



Ranah Research

E-ISSN: 2655-0865

Journal of Multidisciplinary Research and Development

082170743613

ranahresearch@gmail.com

<https://jurnal.ranahresearch.com>



DOI: <https://doi.org/10.38035/rri>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Analisis Kualitas Pelayanan Darah terhadap Kepuasan Konsumen di PMI

Achmad Reza Diagitama¹, Siti Soekiswati², Burhanudin Ichsan³

¹Student of Magister Program in Hospital Administration, Muhammadiyah University of Surakarta, Indonesia, J508230006@student.ums.ac.id

²Lecture of Magister Program in Hospital Administration, Muhammadiyah University of Surakarta, Indonesia, Ss123@ums.ac.id

³Lecture of Magister Program in Hospital Administration, Muhammadiyah University of Surakarta, Indonesia, bi268@ums.ac.id

Corresponding Author: J508230006@student.ums.ac.id¹

Abstract: *Blood transfusion is a vital service in the healthcare sector, significantly contributing to patient recovery. This study aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction at the Blood Transfusion Unit (BTU) of the Indonesian Red Cross (PMI) in Surakarta City. The research adopts a quantitative approach with a descriptive design, involving 190 to 380 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale-based questionnaire to measure aspects of tangibility, responsiveness, reliability, assurance, empathy, and communication. The results indicate that the service quality at PMI Surakarta is perceived as satisfactory by respondents, with average scores ranging from 3.38 to 4.22. Multiple linear regression analysis reveals that service quality and communication significantly influence customer satisfaction. Validity and reliability tests confirm that the instruments used are both valid and reliable. This study contributes theoretically by strengthening evidence-based literature and offers practical benefits for developing strategies to improve services at PMI. These findings are expected to serve as a data-driven foundation for decision-making to enhance public trust and satisfaction with blood transfusion services.*

Keyword: *service quality, customer satisfaction, blood transfusion, PMI*

Abstrak: Transfusi darah merupakan layanan penting dalam dunia kesehatan, yang berkontribusi signifikan terhadap pemulihan kesehatan pasien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Unit Transfusi Darah (UTD) Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Surakarta. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan desain deskriptif, melibatkan 190 hingga 380 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert untuk mengukur aspek tangible, responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PMI Kota Surakarta dinilai cukup baik oleh responden, dengan rata-rata skor berkisar antara 3,38 hingga 4,22. Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi memiliki pengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji validitas dan reliabilitas memastikan bahwa instrumen yang digunakan valid dan reliabel. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis melalui penguatan literatur berbasis bukti dan manfaat praktis bagi pengembangan strategi peningkatan layanan di PMI. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan berbasis data untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan transfusi darah.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, transfusi darah, PMI

PENDAHULUAN

Dunia kedokteran telah membuat kemajuan yang signifikan dalam memahami sirkulasi darah dalam beberapa ratus tahun terakhir. Philip Syng Physick melakukan transfusi darah manusia pertama kali pada tahun 1795, dan transfusi darah manusia pertama untuk mengobati perdarahan terjadi di Inggris pada tahun 1818 oleh Dr. James Blundell (Lotterman dan Sharma, 2022). Kemajuan pesat telah dicapai dalam memahami penggolongan darah, komponen darah, dan penyimpanan sejak awal tahun 1900-an. Hal ini telah berkembang menjadi bidang transfusi darah. Transfusi darah melibatkan laboratorium dan kedokteran klinis, dan dokter dari berbagai spesialisasi, seperti patologi, hematologi, anestesi, dan pediatri, berkontribusi pada bidang ini. Transfusi sel darah merah telah menjadi prosedur yang relatif umum. Di seluruh dunia, terdapat sekitar 85 juta unit transfusi sel darah merah (D'Alessandro, 2019).

Pelayanan transfusi darah di Indonesia diselenggarakan oleh Palang Merah Indonesia (PMI). Awalnya penyelenggaraan transfusi darah oleh PMI bernama Dinas Transfusi Darah (DTD) pada tahun 1951 yang kemudian berganti menjadi Lembaga Transfusi Darah (LTD) pada tahun 1980. Pada akhirnya nama tersebut diubah menjadi Unit Transfusi Darah (UTD) pada tahun 1993 dan menjadi nama yang digunakan sampai sekarang (PMI, 2024). Pelayanan transfusi darah mencakup berbagai tahap, mulai dari perencanaan hingga pemulihan kesehatan pasien. Proses ini melibatkan perencanaan, pengerahan, dan pelestarian pendonor darah, penyediaan darah, pendistribusian darah, serta tindakan medis pemberian darah kepada pasien. Tujuan utama dari pelayanan ini adalah menyembuhkan penyakit dan memulihkan kesehatan pasien (Kemenkes RI, 2015). Kepuasan konsumen pada dasarnya adalah penilaian yang dibuat oleh konsumen sehubungan dengan rasa pemenuhannya terkait dengan pilihannya tentang pembelian dan penggunaan produk dan layanan tertentu. Konsep kepuasan yang muncul dari penelitian terdahulu memiliki tiga elemen yang sama: fakta bahwa kepuasan merupakan respons (baik kognitif maupun emosional) terhadap proses evaluasi; fakta bahwa respons tersebut bergantung pada fokus tertentu (yang dibentuk oleh ekspektasi individu, standar perbandingan, dan pengalaman konsumsi); dan fakta bahwa hal tersebut bergantung pada waktu tertentu di mana respons tersebut terjadi (Guido, 2015).

Kualitas layanan berfungsi sebagai evaluasi kritis tentang sejauh mana layanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen. Evaluasi ini menjadi sangat penting dalam bidang bisnis yang berorientasi pada layanan, di mana operator menemukan diri mereka terus-menerus terlibat dalam penilaian yang cermat terhadap kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan mereka. Tujuan utama di balik evaluasi yang sedang berlangsung ini bermacam-macam, mulai dari kebutuhan mendesak untuk meningkatkan pengalaman layanan secara keseluruhan hingga identifikasi cepat terhadap masalah potensial yang mungkin membahayakan standar layanan. Selain itu, analisis komprehensif terhadap kualitas layanan membantu dalam pemahaman yang lebih baik mengenai kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan layanan mereka dengan lebih tepat untuk memenuhi dan melampaui harapan pelanggan mereka yang beragam. Pendekatan multifaset ini tidak hanya memastikan peningkatan berkelanjutan dalam penyediaan layanan, tetapi juga menumbuhkan

lingkungan yang dinamis dan responsif yang selaras dengan kebutuhan dan preferensi klien yang terus berkembang (Ramya *et al.*, 2019).

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan pemahaman lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, khususnya di PMI Surakarta. Dengan meneliti variabel-variabel yang memengaruhi kepuasan konsumen, diharapkan penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoritis melalui penguatan literatur yang berbasis bukti, tetapi juga manfaat praktis bagi para praktisi dalam mengembangkan strategi peningkatan kualitas pelayanan darah yang lebih optimal. Temuan penelitian ini diharapkan mampu menjadi dasar pengambilan keputusan yang berbasis data dalam upaya meningkatkan kepercayaan dan kepuasan masyarakat terhadap layanan PMI.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif, berdasarkan filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan instrumen penelitian, seperti kuesioner, serta menganalisis data secara statistik untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2013). Penelitian dilakukan di PMI Kota Surakarta selama September hingga Oktober 2024, dengan populasi berupa seluruh pengunjung pelayanan darah PMI pada periode tersebut dan sampel yang ditentukan menggunakan metode purposive sampling sebanyak 190 hingga 380 responden, sesuai kriteria inklusi yaitu konsumen yang bersedia menandatangani informed consent. Data dikumpulkan melalui wawancara dan kuesioner dengan skala Likert 1–5 untuk mengukur tanggapan responden terhadap variabel penelitian, seperti tangible, responsiveness, reliability, assurance, empathy, dan komunikasi, yang memengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hubungan variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan dan komunikasi, terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan, serta menganalisis pengaruh langsung maupun tidak langsung melalui loyalitas pelanggan. Pengujian signifikan dilakukan menggunakan uji F untuk pengaruh serempak dan uji T untuk pengaruh parsial, serta analisis jalur (path analysis) untuk mengevaluasi hubungan sebab-akibat antar variabel dengan model struktural tertentu, menggunakan perangkat lunak SPSS. Penelitian ini mencakup tahapan pengajuan proposal, persetujuan ethical clearance, perizinan, pengumpulan data, analisis, hingga publikasi hasil sesuai jadwal yang telah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Karakteristik Umum Subjek

Karakteristik	n (%)	Rerata ± SD
Usia (tahun)		39,8 ± 6
Jenis Kelamin		
Laki – laki	120 (60,0)	
Perempuan	80 (40,0)	
Pendidikan		
SD	0 (0,0)	
SMP	8 (4,0)	
SMA	87 (43,5)	
S1	97 (48,5)	
S2	8 (4,0)	

Pada penelitian ini rata – rata usia subjek adalah 39,8 ± 6 tahun. Sebagian besar (60%) subjek adalah laki – laki. Sebagian besar subjek berpendidikan S1 (49,5%) dan SMA (43,5%). Sebelum melakukan analisis lebih lanjut, kami melakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menentukan apakah poin – poin dalam pertanyaan kuesioner valid dan reliabel untuk dianalisis sebagai bahan penelitian. Uji validitas dan uji reliabilitas dimuat pada tabel berikut.

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

	Pertanyaan	r	Validitas	Cronbach α	Reliabilitas
A	1. Petugas berpenampilan bersih dan rapi	0,968	Valid	0,843	Reliabel
	2. Ruang tindakan dalam keadaan rapi	0,878	Valid		
	3. Peralatan tersedia dan siap digunakan	0,897	Valid		
	4. Tempat duduk / bed tindakan nyaman	0,906	Valid		
B	5. Petugas melayani pasien atau pendonor ...	0,961	Valid	0,842	Reliabel
	6. Petugas mendengarkan keluhan pasien ...	0,915	Valid		
	7. Petugas menanggapi keluhan pasien ...	0,891	Valid		
	8. Petugas merespon pertanyaan pasien atau ...	0,863	Valid		
C	9. Petugas melayani tepat waktu	0,966	Valid	0,843	Reliabel
	10. Petugas memberi penjelasan prosedur donor darah	0,905	Valid		
	11. Petugas melayani pasien secara profesional	0,880	Valid		
	12. Petugas melayani pasien tanpa membeda-bedakan	0,903	Valid		
D	13. Petugas melayani dengan sopan	0,959	Valid	0,841	Reliabel
	14. Petugas melakukan tindakan dengan terampil	0,881	Valid		
	15. Petugas memberi rasa aman pada saat tindakan	0,894	Valid		
	16. Petugas menjelaskan risiko komplikasi ...	0,891	Valid		
E	17. Petugas melayani dengan sabar	0,965	Valid	0,840	Reliabel
	18. Petugas menanyakan kondisi pendonor	0,881	Valid		
	19. Petugas memberi rasa nyaman	0,869	Valid		
	20. Petugas murah senyum	0,879	Valid		
F	21. Petugas menyampaikan informasi dengan jelas	0,960	Valid	0,803	Reliabel
	22. Petugas memberi penjelasan tentang istilah ...	0,794	Valid		
	23. Petugas menanyakan kembali kepada anda ...	0,804	Valid		
	24. Petugas memberi anda kesempatan untuk ...	0,821	Valid		
	25. Petugas menjawab pertanyaan anda dengan sopan	0,802	Valid		
	26. Petugas menghargai anda sebagai lawan bicara	0,811	Valid		
G	27. Saya merasa nyaman karena fasilitas ...	0,852	Valid	0,804	Reliabel
	28. Saya merasa aman karena petugas terampil ...	0,778	Valid		
	29. Saya merasa puas karena proses donor ...	0,755	Valid		
	30. Saya merasa puas donor darah di sini karena ...	0,756	Valid		
H	31. Saya sudah pernah donor darah lebih dari 1 ...	0,978	Valid	0,849	Reliabel
	32. Saya merasa puas dan berencana untuk rutin ...	0,888	Valid		
	33. Saya mengajak teman / kenalan saya untuk ...	0,978	Valid		
	34. Saya merasa sangat senang donor darah ...	0,978	Valid		

Tabel tersebut menunjukkan bahwa semua poin dalam kuesioner valid dan reliabel. Sehingga semua hasil kuesioner dapat diolah. Adapun rangkuman hasil kuesioner yang diisi subjek dimuat pada tabel berikut:

Tabel 3. Rangkuman Kuesioner Subjek

	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Rerata skor
A	1. Petugas berpenampilan bersih dan rapi	0	46	52	50	52	3,54
	2. Ruang tindakan dalam keadaan rapi	15	30	58	27	70	3,53
	3. Peralatan tersedia dan siap digunakan	19	39	36	37	69	3,49
	4. Tempat duduk / bed tindakan nyaman	21	36	51	29	63	3,38
B	5. Petugas melayani pasien atau pendonor dengan cepat	0	53	52	49	46	3,44
	6. Petugas mendengarkan keluhan pasien ...	17	47	42	30	64	3,39
	7. Petugas menanggapi keluhan pasien ...	21	34	44	33	68	3,47
	8. Petugas merespon pertanyaan pasien atau ...	11	33	61	33	62	3,51

Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Rerata skor
C 9. Petugas melayani tepat waktu	0	42	45	57	56	3,64
10. Petugas memberi penjelasan prosedur donor darah	20	29	49	30	72	3,53
11. Petugas melayani pasien secara profesional	15	20	48	39	78	3,73
12. Petugas melayani pasien tanpa membedakan	16	30	46	33	75	3,61
D 13. Petugas melayani dengan sopan	0	54	52	52	42	3,41
14. Petugas melakukan tindakan dengan terampil	18	33	51	35	63	3,46
15. Petugas memberi rasa aman pada saat tindakan	16	40	51	35	58	3,40
16. Petugas menjelaskan risiko komplikasi ...	119	34	53	39	55	3,39
E 17. Petugas melayani dengan sabar	0	46	44	64	46	3,55
18. Petugas menanyakan kondisi pendonor	15	29	59	35	62	3,50
19. Petugas memberi rasa nyaman	9	34	58	30	69	3,58
20. Petugas murah senyum	8	34	51	37	70	3,64
F 21. Petugas menyampaikan informasi dengan jelas	0	0	67	67	66	4,00
22. Petugas memberi penjelasan tentang istilah ...	0	21	40	55	84	4,01
23. Petugas menanyakan kembali kepada anda ...	0	22	35	51	92	4,07
24. Petugas memberi anda kesempatan untuk ...	0	27	46	36	91	3,96
25. Petugas menjawab pertanyaan anda dengan sopan	0	20	44	48	88	4,02
26. Petugas menghargai anda sebagai lawan bicara	0	26	40	23	88	3,98
G 27. Saya merasa nyaman karena fasilitas ...	0	0	35	136	29	3,97
28. Saya merasa aman karena petugas terampil ...	0	12	56	56	76	3,98
29. Saya merasa puas karena proses donor ...	0	7	60	57	76	4,01
30. Saya merasa puas donor darah di sini karena ...	0	14	49	66	71	3,97
H 31. Saya sudah pernah donor darah lebih dari 1 ...	0	0	15	127	58	4,22
32. Saya merasa puas dan berencana untuk rutin ...	0	11	74	88	27	3,66
33. Saya mengajak teman / kenalan saya untuk ...	0	0	15	127	58	4,22
34. Saya merasa sangat senang donor darah ...	0	0	15	127	58	4,22

Tabel tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PMI Kota Surakarta dinilai cukup baik dimata responden dengan rentang nilai rerata 3,38 – 3,73. Sebagian besar subjek setuju dan sangat setuju pada kualitas pelayanan yang telah diberikan namun sebagian subjek masih menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju pada beberapa poin kuesioner. Komunikasi dinilai cukup baik dimata responden dengan rentang nilai rerata 3,96 – 4,07. Aspek komunikasi dinilai lebih baik dibanding kualitas pelayanan menurut subjek. Sebagian besar subjek setuju dan sangat setuju pada kualitas pelayanan yang telah diberikan namun sebagian subjek masih menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju pada beberapa poin kuesioner. Kepuasan pendonor cukup baik dengan rentang nilai rerata 3,97 – 4,01. Sebagian besar pendonor puas terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan PMI Kota Surakarta dan hanya sebagian kecil yang menjawab tidak setuju. Loyalitas pendonor mendapat nilai yang bagus dengan rentang rerata 3,66 – 4,22. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa hanya 11 dari 200 subjek yang menjawab tidak setuju.

Tabel 4. Analisis jalur model I: Kualitas Pelayanan dan Komunikasi terhadap Kepuasan Pendonor

Variabel	R Square	Std Coef β	Nilai t	p-value	Keterangan
Konstan	0,551		1,716	0,088	
Kualitas Pelayanan		0,736	15,213	<0,001	Signifikan
Komunikasi		0,034	0,706	0,481	Tidak signifikan

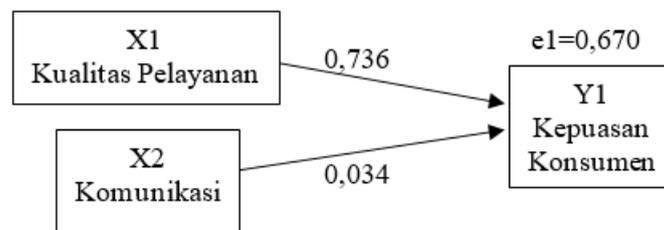
Tabel 5. Analisis Aspek dalam Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pendonor

Variabel	Std Coef β	Nilai t	p-value	Keterangan
Konstan		2,316	0,022	Signifikan
<i>Tangible</i>	0,311	6,519	<0,001	Signifikan
<i>Responsiveness</i>	0,393	8,257	<0,001	Signifikan
<i>Reliability</i>	0,296	6,217	<0,001	Signifikan
<i>Assurance</i>	0,410	8,511	<0,001	Signifikan
<i>Empaty</i>	0,310	6,421	<0,001	Signifikan

Tabel 6. Analisis jalur model 2: Kualitas Pelayanan, Komunikasi, dan Kepuasan Pendonor terhadap Loyalitas Pendonor

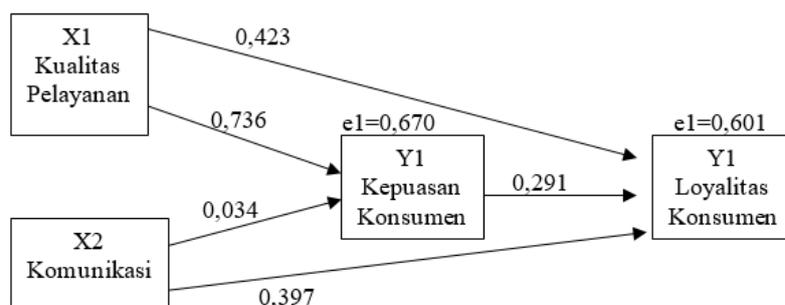
Variabel	R Square	Std Coef β	Nilai t	p-value	Keterangan
Konstan	0,639		0,758	0,449	
Kualitas Pelayanan		0,423	7,128	<0,001	Signifikan
Komunikasi		0,397	9,866	<0,001	Signifikan
Kepuasan Pendonor		0,291	4,913	<0,001	Signifikan

Tabel tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan ($p < 0,001$) terhadap kepuasan pendonor namun komunikasi tidak berpengaruh secara signifikan ($p = 0,481$). Nilai R square sebesar 0,551 pada model 1 menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan dan komunikasi terhadap kepuasan pendonor adalah sebesar 55,1%. Nilai $e1$ dapat dihitung dengan rumus $e1 = \sqrt{1 - 0,551} = 0,670$. Dengan demikian dapat diperoleh diagram jalur model 1 yang dimuat pada gambar berikut.



Gambar 1. Diagram Jalur Model 1

Kerangka tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, komunikasi, dan kepuasan pendonor berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pendonor dengan nilai p masing $< 0,001$ yang menunjukkan pengaruh sangat signifikan. Nilai R square sebesar 0,639 pada model 2 menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan, komunikasi, dan kepuasan pendonor terhadap loyalitas pendonor adalah sebesar 63,9%. Nilai $e2$ dapat dihitung dengan rumus $e2 = \sqrt{1 - 0,639} = 0,601$. Dengan demikian dapat diperoleh diagram jalur model 2 yang dimuat pada gambar berikut:



Gambar 2. Diagram Jalur Model 2

Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 200 orang responden / subjek yang menjalani donor darah di PMI Kota Surakarta. Rerata usia subjek pada penelitian ini adalah $39,8 \pm 6$ tahun dan sebagian besar subjek (60%) adalah laki – laki. Hasil ini mirip dengan penelitian Irawan *et al.*, (2021) dimana 83% pendonor di RSUD Prof. Dr. Margono Soekarjo pada tahun 2016 hingga 2020 adalah laki – laki (Irawan *et al.*, 2021). Menurut data dari Badan Pusat Statistik tahun 2024, jumlah pendonor di wilayah Kota Surakarta berada pada kisaran 10 ribu pendonor per triwulan selama tahun 2023 (BPS Kota Surakarta, 2024). Pada penelitian ini, sebagian besar pendonor berpendidikan SMA dan S1. Hasil ini sesuai dengan demografi kota surakarta pada tahun 2024 dimana jumlah penduduk yang merupakan tamatan SMA adalah 191.430 jiwa dan yang telah menamatkan perguruan tinggi sebesar 80.772 jiwa dari total 421.909 jiwa (BPS Kota Surakarta, 2024).

Pada penelitian ini, kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pendonor. Hasil ini sejalan dengan penelitian Rusni, (2023) dimana kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pendonor (Rusni, 2023). Penelitian Rauf dan Arman (2020) juga menunjukkan hasil yang serupa dimana kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pendonor (Rauf dan Arman, 2020). Penelitian yang lain juga menunjukkan hasil serupa dimana kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pendonor dengan nilai *R square* 53,2% (Pangestika dan Syarifah, 2021). Pada bidang selain kesehatan, penelitian juga menunjukkan hasil serupa dimana kualitas pelayanan selalu berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen / pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada tempat wisata dan kepuasan pengunjung pada tempat perbelanjaan baik daring dan luring (Manurung, 2021; Dalilah dan Prawoto, 2023; Rusni, 2023).

Pada penelitian ini, komunikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pendonor. Hasil ini kontra dengan penelitian sebelumnya dimana komunikasi efektif memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Dr. H. Soemarno Sosroatmodjo Kuala Kapuas (Subroto *et al.*, 2021). Penelitian Lumbatombing (2015) juga menunjukkan hasil yang kontra bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikasi *customer service*. Komunikasi dapat mempererat kerjasama yang ada atau membuka kerjasama baru (Lumbantobing, 2015). Pada bidang perbelanjaan konsumen retail, penelitian menunjukkan bahwa komunikasi sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan besaran pengaruh 79,9 di Matahari Department Store Cabang Rawamangun Jakarta (Benedica, 2019).

Pada penelitian ini kami menganalisis lima dimensi pada kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *empaty* dimana kelima dimensi ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pendonor di PMI Kota Surakarta. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dimana dimensi *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *empaty* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pendonor dengan pengaruh paling besar adalah pada dimensi *empaty* (Wati dan Kusumawati, 2022). Berbeda dengan penelitian ini dimana semua dimensi berpengaruh signifikan dan pengaruh paling besar ada pada dimensi *responsiveness* dan *assurance*. Hal ini menunjukkan bahwa pendonor di PMI kota surakarta sangat dipengaruhi cepat tanggap petugas dan mereka merasa puas apabila petugas terlihat meyakinkan.

Pada penelitian ini, kualitas pelayanan, komunikasi, dan kepuasan pendonor berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pendonor. Analisis statistik menunjukkan nilai *R square* 0,639 yang berarti ketiga variabel ini mempengaruhi loyalitas pendonor sebesar 63,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Pada penelitian ini, pengaruh tidak langsung dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pendonor yang dimediasi kepuasan pendonor tidak signifikan. Pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan sudah umum ditemukan, seperti pada penelitian Ananda dan Jatra (2019) yang meneliti peran kepuasan pelanggan dalam memediasi kualitas pelayanan

terhadap loyalitas pelanggan di *Home Stay* Nitya yang berada di Pulau Nusa Lembongan, Nusa Penida, Bali. Menurut penelitian tersebut kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (Ananda dan Jatra, 2019). Kepuasan konsumen berperan penting dalam membangun loyalitas konsumen, di mana pada bidang perbelanjaan retail hubungan yang baik antara toko retail dan konsumen meningkatkan persepsi positif dan pilihan toko, sementara merek yang kuat dan pengalaman belanja yang menyenangkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas melalui sikap positif dan niat perilaku masa depan terhadap toko retail (Lombart dan Louis, 2012).

Pada penelitian ini komunikasi memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pendonor. Penelitian Ozdemir menunjukkan bahwa komunikasi berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan terhadap merek korporat. Studi ini menemukan bahwa kepercayaan kognitif memediasi hubungan antara beberapa aspek merek korporat dan loyalitas konsumen, termasuk kompetensi merek korporat dan komunikasi merek korporat. Sementara itu, kepercayaan afektif memediasi efek loyalitas pada komunikasi merek korporat, kesukaan terhadap merek korporat, dan kesamaan merek korporat. Pengaruh teman juga ditemukan memiliki efek moderasi positif pada komunikasi merek korporat dalam hal kepercayaan afektif (Ozdemir *et al.*, 2020). Pada penelitian ini, pengaruh tidak langsung dari komunikasi terhadap loyalitas pendonor yang dimediasi kepuasan pendonor tidak signifikan. Hal ini mungkin disebabkan karena pada penelitian ini, komunikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pendonor. Sehingga nilai tambahan dari pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pendonor yang dimediasi kepuasan pendonor sangatlah kecil. Penelitian yang dilakukan oleh Dimiyati (2015) menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan juga ditemukan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lebih penting lagi, penelitian ini mengungkap bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran sangat penting dalam memediasi pengaruh komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan dalam komunitas pengguna IM3 di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan dapat memperkuat hubungan antara komunikasi pemasaran dan loyalitas pelanggan (Dimiyati, 2015).

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan. Pertama, desain penelitian yang menggunakan metode potong lintang dapat membatasi kemampuan untuk menarik kesimpulan sebab-akibat yang kuat, karena data dikumpulkan hanya pada satu titik waktu. Kedua, penelitian ini hanya melibatkan satu daerah atau kota, yang dalam hal ini adalah Kota Surakarta, Jawa Tengah. Hal ini dapat membatasi generalisasi temuan penelitian ini ke populasi yang lebih luas atau ke daerah lain dengan karakteristik yang berbeda.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan dimensi-dimensi terkait seperti tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap kepuasan pendonor. Hal ini kemudian mempengaruhi loyalitas pendonor. Komunikasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pendonor. Komunikasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pendonor. Pengaruh tidak langsung melalui kepuasan pendonor tidak signifikan. Peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian longitudinal dan melibatkan berbagai daerah agar hasilnya lebih dapat digeneralisir dan dapat menarik kesimpulan sebab-akibat yang lebih kuat.

REFERENSI

Afifah, A. N. dan Tuti, M. (2023) "Job Satisfaction and Performance: The Impact of Interpersonal Communication, Placement and Self Efficacy," *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 14(3), hal. 378–390.

- Ananda, I. P. S. N. dan Jatra, I. M. (2019) “Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.” Udayana University.
- Angelova, B. dan Zekiri, J. (2011) “Measuring customer satisfaction with service quality using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model),” *International journal of academic research in business and social sciences*, 1(3), hal. 232–258.
- Benedica, E. (2019) “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelanggan Department Store Matahari Cabang Rawamangun Jakarta,” *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 12(3), hal. 198–204.
- Booth, C. dan Allard, S. (2017) “Blood transfusion,” *Medicine*, 45(4), hal. 244–250.
- BPS Kota Surakarta (2024) *Kota Surakarta Dalam Angka 2024*. Surakarta: BPS Kota Surakarta.
- D’Alessandro, A. (2019) “From omics technologies to personalized transfusion medicine,” *Expert review of proteomics*, 16(3), hal. 215–225.
- Dalilah, N. dan Prawoto, P. (2023) “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Kenangan,” *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), hal. 186–197.
- Dimiyati, M. (2015) “The role of customer satisfaction in mediating marketing communication effect on customer loyalty,” *Researchers World*, 6(4), hal. 75.
- Dwiantara, L. (2015) *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rineka Cipta.
- Faezipour, M. dan Ferreira, S. (2013) “A system dynamics perspective of patient satisfaction in healthcare,” *Procedia Computer Science*, 16, hal. 148–156.
- Griffin, J. (2003) *Customer loyalty : how to earn It, how to keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Guido, G. (2015) “Customer satisfaction,” *Wiley encyclopedia of management*, hal. 1–8.
- Hafied, C. (2016) *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Black, W. C. dan Anderson, R. E. (2019) *Multivariate Data Analysis*. 8 ed. Hampshire, UK: Cengage Learning.
- Hamzah, A. A. dan Shamsudin, M. F. (2020) “Why customer satisfaction is important to business?,” *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*, 1(1).
- Hardjana, A. M. (2016) *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, S., Fachri, H. dan Samsuddin, S. (2018) “Kepuasan Masyarakat Pada Pelayanan Donor Darah Di Palang Merah Indonesia (PMI) Cabang Pontianak,” *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 5(2).
- Ichsan, R. N. dan Karim, A. (2021) “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan,” *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), hal. 54–57.
- Indrasari, M. (2019) *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. 1 ed. Surabaya: Unitomo.
- Irawan, S. A. R., Indriani, V. dan Faniyah, F. (2021) “Karakteristik Donor di RSUD Prof. Dr. Margono Soekarjo Tahun 2016–2020,” *Sriwijaya Journal Of Medicine*, 4(3), hal. 186–193.
- Kapoor, S. (2017) “Consumer and the Market,” *New Delhi: Centre for Consumer Studies, Indian Institute of Public Administration*.
- Kemendes RI (2014) *Permenkes No. 83 Tahun 2014 Tentang Unit Transfusi Darah, Bank Darah Rumah Sakit, dan Jejaring Pelayanan Transfusi Darah*.
- Kemendes RI (2015) *Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 91 Tahun 2015 tentang Standar Pelayanan Transfusi Darah*. Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong (2018) *Prinsip - Prinsip Marketing*. 7 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2018) *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Jakarta: PT Indeks.
- Lombart, C. dan Louis, D. (2012) “Consumer satisfaction and loyalty: Two main consequences of retailer personality,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(6), hal. 644–652.
- Lotterman, S. dan Sharma, S. (2022) “Blood transfusion,” in *StatPearls [Internet]*. StatPearls Publishing.

- Lumbantobing, V. M. (2015) “Peranan Komunikasi Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Lintas Semesta Surabaya,” *Jurnal Komunikasi*, 9(1), hal. 13–20.
- Mahira, M., Hadi, P. dan Nastiti, H. (2021) “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome,” *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), hal. 1267–1283.
- Majava, J., Nuottila, J., Haapasalo, H. dan Law, K. M. Y. (2013) “Exploring customer definition and representation in market-driven NPD in ICT industry,” *International Journal of Business Development and Research*, 1(2), hal. 18–34.
- Manurung, R. (2021) “Pengaruh Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata The Le Hu Garden,” *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 1(02), hal. 64–70.
- Muhamad, L. F. dan Rilvani, E. (2021) “Systematic Review: Perlindungan Konsumen Transaksi Online,” *Science and Education*, 8(13).
- Ozdemir, S., Zhang, S., Gupta, S. dan Bebek, G. (2020) “The effects of trust and peer influence on corporate brand—Consumer relationships and consumer loyalty,” *Journal of Business Research*, 117, hal. 791–805.
- Pangestika, L. D. dan Syarifah, S. (2021) “The Effect of Blood Donor Service Quality on Blood Donor Satisfaction in Blood Donation Unit (UDD) PMI of Surakarta City: Pengaruh Kualitas Pelayanan Donor Darah terhadap Kepuasan Pendonor Darah di Unit Donor Darah (UDD) PMI Kota Surakarta,” *RADIANT: Journal of Applied, Social, and Education Studies*, 2(3), hal. 239–248.
- Pekkaya, M., Pulat İmamoğlu, Ö. dan Koca, H. (2019) “Evaluation of healthcare service quality via Servqual scale: An application on a hospital,” *International Journal of Healthcare Management*, 12(4), hal. 340–347.
- PMI (2024) *Sejarah UTD PMI, PMI*. Tersedia pada: <http://home.utdpmi.or.id/page/detail/sejarah-utd-pmi> (Diakses: 22 Januari 2024).
- Ramya, N., Kowsalya, A. dan Dharanipriya, K. (2019) “Service quality and its dimensions,” *EPRA International Journal of Research & Development*, 4(2), hal. 38–41.
- Rauf, S. P. S. R. dan Arman, S. (2020) “Good Corporate Governance (GCG) dan Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pendonor Di Unit Pelaksana Teknis Transfusi Darah Dinas Kesehatan Provinsi Sulawesi Selatan,” *Journal of Muslim Community Health*, 1(1).
- Risman Ruslan, R. (2018) *KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN DI UNIT TRANSFUSI DARAH PALANG MERAH INDONESIA KOTA MAKASSAR*. Politeknik STIA LAN Makassar.
- Rofiah, C. dan Wahyuni, D. (2017) “Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang,” *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1).
- Rusni, A. (2023) “Menggali Dampak Kualitas Pelayanan, Media Sosial dan Promosi terhadap Tingkat Kepuasan Pendonor Darah Sukarela di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Sumbawa,” *Journal of Nusantara Economic Science*, 1(4), hal. 208–215.
- Sasongko, S. R. (2021) “Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran),” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), hal. 104–114.
- Setyo, P. E. (2016) “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen ‘best autoworks,’” *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), hal. 755–764.
- Sikula, A. E. (2017) *Komunikasi Bisnis*. Surakarta: Erlangga.
- Subroto, P., Kurniawan, M. I., Adam, S. dan Kurniawati, M. F. (2021) “Pengaruh Komunikasi Efektif pada Kepuasan Pasien di Instalasi Fisioterapi RSUD dr. H. Soemarno Sosroatmodjo Kuala Kapuas,” *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(9), hal. 4665–4676.

- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Bisnis*. 17 ed. Bandung: Alfabeta.
- Suharno (2016) *Komunikasi Bisnis Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Aktivitas Bisnis*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Sujarweni, W. (2014) *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Supriyanto, H. dan Pujiani, D. (2021) “PENGARUH EMPATHY, RESPONSIBILITY, DAN TANGIBLES PELAYANAN SOSIAL TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DI PALANG MERAH INDONESIA (PMI) SURAKARTA,” *Economics, Social, and Humanities Journal (Esochum)*, 1(1), hal. 22–28.
- Syarif, M. W., Akbar, M. dan Supriyati, Y. (2020) “The effect of leadership behaviour, interpersonal communication, and work satisfaction on teacher’s work effectiveness,” *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(9), hal. 543–565.
- Tirtana, A., Idang, M. P. dan Nafilata, I. (2024) “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pendorong Darah,” *Journal of Health (JoH)*, 11(1), hal. 77–84.
- Tjiptono, F. (2015) *Strategi Pemasaran*. 4 ed. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wati, A. M. R. dan Kusumawati, Y. (2022) “Analisis Kualitas Pelayanan Darah Terhadap Kepuasan Konsumen di UTD PMI Kab. Kediri,” *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(1), hal. 251–266.
- Yulianti, F., Lamsah dan Periyadi (2019) *Manajemen Pemasaran*. Sleman: DEEPUBLISH.