

ABSTRAKSI

Rumah sakit merupakan salah satu fasilitas pelayanan kesehatan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Kualitas Layanan dan kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dalam organisasi modern. Tingkat kepentingan sebagai sektor publik, terutama sebagai penyedia jasa layanan, mendorong para manajer untuk menempatkan kualitas dan kepuasan pelanggan sebagai prioritas. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan “Bagaimana pentingnya kualitas layanan, citra rumah sakit, *experiential marketing* dapat berpengaruh terhadap perusahaan dalam membangun kepuasan konsumen dan meningkatkan retensi konsumen” sebagaimana yang ada khususnya di RSUD Sunan Kalijaga Demak.

Model penelitian ini mengindikasikan eksistensi dari 4 (empat) hipotesis, antara lain: “kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen”, “citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen”, “*experiential marketing* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen”, dan “kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap retensi konsumen”.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu pasien yang telah dirawat selama minimal tiga hari atau keluarga pasien yang telah menunggui selama minimal satu hari. Jumlah responden yang ditentukan dalam penelitian ini adalah 115 konsumen rawat inap RSUD Sunan Kalijaga Demak. Teknik analisis yang dipakai untuk menginterpretasikan dan menganalisis data dalam penelitian ini adalah dengan teknik *Structural Equation Model* (SEM) dengan *software* AMOS 16. Model yang diajukan dapat diterima setelah asumsi-asumsi terpenuhi yaitu normalitas dengan *critical ratio multivariate* $< 2,58$ dan *Standardized Residual Covariance* $< 2,58$. Dengan *Determinant of Covariance Matrix* 18,877.

Model pengukuran eksogen dan endogen telah diuji dengan menggunakan analisis konfirmatori. Selanjutnya model pengukuran tersebut dianalisis dengan *Structural Equation Model* (SEM) untuk pengujian hubungan kausalitas antar variabel-variabel yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh kualitas layanan, citra rumah sakit, *experiential marketing*, kepuasan konsumen dan retensi konsumen memenuhi kriteria *Goodness of Fit* yaitu *chi square* = 114,329; *probability* = 0,421; GFI = 0,899; AGFI = 0,861; TLI = 0,996; CFI = 0,997; CMIN/DF = 1,021; RMSEA = 0,014. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa model tersebut dapat diterima.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Rumah Sakit, *Experiential Marketing*, Kepuasan Konsumen dan Retensi Konsumen