

PANDUAN *BRANDING* : PELAYANAN DAN LINGKUNGAN SYAR'I UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PASIEN DENGAN MODERASI *SELF-BELIEF* DI RSKB HEART AND SURGERY

Abdurahman Ismail Moh. Honin^{1*}, Fitriah², M. Hasinuddin³, Zakkiyatus Zainiyah⁴

Program Studi Magister Administrasi Kesehatan, Mahasiswa Universitas Noor Huda Mustofa^{1,2,3,4}

*Corresponding Author : abdurahmanismail22@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan rumah sakit swasta nonmitra BPJS menuntut strategi *branding* yang efektif untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pasien. RSKB *Heart and Surgery* di Kabupaten Bangkalan memiliki peluang diferensiasi melalui penerapan pelayanan dan lingkungan berbasis syar'i sebagai bagian dari penguatan hospital brand awareness. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pelayanan syar'i dan lingkungan syar'i terhadap loyalitas pasien serta menguji peran *self-belief* sebagai variabel moderasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan desain cross-sectional. Sampel penelitian berjumlah 165 pasien rawat jalan dan rawat inap yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala Likert lima poin yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier dan Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan syar'i berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, sedangkan lingkungan syar'i tidak berpengaruh signifikan. *Self-belief* tidak memoderasi hubungan antarvariabel, namun meningkatkan daya jelas model. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas interaksi, empati, dan profesionalitas Islami dalam pelayanan lebih berperan dalam membentuk loyalitas pasien dibandingkan aspek lingkungan.

Kata kunci : *branding* rumah sakit, lingkungan syar'i, loyalitas pasien, pelayanan syar'i, *self-belief*

ABSTRACT

Competition among private hospitals that do not partner with the national health insurance system requires effective branding strategies to foster patient loyalty. RSKB Heart and Surgery Hospital in Bangkalan Regency has opportunities for differentiation through the implementation of sharia-based services and environments within the framework of hospital brand awareness. This study aims to analyze the effect of sharia-based services and sharia-based environments on patient loyalty and to examine the moderating role of self-belief. The study employed a quantitative explanatory approach with a cross-sectional design. A sample of 165 outpatient and inpatient respondents was selected using the Slovin formula. Data were collected through a five-point Likert-scale questionnaire that had been tested for validity and reliability, and were analyzed using linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA). The results indicate that sharia-based services have a significant effect on patient loyalty, while the sharia-based environment does not. Self-belief does not moderate the relationship between sharia-based services or environment and patient loyalty, although it improves the model's explanatory power. The findings suggest that sharia-based service aspects directly experienced through interaction, empathy, and Islamic professionalism play a more decisive role in shaping patient loyalty than physical and non-physical environmental factors.

Keywords : *hospital branding, patient loyalty, self-belief, sharia-based environment, sharia-based services*

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan hak dasar manusia yang berperan strategis dalam meningkatkan kualitas hidup individu serta mendukung pembangunan sosial dan ekonomi suatu negara. Negara memiliki kewajiban untuk menjamin tersedianya akses pelayanan kesehatan yang adil,

merata, dan bermutu tanpa diskriminasi bagi seluruh warga negara. Di Indonesia, upaya pemenuhan hak tersebut diwujudkan melalui penyelenggaraan Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) oleh BPJS Kesehatan, yang berlandaskan prinsip keadilan sosial dan gotong royong guna memastikan keterjangkauan layanan kesehatan bagi seluruh lapisan masyarakat (Susanti et al., 2024). Hingga 30 Juni 2024, jumlah peserta aktif JKN telah mencapai lebih dari 273 juta jiwa atau sekitar 96,8% dari total populasi, yang menunjukkan kemajuan signifikan untuk memenuhi target Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024 (BPJS Kesehatan, 2024).

Meskipun demikian, perluasan cakupan JKN menimbulkan tantangan tersendiri bagi rumah sakit swasta nonmitra BPJS yang masih mengandalkan mekanisme pembayaran langsung. Preferensi masyarakat terhadap fasilitas kesehatan mitra BPJS karena faktor biaya menjadikan rumah sakit nonmitra berada dalam tekanan kompetitif yang tinggi, sehingga menuntut inovasi dalam strategi pelayanan dan penguatan *branding* untuk mempertahankan keberlanjutan operasional (Wulandari et al., 2024). Kondisi ini juga terjadi di Kabupaten Bangkalan, di mana tujuh dari delapan rumah sakit telah bermitra dengan BPJS, sementara RSKB *Heart and Surgery* menjadi satu-satunya rumah sakit yang beroperasi secara mandiri. Situasi tersebut menghadirkan tantangan signifikan, namun sekaligus membuka peluang diferensiasi melalui fleksibilitas kebijakan layanan serta penguatan identitas Islami sebagai nilai tambah yang relevan dengan karakteristik masyarakat setempat.

Dalam konteks persaingan tersebut, pembangunan loyalitas pasien menjadi faktor kunci bagi keberlangsungan rumah sakit. Loyalitas tidak semata-mata dipengaruhi oleh kepuasan fungsional, tetapi juga oleh pengalaman emosional dan spiritual yang dirasakan pasien selama proses pelayanan (Rindasiwi & Pattyranie, 2024). Integrasi nilai-nilai Islami seperti ketenangan, empati, dan komunikasi yang santun diyakini mampu meningkatkan kenyamanan serta memperkuat *self-belief* pasien terhadap proses penyembuhan (Noor et al., 2024). *Self-belief* yang kuat berkontribusi terhadap ketenangan psikologis, kepatuhan terhadap terapi, serta pembentukan ikatan emosional dengan institusi pelayanan kesehatan (Gong et al., 2025; Wang et al., 2024). RSKB *Heart and Surgery* memiliki peluang strategis untuk mengembangkan model *branding* syariah berbasis nilai-nilai sunnah yang menekankan profesionalisme pelayanan dalam lingkungan Islami yang etis, tenang, dan spiritual. Pendekatan ini menempatkan *self-belief* pasien sebagai elemen penguat loyalitas sekaligus sarana peningkatan brand awareness melalui konsistensi penerapan nilai-nilai Islam dalam seluruh aspek pelayanan (Ngatindriatun et al., 2024; Paradilla et al., 2022).

Dengan demikian, *branding* syariah tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran, tetapi juga sebagai upaya membangun hubungan emosional dan spiritual yang berkelanjutan antara rumah sakit dan masyarakat religius di Bangkalan, sehingga memperkuat citra Islami dan keberlanjutan reputasi RSKB *Heart and Surgery*. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pelayanan syar'i dan lingkungan syar'i terhadap loyalitas pasien serta menguji peran *self-belief* sebagai variabel moderasi.

METODE

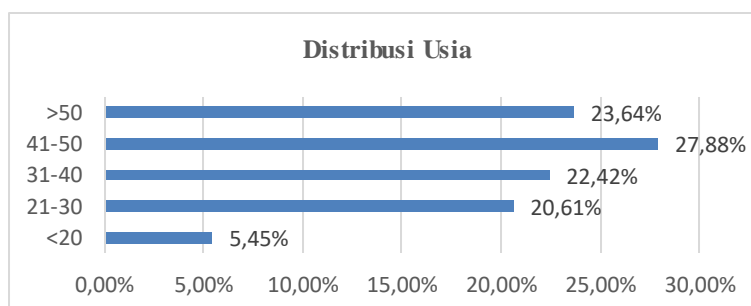
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan desain *cross-sectional*, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan kausal antara variabel pelayanan berbasis syar'i dan lingkungan berbasis syar'i terhadap loyalitas pasien, serta menguji peran *self-belief* sebagai variabel moderasi dalam kerangka *hospital brand awareness*. Pendekatan eksplanatori dipilih karena penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menguji pengaruh antarvariabel secara empiris berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan. Desain *cross-sectional* memungkinkan pengumpulan data dilakukan pada satu waktu tertentu, sehingga memberikan gambaran kondisi persepsi pasien secara aktual terhadap

pelayanan, lingkungan, dan loyalitas di RSKB *Heart and Surgery*. Desain ini dinilai efisien dan relevan untuk mengevaluasi hubungan antarvariabel pada populasi yang relatif besar dalam waktu terbatas.

Populasi penelitian adalah seluruh pasien rawat jalan dan rawat inap RSKB *Heart and Surgery* pada periode penelitian, dengan jumlah kunjungan sebanyak 278 pasien. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh 165 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara proportional sampling sesuai kriteria inklusi yang telah ditetapkan. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas pelayanan berbasis syari'ah dan lingkungan berbasis syari'ah, sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pasien. Adapun *self-belief* berperan sebagai variabel moderator yang secara teoritis diharapkan mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap loyalitas pasien. Seluruh variabel dijabarkan ke dalam indikator yang disusun berdasarkan kajian literatur dan penelitian terdahulu, kemudian dirumuskan dalam definisi operasional agar dapat diukur secara objektif dan konsisten.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala Likert lima poin, yang berkisar dari *sangat tidak setuju* (1) hingga *sangat setuju* (5). Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan alat ukur. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,831, yang mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik, sehingga layak digunakan dalam pengumpulan data. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi masing-masing variabel penelitian. Selain itu, dilakukan analisis inferensial melalui regresi linier berganda untuk menguji pengaruh langsung variabel independen terhadap loyalitas pasien, serta Moderated Regression Analysis (MRA) untuk menguji peran *self-belief* sebagai variabel moderasi. Seluruh pengujian statistik dilakukan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, dan hasil analisis digunakan sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan serta perumusan rekomendasi strategis bagi pengembangan model *branding* pelayanan dan lingkungan berbasis syari'ah di RSKB *Heart and Surgery*.

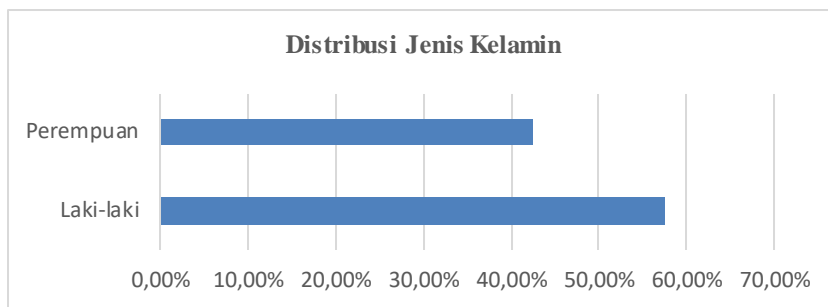
HASIL



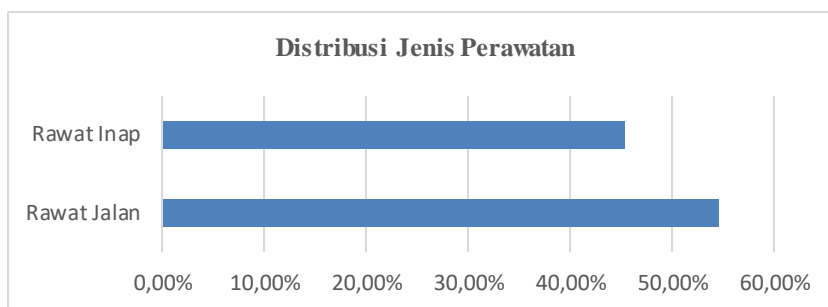
Grafik 1. Distribusi Usia Responden

Analisis demografi responden menunjukkan bahwa kelompok usia 41-50 tahun yang paling banyak mengisi kuisisioner dengan persentase sebesar 27,88%. Disusul oleh kelompok usia >50 tahun (23,64%), 31-40 tahun (22,42%), 21-30 tahun (20,61%) dan terakhir <20 tahun (5,45%). Berdasarkan grafik 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada usia yang berpotensi besar memiliki kesadaran lebih tinggi terhadap kesehatan, lebih rasional dan selektif dalam memilih rumah sakit.

Berdasarkan grafik 2, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yaitu 57,58% dan responden perempuan adalah 42,42%. Komposisi ini cukup berimbang sehingga cukup untuk mewakili masing-masing jenis kelamin.

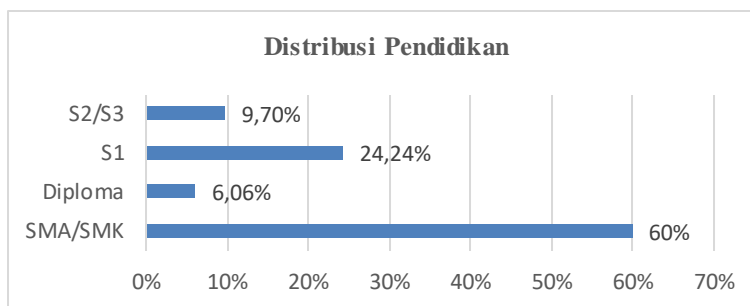


Grafik 2. Distribusi Jenis Kelamin

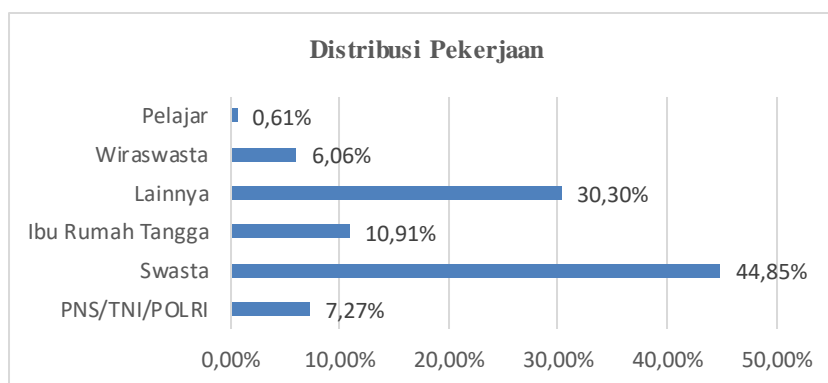


Grafik 3. Distribusi Jenis Perawatan

Distribusi responden berdasarkan jenis perawatan menunjukkan bahwa sebagian besar pasien merupakan pengguna layanan rawat jalan (54,55%), sementara pasien rawat inap sebesar 45,45%. Komposisi ini berpotensi menyebabkan pengalaman responden di lingkungan RSKB *Heart and Surgery* lebih singkat. Sebab, pasien rawat jalan menghabiskan waktu lebih singkat di rumah sakit dibandingkan pasien rawat inap.



Grafik 4. Distribusi Pendidikan



Grafik 5. Distribusi Pekerjaan

Grafik distribusi pendidikan menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK (60%), diikuti oleh S1 (24,24%), S2/S3 (9,70%), dan Diploma (6,06%).

Dominasi pendidikan menengah ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien RSKB *Heart and Surgery* berasal dari kelompok masyarakat umum yang berpotensi menilai kualitas layanan berdasarkan pengalaman langsung dan interaksi interpersonal.

Distribusi pekerjaan responden berpotensi memengaruhi hasil proyek inovasi, di mana dominasi pasien dengan peran pekerjaan yang menuntut kejelasan dan profesionalitas dalam layanan rumah sakit. Mayoritas responden bekerja sebagai pekerja Swasta (44,85%), diikuti Lainnya seperti petani, pensiunan atau pekerja informal (30,30%), Ibu Rumah Tangga (10,91%), PNS/TNI/POLRI (7,27%), Wiraswasta (6,06%) dan Pelajar (0,61%).

Analisis Deskriptif

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Statistik

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Pelayanan Syar'i	165	14	30	22,64	3,470
Lingkungan Syar'i	165	17	40	30,00	4,779
Loyalitas	165	6	15	11,32	1,966
<i>Self-Belief</i>	165	19	40	31,05	4,824
Valid N	165				

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pelayanan syar'i memiliki nilai rata-rata 22,64, yang berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa pasien secara umum merasakan kualitas pelayanan berbasis nilai Islami secara positif, terutama pada aspek interaksi langsung antara tenaga kesehatan dan pasien. Lingkungan syar'i memiliki nilai rata-rata 30,00, juga berada pada kategori baik, namun dengan variasi persepsi yang relatif lebih kecil dibandingkan pelayanan. Temuan ini mengindikasikan bahwa lingkungan Islami rumah sakit dipersepsikan sebagai faktor pendukung, bukan faktor utama dalam membentuk pengalaman pasien. Nilai rata-rata *self-belief* sebesar 31,05 menunjukkan bahwa sebagian besar pasien memiliki keyakinan tinggi terhadap kesesuaian layanan rumah sakit dengan nilai pribadi dan religiusitas mereka. Namun, tingginya skor *self-belief* yang relatif homogen berpotensi memengaruhi perannya sebagai variabel moderasi. Nilai rata-rata loyalitas pasien sebesar 11,32 berada pada kategori baik, yang menunjukkan kecenderungan pasien untuk kembali menggunakan layanan serta merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain.

Analisis Inferensial

Tabel 2. Model Regresi Awal

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,240 ^a	,058	,046	1,920

Berdasarkan hasil analisis regresi awal, diperoleh nilai R sebesar 0,240 dan R Square sebesar 0,058. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel pelayanan berbasis syar'i dan lingkungan berbasis syar'i secara simultan hanya mampu menjelaskan 5,8% variasi loyalitas pasien. Sementara itu, sebesar 94,2% variasi loyalitas pasien dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti mutu klinis, reputasi rumah sakit, hasil pengobatan, biaya layanan, serta kemudahan akses pelayanan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,046 mengindikasikan bahwa meskipun model regresi dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel, daya jelaskan model masih relatif rendah. Hal ini wajar mengingat loyalitas pasien merupakan konstruk multidimensional yang dipengaruhi oleh berbagai faktor kompleks, tidak hanya aspek pelayanan dan lingkungan berbasis syar'i.

Hasil uji regresi parsial menunjukkan bahwa pelayanan berbasis syar'i memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, dengan nilai signifikansi $p = 0,002 (< 0,05)$ dan nilai

koefisien beta sebesar 0,240. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pasien terhadap pelayanan berbasis syar'i, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pasien terhadap RSKB *Heart and Surgery*. Sebaliknya, lingkungan berbasis syar'i tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, dengan nilai signifikansi $p = 0,940 (> 0,05)$ dan koefisien beta yang sangat kecil (0,006). Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun lingkungan Islami diapresiasi oleh pasien, faktor tersebut belum menjadi penentu utama dalam membentuk loyalitas pasien. Temuan ini menegaskan bahwa pelayanan syar'i yang dirasakan secara langsung melalui interaksi, empati, dan profesionalitas tenaga kesehatan memiliki peran yang lebih dominan dalam memengaruhi loyalitas dibandingkan aspek lingkungan yang bersifat lebih pasif.

Tabel 3. Hasil Koefisien^a Tanpa Variabel Moderasi

Koefisien ^a					
Model	Unstandar dize d Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	8,170	1,406		5,813	,000
Pelayanan Syar'i	,136	,043	,240	3,143	,002
Lingkungan Syar'i	,002	,031	,006	,075	,940

Tabel 4. Model Regresi Moderasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,423 ^a	,179	,153	1,809

Pada model regresi yang memasukkan variabel *self-belief* sebagai moderator, diperoleh nilai R sebesar 0,423 dan R Square sebesar 0,179. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kemampuan model dalam menjelaskan variasi loyalitas pasien menjadi 17,9% setelah variabel *self-belief* dimasukkan ke dalam model. Peningkatan nilai R Square sebesar 12,1% dibandingkan model awal menunjukkan bahwa *self-belief* berkontribusi dalam memperkuat daya jelaskan model secara keseluruhan. Namun demikian, peningkatan ini tidak secara otomatis menunjukkan adanya efek moderasi, sehingga perlu dianalisis lebih lanjut melalui koefisien interaksi pada tabel berikutnya.

Tabel 5. Hasil Koefisien^a dengan variabel Moderasi

Koefisien ^a					
Model	Unstandar dize d Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-2,895	8,656		-,334	,738
Pelayanan Syar'i	,380	,282	,671	1,348	,180
Lingkungan Syar'i	,038	,201	,093	,190	,849
<i>Self-Belief</i>	,376	,280	,922	1,342	,181
Pel. Syar'i x <i>Self-Belief</i>	-,008	,009	-,600	-,862	,390
Ling. Syar'i x <i>Self-Belief</i>	-,002	,006	-,216	-,297	,767

Hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan bahwa *self-belief* tidak berperan signifikan sebagai variabel moderasi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi interaksi antara pelayanan syar'i dan *self-belief* sebesar $p = 0,390 (> 0,05)$ serta interaksi antara lingkungan syar'i dan *self-belief* sebesar $p = 0,767 (> 0,05)$. Selain itu, variabel *self-belief* secara langsung juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien ($p = 0,181$). Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat keyakinan diri pasien tidak mampu memperkuat maupun memperlemah pengaruh pelayanan dan lingkungan berbasis syar'i terhadap loyalitas pasien. Ketidaksignifikanan efek moderasi ini kemungkinan disebabkan oleh

homogenitas persepsi responden, di mana sebagian besar responden memiliki tingkat *self-belief* yang relatif tinggi dan berada pada kategori baik hingga sangat baik. Selain itu, dalam konteks layanan kesehatan, keputusan pasien cenderung lebih dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang dirasakan secara langsung dan kebutuhan medis, dibandingkan faktor psikologis internal seperti *self-belief*.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pelayanan Syar'i terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan berbasis syar'i berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien di RSKB *Heart and Surgery*. Temuan ini konsisten dengan konsep kualitas pelayanan berbasis nilai-nilai Syar'i, yang juga ditemukan dalam studi layanan kesehatan berbasis Syar'i, memiliki dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas pasien (Rizkina et al., 2024). Dalam konteks rumah sakit syar'i, penerapan nilai-nilai seperti ucapan salam, mengucapkan basmalah sebelum tindakan dan hamdalah sesudahnya, lalu doa "Syafaakallah/Syafaakillah" (Semoga Allah memberimu kesembuhan) sebagai bentuk empati membuat pasien merasa lebih dihargai dan aman secara emosional. Hal ini sejalan dengan literatur yang menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diterapkan secara Islami meningkatkan rasa kepercayaan dan keterikatan emosional pasien, sehingga mendorong loyalitas jangka panjang (Aprilianti & Martha, 2023; Widiastuti et al., 2024).

Pelayanan syar'i yang mencerminkan kompetensi tenaga kesehatan dalam hal syar'i, keramahan, empati, rasa aman, dan keikhlasan dalam interaksi pelayanan membentuk pengalaman layanan (*service experience*) yang kuat. Pengalaman ini tidak hanya berdampak pada kepuasan sesaat, tetapi juga membangun ikatan emosional dan kepercayaan yang mendorong pasien untuk kembali menggunakan layanan serta merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan pernyataan Vargo et al (2008) tentang *Service-Dominant Logic*, yang menekankan bahwa nilai layanan diciptakan melalui interaksi langsung antara penyedia layanan dan pengguna layanan.

Pengaruh Lingkungan Syar'i terhadap Loyalitas Pasien

Sebaliknya, lingkungan berbasis syar'i tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien meskipun secara deskriptif dinilai dalam kategori baik yang terjadi juga pada penelitian oleh Hidayat & Restuti (2016). Temuan ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa Lingkungan dapat mempengaruhi Loyalitas Pasien (Andromeda & Antonio, 2022; Brandão & Ribeiro, 2023; Kasmar et al., 2025). Ini mengindikasikan bahwa lingkungan rumah sakit, seperti kebersihan, fasilitas ibadah, dan nuansa Islami, cenderung dipersepsikan sebagai faktor standar atau pendukung (*taken for granted*). Pasien mengharapkan lingkungan yang layak dan nyaman sebagai prasyarat dasar, bukan sebagai faktor pembeda utama dalam menentukan loyalitas. Berdasarkan data statistik juga menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan pasien Rawat Jalan yang cenderung menghabiskan waktu lebih singkat daripada pasien Rawat Jalan sehingga Lingkungan Syar'i tidak dapat mempengaruhi Loyalitas Pasien secara signifikan. Dengan demikian, lingkungan syar'i justru berfungsi sebagai penguat citra rumah sakit, namun belum cukup kuat untuk secara langsung memengaruhi keputusan loyalitas pasien.

Pengaruh *Self-Belief* Sebagai Moderator

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa *self-belief* tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara pelayanan maupun lingkungan berbasis syar'i dengan loyalitas pasien. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wang et al (2024) ataupun Yi & Gong (2008) yang kedua penelitian tersebut menyatakan bahwa *Self-Belief* dapat

memoderasi hubungan antara pelayanan dengan Loyalitas. Penyebab perbedaan ini bisa didasari karena data yang homogen, di mana responden menilai dengan skor yang cukup seragam. Indikasi lain yang bisa menjadi penyebab perbedaan ini adalah karena penelitian ini berada pada sektor kesehatan sedangkan penelitian sebelumnya cenderung pada teknologi sehingga ada perbedaan karakteristik dan psikologi dari pelanggan pada masing-masing sektor.

Meskipun penambahan *self-belief* meningkatkan nilai koefisien determinasi model, interaksi antara *self-belief* dengan variabel independen tidak signifikan. Kondisi ini bisa disebabkan oleh homogenitas persepsi responden, di mana sebagian besar pasien memiliki tingkat *self-belief* yang relatif tinggi. Selain itu, dalam konteks pelayanan kesehatan, keputusan pasien cenderung lebih didasarkan pada kebutuhan medis, kualitas interaksi pelayanan, dan hasil yang dirasakan, dibandingkan faktor psikologis internal seperti keyakinan diri. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa pelayanan berbasis nilai Islami yang diwujudkan melalui perilaku dan interaksi tenaga kesehatan merupakan kunci utama dalam membangun loyalitas pasien. Pendekatan *branding* rumah sakit berbasis syar'i akan lebih efektif apabila difokuskan pada penguatan kualitas pelayanan, bukan hanya pada simbol, fasilitas, atau atribut lingkungan semata.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pelayanan berbasis syar'i berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien di RSKB *Heart and Surgery*. Semakin baik persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan syar'i, semakin tinggi kecenderungan pasien untuk kembali menggunakan layanan dan merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain. Sebaliknya, lingkungan berbasis syar'i tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, meskipun secara umum dinilai baik oleh responden. Lingkungan rumah sakit berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat kenyamanan dan citra, namun belum bisa menjadi determinan utama loyalitas pasien. Variabel *self-belief* meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi loyalitas pasien, tetapi tidak berfungsi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara pelayanan dan lingkungan berbasis syar'i terhadap loyalitas. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas pasien dalam konteks pelayanan kesehatan lebih dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan yang dirasakan secara langsung dibandingkan faktor psikologis internal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada Universitas Noor Huda Mustofa atas dukungan institusional, fasilitas, dan lingkungan akademik yang kondusif selama proses penyusunan artikel ini. Apresiasi khusus saya tujukan kepada segenap dosen dan rekan sejawat yang telah memberikan bimbingan, saran konstruktif, serta inspirasi yang sangat berarti bagi perkembangan pemikiran penulis. Semoga dedikasi yang diberikan oleh universitas terus menjadi pendorong bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan pengabdian masyarakat di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andromeda, I., & Antonio, F. (2022). *The Impact Of Hospital Servicescapes On Patient Loyalty Mediated By Patients' Emotion And Satisfaction: A Study At Private Hospital In Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(2), 663–667. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i2.39077>
- Aprilianti, R. C., & Martha, E. (2023). *Tujuan Pelayanan Syariah*. 4, 801–810.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jkt.v4i2.14836>
- BPJS Kesehatan. (2024). Peluncuran Data Sampel BPJS Kesehatan 2024 (2015-2023). <https://data.bpjs-kesehatan.go.id/bpjs-portal/action/blog-detail.cb?id=779e0f02-bd13-11ef-a976-9b1ff87869bd>
- Brandão, A., & Ribeiro, L. (2023). *The Impact of Patient Experience on Loyalty in the Context of Medical-Aesthetic Health Services*. *Journal of Patient Experience*, 10, 1–10. <https://doi.org/10.1177/23743735231160422>
- Gong, S. A., Ao, S. H., & Chen, Y. S. (2025). *The influence of patient-centered communication on psychological distress: the chain mediating role of health-related self-efficacy and healthy lifestyle behaviors and the moderating role of social media use*. *Frontiers in Psychiatry*, 16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1562414>
- Hidayat, T., & Restuti, S. (2016). Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas pasien Rumah Sakit Syafira Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 8(2). <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/view/3735>
- Kasmar, Palilati, A., Kusnan, A., & Yusuf, H. (2025). *The Effect of Satisfaction With The Physical Environment of The Hospital , Service Quality and Hospital Image on Patient Loyalty and Intention To Recommend (A Study of Private and Government Hospitals In Kendari City)*. *Journal of Neonatal Surgery*, 14(21), 638–652.
- Ngatindriatun, N., Alfarizi, M., & Widiastuti, T. (2024). *Impact of Sharia hospital service standards and religiosity commitment on patient satisfaction and loyalty: insights from certified Sharia hospital in Indonesia*. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2022-0344>
- Noor, F., Trisyani, Y., & Mirwanti, R. (2024). *Islamic Caring Behavior By Nurses On Patient Satisfaction: A Scoping Review*. *Indonesian Journal of Global Health Research*, 6(5), 2389–2400. <https://doi.org/10.37287/ijghr.v2i4.250>
- Paradilla, M., Nurfitriani, N., & Awawiriam, S. (2022). *The Effect of Brand Image on Loyalty through General Patient Satisfaction as an Intervening Variable in Makassar City Hospital*. *Journal of Asian Multicultural Research for Medical and Health Science Study*, 3(1), 67–75. <https://doi.org/10.47616/jarmhss.v3i1.239>
- Rindasiwi, D. T., & Pattyranie, P. H. (2024). *The Influence of Hospital Brand Image, Health Service Quality and Patient Satisfaction on Loyalty at Arosuka Regional Hospital*. *International Journal of Science and Society*, 6(4), 247–267. <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v6i4.1327>
- Rizkina, N., Jannah, N., Yusuf, M., Putra, A., & Mayasari, P. (2024). *Scoping Review: Pelayanan Kesehatan Syariah*. *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*, 6(5), 2043–2052. <https://doi.org/doi.org/10.37287/jppp.v6i5.3106>
- Susanti, Y., Syofyan, S., Khairani, & Hermanto, B. (2024). Hak Pasien dalam Menentukan Layanan Kesehatan dalam Hubungannya dengan Kelas Rawat Inap Standar BPJS Kesehatan [*Patient Rights in Determining Health Services in Relation to BPJS Health Standard Inpatient Classes*]. <https://Review-Unes.Com/>, 6(4), 12184–12193. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i4>
- Vargo, S. L., Maglio, P. P., & Akaka, M. A. (2008). *On value and value co-creation: A service systems and service logic perspective*. *European Management Journal*, 26(3), 145–152. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2008.04.003>
- Wang, H., Jia, J., Fan, Y., Chen, H., Lou, Y., Wang, X., & Huang, X. (2024). *Impact of inpatient self-efficacy and trust in physicians on inpatient satisfaction with medical services: the mediating role of patient participation in medical decision-making*. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1364319>
- Widiastuti, W., Indartono, S., & Sa'adah, N. (2024). *Islamic Service Quality and Patient Loyalty: Investigating the Role of Satisfaction in Healthcare Contexts*. *Society*, 12(2), 538–

555. <https://doi.org/10.33019/society.v12i2.723>

Wulandari, R. D., Latifah, L., Laksono, A. D., Nugraheni, W. P., Suryati, T., Rachmawati, T., Yunitawati, D., Mubasyiroh, R., Ardani, I., & Kusnali, A. (2024). *National Health Insurance Role in Hospital Utilisation in Disadvantaged Areas: Evidence from Indonesia*. *Malaysian Journal of Medical Sciences*, 31(6), 205–216. <https://doi.org/10.21315/mjms2024.31.6.16>

Yi, Y., & Gong, T. (2008). *The electronic service quality model: The moderating effect of customer self-efficacy*. *Psychology & Marketing*, 25(7), 587–601. <https://doi.org/10.1002/mar.20226>