

HUBUNGAN ASPEK *SWITCHING BARRIER* DENGAN LOYALITAS PASIEN RAWAT INAP RSUD LABUANG BAJI

The Relationship between Switching Barrier Aspects and Loyalty of Inpatients at Labuang Baji Regional Hospital

Nurun Nisaa^{1*}, Darmawansyah², Nurhayani³

¹Departemen Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, FKM Universitas Hasanuddin, nurunnisaa08@gmail.com

²Departemen Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, FKM Universitas Hasanuddin, darmawansyah1964@gmail.com

³Departemen Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, FKM Universitas Hasanuddin, nurhayanirahman@gmail.com

*Alamat Korespondensi: Departemen Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, FKM Universitas Hasanuddin, Jl. Perintis Kemerdekaan KM 10, Tamalanrea Kota Makassar Sulawesi Selatan, 085696432105

Kata Kunci: Hambatan berpindah; biaya perpindahan; hubungan interpersonal; daya Tarik alternatif; loyalitas pasien; Keywords: <i>Switching barrier;</i> <i>switching cost;</i> <i>interpersonal relationship;</i> <i>attractiveness of alternative;</i> <i>customer;</i>	ABSTRAK Latar Belakang: Salah satu strategi untuk mempertahankan loyalitas pasien yaitu dengan menerapkan strategi <i>switching barrier</i>. <i>Switching barrier</i> adalah rintangan yang dirasakan oleh seorang konsumen saat mereka mencoba beralih dari suatu penyedia jasa ke penyedia jasa lainnya. Tujuan: Mengetahui hubungan aspek <i>switching barrier</i> dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar. Metode: Penelitian ini merupakan penelitian analitik observasional dengan desain <i>cross sectional study</i>. Sampel merupakan pasien rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar yang berjumlah 182 orang yang diambil dengan metode <i>accidental sampling</i>. Penelitian ini dilakukan di RSUD Labuang Baji Makassar pada bulan Januari-Februari 2024. Analisis data yang dilakukan adalah univariat dan bivariat dengan uji <i>Fisher's</i>. Hasil: Tidak ada hubungan antara <i>switching cost</i> dengan loyalitas pasien ($p=0.065$). Ada hubungan antara <i>interpersonal relationship</i> dengan loyalitas pasien ($p=0.014$). Ada hubungan antara <i>attractiveness of alternative</i> dengan loyalitas pasien ($p=0.000$). Ada hubungan antara <i>switching barrier</i> dengan loyalitas pasien ($p=0.000$). Kesimpulan: Tingkat <i>switching cost</i> pasien rawat inap tidak memiliki hubungan dengan loyalitas pasien, sedangkan aspek <i>interpersonal relationship</i> dan <i>attractiveness of alternative</i> serta <i>switching barrier</i> memiliki hubungan dengan loyalitas pasien rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar. Disarankan kepada rumah sakit untuk meningkatkan citra merek dan kepada semua petugas kesehatan agar terus bersikap ramah dan empati kepada pasien.
--	---

ABSTRACT

Background: One strategy to maintain patient loyalty is to implement a switching barrier strategy. Switching barriers are obstacles felt by a consumer when they try to switch from one service provider to another. **Purpose:** To determine the relationship between the switching barrier aspect and patient loyalty in the Inpatient Installation of Labuang Baji Hospital, Makassar. **Methods:** This research is observational analytical research with a quantitative cross sectional study design. The sample was 182 inpatients at Labuang Baji Hospital, Makassar, taken using the accidental sampling method. This research was conducted at the Labuang Baji Makassar District Hospital in January-February 2024. Data analysis was carried out using univariate and bivariate tests using the Fisher's test. **Results:** There is no relationship between switching costs and patient loyalty ($p=0.065$). There is a relationship between interpersonal relationship and patient loyalty ($p=0.014$). There is a relationship between the attractiveness of alternatives and patient loyalty ($p=0.000$). There is a relationship between switching barriers and patient loyalty ($p=0.000$). **Conclusion:** The level of switching costs for inpatients has no relationship with patient loyalty, while interpersonal relationship aspects and the attractiveness of alternatives and switching barriers have a relationship with the loyalty of inpatients at Labuang Baji Hospital, Makassar. It is recommended for hospitals to improve their brand image and for all health workers to continue to be friendly and empathetic to patients.

©2024 by author.

Published by Faculty of Public Health, Hasanuddin University.

This is an open access article under CC-BY-SA license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)**PENDAHULUAN**

Semakin meningkatnya jumlah rumah sakit, fenomena penurunan jumlah kunjungan pasien pada rumah sakit adalah masalah yang tidak boleh diabaikan begitu saja oleh para pimpinan rumah sakit. Jumlah kunjungan pasien yang menurun dapat mengurangi pendapatan rumah sakit dan menyebabkan rumah sakit tidak dapat mengoptimalkan utilitasnya sendiri. Padahal dalam realitasnya pemasaran kunjungan ulang dihasilkan dari pasien lama yang ingin membeli kembali, dan manajemen pemasaran cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk pasien baru daripada untuk pasien lama. Kunjungan lama menunjukkan minat pasien untuk memanfaatkan kembali pelayanan kesehatan yang telah mereka rasakan atau loyalitas pasien terhadap fasilitas kesehatan tersebut, sementara kunjungan baru menunjukkan minat pasien untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan yang ada di fasilitas tertentu.¹

RSUD Labuang Baji Makassar merupakan salah satu rumah sakit pemerintah tipe B yang ada di Makassar yang juga bersaing dengan rumah sakit lain untuk meningkatkan loyalitas pasien. Berdasarkan data rekam medik rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar tahun 2023, jumlah kunjungan pasien di Instalasi Rawat Inap pada tahun 2022 menunjukkan lebih banyak pasien baru yang berkunjung

dibandingkan dengan pasien lama. Jumlah pasien baru yang berkunjung sebanyak 4.137 pasien, sedangkan jumlah pasien lama sebanyak 2.713 pasien. Selain itu, pada tahun 2021 jumlah kunjungan pasien rawat inap sebanyak 8.730 pasien, kemudian menurun pada tahun 2022 sebanyak 6.850 pasien. Rendahnya jumlah kunjungan pasien lama ini serta terjadinya penurunan jumlah kunjungan pasien menunjukkan bahwa kurangnya minat pasien untuk kembali memanfaatkan pelayanan kesehatan dan oleh karena itu pasien cenderung tidak loyal.²

Menurut teori Fornell (1992), hambatan pindah (*switching barriers*) adalah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien.³ Hambatan pindah yang lebih besar, membuat pasien lebih sulit untuk pindah ke rumah sakit lain dan menjadikan mereka tetap setia. Hasil penelitian oleh Lestari & Hernita (2020) juga menunjukkan bahwa semakin tinggi *switching barriers* maka pelanggan semakin dipaksa untuk tetap pada penyedia layanannya saat ini. Sehingga dengan adanya hambatan untuk berpindah ke *provider* baru membuat pelanggan loyal terhadap *provider* lama yang kemudian meneruskan hubungan pembelian dengan membeli ulang suatu produk atau jasa dan enggan berpindah ke *provider* yang lain.⁴

Menurut Tung, et al (2011) *switching barrier* terdiri dari tiga aspek yakni *switching cost*, *interpersonal relationship*, dan *attractiveness of alternative*.⁵ Hambatan pindah yang dialami oleh pasien dapat terjadi karena adanya biaya perpindahan yang lebih besar, pasien telah terikat oleh hubungan baik yang dijalin dengan pegawai rumah sakit maupun sesama pasien, dan pasien memiliki ketertarikan tertentu terhadap rumah sakit tersebut.⁶ Salim & Puspitasari (2022) dalam hasil penelitiannya mengemukakan beberapa permasalahan yang ada di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar dan permasalahan tersebut berkaitan dengan aspek *switching barrier* yang dikemukakan oleh Tung, et al (2011). Permasalahan tersebut diantaranya, sering terjadi ketidakpastian jam kunjungan dokter dan ketidakefektifan jam besuk pasien. Adanya kepastian pada prosedur pelayanan merupakan salah satu indikator *switching cost* yang termasuk dalam hambatan waktu yang membuat pasien tidak ingin berpindah rumah sakit. Ketidakpastian pada prosedur pelayanan yang terjadi di instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji dapat menyebabkan pasien tidak ingin memanfaatkan kembali pelayanan tersebut.⁷

Hasil penelitian Salim & Puspitasari (2022) juga dikemukakan bahwa Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar mengalami kekurangan fasilitas, seperti fasilitas penunjang berupa tempat duduk yang tidak disediakan di depan ruangan perawatan masing-masing. Salah satu aspek *switching barrier* adalah *attractiveness of alternative*, dimana fasilitas yang dimiliki oleh rumah sakit dapat menjadi daya tarik pasien untuk kembali memanfaatkan pelayanan rumah sakit. Apabila pasien RSUD Labuang Baji tidak ingin memanfaatkan kembali pelayanan tersebut karena kurangnya fasilitas, maka kemungkinan pasien akan beralih ke rumah sakit lain karena ketertarikan atas fasilitas yang tidak dimiliki oleh RSUD Labuang Baji.⁷

Lebih lanjut dalam hasil penelitian oleh Salim & Puspitasari (2022) bahwa antara pegawai rumah sakit dengan pasien sering terjadi *miss communication*, terutama mengenai pemindahan ruang

perawatan pasien.⁷ Ini menunjukkan bahwa kurangnya komunikasi yang baik antara perawat dan pasien. Selain itu, pada tahun 2021 hasil survei kepuasan pasien yang dilakukan oleh RSUD Labuang Baji menunjukkan persentase sebesar 70,83% (tidak mencapai target SPM yaitu $\geq 90\%$). Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa salah satu penyebabnya adalah perawat kurang komunikatif terhadap pasien rawat inap.⁸ Salah satu aspek *switching barrier* adalah *interpersonal relationship*. Apabila interaksi antara pasien dan pegawai rumah sakit tidak menyebabkan hubungan pribadi yang mengikat pasien dan penyedia layanan kesehatan, maka tidak ada pula hambatan bagi pasien jika ingin berpindah rumah sakit atau pasien tidak ingin memanfaatkan kembali pelayanan kesehatan tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dianggap perlu untuk melakukan penelitian tentang “Hubungan Aspek *Switching Barrier* dengan Loyalitas Pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar”.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan analitik observasional studi dan dengan desain *cross sectional study*. Penelitian ini dilaksanakan di RSUD Labuang Baji Makassar pada Januari-Februari 2024. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 571 pasien yang merupakan jumlah rata-rata kunjungan pasien per bulan selama tahun 2022 di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 182 responden, dengan kriteria inklusi sebagai berikut: 1) Pasien bersedia menjadi responden; 2) Pada saat dilaksanakan penelitian, pasien tersebut telah melakukan kunjungan ke Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar minimal 2 kali; dan 3) Pasien dapat berkomunikasi dengan baik, namun jika usia pasien < 14 tahun atau > 60 tahun (tidak/belum dapat berkomunikasi dengan baik) maka yang menjadi responden adalah keluarga pasien yang menunggui selama perawatan. Pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder. Analisis data dengan menggunakan analisis univariat dan bivariat dengan uji *Fisher's*. Pengumpulan data dilakukan secara wawancara dengan alat bantu kuesioner kemudian dianalisis menggunakan sistem komputerisasi. Data yang telah diolah dan dianalisis selanjutnya akan disajikan dalam bentuk tabel dan narasi untuk menginterpretasi dan membahas hasil penelitian.

HASIL

Tabel 1 diatas diketahui bahwa mayoritas responden berada pada kelompok umur 27-36 tahun sebanyak 51 responden (28%). Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 127 responden (69,8%). Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden berkerja sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 71 responden (39%). Berdasarkan pendidikan terakhir, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir setara dengan SMA sebanyak 99 responden (54,4%). Berdasarkan sumber biaya pengobatan, seluruh responden menggunakan BPJS sebagai biaya pengobatan (100%). Berdasarkan ruangan rawat inap, mayoritas responden dirawat di ruang rawat inap kelas 3 sebanyak 82 responden (45,1%). Berdasarkan jumlah kunjungan, mayoritas responden telah

berkunjung sebanyak 2-5 kali di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar yakni sebanyak 158 responden (86,8%).

Tabel 1
Distribusi Frekuensi Berdasarkan Karakteristik Responden di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2024

Variabel	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Umur		
17-26 tahun	40	22,0
27-36 tahun	51	28,0
37-46 tahun	45	24,7
47-56 tahun	23	12,6
57-66 tahun	17	9,3
67+ tahun	6	3,3
Jenis Kelamin		
Laki-laki	55	30,2
Perempuan	127	69,8
Pekerjaan		
Tidak bekerja	49	26,9
IRT	71	39,0
Petani	11	6,0
Wiraswasta	28	15,4
Pegawai swasta	8	4,4
PNS/TNI/POLRI	15	8,2
Pendidikan Terakhir		
SD	17	9,3
SMP	21	11,5
SMA	99	54,4
Diploma/Sarjana	45	24,7
Sumber Biaya Pengobatan		
Mandiri	0	0,0
BPJS	182	100,0
Ruangan Rawat Inap		
VIP	34	18,7
Kelas 1	37	20,3
Kelas 2	29	15,9
Kelas 3	82	45,1
Jumlah kunjungan		
2-5 kali	158	86,8
6-9 kali	17	9,3
≥ 10 kali	7	3,8
Total	182	100

Sumber: Data Primer, 2024

Tabel 2 dapat diketahui bahwa dari 144 responden dengan *switching cost* tinggi, terdapat 133 responden (92,4%) yang loyal dan 11 responden (7,6%) yang tidak loyal. Sedangkan dari 38 responden dengan *switching cost* rendah, terdapat 31 responden (81,6%) yang loyal dan 7 responden (18,4%) yang tidak loyal terhadap Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar. Berdasarkan hasil uji *Fisher's Exact Test* didapatkan nilai p sebesar 0.065 ($p \geq 0.05$), maka H_0 diterima. Hal ini menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara *switching cost* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.

Tabel 2 dapat diketahui bahwa dari 176 responden dengan *interpersonal relationship* baik, terdapat 161 responden (91,5%) yang loyal dan 15 responden (8,5%) yang tidak loyal terhadap Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar. Sedangkan dari 6 responden dengan *interpersonal*

relationship kurang baik, masing-masing terdapat 3 responden (50%) yang loyal dan tidak loyal terhadap Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar. Berdasarkan hasil uji *Fisher's Exact Test* didapatkan nilai p sebesar 0.014 ($p < 0.05$), maka H_0 ditolak. Hal ini menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *interpersonal relationship* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.

Jumlah responden dengan *attractiveness of alternative* tinggi sebanyak 166 responden. Hasil tersebut responden yang mengatakan tinggi dan loyal sebanyak 157 responden (94,6%) dan responden yang mengatakan tinggi dan tidak loyal sebanyak 9 responden (5,4%). Sedangkan dari 16 responden dengan *attractiveness of alternative* rendah, terdapat 7 responden (43,8%) yang loyal dan 9 responden (56,3%) yang tidak loyal. Berdasarkan hasil uji *Fisher's Exact Test* didapatkan nilai p sebesar 0.000 ($p < 0.05$), maka H_0 ditolak. Hal ini menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *attractiveness of alternative* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.

Hasil penelitian yang diperoleh bahwa jumlah responden yang mengatakan *switching barrier* tinggi sebanyak 176 responden. Dari hasil tersebut dapat dilihat responden yang mengatakan tinggi dan loyal sebanyak 163 responden (92,6%) dan responden yang mengatakan tinggi dan tidak loyal sebanyak 13 responden (7,4%). Sedangkan dari 6 responden dengan *switching barrier* rendah, terdapat 1 responden (16,7%) yang loyal dan 5 responden (83,3%) yang tidak loyal terhadap Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar. Berdasarkan hasil uji *Fisher's Exact Test* didapatkan nilai p sebesar 0.000 ($p < 0.05$), maka H_0 ditolak. Hal ini menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *switching barrier* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar.

Tabel 2

Hubungan antara Aspek *Switching Barrier* dengan Loyalitas Pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2024

Variabel	Loyalitas Pasien				Total		P-value
	Loyal		Tidak Loyal		n	%	
	n	%	n	%			
<i>Switching Cost</i>							
Tinggi	133	92,4	11	7,6	144	100	0,065
Rendah	31	81,6	7	18,4	38	100	
<i>Interpersonal Relationship</i>							
Baik	161	91,5	15	8,5	176	100	0,014
Kurang baik	3	50,0	3	50,0	6	100	
<i>Attractiveness of Alternative</i>							
Tinggi	157	94,6	9	5,4	166	100	0,000
Rendah	7	43,8	9	56,3	16	100	
<i>Switching Barrier</i>							
Tinggi	163	92,6	13	7,4	176	100	0,000
Rendah	1	16,7	5	83,3	6	100	
Total	164	90,1	18	9,9	182	100	

Sumber: Data Primer, 2024

PEMBAHASAN

Switching cost yang dimaksud dalam penelitian ini adalah biaya yang akan dikeluarkan oleh pasien jika ingin berpindah ke rumah sakit lain. Biaya tersebut dapat berupa waktu, usaha, maupun dana.

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa responden yang menyatakan *switching cost* rendah tetapi mereka tetap loyal sebanyak 31 orang (81,6%) hal ini karena mereka tidak membutuhkan banyak usaha untuk mengevaluasi pelayanan rumah sakit lain jika ingin beralih. Rendahnya biaya evaluasi oleh responden disebabkan oleh responden tidak merasa kerepotan ketika mencari tahu informasi pelayanan kesehatan baru baik melalui rekan-rekan, sanak saudara, dan lain-lain. Menurut Rizal & Furinto (2009), ada hal-hal lain yang harus “dibayar” oleh pelanggan yang ingin pindah ke jasa lain seperti biaya evaluasi yang berkaitan dengan usaha pencarian dan analisis yang diperlukan untuk membuat keputusan beralih penyedia jasa. Biaya ini yang kemudian menghalangi konsumen untuk pindah dari penyedia jasa saat ini kepada penyedia jasa lainnya.⁹ Namun hasil penelitian ini menunjukkan yang sebaliknya yakni *switching cost* yang rendah tidak menjadikan pasien untuk beralih ke rumah sakit lain.

Loyalitas pada pasien dengan *switching cost* yang rendah disebabkan oleh karakter mereka yang tidak suka berpindah-pindah rumah sakit. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kotler (2000) yakni hal mendasar yang mempengaruhi tingkat loyalitas seseorang adalah karakter konsumen itu sendiri. Karena latar belakang dan pengalaman konsumen yang berbeda-beda, biasanya nilai-nilai dan keyakinan yang mereka pahami pun tidak sama. Ada kelompok konsumen yang loyal, ada pula konsumen yang cenderung berpindah-pindah merek, tidak peduli dengan pertimbangan kebutuhan, manfaat lebih atau resiko yang diterimanya. *Switching cost* lebih banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal produk itu sendiri, karakter konsumen yang tidak suka berpindah-pindah merek selama produk yang dipakai bisa memenuhi semua kebutuhan dan harapannya. Walaupun merek lain itu memberikan fitur atau manfaat yang lebih dari merek yang sudah biasa dikonsumsi, konsumen tidak peduli.¹⁰ Tidak ada hubungan yang signifikan antara *switching cost* dengan loyalitas di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil yang didapatkan pada penelitian Wahyuni, et al (2022) mengenai loyalitas yang menyatakan bahwa *switching cost* berpengaruh terhadap loyalitas.¹¹

Interpersonal relationship dalam penelitian ini yaitu hubungan atau ikatan yang dimiliki antara petugas medis dan non medis dengan pasien, maupun pasien dengan pasien yang lain. Tabel 2 menunjukkan bahwa responden yang menyatakan *interpersonal relationship* yang baik kemudian mereka loyal sebanyak 161 orang (91,5%). Pasien yang menyatakan *interpersonal relationship* baik disebabkan petugas kesehatan selalu ramah kepada pasien saat memberikan pelayanan. Keramahan dan empati perawat dan dokter di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar pada saat memeriksa pasien menjadikan pasien yang dirawat memiliki suatu pengalaman kepuasan dan dapat merasakan atmosfer kekeluargaan saat melakukan perawatan di RSUD Labuang Baji Makassar sehingga pasien merasa enggan untuk berpindah rumah sakit lagi.

Berdasarkan hasil penelitian, *interpersonal relationship* yang baik sebanyak 176 responden, tetapi masih ada 8,5% yang tidak loyal. Hal ini dapat dipicu oleh faktor lain seperti rendahnya tingkat *attractiveness of alternative*. Hasil *crosstab* menunjukkan hasil tingkat *interpersonal relationship* yang baik, dengan persentase *attractiveness of alternative* yang rendah yaitu sebesar 8%. Meskipun

interpersonal relationship yang dimiliki pasien baik, akan tetapi masih ada pasien yang tidak loyal, hal itu berarti masih perlunya peninjauan lagi terhadap pelayanan yang diberikan oleh RSUD Labuang Baji Makassar. Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai $p = 0,014$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara *interpersonal relationship* dengan loyalitas pasien rawat inap di RSUD Labuang Baji Makassar. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Naim dan Victor (2021) tentang pengaruh *interpersonal relationship* terhadap *customer loyalty* yang menyatakan bahwa *interpersonal relationship* memiliki pengaruh yang positif terhadap *customer loyalty*.¹²

Komunikasi yang baik dengan pasien, yang mencakup mendengarkan keluhan pasien termasuk hal yang sangat penting. Komunikasi yang efektif adalah kunci kesehatan yang baik. Faktor-faktor yang berkaitan dengan hubungan antarmanusia yang kurang baik berpotensi mengurangi tingkat efektivitas dan kompetensi teknis layanan kesehatan yang diselenggarakan. Pengalaman pasien yang mendapatkan pelayanan yang kurang baik cenderung mengabaikan nasihat dan tidak mau melakukan kunjungan ulang.¹³ Semakin baik hubungan dan komunikasi medis dan paramedis dengan pasien, semakin enggan pasien untuk pindah ke penyedia layanan kesehatan yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa *switching barriers* atau hambatan pindah rumah sakit dari aspek *interpersonal relationship* patut untuk dipertahankan menjadi strategi rumah sakit dalam mempertahankan loyalitas pasien.

Attractiveness of alternative yang dimaksud dalam penelitian ini adalah daya tarik yang dimiliki RSUD Labuang Baji Makassar sehingga pasien tertarik untuk menggunakan jasa pelayanan rawat inap di RSUD Labuang Baji Makassar. Dari hasil uji statistik diperoleh bahwa terdapat hubungan yang signifikan ($p = 0.000$) antara *attractiveness of alternative* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2022) tentang loyalitas yang menyatakan bahwa ada pengaruh *attractiveness of alternative* sebagai indikator *switching barrier* terhadap *customer loyalty*.¹⁴

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden yang menyatakan *attractiveness of alternative* yang tinggi kemudian loyal terhadap rumah sakit sebanyak 157 orang (94,6%). Pasien yang menyatakan *attractiveness of alternative* tinggi disebabkan pelayanan kesehatan yang diberikan kepada mereka sudah lengkap dan memenuhi kebutuhan pasien akan layanan kesehatan. Pasien rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar mengakui pelayanan kesehatan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dan diselenggarakan dengan cara yang sopan santun, tepat waktu, tanggap dan mampu menyembuhkan keluhanannya serta mencegah berkembangnya atau meluasnya penyakit. Hal ini sangat penting karena pasien yang merasa puas akan mematuhi pengobatan dan mau datang berobat kembali dan menjadi pelanggan tetap rumah sakit.

Berdasarkan hasil penelitian, responden yang menyatakan *attractiveness of alternative* yang rendah kemudian tidak loyal sebanyak 9 orang (56,3%). Pasien yang menyatakan *attractiveness of alternative* rendah disebabkan kurangnya ketertarikan terhadap merek (*brand*) yang dimiliki oleh RSUD Labuang Baji Makassar. Menurut Tjiptono & Chandra (2012) merek adalah istilah, nama, simbol, tanda, ataupun kombinasi yang bermaksud sebagai identifikasi jasa dan barang dari penjual dan sebagai

pembeda antara barang dan jasa milik pesaing. Adapun *brand image* ialah konsumen menanggapi merek berdasarkan baik ataupun buruknya merek dalam ingatan konsumen. Dengan adanya pandangan merek dari pasien dan dinilai bagus maka akan mempengaruhi kesetiaan pasien dalam menggunakan barang atau jasa. Semakin besar atau semakin naik *brand image* di mata pelanggan maka pelanggan akan puas dengan pelayanan jasa yang diberikan dan kemudian pasti akan meningkatkan loyalitas pasien, begitu pula sebaliknya.¹⁵

Hal ini terbukti pada pernyataan loyalitas pasien, dimana responden paling banyak menjawab tidak setuju pada pernyataan “tetap melakukan kunjungan ke RSUD Labuang Baji, walaupun ada rumah sakit lain yang lebih menarik” sebanyak 28 responden (15,4%). Oleh karena itu, rumah sakit dapat melakukan peningkatan atau penambahan variasi layanan yang akan menjadi ciri khas RSUD Labuang Baji Makassar yang tidak dapat ditiru oleh pesaing lain sehingga hal ini dapat menjadi pertimbangan pasien untuk menjadikan hal tersebut sebagai alasan untuk tetap loyal menggunakan pelayanan kesehatan di RSUD Labuang Baji Makassar.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Mowen & Minor (2002) bahwa daya tarik alternatif berfokus pada cara pelanggan melihat pilihan alternatif yang ditawarkan oleh persaingan yang saat ini ada di pasar. Daya tarik alternatif produk merupakan faktor penting dalam pertimbangan pelanggan terhadap perpindahan *supplier* yang heterogen. Daya tarik alternatif dapat meningkatkan layanan yang tidak mudah ditiru oleh pesaing. Ini mengacu pada reputasi, gambaran, dan kualitas yang berbeda dari persaingan yang ada di pasar. Sebaliknya, ketika ada sedikit pilihan sehat, atau ketika seseorang merasa bahwa produk tidak bekerja dengan baik atau tidak memiliki manfaat dari fiturnya, kemungkinan mereka akan tetap mengonsumsi produk tersebut juga rendah. Konsumen cenderung mengurangi risiko yang dianggap terlalu besar.¹⁶

Switching barrier yang dimaksud dalam penelitian ini adalah aspek *switching cost*, *interpersonal relationship*, dan *attractiveness of alternative* yang menyulitkan pasien jika ingin berpindah ke rumah sakit lain. Dari hasil uji statistik diperoleh bahwa terdapat hubungan yang signifikan ($p = 0.000$) antara *switching barrier* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil yang didapatkan pada penelitian Sopiyan (2021) bahwa hambatan berpindah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas.¹⁷ Hasil penelitian oleh Lestari & Hernita (2020) juga menunjukkan bahwa hambatan berpindah merupakan faktor pendorong loyalitas. Meningkatnya *switching barrier* akan melindungi beralihnya pelanggan ke produk atau jasa perusahaan lain dan loyalitas semakin kuat.⁴ Oleh karena itu, instalasi rawat inap RSUD Labuang Baji juga dapat menerapkan strategi *switching barrier* ini, sehingga pasien akan menghadapi hambatan ketika mereka mencoba beralih ke rumah sakit lain.

Interpersonal relationship antara pasien dan petugas medis maupun antara sesama pasien dan *attractiveness of alternative* dari persepsi pasien dapat menjadikan pasien untuk terus-menerus menggunakan pelayanan rawat inap dari RSUD Labuang Baji Makassar. Hal ini terbukti pada pernyataan loyalitas pasien, dimana responden paling banyak menjawab sangat setuju dan setuju pada

pernyataan “akan menggunakan kembali pelayanan rawat inap di RSUD Labuang Baji bila suatu saat diperlukan” sebanyak 167 responden (91,7%). Hal ini berarti pasien yang percaya dengan pelayanan yang diberikan oleh Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar sudah sangat memuaskan dan pengalaman masa lalu pasien akan pelayanan kesehatan mendorong keputusannya untuk memilih atau menggunakan pelayanan tersebut pada masa yang akan datang.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa hubungan *interpersonal* dan daya tarik alternatif dari persepsi pasien dapat meningkatkan pasien mengatakan hal-hal positif dari rumah sakit dan merekomendasikan pelayanan rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar. Hal ini terbukti pada pernyataan loyalitas pasien, dimana responden juga paling banyak menjawab sangat setuju dan setuju pada pernyataan “apabila suatu saat keluarga atau teman membutuhkan pelayanan kesehatan, maka akan merekomendasikan mereka untuk datang ke RSUD Labuang Baji” sebanyak 162 responden (89%). Hal ini berarti bahwa pengalaman masa lalu pasien akan pelayanan kesehatan juga dapat mempengaruhi orang lain yang ingin menggunakan jasa pelayanan yang sama karena rekomendasi dari orang lain biasanya cepat diterima sebagai referensi untuk memilih tempat pelayanan kesehatan.

Namun dari hasil penelitian ini, aspek *switching cost* yang dirasakan pasien apabila harus berpindah rumah sakit tidak mempengaruhi loyalitas pasien terhadap RSUD Labuang Baji Makassar. Dengan demikian, dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini bahwa aspek yang memicu adanya hubungan antara *switching barrier* dengan loyalitas pasien rawat inap RSUD Labuang Baji Makassar adalah aspek *interpersonal relationship* dan *attractiveness of alternative*.

KESIMPULAN & SARAN

Ada hubungan antara aspek *interpersonal relationship* dan *attractiveness of alternative* serta *switching barrier* dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar. Sedangkan aspek *switching cost* tidak memiliki hubungan dengan loyalitas pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Labuang Baji Makassar. Adapun saran dalam penelitian ini adalah pihak rumah sakit dapat melakukan survei kepada pasien secara lebih spesifik khususnya mengenai fasilitas dan layanan untuk menjawab berbagai permasalahan pasien terkait citra merek serta peningkatan variasi layanan dan fasilitas pendukung berupa alat-alat canggih yang akan menjadi ciri khas RSUD Labuang Baji Makassar yang tidak dapat ditiru oleh pesaing lain dan semua petugas kesehatan diharapkan dapat terus menumbuhkan sikap ramah dan empati dengan menjalin komunikasi yang baik kepada pasien sehingga pasien merasa diperhatikan dan bersedia untuk melakukan kunjungan ulang. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk lebih mengembangkan penelitian mengenai *switching barrier* seperti meneliti aspek *switching barrier* yang lain yang berbeda dari penelitian ini ataupun meneliti *switching barrier* dengan menambah variabel lain yang mempengaruhi loyalitas pasien.

REFERENSI

1. Indraswati D, Haeruddin, Asrina A. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelayanan dan Minat Berkunjung Kembali Pasien Umum di Rawat Jalan RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2022. *Journal of Muslim Community Health (JMCH)*. 2023;4(3):211-221.
2. Engka MGT. Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan. Tesis. Makassar: Universitas Hasanuddin; 2021.
3. Fornell C. A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*. 1992;56(1):6-13.
4. Lestari AG, Hernita N. Pengaruh Kepuasan dan Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel pada Karyawan PT. Gistek Majalengka. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*. 2020;1(2):72-82.
5. Tung GS, Kou CJ, Kou YT. Promotion, Switching Barriers and Loyalty. *Australian Journal of Business and Management Research*. 2011;1(2):30-44.
6. Nisa HK. Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Loyalitas Pasien Instalasi Rawat Jalan di RSU Jampang Kulon Tahun 2022. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta; 2022.
7. Salim FG, Puspitasari A. Laporan Akhir Magang di Rumah Sakit Umum Daerah Labuang Baji Makassar Unit Instalasi Rawat Inap. Makassar: Institut Ilmu Kesehatan Pelamonia; 2022.
8. Zulkhulaifah A, Pasinringi SA, Sari N. Persepsi Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan Keperawatan di Rawat Inap Tahun 2022. *Hasanuddin Journal of Public Health*. 2022;3(3):246-256.
9. Rizal, Furinto A. Marketing Reloaded. Jakarta: Salemba Empat; 2009.
10. Telagawathi NLWS, Yulianthini NN. Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan dan Switching Barrier Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Industri Jasa Asuransi di Bali. *Bisma: Jurnal Manajemen*. 2020;6(1):59-67.
11. Wahyuni DS, Sunarya E, Norisanti N. Analisis Retensi Pelanggan dan *Switching Costs* Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*. 2022;4(1):99-107.
12. Naim LM, Victor S. The Effects of Switching Barrier on Customer Loyalty in Telecommunication Services in Kingdom of Bahrain. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*. 2021;12(9):3272-3281.
13. Permadani A. Hubungan Kenyamanan Lingkungan Dengan Kepuasan Pasien di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Yukum *Medical Centre* Kabupaten Lampung Tengah Tahun 2021. Tesis. Lampung: Universitas Muhammadiyah Pringsewu; 2021.
14. Maulana E. Pengaruh Service Quality Dan Switching Barriers Terhadap Customer Loyalty Dengan Repurchase Intention Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pelanggan Indihome di Kota Semarang). Skripsi. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung; 2022.
15. Sanggarwati AJ, Laily N. Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. *JIMBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*. 2023;2(4):368-382.
16. Mowen JC, Minor M. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga; 2002.
17. Sopiyan P. Pengaruh Kepercayaan dan Hambatan Berpindah Terhadap Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Produk *Skincare* Garnier di Majalengka Kota). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*. 2021;2(1):187-199.