

Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas di Unit Rawat Jalan Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang

Anton Ferry Ananda¹

Sri Dwiningsih²

Ucik Retno Dini Sylvia³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kertanegara Malang

Korespondensi :

anton.ferry@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is to analyze the influence of Green Marketing on patient satisfaction and loyalty in the Outpatient Service Unit of Hermina Tangkuban Prahur Hospital, Malang. The research method used in this research is quantitative descriptive research with the research location located at the Hermina Tangkuban Prahur Hospital, Malang, which is located on Jalan Tangkuban Prahur No. 27-33 Malang City. The population in this study was 1,033 patients who visited Hermina Tangkuban Prahur Hospital during January to May 2024, of which the sample studied was 91 people. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the analysis, it shows that Green Marketing partially influences patient satisfaction and Green Marketing partially influences patient loyalty in the Outpatient Service Unit of Hermina Tangkuban Prahur Hospital, Malang.

Keywords: Green Marketing, Patient satisfaction, Patient loyalty

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh *Green Marketing* terhadap Kepuasan dan Loyalitas pasien di Unit Pelayanan Rawat Jalan Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan lokasi penelitian terletak di Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang yang terletak Di Jalan Tangkuban Prahur No. 27-33 Kota Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien yang berkunjung di Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur selama bulan Januari hingga Mei 2024 sebanyak 1.033 orang dimana sampel yang diteliti sebanyak 91 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa *Green Marketing* secara parsial mempengaruhi kepuasan pasien dan *Green Marketing* secara parsial mempengaruhi loyalitas pasien di Unit Pelayanan Rawat Jalan Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang.

Kata Kunci: *Green Marketing*, Kepuasan pasien, Loyalitas pasien

I. PENDAHULUAN

Rumah sakit merupakan unit pelayanan kesehatan masyarakat yang mempunyai peran yang paling penting pada meningkatkan kesehatan masyarakat. *Green Marketing* dapat diartikan sebagai pemasaran yang menggunakan isu berkaitan dengan lingkungan sebagai strategi untuk pemasaran produk. Pada sudut pandang pasien, *Green marketing* yakni jalan keluar untuk permasalahan pasien dan mencakup biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh pelayanan yang memenuhi kepuasan yang dikehendaki pasien juga cukup besar. Kepuasan pelayanan yang di berikan Rumah sakit meliputi pelayanan yang menyenangkan, nyaman dan komunikasi yang baik.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan dimana kinerja suatu produk maupun jasa yang dirasa sesuai dengan harapannya. Apabila kinerja produk ataupun jasa lebih kecil dari apa yang diharapkan, maka customer tidak merasa puas. Dan apabila kinerja yang dihasilkan lebih dari apa yang diharapkan, maka customer akan merasa puas. Loyalitas konsumen adalah kesetiaan yang ditampilkan dengan perilaku penggunaan secara teratur dalam waktu yang panjang mencakup serangkaian keputusan pelanggan. Hasil riset menyatakan bahwa kualitas yang berhubungan dengan *buyer-seller* membawa dampak positif terhadap tingkat penggunaan jasa kembali. Kepuasan konsumen merupakan tolak ukur keberhasilan dalam pelayanan. Dengan kepuasan terciptalah image positif dari konsumen. Agar mendapatkan image yang baik perlunya hubungan dan komunikasi yang baik.

Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur adalah rumah sakit swasta unggulan, memiliki lokasi yang mudah dijangkau yaitu berada di Kota Malang, lokasinya mudah diakses karena dilalui oleh kendaraan umum. Ada beberapa pelayanan di dalam Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur diantaranya adalah Instalasi Rawat Jalan (Poliklinik umum dan spesialis, Poliklinik Tumbuh Kembang, Poliklinik Gigi, Poliklinik Anak, Poliklinik Laktasi, Poliklinik kebidanan dan kandungan), Instalasi Gawat Darurat, Instalasi Rawat Inap, Instalasi Kamar Operasi, Instalasi Kamar Bersalin, Instalasi Farmasi, Instalasi Radiologi dan Instalasi Laboratorium serta gedung pelayanan administrasi, dan pelayanan penunjang lainnya. Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang telah menerapkan konsep *Green Marketing* pada produknya, dan oleh karenanya dapat dilihat bahwa Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang termasuk pada salah satu rumah sakit yang ramah lingkungan, tidak mencemari lingkungan dengan limbah rumah sakit, produk unggulan yang di berikan oleh Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang adalah produk yang sudah tidak memakai bahan kertas dan bahan plastik dalam pelayanan di Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang, Produk yang di unggulan sudah memakai teknologi Informasi yang terjamin privasi untuk pasien dan dapat di akses oleh pasien itu sendiri karena hasil dari pemeriksaan sudah dalam bentuk sistem yang akan di kirim melalui email pasien.

Adanya beberapa fenomena diatas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap variabel *Green Marketing*, Kepuasan dan loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang dalam membangun konsep produknya, dimana apakah kedua variabel tersebut mempengaruhi Konsumen dalam bentuk Kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap produk Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang. Dengan fakta tersebut diharapkan jawaban atau tanggapan yang diperoleh dari responden nantinya juga bervariasi.

II. METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Menurut Koentjaraningrat (1985:29) metode deskriptif, jika penelitian yang bersifat deskriptif mempunyai tujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu atau untuk menentukan frekuensi

atau penyebab suatu gejala atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara satu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat. Dalam penelitian ini, penulis meneliti dan menggambarkan fakta dan data dengan sistematis secara faktual dan akurat berdasarkan analisis *Green marketing* terhadap loyalitas dan kepuasan pasien unit rawat jalan, Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapat gambaran dan informasi yang lebih jelas, lengkap serta memungkinkan dan mudah bagi peneliti untuk melakukan penelitian observasi. Oleh karena itu, maka penulis menetapkan lokasi penelitian adalah tempat dimana akan di lakukan. Dalam hal ini, lokasi penelitian terletak di Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang yang terletak Di jalan Tangkuban Prahur No. 27-33 Kota Malang tepat di sebelah Mall Olympic Garden. Penelitian ini di lakukan pada Bulan Januari 2024 hingga Bulan Mei 2024.

C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Green Marketing*, sedangkan variabel dependen yaitu Kepuasan dan Loyalitas pasien.

D. Sumber Data

Sumber data yang akan diguankan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2017:223), "Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data yang merupakan data di peroleh dari responden secara langsung, yaitu melalui pengisian kuesioner oleh Pasien yang ada di unit Rawat Jalan Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang. Adapun data primer merupakan data langsung dari obyek penelitian tersebut. Data penelitian ini murni dari hasil jawaban responden yang berkaitan dengan judul yang dikemukakan.

E. Populasi dan Sampel

Menurut Handayani (2022), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien yang berkunjung di Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur selama bulan Januari hingga Mei 2024 sebanyak 1.033 orang. Penelitian ini menggunakan sampel yang mewakili populasi yang ada pada Pasien Poliklinik Kebidanan Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Kota Malang, yang artinya sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut. Maka dengan perhitungan slovin adalah :

$$\begin{aligned} n &= N / (1+N e^2) = 1.033 / (1+1.033 \times 0,12) \\ &= 1.033 / (1+1.033 \times 0,01) \\ &= 1.033 / (1+10,33) \\ &= 1.033 / 11,33 \\ &= 91,18 / 91 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka sampel yang diteliti sebanyak 91 orang.

F. Teknik Analisis Data

Adapun metode yang digunakan adalah Uji Kualitas Data dan Analisis Regresi Linear Berganda. Metode Uji Kualitas Data ini dapat digunakan untuk menguji kelayakan data yang diambil dari hasil jawaban responden pada penelitian ini. Metode Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk dipakai untuk melihat kelayakan kuat tidaknya pengaruh antara variabel-variabel yang diuji yaitu pengaruh variabel *Green Marketing* terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan dan Loyalitas pasien.

1. Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, ataupun valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dengan kuesioner tersebut.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu tes merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel terhadap variabel dependen (Imam,2013). Pengaruh antara variabel-variabel tersebut akan diformulasikan dalam persamaan:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

X1 = *Green Marketing*

ba = Konstanta

e = Standar error atau Variabel yang diteliti

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen/variabel atau variabel bebas (Imam, 2013). Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak hanya hubungan linier antar variabel independen atau variabel bebas yang dipengaruhi dengan variabel dependen atau variabel terikat.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance maupun residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual pada satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Biasanya data crossection mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran kecil, sedang, besar (Ghozali, 2011b).

c) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak, karena model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal. Pembuktian apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak, dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya yaitu pada histogram maupun normal probability plot. Pada histogram data dikatakan memiliki distribusi yang normal jika data tersebut berbentuk seperti lonceng,

sedangkan pada normal probability plot data dikatakan normal jika ada penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Ghozali (2011a) menyebutkan jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4. Koefisien Determinan (R²)

Uji R² digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini koefisien determinasi menggunakan nilai adjusted R².

5. Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (independen) secara individual dalam menerangkan variasi variabel. dependen. Uji t mempunyai nilai signifikansi $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik t adalah jika nilai signifikansi t (p-value) < 0,05, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa suatu variable independen secara individual dan signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu alat ukur yang digunakan. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu keadaan yang diukur oleh peneliti tersebut. Dalam melakukan uji validitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 91 responden karena meminimalkan kerelevanan suatu alat ukur yang digunakan layak atau tidak layak nya untuk disebarakan kepada sampel. Berdasarkan hasil pengolahan data 91 responden yang digunakan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Green Marketing

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Nilai r Tabel	Keterangan
Green Marketing (X)	X.1	0,833	0,2039	Valid
	X.2	0,923	0,2039	Valid
	X.3	0,856	0,2039	Valid
	X.4	0,753	0,2039	Valid

Sumber : Data Primer diolah tahun 2024

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pasien

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Nilai r Tabel	Keterangan
Kepuasan Pasien (Y1)	Y1.1	0,795	0,2039	Valid
	Y2.2	0,861	0,2039	Valid
	Y3.3	0,811	0,2039	Valid

Sumber : Data Primer diolah tahun 2024

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pasien

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Nilai r Tabel	Keterangan
Loyalitas Pasien (Y2)	Y2	1,000	0,2039	Valid

Sumber : Data Primer diolah tahun 2024

Berdasarkan pada tabel diatas hasil uji validitas untuk variabel *Green marketing* (X) sebanyak 91 sampel maka $df=91-2$, $\Rightarrow df=89$. Nilai r Tabel dari $df=89$ adalah 0,1735 dari hasil uji validitas diatas dapat dilihat bahwa semua nilai r Hitung > dari 0,1735 sehingga dapat disimpulkan semua butir kuesioner untuk Variabel X adalah Valid. Pernyataan diperoleh bahwa semua butir kuesioner Nilai Sig. < Alpha (0,05) dan Nilai r Hitung > r Tabel 0,1735, dimana Nilai r Hitung paling Tinggi yaitu 0,909 dan paling Rendah 0,219 Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan Variabel *Green Marketing* (X) dinyatakan Valid.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS diperoleh hasil pengujian realibilitas kuesioner menggunakan *Alpha cronbach* Hasil uji reliabilitas dikonsultasikan dengan daftar nilai r alpha indeks korelasi :

Kategori koefisien reliabilitas (Guilford, 1956:145) adalah sebagai berikut:

- 0,80 < r11 1,00 reliabilitas sangat tinggi
- 0,60 < r11 0,80 reliabilitas tinggi
- 0,40 < r11 0,60 reliabilitas sedang
- 0,20 < r11 0,40 reliabilitas rendah.
- 1,00 r11 0,20 reliabilitas sangat rendah (tidak reliable).

Tabel 4
Hasil Reliabilitas seluruh Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Green Marketing</i>	0,854	Reliabilitas Sangat Tinggi
Kepuasan Pasien	0,740	Reliabilitas Sangat Tinggi
Loyalitas Pasien	1	Reliabilitas Sangat Tinggi

Sumber : Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas ketentuan reliabel diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian yang disebarkan kepada 91 responden hasil uji nilai *Cronbach's alpha* yaitu untuk semua Variabel *Green Marketing* (X) sebesar 0,922. Artinya kuesioner yang kita buat sudah reliabel karena lebih besar dari Nilai 0,60 sehingga daat disimpulkan kuesioner penelitian tersebut *Reliabel*.

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Berikut merupakan hasil pengujian regresi sederhana.

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana X terhadap Y1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,782	,744			5,086	,000		
X	,409	,045	,691		9,008	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data Output SPSS 25

Persamaan Regresi Linier Sederhana: $Y1 = a + bX$

a : Angka Constant. Dalam tabel diatas adalah 3,782, angka ini berarti jika tidak ada variable X maka Nilai Konsisten Y1 adalah 3,782

b : Angka Koefisien Regresi.

Nilai X = 0,409, berarti Setiap penambahan 1% X maka Y1 akan meningkat 0,409

$$Y = 3,782 + 0,409X$$

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana X terhadap Y2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,818	,511			3,555	,001		
X	,159	,031	,475		5,090	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y2

Sumber : Data Output SPSS 25

Persamaan Regresi Linier Sederhana $Y2 = a + Bx$

a : Angka Constant. Dalam tabel diatas adalah 1,818, angka ini berarti jika tidak ada variable X maka Nilai Konsisten Y2 adalah 1,818

b : Angka Koefisien Regresi.

Nilai X = 0,159, berarti Setiap penambahan 1% X maka Y1 akan meningkat 0,159

$$Y = 1,818 + 0,159X$$

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinieritas X terhadap Y1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,782	,744			5,086	,000		
X	,409	,045	,691		9,008	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data Output SPSS 25

Tabel 8
Hasil Uji Multikolineritas X terhadap Y2

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	1,818	,511		3,555	,001		
X	,159	,031	,475	5,090	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y2

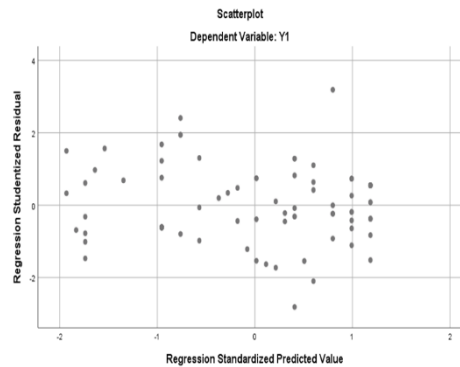
Sumber : Data Output SPSS 25

Dari nilai VIF di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF tiap-tiap Variabel Independen (X) bernilai < 10 dan Nilai Tolerance masing-masing Variabel Independen (X) diatas 0.1, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala Multikolineritas pada Model Penelitian.

2. Uji Heteroskedastisitas

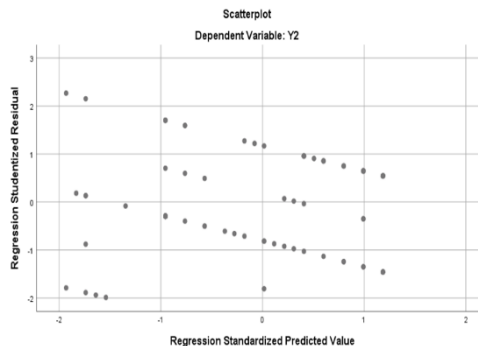
Uji heteroskedastiditas dilakukan dengan menggunakan plot residual. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

Gambar 1
Uji Heteroskedastisitas X terhadap Y1



Sumber : Data Output SPSS 25

Gambar 2
Uji Heteroskedastisitas X terhadap Y2



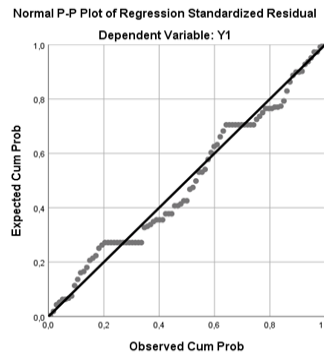
Sumber : Data Output SPSS 25

Berdasarkan data residual berupa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan Regresi yang diajukan penelitian ini tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

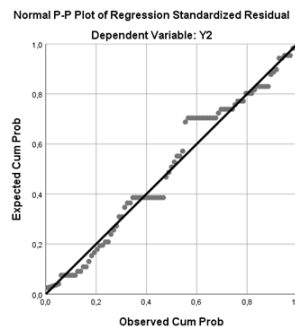
Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah memiliki distribusi normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan kurva normal probability plot, dengan ketentuan jika titik-titik pada grafik menyebar dan berhimpit mengikuti sekitar grafik diagonal maka data yang digunakan berdistribusi secara normal (Ghozali, 2006:83). Hasil pengujian grafik dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 3
Uji Normalitas X terhadap Y1



Sumber : Data Output SPSS 25

Gambar 4
Uji Normalitas X terhadap Y2



Sumber : Data Output SPSS 25

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa plot yang tercantum membentuk dan mendekati Garis Diagonal. Berdasarkan gambar di atas, Data hasil penelitian menyebar mengikuti arah garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara grafik residual model berdistribusi normal.

Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh sumbangan pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berganda adalah antara 0 dan 1. Nilai yang semakin mendekati angka 0 maka semakin kecil pengaruhnya. Jika mendekati angka 1 maka semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian determinasi berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 9
Uji Koefisien Determinasi (R²) X terhadap Y1

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,691 ^a	,477	,471	,73624	2,181

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data Output SPSS 25

Berdasarkan hasil determinasi Variabel Dependen Kepuasan Pasien (Y1) pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai R² sebesar 0,477 atau 47,7%. Artinya, Variabel Independen *Green Marketing* (X) memiliki pengaruh terhadap Variabel Dependen Kepuasan Pasien (Y1) sebesar 47,7%. Sedangkan sisanya (100% - 47,7% = 52,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Tabel 10
Uji Koefisien Determinasi (R²) X terhadap Y2

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,475 ^a	,225	,217	,50631	1,923

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y2

Sumber : Data Output SPSS 25

Berdasarkan hasil determinasi Variabel Dependen Loyalitas Pasien (Y2) pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai R² sebesar 0,225 atau 22,5%. Artinya, Variabel Independen *Green Marketing* (X) memiliki pengaruh terhadap Variabel Dependen Loyalitas Pasien (Y2) sebesar 22,5%. Sedangkan sisanya (100% - 22,5% = 77,5%) dipengaruhi oleh variabel Lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

UJI HIPOTESIS

Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual atau dengan kata lain menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variabel terikat. Dengan membandingkan Nilai t-Hitung dengan t-Tabel dengan Tingkat Kepercayaan 95% $\alpha = 0.05$ Hipotesis yang digunakan dan kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai t hitung < t table , artinya Ho diterima
- Jika nilai t hitung > t table , artinya Ho ditolak

Dengan jumlah n = 91 maka Nilai t Tabel adalah $n-1 = df-1 = 90$, Nilai t Tabel adalah 1,662

Tabel 11
Hasil Uji Parsial (Uji-t) X terhadap Y1
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,782	,744		5,086	,000		
X	,409	,045	,691	9,008	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data Output SPSS 25

Hasil Uji t berdasarkan nilai t hitung dan t tabel :

Variabel X memiliki nilai t hitung (9,008) > t table (1,986) , artinya *Green Marketing* berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien (Y1).

Hasil Uji t berdasarkan nilai Sig. :

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa Hasil uji T dalam Variabel X terhadap Y1 diperoleh signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka berarti ada pengaruh signifikan antara X terhadap Y1. Hipotesis pertama terbukti.

Beberapa cara yang berdampak positif adalah:

1. Peningkatan Citra dan Kepercayaan
2. Pengalaman Pasien yang Lebih Baik dengan adanya Inisiatif *Green Marketing*, seperti penggunaan bahan ramah lingkungan, pengurangan limbah medis, dan penghematan energi, dapat meningkatkan kualitas lingkungan fisik di fasilitas kesehatan yang pada gilirannya meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pasien,
3. Kepedulian terhadap Kesehatan Lingkungan
4. Efisiensi Operasional, seperti pengurangan biaya energi dan pengelolaan limbah yang lebih baik. Efisiensi ini dapat diteruskan ke pasien dalam bentuk biaya layanan yang lebih rendah atau peningkatan layanan.
5. Inovasi dan Keunggulan Kompetitif yang dapat menarik pasien yang menghargai inovasi dan keunggulan dalam perawatan kesehatan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Faisal, Rusdiah Iskandar, Rahmawati Rahmawati (tahun 2020) yang menyatakan bahwa *Green Marketing* mempengaruhi Kepuasan Pasien pada unit rawat inap.

Tabel 12
Hasil Uji Parsial (Uji-t) X terhadap Y2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,818	,511			3,555	,001		
X	,159	,031	,475		5,090	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y2

Sumber : Data Output SPSS 25

Hasil Uji t berdasarkan nilai t hitung dan t tabel :

Variabel X memiliki nilai t hitung (5,090) > t table (1,986) , artinya *Green Marketing* berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien (Y2).

Hasil Uji t berdasarkan nilai Sig. :

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa Hasil uji t dalam Variabel X terhadap Y2 diperoleh signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka berarti ada pengaruh signifikan antara X terhadap Y2. Hipotesis pertama terbukti.

Dengan mengadopsi dan mempromosikan praktik *Green Marketing*, penyedia layanan kesehatan dapat membangun hubungan jangka panjang yang lebih kuat dengan pasien mereka yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan retensi pasien, hal ini bisa didukung dengan beberapa cara yaitu:

1. Program Loyalitas Berbasis Keberlanjutan: Menawarkan insentif bagi pasien yang berpartisipasi dalam program daur ulang atau pengurangan limbah.

2. Penggunaan Teknologi Hijau: Memanfaatkan teknologi yang mengurangi jejak karbon dan meningkatkan efisiensi layanan, seperti rekam medis elektronik dan telemedicine.
3. Edukasi Lingkungan: Mengadakan seminar atau kampanye tentang pentingnya keberlanjutan dan bagaimana pasien dapat berkontribusi.
4. Desain Fasilitas Ramah Lingkungan: Merancang ruang tunggu dan area perawatan dengan bahan ramah lingkungan dan menyediakan area hijau yang nyaman bagi pasien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jusni ambo upe, Ahmadi Usman Universitas Hasanuddin (Tahun 2022) yang menyatakan bahwa *Green Marketing* mempengaruhi Loyalitas Pasien pada unit rawat inap.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti mendapat kesimpulan sebagai berikut:

1. *Green Marketing* mempengaruhi Kepuasan Pasien di Unit Pelayanan Rawat Jalan Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang.
2. *Green Marketing* mempengaruhi loyalitas pasien di Unit Pelayanan Rawat Jalan Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang.

SARAN

1. Untuk Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang
Untuk Rumah Sakit Hermina Tangkuban Prahur Malang dengan adanya hasil kuesioner dari responden agar Rumah Sakit dapat melakukan evaluasi untuk Pelayanan, Produk, Infrastruktur dan hal lain yang berkaitan dengan Operasional Rumah Sakit.
2. Untuk Peneliti Berikutnya
Untuk penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis untuk menambahkan variabel independen lain agar hasil penelitian yang diperoleh semakin luas. Selain itu untuk peneliti selanjutnya disarankan juga untuk mengkaji lebih lanjut variabel – variabel lain di luar penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011a). *Aplikasi analisis multivariate dengan IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*.(cet. 5). Semarang: Badan Penerbit UNDIP Semarang.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Guilford, J. P. (1956). *The Guilford-Zimmerman Aptitude Survey*. *Personnel & Guidance Journal*.
- Imam, G. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. ISBN, 979(015.1).
- Koentjaraningrat. (1985). *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225, 87.
- Sukmadilaga, C., Winarningsih, S., Handayani, T., Herianti, E., & Ghani, E. K. (2022). *Fraudulent Financial Reporting in Ministerial and Governmental Institutions in Indonesia: An Analysis Using Hexagon Theory*. *Economies*, 10(4), 86.
- Upe, J. A., & Usman, A. (2022). *PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA STARBUCKS COFFEE DI KOTA MAKASSAR*. *Journal of Applied Business & Economics (JABE)*, 9(1).