

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BRANDING RUMAH SAKIT TERHADAP CITRA SERTA LOYALITAS PASIEN

Rayhana Azkiya¹, Eliata Setyowati Purwaningtyas², Imam Sutrisno³, I Nyoman Sudha Semara⁴, Meyta Minggar Kusumasari⁵, Ronaldo Yusuf Pantas Sianturi⁶, Acep Rohendi⁷

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Kota Bandung, Negara Indonesia ¹⁻⁷

Email: Rayhanaazkiya23@gmail.com¹, eliatamaria@gmail.com², imamsut@gmail.com³, sudhasemaraaaa@gmail.com⁴, meytakusumasari@untag-sby.ac.id⁵, ronaldosianturi1710@gmail.com⁶, arohendi@ars.ac.id⁷

Informasi

Abstract

Volume : 3
Nomor : 9
Bulan : September
Tahun : 2026
E-ISSN : 3062-9624

This study aims to analyze and synthesize scientific evidence regarding the influence of hospital service quality and branding on hospital image and patient loyalty. A literature review method with a scoping review approach was employed by searching relevant articles through Google Scholar, Portal Garuda, ProQuest, and Elsevier. Relevant literature was selected based on topic relevance, research variables, hospital context, and full-text availability, and was subsequently analyzed using a descriptive-narrative approach. The results indicate that hospital service quality and branding play important roles in shaping hospital image and patient loyalty. Service quality, including reliability, responsiveness, assurance, empathy, and facility comfort, contributes to positive patient experiences and strengthens patient perceptions. Meanwhile, consistent branding aligned with actual service experiences can build hospital identity, reputation, and a positive image. The relationship between service quality and patient loyalty may occur directly or indirectly through hospital image and patient satisfaction as mediating mechanisms. These findings highlight the importance of integrating service quality improvement with patient-oriented branding strategies. Such integration can strengthen hospital image, enhance patient satisfaction, and support sustainable patient loyalty.

Keyword: service quality, hospital branding, hospital image, patient satisfaction, patient loyalty.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis dan mensintesis bukti ilmiah mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan branding rumah sakit terhadap citra serta loyalitas pasien. Penelitian menggunakan metode literature review dengan pendekatan scoping review melalui penelusuran artikel pada Google Scholar, Portal Garuda, ProQuest, dan Elsevier. Literatur yang relevan diseleksi berdasarkan kesesuaian topik, variabel penelitian, konteks rumah sakit, dan ketersediaan teks lengkap, kemudian dianalisis secara deskriptif-naratif. Hasil kajian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan branding rumah sakit memiliki kontribusi penting dalam membentuk citra dan loyalitas pasien. Kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta kenyamanan fasilitas dapat menciptakan pengalaman positif dan memperkuat persepsi pasien. Sementara itu, branding yang konsisten dengan pengalaman pelayanan dapat membangun identitas, reputasi, dan citra positif rumah sakit. Hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien dapat berlangsung secara langsung maupun melalui citra dan kepuasan pasien sebagai mekanisme perantara. Temuan ini menunjukkan pentingnya integrasi strategi peningkatan kualitas pelayanan dan branding yang berorientasi pada pengalaman pasien untuk memperkuat citra, kepuasan, dan loyalitas pasien secara berkelanjutan.

Kata Kunci : *kualitas pelayanan, branding rumah sakit, citra rumah sakit, kepuasan pasien, loyalitas pasien.*

A. PENDAHULUAN

Rumah sakit merupakan salah satu institusi pelayanan kesehatan yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan medis yang aman, bermutu, dan berorientasi pada pasien (Agustina, Salsabila, and Nasution 2023). Perkembangan industri pelayanan kesehatan yang semakin kompetitif menyebabkan rumah sakit tidak hanya dituntut untuk menyediakan pelayanan klinis yang berkualitas, tetapi juga mampu membangun identitas dan reputasi yang positif di mata masyarakat. Pasien saat ini memiliki pilihan yang semakin beragam dalam menentukan fasilitas kesehatan, sehingga persepsi terhadap kualitas pelayanan dan citra rumah sakit menjadi pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan (Widjaja and Sijabat 2026). Kondisi tersebut menjadikan pengelolaan kualitas pelayanan dan branding sebagai bagian strategis dalam manajemen rumah sakit.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang dapat memengaruhi pengalaman dan persepsi pasien terhadap rumah sakit. Kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan keberhasilan tindakan medis, tetapi juga mencakup kecepatan pelayanan, ketepatan informasi, keramahan petugas, kenyamanan fasilitas, keamanan, serta kemampuan tenaga kesehatan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan pasien (Pujiastutik and Maulana 2025). Pelayanan yang mampu memenuhi atau melampaui harapan pasien dapat menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan kepuasan. Sebaliknya, pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan dapat menimbulkan ketidakpuasan dan memberikan persepsi negatif terhadap rumah sakit. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat.

Selain kualitas pelayanan, branding rumah sakit menjadi aspek yang semakin penting dalam membentuk persepsi masyarakat. Branding tidak hanya dipahami sebagai penggunaan nama, logo, slogan, atau identitas visual rumah sakit, tetapi mencakup keseluruhan pengalaman dan asosiasi yang terbentuk dalam benak pasien terhadap rumah sakit (Sijabat 2026). Branding yang kuat dapat membantu rumah sakit membangun identitas yang berbeda dari kompetitornya serta menyampaikan nilai, keunggulan, dan karakter pelayanan yang ditawarkan. Dalam konteks pelayanan kesehatan, branding harus dibangun berdasarkan pengalaman nyata pasien karena kesenjangan antara citra yang dikomunikasikan dengan

kualitas pelayanan yang diterima dapat menurunkan kepercayaan terhadap rumah sakit(Rachim 2025).

Citra rumah sakit merupakan persepsi atau penilaian yang terbentuk dalam pikiran masyarakat berdasarkan pengalaman, informasi, komunikasi, serta interaksi mereka dengan rumah sakit(Firasghani et al. 2026). Citra yang positif dapat menjadi aset strategis karena mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat posisi rumah sakit dalam persaingan pelayanan kesehatan. Pengalaman pasien selama memperoleh pelayanan merupakan salah satu sumber utama pembentukan citra tersebut. Ketika pasien memperoleh pelayanan yang profesional, responsif, ramah, dan konsisten dengan identitas yang dibangun rumah sakit, pengalaman tersebut dapat memperkuat persepsi positif(Agustini and Wahyoedi 2026). Dengan demikian, kualitas pelayanan dan branding memiliki potensi untuk saling melengkapi dalam membentuk citra rumah sakit.

Citra yang positif selanjutnya dapat berhubungan dengan terbentuknya loyalitas pasien. Loyalitas pasien tercermin melalui kecenderungan pasien untuk kembali menggunakan pelayanan rumah sakit, mempertahankan hubungan dengan rumah sakit, serta merekomendasikan pelayanan kepada keluarga atau orang lain(Sari et al. 2026). Dalam lingkungan pelayanan kesehatan yang kompetitif, loyalitas menjadi indikator penting karena mempertahankan pasien yang telah memiliki pengalaman positif dapat mendukung keberlanjutan organisasi. Loyalitas tidak semata-mata terbentuk karena kebutuhan medis, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan, kenyamanan, kepuasan, dan persepsi pasien terhadap reputasi serta kualitas rumah sakit.

Hubungan antara kualitas pelayanan, branding, citra, dan loyalitas pasien dapat dipahami sebagai suatu rangkaian yang saling berkaitan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif, sedangkan branding yang konsisten dapat memperkuat identitas dan ekspektasi pasien terhadap rumah sakit(Rahmani, Safina, and Bernarto 2025). Ketika pengalaman pelayanan sesuai dengan ekspektasi yang dibangun melalui branding, pasien berpotensi membentuk citra positif terhadap rumah sakit. Citra tersebut kemudian dapat meningkatkan keyakinan pasien untuk kembali menggunakan pelayanan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara pesan branding dan pengalaman pelayanan dapat menghasilkan citra negatif serta mengurangi kemungkinan terbentuknya loyalitas pasien.

Sejumlah penelitian mengenai manajemen pelayanan kesehatan telah membahas kualitas pelayanan, kepuasan, citra, dan loyalitas pasien, tetapi hubungan antara kualitas pelayanan dan

branding dalam membentuk citra serta loyalitas pasien masih perlu dipahami secara lebih komprehensif (Binendra and Prayoga 2022). Sebagian kajian cenderung menempatkan kualitas pelayanan sebagai faktor utama dalam menjelaskan kepuasan atau loyalitas, sementara aspek branding rumah sakit sering kali dibahas secara terpisah. Padahal, dalam persaingan pelayanan kesehatan modern, kekuatan merek rumah sakit dan pengalaman pelayanan pasien merupakan dua aspek yang dapat membentuk persepsi secara bersamaan. Oleh sebab itu, diperlukan kajian literatur yang mengintegrasikan kedua aspek tersebut untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai mekanisme pembentukan citra dan loyalitas pasien.

Berdasarkan uraian tersebut, literature review ini bertujuan untuk menganalisis dan mensintesis bukti ilmiah mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan branding rumah sakit terhadap citra serta loyalitas pasien. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai keterkaitan antarvariabel, faktor-faktor pelayanan dan branding yang berperan dalam membentuk persepsi pasien, serta implikasinya terhadap strategi manajemen rumah sakit. Hasil kajian dapat menjadi dasar bagi manajemen rumah sakit dalam merancang strategi peningkatan kualitas pelayanan dan penguatan branding yang berorientasi pada pengalaman pasien, pembentukan citra positif, serta peningkatan loyalitas pasien secara berkelanjutan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode literature review dengan pendekatan scoping review untuk mengidentifikasi, memetakan, dan mensintesis hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan branding rumah sakit terhadap citra serta loyalitas pasien (Ramdhani, Handayani, and Setiawan 2020). Pendekatan ini digunakan karena penelitian bertujuan memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai hubungan antarvariabel berdasarkan berbagai hasil penelitian yang telah dipublikasikan. Metode ini mengacu pada prinsip evidence synthesis dengan melakukan pencarian, penyaringan, pemilihan, dan analisis artikel yang relevan dengan fokus penelitian.

Pencarian literatur dilakukan melalui beberapa basis data ilmiah, yaitu Google Scholar, Portal Garuda, ProQuest, dan Elsevier (Arwendria 2021). Artikel yang dipertimbangkan adalah publikasi ilmiah yang membahas kualitas pelayanan rumah sakit, branding atau citra merek rumah sakit, citra rumah sakit, loyalitas pasien, serta hubungan antarvariabel tersebut. Penelusuran literatur dilakukan menggunakan kombinasi kata kunci seperti kualitas pelayanan rumah sakit, service quality, hospital branding, hospital brand image, citra rumah sakit, hospital image, loyalitas pasien, dan atient loyalty. Kata kunci tersebut dikombinasikan

menggunakan operator Boolean AND dan OR untuk memperoleh artikel yang lebih sesuai dengan tujuan kajian(Afdhal et al., n.d.).

Kriteria inklusi dalam penelitian ini meliputi artikel penelitian yang dipublikasikan pada jurnal ilmiah, tersedia dalam bentuk full text, membahas pelayanan kesehatan atau rumah sakit, serta memiliki variabel yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, branding/citra rumah sakit, citra, loyalitas pasien, kepuasan pasien, atau variabel yang relevan dengan hubungan tersebut(Widiana et al. 2025). Artikel yang tidak berkaitan dengan konteks rumah sakit, tidak membahas variabel penelitian, artikel duplikat, serta artikel yang tidak tersedia dalam bentuk full text dikeluarkan dari proses analisis. Seleksi dilakukan secara bertahap berdasarkan judul, abstrak, kesesuaian variabel, konteks penelitian, dan isi artikel secara keseluruhan.

Proses pengumpulan dan pemilihan artikel dilakukan secara sistematis. Artikel yang diperoleh dari seluruh database terlebih dahulu diidentifikasi berdasarkan judul dan kata kunci(Sastypratiwi and Nyoto 2020). Selanjutnya dilakukan penyaringan terhadap artikel yang tidak relevan, artikel duplikat, artikel yang tidak memenuhi kriteria akses, serta artikel yang tidak sesuai dengan variabel penelitian. Artikel yang memenuhi tahap penyaringan kemudian dibaca secara lebih mendalam untuk menentukan kelayakannya sebagai sumber kajian. Artikel yang dinyatakan memenuhi seluruh kriteria inklusi selanjutnya digunakan sebagai bahan analisis dan sintesis.

Data dari artikel yang terpilih kemudian diekstraksi dan dikelompokkan berdasarkan beberapa karakteristik, meliputi nama penulis dan tahun publikasi, metode penelitian, karakteristik atau jumlah sampel, variabel yang diteliti, lokasi penelitian, serta hasil utama penelitian. Data tersebut digunakan untuk mengidentifikasi pola hubungan antara kualitas pelayanan, branding rumah sakit, citra rumah sakit, dan loyalitas pasien. Hasil penelitian terdahulu dibandingkan untuk mengetahui konsistensi maupun perbedaan temuan antarpenelitian.

Tahap analisis dilakukan dengan pendekatan deskriptif-naratif, yaitu menyusun hasil penelitian terdahulu berdasarkan kesamaan variabel dan hubungan yang ditemukan. Literatur mengenai kualitas pelayanan dianalisis untuk melihat pengaruhnya terhadap citra dan loyalitas pasien, sedangkan literatur mengenai branding dianalisis untuk mengetahui kontribusinya dalam membangun citra rumah sakit dan mempertahankan loyalitas pasien. Selanjutnya, temuan dari berbagai penelitian disintesis untuk memperoleh pemahaman mengenai keterkaitan kualitas pelayanan dan branding dalam membentuk citra serta loyalitas pasien. Hasil sintesis menjadi dasar dalam menarik kesimpulan mengenai kecenderungan hubungan

antarvariabel yang dikaji.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil penelusuran dan sintesis literatur, ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan branding rumah sakit merupakan dua faktor yang saling berkaitan dalam membentuk citra rumah sakit dan loyalitas pasien. Kualitas pelayanan terutama tercermin melalui keandalan pelayanan, daya tanggap tenaga kesehatan, jaminan keamanan dan kompetensi, perhatian kepada pasien, serta kondisi fasilitas pelayanan. Sementara itu, branding rumah sakit tidak hanya berkaitan dengan identitas visual, tetapi juga dengan persepsi, reputasi, pengalaman, dan asosiasi yang terbentuk dalam pikiran pasien. Hasil beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra rumah sakit memiliki hubungan positif dengan loyalitas pasien, meskipun kekuatan hubungan tersebut dapat berbeda bergantung pada kepuasan pasien sebagai variabel perantara. Ringkasan beberapa penelitian yang relevan dengan fokus kajian disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Penelitian

No.	Peneliti/Tahun	Variabel/Fokus	Metode/Sampel	Hasil Utama
1	Dewi & Sukesi (2022)	Brand image, kualitas pelayanan, kepuasan, loyalitas pasien	Kuantitatif, 120 responden, SEM	Brand image dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.
2	Budiman & Riorini (2023)	Service quality, hospital image, patient loyalty	Kuantitatif, 224 responden, SEM	Perceived service quality berpengaruh positif terhadap hospital image, sedangkan hospital image berpengaruh positif terhadap patient loyalty.
3	Hidayatullah et al. (2023)	Hospital image, service quality, patient loyalty	Kuantitatif, 194 responden	Citra rumah sakit dan kualitas pelayanan berada pada kategori baik dan berhubungan positif dengan loyalitas pasien.
4	Toreh & Wuisan (2024)	Service quality, brand image, communication, satisfaction, loyalty	Kuantitatif, 161 responden, SEM-PLS	Kualitas pelayanan dan brand image dikaji sebagai faktor yang berhubungan dengan kepuasan dan loyalitas pasien.
5	Wicaksono et al. (2024)	Kualitas pelayanan, citra rumah sakit, loyalitas	Kuantitatif, 101 responden	Kualitas pelayanan dan citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat jalan.
6	Razzaq et al. (2024)	Service quality, hospital brand image,	Kuantitatif	Penelitian menempatkan brand image sebagai faktor

		patient relationship management, loyalty		penting dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pasien.
7	Puspita & Paramata (2024)	Service quality, patient satisfaction, loyalty	Literature review	Dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berperan dalam kepuasan dan loyalitas pasien.
8	Hamidah et al. (2025)	Service quality, hospital image, satisfaction, loyalty	Kuantitatif, 94 responden, SEM-PLS	Kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas, tetapi hospital image dan patient satisfaction berpengaruh terhadap loyalitas.
9	Hakim et al. (2025)	Hospital image, service quality, satisfaction, loyalty	Kuantitatif, SEM-PLS	Citra rumah sakit, kualitas pelayanan, dan kepuasan dianalisis sebagai faktor yang membentuk loyalitas pasien.
10	Budi & Tan (2026)	Service quality, hospital brand image, perceived value, satisfaction, loyalty	Kuantitatif	Penelitian pada RS Kristen Mojowarno Jombang menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan, brand image, perceived value, dan kepuasan dalam menjelaskan loyalitas pasien.

Berdasarkan Tabel 1, terdapat kecenderungan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dengan citra maupun loyalitas pasien. Penelitian Budiman dan Riorini menunjukkan bahwa perceived service quality berpengaruh positif terhadap hospital image dan selanjutnya hospital image berpengaruh positif terhadap patient loyalty. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman pasien ketika menerima pelayanan menjadi salah satu dasar terbentuknya penilaian terhadap rumah sakit.

Temuan tersebut juga diperkuat oleh penelitian Wicaksono et al. yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien rawat jalan, serta antara citra rumah sakit dengan loyalitas pasien. Dengan demikian, peningkatan loyalitas pasien tidak hanya dapat dilakukan melalui peningkatan aspek teknis pelayanan, tetapi juga melalui pembentukan persepsi positif terhadap rumah sakit.

Pembahasan

Kualitas pelayanan sebagai pembentuk citra rumah sakit

Hasil sintesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan fondasi utama dalam pembentukan citra rumah sakit. Pasien tidak hanya menilai hasil akhir pelayanan medis, tetapi juga menilai bagaimana pelayanan tersebut diberikan. Kecepatan petugas dalam merespons

kebutuhan pasien, ketepatan informasi, keramahan, rasa aman, kemampuan tenaga kesehatan, serta kenyamanan fasilitas merupakan pengalaman yang secara langsung membentuk persepsi pasien terhadap rumah sakit.

Hubungan tersebut terlihat pada penelitian Budiman dan Riorini yang menemukan bahwa *perceived service quality* berpengaruh positif terhadap *hospital image*. Hal ini menunjukkan bahwa citra rumah sakit tidak dapat dibangun hanya melalui komunikasi pemasaran. Citra harus memperoleh dukungan dari pengalaman nyata pasien selama berinteraksi dengan rumah sakit. Apabila pesan yang disampaikan melalui branding sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima, maka kemungkinan terbentuknya persepsi positif akan semakin besar.

Branding dan citra rumah sakit

Branding rumah sakit mempunyai posisi strategis karena menjadi sarana untuk membangun identitas dan diferensiasi di tengah persaingan pelayanan kesehatan. Branding tidak cukup dipahami sebagai logo, nama, slogan, atau desain visual, tetapi mencakup keseluruhan asosiasi yang muncul ketika masyarakat mendengar atau berinteraksi dengan sebuah rumah sakit.

Kerangka konseptual Vimla dan Taneja menjelaskan bahwa *brand image* dalam pelayanan kesehatan berkaitan dengan *perceived service quality*, *patient satisfaction*, dan *loyalty*. Dengan demikian, branding yang efektif perlu dibangun berdasarkan pengalaman pelayanan yang konsisten. Rumah sakit yang memiliki identitas merek yang kuat tetapi memberikan pelayanan yang tidak sesuai dengan ekspektasi berpotensi mengalami kesenjangan antara *brand promise* dan pengalaman pasien.

Penelitian Dewi dan Sukei juga menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Temuan ini memperlihatkan bahwa citra merek dapat menjadi salah satu pertimbangan pasien dalam menentukan keputusan untuk tetap menggunakan pelayanan rumah sakit.

Kualitas pelayanan dan loyalitas pasien

Loyalitas pasien merupakan konsekuensi penting dari pengalaman pelayanan yang positif. Pasien yang memperoleh pelayanan sesuai harapan cenderung memiliki kepercayaan yang lebih besar untuk menggunakan kembali pelayanan rumah sakit. Loyalitas juga dapat ditunjukkan melalui kesediaan pasien mempertahankan hubungan dengan rumah sakit dan merekomendasikan pelayanan kepada keluarga atau orang lain.

Penelitian Hidayatullah et al. menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra rumah sakit memiliki hubungan positif dengan loyalitas pasien. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Wicaksono et al. yang menemukan pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan serta citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien rawat jalan. Artinya, rumah sakit perlu memandang loyalitas sebagai hasil dari proses pelayanan yang berkelanjutan, bukan sekadar hasil kegiatan promosi.

Namun demikian, hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas tidak selalu bersifat langsung. Penelitian Hamidah et al. menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pasien, sedangkan citra rumah sakit dan kepuasan pasien memiliki pengaruh terhadap loyalitas. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pasien dapat terlebih dahulu mengevaluasi pengalaman pelayanan, membentuk kepuasan dan persepsi terhadap rumah sakit, kemudian menghasilkan keputusan untuk tetap loyal.

Peran kepuasan pasien dalam hubungan kualitas pelayanan, citra, dan loyalitas

Kepuasan pasien dapat dipahami sebagai mekanisme yang menghubungkan kualitas pelayanan dan citra rumah sakit dengan loyalitas. Pelayanan yang berkualitas menciptakan pengalaman yang sesuai atau melebihi harapan pasien. Pengalaman tersebut kemudian dapat meningkatkan kepuasan dan memperkuat citra rumah sakit. Ketika pasien merasa puas dan memiliki persepsi positif terhadap rumah sakit, kecenderungan untuk kembali menggunakan pelayanan menjadi lebih tinggi.

Temuan penelitian mengenai hubungan tersebut menunjukkan adanya variasi jalur pengaruh. Pada beberapa penelitian, kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas, sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa pengaruh tersebut menjadi lebih kuat melalui kepuasan atau citra rumah sakit. Oleh karena itu, strategi peningkatan loyalitas sebaiknya tidak hanya berorientasi pada peningkatan satu aspek pelayanan, tetapi mengintegrasikan kualitas pelayanan, pengalaman pasien, citra, kepuasan, dan komunikasi merek.

Integrasi kualitas pelayanan dan branding

Hasil kajian memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan dan branding sebaiknya tidak dikelola sebagai dua strategi yang terpisah. Kualitas pelayanan memberikan pengalaman nyata kepada pasien, sedangkan branding membentuk ekspektasi dan identitas rumah sakit. Keduanya bertemu dalam pengalaman pasien. Apabila branding menjanjikan pelayanan yang profesional, ramah, cepat, dan berorientasi pada pasien, maka seluruh proses pelayanan harus mampu membuktikan janji tersebut.

Hubungan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2. Sintesis Hubungan Antarvariabel

Variabel	Mekanisme	Dampak
Kualitas pelayanan	Pelayanan yang cepat, tepat, aman, ramah, dan responsif menciptakan pengalaman positif	Meningkatkan persepsi dan kepuasan pasien
Branding rumah sakit	Identitas, reputasi, komunikasi, dan pengalaman merek membentuk ekspektasi pasien	Memperkuat diferensiasi dan citra rumah sakit
Citra rumah sakit	Terbentuk dari pengalaman, informasi, komunikasi, dan persepsi pasien	Meningkatkan kepercayaan terhadap rumah sakit
Kepuasan pasien	Evaluasi pasien terhadap kesesuaian antara harapan dan pelayanan yang diterima	Memperkuat kecenderungan untuk menggunakan kembali layanan
Loyalitas pasien	Keinginan menggunakan kembali dan merekomendasikan pelayanan	Mendukung keberlanjutan rumah sakit

Sintesis pada Tabel 2 menunjukkan bahwa hubungan antarkomponen tersebut bersifat saling memperkuat. Kualitas pelayanan yang baik dapat memperkuat citra, sedangkan branding yang konsisten dapat memperjelas ekspektasi pasien. Citra yang positif kemudian dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan, yang pada akhirnya mendukung loyalitas pasien. Pola tersebut juga sesuai dengan penelitian yang menunjukkan hubungan antara service quality, hospital image, patient satisfaction, dan patient loyalty.

Implikasi Bagi Manajemen Rumah Sakit

Berdasarkan hasil sintesis, manajemen rumah sakit perlu mengembangkan strategi yang mengintegrasikan peningkatan kualitas pelayanan dengan penguatan branding. Peningkatan kualitas dapat dilakukan melalui penguatan kompetensi tenaga kesehatan, peningkatan responsivitas petugas, penyederhanaan prosedur, peningkatan kenyamanan fasilitas, serta pemberian informasi yang jelas kepada pasien.

Pada saat yang sama, strategi branding perlu menampilkan identitas rumah sakit yang konsisten dengan pengalaman pelayanan. Branding seharusnya tidak hanya berorientasi pada promosi, tetapi juga pada penciptaan pengalaman pasien yang sesuai dengan nilai yang dikomunikasikan. Dengan pendekatan tersebut, branding dapat menjadi representasi nyata dari kualitas pelayanan, bukan sekadar aktivitas komunikasi pemasaran.

Secara keseluruhan, hasil literature review menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan branding rumah sakit memiliki kontribusi penting terhadap pembentukan citra dan loyalitas pasien. Meskipun demikian, hubungan tersebut dapat berlangsung secara langsung maupun melalui kepuasan dan citra rumah sakit sebagai mekanisme perantara. Oleh karena itu, rumah sakit perlu membangun strategi manajemen yang berorientasi pada pengalaman pasien secara menyeluruh, mulai dari kualitas interaksi pelayanan, fasilitas, komunikasi, hingga konsistensi identitas merek. Temuan terbaru pada konteks Rumah Sakit Kristen Mojowarno Jombang juga memperkuat relevansi pengkajian hubungan kualitas pelayanan, brand image, perceived value, kepuasan, dan loyalitas dalam konteks pelayanan rumah sakit di Indonesia.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil literature review, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan branding rumah sakit memiliki peran penting dalam membentuk citra serta loyalitas pasien. Kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kenyamanan fasilitas mampu menciptakan pengalaman positif yang memengaruhi persepsi pasien terhadap rumah sakit. Sementara itu, branding yang konsisten dengan pengalaman pelayanan dapat memperkuat identitas, reputasi, dan citra positif rumah sakit. Citra yang baik selanjutnya meningkatkan kepercayaan dan kecenderungan pasien untuk kembali menggunakan pelayanan serta merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain.

Hubungan antara kualitas pelayanan, branding, citra, dan loyalitas pasien menunjukkan pola yang saling berkaitan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan pasien dan citra rumah sakit sebagai mekanisme perantara. Oleh karena itu, rumah sakit perlu mengintegrasikan peningkatan kualitas pelayanan dengan strategi branding yang berorientasi pada pengalaman pasien secara menyeluruh. Konsistensi antara nilai yang dikomunikasikan melalui branding dan pelayanan yang benar-benar diterima pasien menjadi kunci dalam mempertahankan citra positif, meningkatkan kepuasan, serta membangun loyalitas pasien secara berkelanjutan.

E. DAFAR PUSTAKA

Afdhal, M, A S Alam, K E Grattan, B Goldman, A A Isa, A Pomeroy-Stevens, M M Bujnowska-Fedak, J Waligóra, and A Mastalerz-Migas. n.d. "Al-Hujri, A., Al-Hakimi, MA, Alshageri, S., Vasant Keshavrao, B., & Al Koliby, IS (2025). The Impact of Social Media Marketing Activities on Brand Loyalty and Awareness: The Mediating Role of Customer Satisfaction

- in Yemen's Telecom Industry. *Cogent Business & Management*, 12 (1)." *Journal of Business Ethics* 171:771–88.
- Agustina, Dewi, Lutfiyah Nada Salsabila, and Eka Madani Nasution. 2023. "Strategi Peningkatan Mutu Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit." *Detector: Jurnal Inovasi Riset Ilmu Kesehatan* 1 (3): 64–70.
- Agustini, Candy Novia, and Soegeng Wahyoedi. 2026. "Peran Kepuasan Pasien Dalam Memediasi Hubungan Antara Kualitas Layanan Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Loyalitas Pasien: Studi Pada RS Husada Jakarta Pusat." *Journal of Syntax Literate* 11 (4): 3065.
- Arwendria, Arwendria. 2021. "Publish or Perish: Analisis Bibliometrika Terhadap Literatur Tentang Covid-19 Pada Pangkalan Data Sitasi Google Cendikia Tahun 2019-2021." *Jurnal Al-Ma'arif: Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Islam* 1 (1): 1–12.
- Binendra, Oktaretha Veleneka, and Diansanto Prayoga. 2022. "Pengaruh Citra Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit: Literature Review." *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)* 5 (10): 1199–1205.
- Firasghani, Muhammad Almy, May Suryati, Muhammad Arfiq, Muhammad Sandriyan, and Ni Luh Zallila Gustina. 2026. "Transformasi Citra Rumah Sakit Di Era Digital: Tinjauan Literatur Mengenai Integrasi Kendali Mutu, Branding, Dan Kepuasan Pasien." *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce* 5 (2): 884–94.
- Pujiastutik, Eni, and Akbar Maulana. 2025. "EVALUASI PELAYANAN KESEHATANDALAM PELAYANAN PUBLIK DIRUMAH SAKIT DAERAH KALISAT KABUPATEN JEMBER." *Interelasi Humaniora* 1 (4): 315–27.
- Rachim, Abdul. 2025. *Pemasaran Kebijakan Publik: Membangun Sistem Pelayanan Kesehatan Berbasis Masyarakat*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Rahmani, Bima Subiakto, Syifa Ratnaya Safina, and Innocentius Bernarto. 2025. "HOSPITAL BRANDING STRATEGY AND ITS IMPACT ON PATIENT TRUST AND SATISFACTION: A QUANTITATIVE ANALYSIS." *MANAJEMEN DEWANTARA* 9 (3).
- Ramdhani, A, H Handayani, and A Setiawan. 2020. "Penelitian Ini Menggunakan Metode Literature Review." *Literature Review Tidak Hanya Bermakna Membaca Literatur, Tapi Lebih Ke Arah Evaluasi Yang Mendalam Dan Kritis Tentang Penelitian Sebelumnya Pada Suatu Topik.. Tujuan Penelitian Literature Review s i. Dinamika Kesehatan: Jurnal Kebidanan Dan Keperawatan* 11 (1): 172–86.
- Sari, Asih Purnama, Dedek Sutinbuk, Masagus Hakim, Taufik Kurrohman, and Zenderi Zenderi. 2026. "Analisis Hubungan Kualitas Layanan Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Loyalitas

Pasien Dengan Kepuasan Pasien Di Poliklinik Rawat Jalan RSUD Depati Hamzah Pangkalpinang.” *Jurnal Kesehatan Komunitas (Journal of Community Health)* 12 (2): 284–306.

Sastypratiwi, Helen, and Rudy Dwi Nyoto. 2020. “Analisis Data Artikel Sistem Pakar Menggunakan Metode Systematic Review.” *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)* 6 (2): 250.

Sijabat, Hotmaria Hertawaty. 2026. “STRATEGI BRANDING RUMAH SAKIT DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PASIEN.” *ZAHRA: JOURNAL OF HEALTH AND MEDICAL RESEARCH* 5 (4): 177–88.

Widiana, I Gde Raka, Gede Wira Mahadita, Nur Samsu, and Riri Andri Muzasti. 2025. “Systematic Review Dan Meta Analysis.”

Widjaja, Gunawan, and Hotmaria Hertawaty Sijabat. 2026. “PENGARUH BRANDING LAYANAN KESEHATAN TERHADAP CITRA INSTITUSI DAN KEPUTUSAN PASIEN.” *ZAHRA: JOURNAL OF HEALTH AND MEDICAL RESEARCH* 5 (4): 189–99.