

PENGARUH MUTU PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN DI KLINIK PRATAMA MANSHURIN BANDUNG

Diny Febriany Hasanah¹, Erliany Syaodih², Nining Handayani³, Kahar Mulyani⁴
^{1,2,3,4} Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh mutu layanan klinik dan kepuasan pelanggan klinik terhadap loyalitas pelanggan klinik. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung atau pasien klinik Pratama Manshurin Bandung yang berjumlah 50 orang. Data penelitian diperoleh dari hasil pengisian kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis SEM PLS dengan bantuan program SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mutu layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, artinya bahwa semakin baik mutu layanan klinik maka semakin tinggi loyalitas pasien, demikian sebaliknya semakin rendah mutu layanan klinik maka semakin rendah loyalitas pasien klinik. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas, semakin tinggi kepuasan pasien klinik maka semakin tinggi loyalitas pasien, demikian sebaliknya semakin rendah kepuasan pasien klinik maka semakin rendah loyalitas pasien klinik. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa secara simultan mutu layanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pasien dengan besar kontribusi sebesar 75,8% sedangkan sisanya sebesar 24,2% variansi loyalitas pelanggan dipengaruhi faktor lain di luar mutu layanan dan kepuasan pelanggan.

Kata kunci : mutu layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of clinic service quality and clinic customer satisfaction on clinic customer loyalty. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample used in this research was 50 visitors or patients of the Pratama Manshurin Bandung clinic. Research data was obtained from the results of filling out a questionnaire and analyzed using the SEM PLS analysis technique with the help of the SmartPLS program. The results of this research show that service quality has a positive and significant effect on patient loyalty, meaning that the better the quality of clinic services, the higher patient loyalty, and vice versa, the lower the quality of clinic services, the lower clinic patient loyalty. The results of the analysis also show that customer satisfaction has a positive effect on loyalty, the higher the clinic patient satisfaction, the higher the patient loyalty, and vice versa, the lower the clinic patient satisfaction, the lower the clinic patient loyalty. Simultaneous test results show that service quality and satisfaction simultaneously influence patient loyalty with a contribution of 75.8% while the remaining 24.2% of the variance in customer loyalty is influenced by other factors outside service quality and customer satisfaction.

Keywords: service quality, customer satisfaction, customer loyalty

PENDAHULUAN

Loyalitas konsumen merupakan tujuan utama para perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan

konsumen sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis. Konsumen yang loyal pada perusahaan akan memberikan prioritas utama dalam bertransaksi. Sementara loyalitas

konsumen telah menjadi isu menarik dalam pemasaran. Loyalitas konsumen adalah sikap positif terhadap perusahaan, komitmen yang mempunyai niat untuk meneruskan pembelian di masa datang, hal ini berlangsung dalam jangka panjang dan berakhir pada saat terjadi ketidakcocokan yang akan memutus ikatan kuat antara konsumen dan perusahaan. Loyalitas konsumen berkaitan erat terhadap kualitas layanan dan kepuasan atau ketidakpuasan yang dialami oleh konsumen.

Kepuasan pasien merupakan bagian dari mutu pelayanan upaya pelayanan kesehatan haruslah dapat memberikan kepuasan tidak semata-mata kesembuhan belaka. Kepuasan pasien adalah perasaan senang atau kecewa yang ada pada seseorang setelah membandingkan hasil penampilan atau outcome produk terhadap hasil yang diharapkan (Kotler & Keller, Marketing Management 14th Edition, 2012). Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi Klinik Pratama yang menjaga keberlangsungan usahanya, pelanggan yang setia adalah pelanggan yang puas akan produk, dan layanan, sehingga pelanggan memiliki antusias untuk memperkenalkan produk kepada pasar lainnya, serta akan loyal terhadap produk varian lain dari Klinik Pratama.

Saat ini industri jasa layanan kesehatan memasuki era dimana pengalaman konsumen menjadi faktor yang sangat penting untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Dengan semakin banyak didirikannya Klinik Pratama membuat masyarakat memiliki banyak pilihan Klinik Pratama yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan. Pertumbuhan jasa layanan kesehatan yang pesat mengakibatkan perusahaan harus menerapkan strategi bersaingnya melalui customer experience quality dengan tujuan untuk meningkatkan reputasi perusahaan yang mengarah kepada keunggulan bersaing (competitive advantage), seperti menarik minat konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama.

Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Menurut Kotler kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang

berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Klinik Pratama harus selalu melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar tetap bertahan dan berkembang sehingga pelanggan akan merasa puas. Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya. Kepuasan pelanggan sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang menerima layanan tersebut tetapi juga berdampak pada orang lain. Pelanggan yang kecewa akan bercerita kepada orang lainnya dan dampaknya calon pelanggan akan beralih pilihannya kepada pesaing.

Di Klinik Pratama Manshurin berdasarkan data pada tahun 2019 terdapat 1800 pasien kunjungan pertahunnya, pada tahun 2020 kunjungan meningkat menjadi 2500 kunjungan pertahun. Pada tahun 2021 data menjadi 2000 kunjungan. Berdasarkan data 2022 hingga bulan November tercatat 1855 kunjungan. Fenomena penurunan kunjungan pasien disinyalir karena tidak adanya kunjungan ulang pada pasien yang seharusnya kontrol kembali, pasien hanya datang untuk melakukan pemeriksaan laboratorium sederhana tanpa tindak lanjut atau berobat. Besar kemungkinan pasien juga tidak merokomendasikan pelayanan kesehatan kepada oranglain. Adanya masalah pada kesenjangan antara spesifikasi kualitas pelayanan jasa dan penyampaian jasa yaitu dimana Dokter kurang memenuhi standar kinerja yang sudah ditetapkan, seperti Dokter telat datang ketika pasien membutuhkan jasa Dokter untuk mendengarkan keluhan dan masalah kesehatan yang di alami pasien. Disisi lain Klinik Pratama Manshurin juga belum melayani peserta BPJS dan belum tersedianya pelayanan gigi serta kurangnya promosi klinik terhadap masyarakat.

KAJIAN LITERATUR

Mutu Pelayanan

Mutu bisa diartikan dengan meraih

tujuan yang diinginkan dengan cara yang paling efisien dan efektif dan dengan disertai penekanan demi kepuasan pembeli atau konsumen.

Mutu Pelayanan kesehatan yang bermutu adalah pelayanan kesehatan yang dapat memuaskan setiap pemakai jasa pelayanan kesehatan sesuai tingkat kepuasan rata-rata penduduk. Penyelenggaraannya juga harus sesuai dengan standar dan kode etik profesi yang telah ditetapkan. Pasien cenderung memilih atau menetapkan prioritas indikator kualitas pelayanan kesehatan, sebagai dasar untuk memutuskan tingkat kepuasannya (Cahyadi, 2007).

Sehubungan dengan proses pemberian pelayanan, maka terdapat beberapa dimensi atau ukuran yang dapat dilihat melalui kaca mata mutu. Menurut Kottler dan Keller (2012:499-500) terdapat lima penentu mutu jasa yang disesuaikan menurut tingkat kepentingan antara lain:

1. Bukti Langsung (Tangible), meliputi fasilitas fisik, peralatan, personil, kebersihan dan komunikasi. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Penampilan yang baik memberi poin penting terhadap kepuasan pasien.
2. Empati (Empathy) Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dimensi ini juga terkait dengan rasa kepedulian dan perhatian khusus staf kepada setiap pengguna jasa, memahami kebutuhan mereka dan memberikan kemudahan untuk dihubungi setiap saat jika para pengguna jasa membutuhkan bantuannya.
3. Keandalan (Reliability) Yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Dimensi ini mengandung arti bahwa pelayanan yang diberikan tepat waktu, akurat sesuai yang ditawarkan (misal

tertuang dalam brosur pelayanan). Dalam jasa pelayanan dimensi ini dianggap hal yang paling penting oleh para pelanggan.

4. Daya Tanggap (Responsiveness) Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Dimensi ini termasuk kemampuan petugas kesehatan dalam membantu pelanggan serta tingkat kesiapan dalam melayani sesuai prosedur yang berlaku dan tentunya untuk bisa memenuhi harapan pelanggan.
5. Jaminan (Assurance) Mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya risiko atau keragu-raguan. Dimensi ini memberikan akibat / dampak kepada pelanggan pengguna jasa merasa terbebas dari risiko.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Gasperz (2002) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performance perusahaan, sedangkan menurut Kotler (2007) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Dutka (2008:199) yaitu *"Customer satisfaction is not just the name of department to customer satisfaction must be demonstrated throughout the company and integrated into all phases of the business"*. Penilaian kepuasan pelanggan dapat diukur dengan tiga atribut kepuasan pelanggan. Menurut Dutka tersebut adalah: atribut related to product, attributes to service, dan attributes related to purchase. Menurut Dutka (1994:41) Atribut-atribut dari kepuasan pelanggan:

- 1) *Attributes related to the product* (atribut yang berhubungan dengan produk) meliputi:
 - a. *Value price relationship* merupakan faktor sentral dalam menentukan kepuasan pelanggan, apabila nilai yang diperoleh pelanggan melebihi apa yang dibayar.
 - b. *Product quality* merupakan penilaian dari mutu suatu produk.

c. *Product benefit* merupakan manfaat yang dapat diperoleh pelanggan dalam menggunakan suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dan kemudian dapat dijadikan dasar positioning yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya.

d. *Product features* merupakan ciri-ciri tertentu yang dimiliki oleh suatu produk sehingga berbeda dengan produk yang ditawarkan pesaing.

e. *Product design* merupakan proses untuk merancang gaya dan fungsi produk yang menarik dan bermanfaat.

f. *Product reliability and consistency* merupakan keakuratan dan keteladanan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu dan menunjukkan pengiriman produk pada suatu tingkat kinerja khusus.

g. *Range of product or service* merupakan macam dari produk/jasa pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

2) *Attributes related to service* (atribut yang berhubungan dengan pelayanan) meliputi:

a. *Guarante or warranty* merupakan jaminan yang diberikan oleh suatu perusahaan terhadap produk yang dapat dikembalikan bila kinerja produk tersebut tidak memuaskan.

b. *Delivery* merupakan kecepatan dan ketepatan dari proses pengiriman produk dan jasa yang diberikan perusahaan terhadap pelanggannya.

c. *Complain handling* merupakan penanganan terhadap keluhan yang dilakukan oleh pelanggan terhadap perusahaan.

d. *Resolution of problem* merupakan kemampuan perusahaan dengan serius dan memecahkan masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

3) *Attributes related to purchase* (atribut yang berhubungan dengan membeli) meliputi:

a. *Courtesy* merupakan kesopanan, perhatian, pertimbangan, keramahan yang dilakukan karyawan dalam melayani pelanggannya.

b. *Communication* merupakan proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh karyawan perusahaan kepada pelanggannya.

c. *Ease or convenience acquisition* merupakan kemudahan untuk mendapatkan pengetahuan tentang produk dari perusahaan.

d. *Company reputation* adalah reputasi yang dimiliki perusahaan dapat mempengaruhi pandangan pelanggan terhadap perusahaan tersebut yang akan mengurangi ketidak pastian dan resiko dalam keputusan pembelian.

e. *Company competence* adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mewujudkan permintaan yang diajukan oleh pelanggan dalam memberikan pelayanan.

Loyalitas

Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang atau jasa tertentu yang ditunjukkan dengan adanya perilaku pembelian (Griffin, 2012:16).

Menurut Griffin dalam Apri Budianto (2015:37) bahwa “Orang yang membeli untuk pertama kalinya akan melewati lima tahap: Pertama, konsumen menjadi sadar akan produk dan kedua melakukan pembelian pertama, ketiga pembeli memasuki dua fase pembentukan sikap yaitu postpurchase evaluation (evaluasi setelah pembelian), tahap keempat untuk membeli dan tahap kelima membeli kembali. Selanjutnya Griffin menyatakan kriteria konsumen yang loyal adalah:

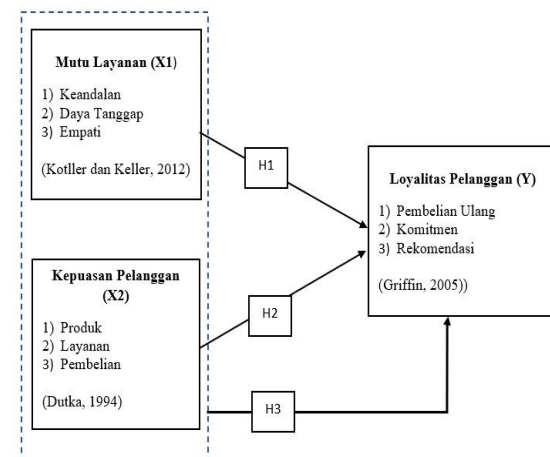
a. Repeat purchase (pembelian ulang)

b. Retention, pelanggan hanya membeli produk dari perusahaan tersebut.

c. Related sales of service, dimana pelanggan menginginkan untuk memanfaatkan produk yang sama di masa yang akan datang.

d. Referrals or refers to others, dimana pelanggan menyarankan kepada orang lain untuk mengkonsumsi produk.

KERANGKA BERPIKIR



HIPOTESIS

- H1: Adanya pengaruh mutu pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
H2: Adanya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
H3: Adanya pengaruh mutu pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah kuantitatif. Populasinya adalah asien Rawat Jalan Klinik Pratama Manshurin Bandung. Samepl yang diambil sebanyak 50 responden, sebagaimana telah dikemukakan oleh Cohen et.al (2007) jumlah minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel.

Pengambilan data primer diambil dengan Kuesioner, menurut (Sugiyono, 2004) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis yang di berikan kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, pengaruh mutu pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pasien akan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Tahap – tahap dalam analisis regresi linear berganda meliputi tahap uji asumsi klasik dan tahap uji model regresi.

Uji asumsi klasik dalam analisis regresi linear berganda meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Berikut ini adalah hasil uji asumsi klasik model regresi yang akan diestimasi dalam penelitian ini: uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas

Hasil analisis regresi linear berganda meliputi hasil uji pengaruh parsial (uji t), uji pngaruh simultan (uji F) dan koefisien determinasi (R square). Hasil uji Parsial (uji t) dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Uji Parsial (Uji t): Dalam analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis pengujian yang digunakan dalam pengujian ini adalah

sebagai berikut : Ho : variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat Ha : variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat Dengan tingkat kepercayaan 95%, maka Ho akan ditolak jika nilai signifikan $< 0,05$ dan Ho akan diterima jika nilai signifikan $> 0,05$.

Persamaan Regresi: Hasil analisis regresi akan menunjukkan nilai konstanta regresi dan koefisie regresi. Berdasarkan nilai – nilai tersebut maka persamaan regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas pasien klinik berdasarkan mutu layanan dan kepuasan pasien klinik adalah sebagai berikut :
 $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$

Dengan :

Y = Loyalitas pasien klinik

X1 = Mutu layanan klinik

X2 = Kepuasan pasien klinik

Uji Pengaruh Simultan (Uji F): Dalam analisis regresi linear berganda, uji pengaruh simultan digunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dengan tingkat kepercayaan 95%, maka mutu layanan dan kepuasan pasien dinyatakan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pasien jika nilai signifikan $< 0,05$ dan disimpulkan tidak ada pengaruh simultan mutu layanan dan kepuasan pasien jika signifikansi $> 0,05$.

Koefisien determinasi: Dalam analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi menunjukkan besar pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dilihat dari nilai R Square untuk model dengan 1 variabel bebas, sedangkan pada model regresi dengan lebih dari 1 variabel bebas, koefisien determinasi dilihat dari nilai adjusted R square.

PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 50 responden yang seluruhnya adalah pengunjung atau pasien klinik Pratama Manshurin Bandung. Berdasarkan hasil pengumpulan data dalam penelitian ini, berikut ini adalah gambaran karakteristik responden menurut jenis kelamin, usia, pendidikan dan lama menjadi pelanggan di klinik ini :

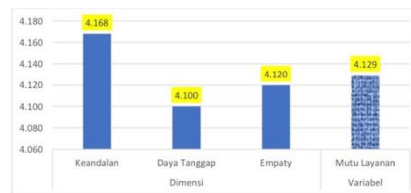
Tabel 4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Usia	< 25 Tahun	13	26.0
	25 - 35 Tahun	19	38.0
	35 - 45 Tahun	7	14.0
	> 45 Tahun	11	22.0
Jenis Kelamin	Laki-laki	21	42.0
	Perempuan	29	58.0
Pendidikan	SD	3	6.0
	SMP	12	24.0
	SMA	2	4.0
	S1	27	54.0
	S2	6	12.0
	Total		50

Sumber : data diolah (2022)

Diperoleh hasil bahwa menurut usia responden, sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia antara 25 –35 tahun (38%), sedangkan sisanya sebanyak 26% responden berusia < 25 Tahun, sebanyak 14% responde berusia 35 – 45 tahun dan sebanyak 22% responden berusia > 45 Tahun. Selanjutnya, menurut jenis kelamin responden, sebagian besar responden adalah pengunjung perempuan (58%), sedangkan sisanya adalah pengunjung laki-laki (42%). Selanjutnya, menurut pendidikan responden, sebagian besar responden berpendidikan S1 (54%), sisanya sebanyak 6% responden berpendidikan SD, 24% berpendidikan SMP, 4% berpendidikan SMA dan 12 berpendidikan S2.

Mutu layanan klinik dalam penelitian ini diukur dengan 3 dimensi menurut Kotler dan Kohler (2012), yaitu keandalan, daya tanggap dan empati. Berdasarkan hasil analisis pada Gambar 4.1 diperoleh gambaran bahwa di antara ketiga dimensi daya tanggap merupakan dimensi dengan nilai rata-rata terendah (4,1), selanjutnya dimensi empaty adalah yang memiliki nilai rata-rata terendah kedua (4,12) dan keandalan merupakan dimensi dengan rata-rata tertinggi (4,168) sehingga secara keseluruhan nilai rata – rata skor jawaban responden pada variabel mutu layanan adalah sebesar 4,129. Hal ini berarti bahwa menurut sebagian besar responden, mutu layanan klinik Pratama Manshurin Bandung ini telah baik, namun masih perlu peningkatan dalam daya tanggap dan empati.



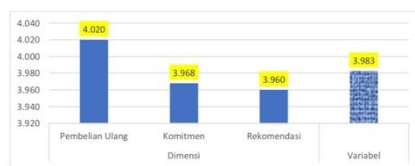
Gambar 4.1 Dimensi Mutu Layanan

Kepuasan pengunjung dalam penelitian ini diukur dengan 3 dimensi pengukuran, yaitu kepuasan terhadap produk, kepuasan terhadap layanan dan kepuasan terhadap pembelian. Berdasarkan hasil analisis pada Gambar 4.2 diperoleh gambaran bahwa di antara ketiga dimensi kepuasan terhadap layanan merupakan dimensi dengan rata-rata tertinggi (4,228), sementara kepuasan terhadap produk dan kepuasan terhadap pembelian adalah dimensi dengan rata-rata terendah yaitu sebesar 4,16 dan 4,152, sehingga secara keseluruhan nilai rata-rata kepuasan pasien adalah 4,18 yang berarti bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini puas dengan layanan klinik namun klinik masih perlu meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya dalam pembelian.



Gambar 4.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Loyalitas pengunjung klinik dalam penelitian ini diukur dengan 3 dimensi pengukuran menurut Griffin (2005), yaitu pembelian ulang, komitmen dan rekomendasi. Berdasarkan hasil analisis pada Gambar 4.3 diperoleh gambaran bahwa di antara ketiga dimensi pembelian ulang merupakan dimensi dengan rata-rata tertinggi (4,020) sedangkan dimensi dengan komitmen dan rekomendasi adalah dimensi dengan rata-rata skor terendah, hal ini berarti bahwa loyalitas pengunjung klinik sebenarnya telah baik namun dalam hal rekomendasi masih perlu ditingkatkan dan juga komitmen. Klinik perlu melakukan inovasi dan pelayanan yang lebih baik sehingga mereka mau merekomendasikan klinik ke orang lain dan tetap komitmen sebagai pelanggan klinik.



Gambar 4.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan

Pengaruh Mutu Layanan terhadap Loyalitas

Hipotesis 1 dalam penelitian ini terbukti dan disimpulkan bahwa mutu layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, artinya bahwa semakin baik mutu layanan klinik maka semakin tinggi loyalitas pasien, demikian sebaliknya semakin rendah mutu layanan klinik maka semakin rendah loyalitas pasien klinik.

Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas

Hipotesis 2 dalam penelitian ini terbukti dan disimpulkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, artinya bahwa semakin tinggi kepuasan pasien klinik maka semakin tinggi loyalitas pasien, demikian sebaliknya semakin rendah kepuasan pasien klinik maka semakin rendah loyalitas pasien klinik.

Pengaruh Mutu Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas

Hipotesis 3 dalam penelitian ini terbukti dan dapat disimpulkan bahwa mutu layanan dan kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, artinya bahwa semakin tinggi mutu layanan dan kepuasan pasien klinik maka semakin tinggi loyalitas pasien, demikian sebaliknya semakin rendah mutu layanan dan kepuasan pasien klinik maka semakin rendah loyalitas pasien klinik.

PENUTUP

Mutu layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, artinya bahwa semakin baik mutu layanan klinik maka semakin tinggi loyalitas pasien, demikian sebaliknya semakin rendah mutu layanan klinik maka semakin rendah loyalitas pasien klinik.

Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, artinya bahwa semakin baik kepuasan pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien,

demikian sebaliknya semakin rendah kepuasan pasien maka semakin rendah loyalitas pasien klinik.

Mutu layanan dan kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, artinya bahwa semakin baik mutu layanan klinik dan kepuasan pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien, demikian sebaliknya semakin rendah mutu layanan klinik dan kepuasan pasien maka semakin rendah loyalitas pasien klinik.

Dari segi mutu layanan, mutu layanan klinik Pratama Manshurin Bandung ini telah baik, namun masih perlu peningkatan dalam daya tanggap dan empati. Keandalan merupakan kemampuan klinik memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Dimensi ini mengandung arti bahwa pelayanan yang diberikan tepat waktu, akurat sesuai yang ditawarkan (misal tertuang dalam brosur pelayanan). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mutu layanan klinik di mata pengunjung telah bagus dalam hal keandalan klinik dalam memberikan pelayanan kesehatan. Daya tanggap merupakan dimensi mutu layanan terkait keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebaiknya klinik meningkatkan daya tanggapnya kepada pelanggan sehingga mutu layanan meningkat.

Empaty berkaitan dengan kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan. Oleh karenanya agar mutu layanan meningkat maka tenaga kesehatan di klinik tersebut harus memiliki empati yang tinggi.

Dari segi kepuasan, sebagian besar responden dalam penelitian ini puas dengan layanan klinik namun klinik masih perlu meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya dalam pembelian.

Dari segi loyalitas, loyalitas pengunjung klinik sebenarnya telah baik namun dalam hal rekomendasi masih perlu ditingkatkan dan juga komitmen. Klinik perlu melakukan inovasi dan pelayanan yang lebih baik sehingga mereka mau merekomendasikan klinik ke orang lain dan tetap komitmen sebagai pelanggan

REFERENSI

- Angela, N., & Adisasmito, W. B. B. (2019). Brand Equity and Customer's Loyalty in Healthcare Setting: A Narrative Review. *Jmj*, 7(2).
- Ardian, I., Haiya, N. N., & Azizah, I. R. (2022). Kualitas pelayanan keperawatan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien. *NURSCOPE: Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Ilmiah Keperawatan*, 7(2).
- Armayanti, A. S. (2019). Terhadap Loyalitas Pelanggan Analysis of Product Quality , Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction Clinic Beauty and Effect on. *E-Proceeding of Management*, 6(1).
- Amstrong, Gery dan Philip Kotler. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Edisi Kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Attwood, D. 2008. *Physical Pharmacy*. London: Pharmaceutical Press Azwar, Azrul. *Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan*. Pustaka Sinar Harapan, Jakarta 1996
- Bayar, S. (2018). Pengaruh Brand Image, Service Quality dan Trust Terhadap Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Linggajati Kuningan. *Jurnal Manajemen Dan Administrasi Rumah Sakit*, 2(2).
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi, Yogyakarta: Ombak.
- Bukhari, I., Kamal, B., & Sari, M. K. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Mitra Keluarga Tegal. *Jurnal Monex*, 7(1).
- Cakici, A. C., Akgunduz, Y., & Yildirim, O. (2019). The impact of perceived price justice and satisfaction on loyalty: the mediating effect of revisit intention. *Tourism Review*, 74(3). <https://doi.org/10.1108/TR-02-2018-0025>
- Cetin, G. (2020). Experience vs quality: predicting satisfaction and loyalty in services. *Service Industries Journal*, 40(15–16). <https://doi.org/10.1080/02642069.2020.1807005>
- Chang, J., Morrison, A. M., Chen, Y. L., Chang, T. Y., & Chen, D. Z. Y. (2021). Does a healthy diet travel? Motivations, satisfaction and loyalty with plant-based food dining at destinations. *British Food Journal*, 123(12).
- Cotarelo, M., Fayos, T., Calderón, H., & Mollá, A. (2021). Omni-channel intensity and shopping value as key drivers of customer satisfaction and loyalty. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13115961>
- Craven, W. David. 1998. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Dutka, Alan, 1994. *AMA Hand Book for Customer Satisfaction*. Lincolnwood, Ilionis. NTC Business Book.
- Dutka, Alan, 2008. *AMA Hand Book for Customer Satisfaction*. Lincolnwood, Ilionis. NTC Business Book.
- Engel James et al. 1994. *Perilaku Konsumen jilid 2*. Jakarta. Binarupa Aksara.
- Engel, J.F. R. Blacwell dan C. Minnard. 1995. *Consumer Behaviour*. Eighth edition. The Dryden Press. Forth Worth.
- Fatriansah. 2014. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pasien*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fasochah, & Harnoto. (2013). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal) Hartono. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 20(34).
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- G., Yanuar, F., & Devianto, D. (2016). Analisis Model Loyalitas Pasien Di Rsd Dr. Rasidin Padang Dengan Teknik Structural Equation MODELING (SEM). *Jurnal Matematika UNAND*,
- Garcia, J. M., Freire, O. B. D. L., Santos, E. B. A., & Andrade, J. (2020). Factors affecting satisfaction and loyalty to online group buying. *Revista de Gestao*, 27(3).

- Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modelling, Metode Alternative dengan Partial Least Square*. Edisi 2. Undip. Semarang
- Griffin .2003. *Customer Loyalty*. Jakarta: Buku Penerbit Erlangga.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gunawan, K., & Djati, S. P. (2011). Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien (Studi pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja–Bali). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1).
- Hidayat, T., & Restuti, S. (2016). Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas pasien Rumah Sakit Syafira Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, VIII(2).
- Imam, A dan Lena, D. 2017. *Manajemen Mutu Informasi Kesehatan I: Quality Assurance*. Pusat Pendidikan Sumber Daya Kesehatan, Kementrian Kesehatan Republik Indonesia.
- Jin, R., & Chen, K. (2021). Impact of value cocreation on customer satisfaction and loyalty of online car-hailing services. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(3).
- Kashif, M., Shukran, S. S. W., Rehman, M. A., & Sarifuddin, S. (2015). Customer satisfaction and loyalty in Malaysian Islamic banks: A PAKSERV investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 33(1).
- Ketut Gunawan, & S. Pantja Djati. (2011). Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien (Studi pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja–Bali). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1).
- Králiková, A., Peruthová, A., & Ryglová, K. (2020). Impact of destination image on satisfaction and loyalty. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*,
- Kotler dan Keller. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan: Bob Sabaran. Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Penerbit Erlangga.
- Kotler & Keller, K. L. 2012. *Marketing Managemen*. New Jersey: Person Education, Inc.
- Lovelock & Christopher. 2007. *Service Marketing*. Second Edition. New Jersey Prentice-Hall
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Long, C. S., Khalafinezhad, R., Ismail, W. K. W., & Rasid, S. Z. A. (2013). Impact of CRM factors on customer satisfaction and loyalty. *Asian Social Science*, 9(10).
- Mailintina, Y., Dewi, S., & Hutapea, F. (2019). Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Loylitas Pelanggan di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Bhayangkara Brimob Tahun 2018. *Jurnal Bidang Ilmu Kesehatan*, 9(1).
- Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40.
- Muninjaya, A.A Gde. *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. EGC. Jakarta. 2011
- Mowen C, John dan Michael Minor, 2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid 2, Erlangga, Jakarta
- Nur, Azizah ST. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas pasien pada Klinik Praktek Dokter Gigi Dewi Sartika di Kabupaten Gowa. Universitas Mumammadiyah Makasar
- Nur, Rahmawati Kurnia 2018 berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Medis, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Kebumen. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry, 1988, "SERVQUAL: Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol 64 No. 1, Spring, p12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1995. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication, *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, pp. 41-50.
- Peranginangin, S. A. (2018). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Umum

- Mitra Sejati Medan Tahun 2017. *Jurnal Berkala Kesehatan*, 3(2).
- Putri, I. W., & Suprapti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Wisata Petik Apel Kelompok Tani Makmur Abadi (Ktma). *Agriscience*, 1(1).
- Rahayu, R. M., & Siswani, S. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Medichal Check Up Di Klinik Medika Plaza Kecamatan Pasar Minggu Jakarta Selatan Tahun 2019. *Jurnal Untuk Masyarakat Sehat (JUKMAS)*, 4(1). <https://doi.org/10.52643/jukmas.v4i1.792>
- Ratnawati, A., Mislan Cokrohadisumarto, W. bin, & Kholis, N. (2020). Improving the satisfaction and loyalty of BPJS healthcare in Indonesia: a Sharia perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7). <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0005>
- Reski, E., Suhadi, & Lisnawaty. (2018). Analisis Loyalitas Pasien dalam Menggunakan Pelayanan Rawat Jalan di Poliklinik Umum Rumah Sakit Umum Daerah Kota Kendari Tahun 2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kesehatan Masyarakat*, 4(1).
- Sari, Selvi Mayang. 2018. Pengaruh Kualitas Pelanggan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas pasien di RS Sartika Asih. Politeknik Baubau
- S, R., Sarita, B., & Balaka, M. Y. (2016). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Loyalitas Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Buton. *Jurnal Progres Ekonomi Pembangunan*, 1(2).
- Satar, Yulisetiari, D., & Hendriyono. (2016). Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Loyalitas pada Pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Jember. *Nurseline Journal*, 1(1).
- Schirmer, N., Ringle, C. M., Gudergan, S. P., & Feistel, M. S. G. (2018). The link between customer satisfaction and loyalty: the moderating role of customer characteristics. *Journal of Strategic Marketing*, 26(4). <https://doi.org/10.1080/0965254X.2016.1240214>
- Setianingsih, A. (2018). Hubungan Bauran Pemasaran dan Layanan Pelanggan dengan Loyalitas Pasien. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 7(01).
- Setyawan, F. E. B., Supriyanto, S., Ernawaty, E., & Lestari, R. (2020). Understanding patient satisfaction and loyalty in public and private primary health care. *Journal of Public Health Research*, 9(2). <https://doi.org/10.4081/jphr.2020.1823>
- Shahsavar, T., & Sudzina, F. (2017). Student satisfaction and loyalty in Denmark: Application of EPSI methodology. *PLoS ONE*, 12(12).
- Spath, Patrice. *Introduction to healthcare quality management / Patrice Spath*. Health Administration Press, Chicago, Illinois AUPHA Press, Washington, DC. 2009
- Utami, N. R. B. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Pasien Rawat Inap Terhadap Loyalitas Di Rumah Sakit Sekar Kamulyan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(1).
- Wijono D (2000), *Manajemen Mutu Pelayanan kesehatan, Teori, Strategi dan Aplikasi*, Airlangga University Press, Surabaya.
- Wiyono, G. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Wulaisfan, R., & Fauziah, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Mediasi Pasien Rawat Inap di RSU Dewi Sartika Kendari. *Window of Health : Jurnal Kesehatan*, 2(2).
- Wulandari, Retno. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan, Kelas Perawatan dan Klasifikasi Pasien terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD dr. Murjani Sampit. *Fakultas Manajemen Universitas Muhammadiyah Sukarta*.
- Yayuk Abriyani Gani, A. (2021). Dampak Kualitas Layanan terhadap Loyalitas dan Kepuasan Penumpang PT. Sriwijaya Airlines Kabupaten Kendari. *Jurnal Ilmu Manajemen Sosial Humaniora (JIMSH)*, 3(1).
- Yusuf, M., Nurhilalia, & Putra, A. H. P. K. (2019). The impact of product quality, price,

- and distribution on satisfaction and loyalty. *Journal of Distribution Science*, 17(10).
- Zahoor, A. (2018). Teacher Proactivity Influencing Student Satisfaction and Loyalty Role of Job Crafting and Work Engagement. *Vikalpa*, 43(3).
- Zaid, S., & Patwayati, P. (2021). Impact of Customer Experience and Customer Engagement on Satisfaction and Loyalty: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4).
- Zeithamal, Valari A. And Mary Jo Bitner, 2010, *Service Marketing*, New York, Mc. Graw-Hill Co. Inc

BIODATA PENULIS

Text artikel ditulis disini, text artikel ditulis disini, text

