 7,7%.

Berdasarkan penjelasan diatas didapatkan bahwa mayoritas responden berusia 37-46 tahun berjenis kelamin perempuan dengan pendidikan terakhir perguruan tinggi dan pekerjaan swasta.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t

Model		Unstd. Coefficients		Std. Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.869	1.369		.635	.527
	Kualitas Fungsional	.076	.033	.214	2.274	.025
	Kualitas Teknis	.661	.161	.447	4.098	.000
	Brand Image	.140	.057	.236	2.441	.017

Dependent Variable: Minat Kunjungan

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Tujuan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis tentang pengaruh antar variabel terikat terhadap

variabel bebas. Didapatkan hasil nilai koefisien pada variabel kualitas fungsional (b1) = +0.076 dan variabel *brand image* (b3) = +0.140 lebih kecil dari nilai koefisien regresi pada variabel kualitas teknis (b2) = +0.661, berarti pengaruh kualitas teknis terhadap minat kunjungan pasien Granostic Diagnostic Center Surabaya lebih besar dibanding kualitas fungsional dan *brand image*. Didapatkan hasil dari ketiga variabel tersebut berpengaruh positif terhadap minat kunjungan pasien Granostic Diagnostic Center Surabaya. Hal ini berarti ketika kualitas fungsional, kualitas teknis, *brand image* baik sehingga minat kunjungan pasien Granostic Diagnostic Center Surabaya meningkat.

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel terikat terhadap variabel bebas dengan membandingkan t tabel dengan t hitung.

a. Pengujian hipotesis kualitas fungsional terhadap minat kunjungan pasien di Granostic Diagnostic Center Surabaya diperoleh hasil sebesar 0,025<0,05 dan nilai t hitung sebesar t hitung (2,274) > t tabel (1,991). Sehingga penelitian dapat diartikan kualitas fungsional berpengaruh terhadap minat kunjungan pasien di Granostic Diagnostic Center Surabaya.
b. Pengujian hipotesis kualitas teknis terhadap minat kunjungan pasien di Granostic Diagnostic Center Surabaya diperoleh hasil sebesar 0,000<0,0,05 dan nilai t hitung sebesar t hitung (4,098) > t tabel (1,991). Sehingga penelitian ini diartikan bahwa kualitas teknis berpengaruh terhadap minat kunjungan pasien di Granostic Diagnostic Center Surabaya.
c. Pengujian hipotesis *brand image* terhadap minat kunjungan pasien di Granostic Diagnostic Center Surabaya diperoleh hasil sebesar 0,17<0,05 dan nilai t hitung sebesar t hitung (2,441) > t tabel (1,991). Sehingga penelitian ini diartikan bahwa *brand image* berpengaruh terhadap minat kunjungan pasien di Granostic Diagnostic Center Surabaya.

Koefisien Determinasi *(R Square)*

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2022)

Model	R	R Square	Adj R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818[a]	.670	.658	1.654

Predictors: (Constant), Brand Image, Kualitas Fungsional, Kualitas Teknis

Tabel ini menjelaskan bahwa minat kunjungan (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas fungsional (X1), kualitas teknis (X2) dan *brand image* (X3) adalah sebesar 67%, sedangkan sisanya sebesar 33% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel lain tidak diteliti.

PENUTUP

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas fungsional, kualitas teknis, dan citra merek Granostic Diagnostic Center Surabaya terhadap tingkat minat calon pasien untuk menjadwalkan janji temu di sana. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kualitas fungsional yang diberikan kepada pasien di Pusat Diagnostik Granostik di Surabaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat minat berkunjung pasien tersebut. Tingkat kualitas teknis berpengaruh signifikan terhadap tingkat minat pasien untuk datang ke Granostic Diagnostic Center Surabaya. *Brand image* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan pasien Granostic Diagnostic Center Surabaya. Serta terdapat pengaruh signifikan antara kualitas fungsional, kualitas teknis, dan *brand image* terhadap minat kunjungan pasien di Granostic Diagnostic Center Surabaya. Untuk saran penelitan selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan pengukuran variabel lainnya baik dari layanan medis dan non medis, kepuasan dan kepercayaan pasien untuk minat kunjungan pasien. Selain itu, diharapkan dapat sebagai sumber referensi penelitian selanjutnya berdasarkan faktor lainya dengan variabel yang berbeda, jumlah sampel lebih banyak, dan mengenai harga pemeriksaan yang diberikan yang dapat berpengaruh pada minat kunjungan pasien.

Serta diharapkan komitmen dan dukungan dari manajemen Granostic Diagnostic Center Surabaya dalam peningkatan pelayanan dan pengembangan pelayanan, upaya untuk meningkatkan minat pasien untuk melakukan kunjungan

REFERENSI

Angraini, D., & Zulfa, Z. (2021). Analisis Pengaruh Brand image Terhadap Minat Ulang Pasien Rawat Inap dengan Word Of Mouth (WOM) sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Rumah Sakit Swasta di Kota Padang). *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, *10*(04), 277-286.

Citra, E. W., Razak, A., & AP, A. R. A. (2021). Pengaruh Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Kembali Melalui Kepuasan Pasien Di Rawat Inap Rsud Salewangan Maros Tahun 2021. In *Prosiding Seminar Nasional Sinergitas Multidisiplin Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*, 4, 379-396.

Firdaus, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pasien Rawat Inap Dalam Menggunakan Layanan Kesehatan Pada Rumah Sakit Mandaya . Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala.

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis, 1(2), 71-83

Rahmiati, R., & Temesveri, N. A. (2020). Hubungan Dimensi Kualitas Pelayanan Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Kabupaten Tangerang Tahun 2019. Jurnal Kesehatan, 13(1), 13-21.

Rasyid, H. Al, & Indah K, A. T. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Klinik Bidan Marlina. *Jurnal Perspektif*, *17*(1), 7–16.

Sulistyo, A., & Gumilar, A. (2019). Studi Citra Rumah Sakit Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Awal Bros Tangerang. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *8*(2).

Syamsurizal, S. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima. Brand Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran, 2(2), 177-183.

Yuliana, U. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Fungsional, dan Kualitas Teknikal terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Suzuki Medan Jaya Group Jl. Katamso No 78 Yogyakarta). Jurnal Manajemen, 4(1), 70-84

BIODATA PENULIS

Andri Theja, Pendidikan S1 Pendidikan Dokter (S.Ked) Universitas Sam Ratulangi Manado, lulus tahun 2016. Profesi Dokter (dr.) Universitas Sam Ratulangi Manado, lulus tahun 2018. S2 Ilmu Manajemen Konsentrasi Rumah Sakit Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Bandung, lulus tahun 2023. Mulai berprofesi sebagai dokter umum dari tahun 2018 sampai sekarang.