



PENGARUH SERVICE QUALITY PRE-EKSPERIMENTAL DAN POST-EKSPERIMENTAL TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA AIC MEDICAL CLINIC

Irene Antoni¹⁾, Bernard Budianto²⁾, Ardi³⁾

^{1,2,3)}Universitas Pelita Harapan

Abstrak

This study aims to examine the effect of service quality dimensions (reliability, tangibility, responsiveness, assurance, and empathy) on patient satisfaction and its impact on patient loyalty at AIC Medical Clinic. The sample of this study were medical check-up patients who received services at AIC Medical Clinic. The research sample was divided into 2 groups because of the intervention to be studied. The number of research samples before the intervention was 159 respondents, while the number of respondents after the intervention was 193 respondents.

This study uses a quantitative approach. The research data obtained from the results of filling out the questionnaire were analyzed using descriptive analysis techniques and SEM PLS analysis techniques. The descriptive analysis was carried out with the help of the SPSS program, while the PLS analysis was carried out using the SmartPLS version 3.2 program.

Based on the results of the analysis in this study, it was concluded that partially, reliability, tangibility, responsiveness, assurance and empathy had a positive effect on patient satisfaction, the five dimensions of service quality were also proven to have a significant effect on patient loyalty, while patient satisfaction itself was also proven to have an impact on patient loyalty. The result also found a significant effect of intervention in post-experimental subjects. Overall it is concluded that the better the quality of services provided by AIC Medical Clinic in terms of tangibility, responsiveness, assurance, and empathy, the higher the patient satisfaction which in turn will increase patient loyalty.

Kata Kunci: tangibility, responsiveness, assurance and empathy, patient satisfaction, patient loyalty, Partial Least Square

*Correspondence Address : Lauireneantoni@gmail.com, budiantobernard@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v9i1.2022.1-15

© 2021UM-Tapsel Press

PENDAHULUAN

COVID-19 merupakan salah satu permasalahan yang sedang melanda seluruh dunia dan berkaitan dengan dunia kesehatan. Fenomena ini menjadikan konsumen untuk lebih selektif dalam memilih pelayanan kesehatan karena penyebaran virus yang cepat dan tidak terlihat secara kasat mata.

Beberapa fasilitas kesehatan yang tetap menerima pasien non-Covid masih ditakuti karena penyebaran virus meluas sehingga pasien akan memilih tempat pelayanan kesehatan yang betul-betul aman sesuai dengan kebutuhannya. Keamanan dari penyebaran virus menjadi prioritas utama dalam memilih penyedia pelayanan kesehatan, disamping tentunya tidak terlepas dari kualitas pelayanan kesehatan klinik di saat pandemi. Tenaga kesehatan dan proses pelayanan kesehatan diwajibkan mengikuti protokol kesehatan pemerintah dan diharapkan dapat meningkatkan keamanan sehingga menghasilkan kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pasien terhadap klinik untuk pemeriksaan Medical Checkup (MCU).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci kesuksesan tempat pelayanan kesehatan sehingga harus ditingkatkan secara terus-menerus agar pasien menjadi puas (Lee dan Yom, 2007 dalam Taqdees dkk., 2018).

Pelayanan kesehatan berkaitan erat dengan fasilitas dan kualitas pelayanan seperti sarana prasarana (*tangibility*), kehandalan (*reliability*), empati (*empathy*), ketanggapan (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*), hal ini yang menjadi perhatian utama manajemen pelayanan kesehatan dalam memberikan pelayanan terbaiknya kepada pasien (Pekkaya, Pulat İmamoğlu, & Koca, 2017).

Kualitas pelayanan terus dievaluasi secara berkala untuk mengetahui dan memperbaiki

kelemahan-kelemahan pelayanannya karena dapat berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan pasien.

Menurut Parasuraman, Zethami, dan Berry (1985) kualitas pelayanan memberikan pengalaman kepada pasien yang akan mempengaruhi penilaian dari konsumen terhadap kelebihan maupun kekurangan entitas secara keseluruhan. Kualitas pelayanan yang baik selalu mengarah pada kepuasan pelanggan yang tinggi (Subramanian dkk., 2014 dalam Pekkaya dkk., 2017). Menurut Gummesson (1992) dalam Pekkaya dkk. (2017), kualitas pelayanan jasa berbeda dengan layanan penjualan barang, penjualan barang dilihat dari kualitas produk itu sendiri sedangkan kualitas layanan yang berkaitan dengan jasa lebih sulit untuk diukur karena tidak berwujud.

Namun terdapat metode yang mempermudah dalam mengukur kualitas pelayanan yang sering disebut SERVQUAL (*service quality*). Metode ini digunakan penyedia pelayanan kesehatan untuk mengukur kepuasan dan loyalitas pasien terhadap pelayanan yang diberikan. SERVQUAL membantu penyedia layanan kesehatan untuk mengidentifikasi perbedaan dari layanan kesehatan yang diberikan dengan ekspektasi/harapan pasien (Al-Borie dan Sheikh Damanhoury, 2013; Zarei dkk., 2015 dalam Pekkaya dkk., 2017).

Kualitas pelayanan kesehatan pada berbagai daerah di Indonesia belum merata, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti sarana dan prasarana yang terbatas, peraturan tentang kesehatan masih terdesentralisasi (Handayani, Hidayanto, Sandhyaduhita, & Ayuningtyas, 2015; Perwitasari, Abror, & Wahyuningsih, 2010; Dewanto & Wardhani, 2018). Kualitas pelayanan akan berbanding lurus dengan kapabilitas dari petugas kesehatan dalam menyelenggarakan pelayanan yang profesional serta efektif dan efisien

dalam segi waktu serta biaya (Giao dkk., 2020; Pham, Vu, Pham, & Vu, 2020).

Berdasarkan penelitian terdahulu tentang kualitas layanan di industri kesehatan, dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas layanan seperti infrastruktur, kualitas personal, akses, dan proses pelayanan dianggap sebagai kualitas pelayanan kesehatan sesuai preferensi, kebutuhan, dan ekspektasi/harapan pasien yang dapat memberikan nilai untuk kepuasan pelanggan (Abushab dkk., 2018; Aliman & Mohammad, 2016; Giao dkk., 2020; Kalaja, Myshketa, & Scalera, 2016; Kitapci, Akdogan, & Dortyol, 2014; Lee & Seong, 2020, Li dkk., 2015; Pham dkk., 2020; Purcrea, Gheorghe, & Petrescu, 2013; Rahaman, Ali, Kejing, Taru, & Mamoon, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Akob, Yantahin, Ilyas, Hala, & Putra (2021), mengenai penilaian dan penjaminan mutu rumah sakit di Indonesia menunjukkan bahwa RS Gatot Subroto telah menerapkan *servqual* sejak tahun 1978. Setelah itu, banyak rumah sakit maupun fasilitas pelayanan kesehatan yang melakukan pengembangan kualitas dan kapasitas pelayanannya.

Kesenjangan penelitian (*research gap*) kualitas pelayanan kesehatan masih terjadi inkonsisten, beberapa penelitian menyimpulkan *servqual* berpengaruh langsung secara signifikan terhadap *patient satisfaction* dan *patient loyalty*, sementara temuan lain menyatakan tidak terdapat pengaruh *servqual* terhadap *patient satisfaction* dan *patient loyalty* (Akbar dan Jaya, 2017; Essiam, 2013; Nadi et al., 2016; Neupane dan Devkota, 2017; Nugraheni dan Kirana, 2018; Sibarani dan Riani, 2017; Teshnizi et al., 2018).

Berdasarkan temuan diatas, studi ini bertujuan untuk menganalisa hubungan antara *service quality* terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien. Penelitian ini memasukkan

langkah-langkah perbaikan (eksperimental) atas unsur-unsur penilaian yang masih kurang agar mampu meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pasien.

Studi ini akan menggunakan sampel penelitian dari klinik AIC yaitu pasien yang telah melakukan medical checkup (MCU) di klinik AIC pada saat pandemi COVID-19.

Service Quality. Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Wijaya, 2001:152). Dimensi kualitas layanan terdiri dari *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphathy*.

Tangibles. *Tangibles* adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk memproyeksikan eksistensi dan bukti fisik yang tersedia kepada pihak eksternal, dalam hal ini adalah pelanggan. Bitner (1990) serta Berry dan Clark (1991) menyatakan bahwa penampilan fisik sangat berpengaruh dalam penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Reliability. *Reliability* adalah kemampuan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan secara akurat. Garvin (1987) dan Parasuraman et al (1988) menganggap bahwa aspek *reliability* adalah yang terpenting yang dicari oleh konsumen dalam kualitas pelayanan.

Responsiveness. *Responsiveness* atau ketanggapan adalah suatu kemauan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, serta penyampaian informasi yang jelas.

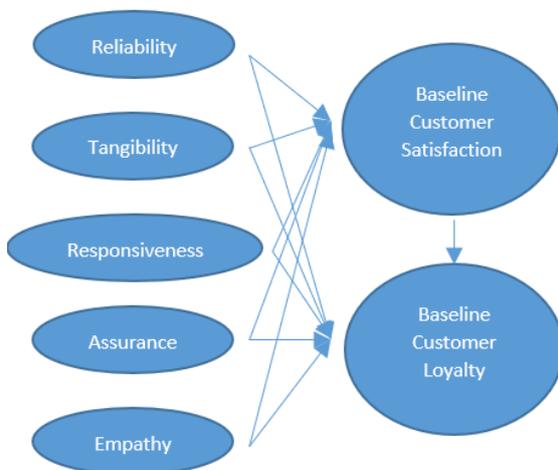
Assurance. Jaminan adalah kemampuan untuk melayani pelanggan. karena karyawan mempunyai pengetahuan yang cukup. Menurut Parasuraman et al (1991), perlakuan karyawan yang menunjukkan sikap sopan, pengertian dan professional merupakan elemen penting dalam *assurance*.

Empathy. Empati adalah perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Customer Satisfaction. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2001:46).

Customer Loyalty. Loyalitas pelanggan adalah komitmen untuk membeli ulang/berlangganan suatu produk/jasa secara konsisten di masa yang akan datang (Oliver dalam Uncle, Rowling dan Hammond, 2003)

Kerangka Model. Berdasarkan teori dan penelitian-penelitian, kualitas pelayanan (servqual) dihipotesiskan berpengaruh terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*, sementara *customer satisfaction* juga dihipotesiskan berpengaruh terhadap *customer loyalty* sehingga kerangka model dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1.1 Kerangka Model

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1: *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pasien klinik AIC pada saat pandemi
- H2: *Tangibility* berpengaruh terhadap kepuasan pasien klinik AIC pada saat pandemi
- H3: *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pasien klinik AIC pada saat pandemi
- H4: *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pasien klinik AIC pada saat pandemi
- H5: *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pasien klinik AIC pada saat pandemi
- H6: *Reliability* berpengaruh terhadap loyalitas pasien klinik AIC pada saat pandemi
- H7: *Tangibility* berpengaruh terhadap loyalitas pasien klinik AIC pada saat pandemi
- H8: *Responsiveness* berpengaruh terhadap loyalitas pasien klinik AIC pada saat pandemi
- H9: *Assurance* berpengaruh terhadap loyalitas pasien klinik AIC pada saat pandemi
- H10: *Empathy* berpengaruh terhadap loyalitas pasien klinik AIC pada saat pandemi
- H11: Kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien klinik AIC pada saat pandemic
- H12: Pemberian perlakuan eksperimental (pasca eksperimental) berpengaruh terhadap kepuasan pasien di klinik AIC pada saat pandemi
- H13: Pemberian perlakuan eksperimental (pasca eksperimental) berpengaruh terhadap loyalitas pasien di klinik AIC pada saat pandemi

METODE PENELITIAN

Desain penelitian. Studi ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode *explanatory survey*. Analisis uji hipotesis penelitian melalui teknik analisis statistika yang relevan untuk menguji pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Populasi dan Sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien medical check up di klinik AIC Medical Clinic. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampling jenuh atau sensus. Kemudian data yang didapat dianalisa secara statistik untuk menghitung hubungan antar variabel laten.

Sampel dalam penelitian ini terbagi dalam 2 kelompok, yaitu sampel sebelum adanya intervensi dan sampel setelah adanya intervensi. Intervensi yang dimaksud di sini adalah perubahan dari struktural klinik, pelatihan, *group discussion* dan penerapan protokol kesehatan khusus di klinik guna meningkatkan tingkat pelayanan jasa yang dilakukan di awal tahun 2021, jumlah responden sebelum adanya intervensi adalah 159 responden, sedangkan jumlah responden setelah adanya intervensi adalah sebanyak 193 responden.

Pengumpulan Data. Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, menggunakan skala *Likert* 1-5 dengan gradasi jawaban sangat tidak setuju (STS) =1; Tidak Setuju (TS) = 2; Netral (N) =3; Setuju (S)=4 dan Sangat Setuju (SS) = 5.

Teknik Analisa Data. Beberapa tahap analisis, yaitu (1) Analisis deskriptif karakteristik responden; (2) Analisis deskriptif variabel penelitian dan (3) Analisis *Partial Least Square (PLS)*. Analisis deskriptif karakteristik responden dan analisis deskriptif variabel penelitian dilakukan dengan bantuan program SPSS sedangkan

analisis PLS akan dilakukan dengan bantuan program SmartPLS versi 3.

HASIL ANALISA DATA

Karakteristik Responden.

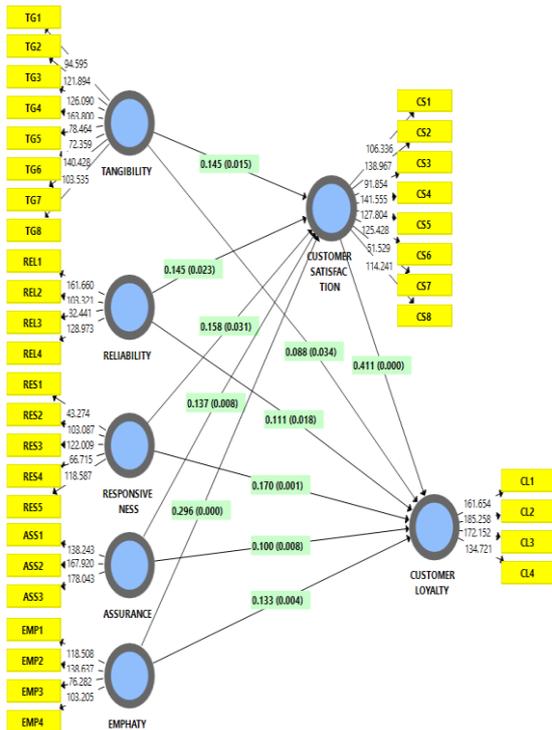
Jumlah responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 352 responden. Responden terbagi dalam 2 kelompok penelitian yaitu kelompok responden sebelum adanya intervensi (*pre* eksperimental) dan kelompok responden setelah adanya intervensi (*post* eksperimental). Persentase responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan responden:

Tabel 1 Karakteristik Responden

Kategori	Pre		Post	
	f	%	f	%
Jenis Kelamin				
Laki-Laki	107	67,3	124	64,2
Perempuan	52	32,7	69	35,8
Usia				
18 - 25 Tahun	51	32,1	47	24,4
26 - 35 Tahun	51	32,1	83	43,0
36 - 45 Tahun	40	25,2	34	17,6
46 - 55 Tahun	14	8,8	24	12,4
56 - 65 Tahun	2	1,3	5	2,6
>65 Tahun	1	0,6	0	0,0
Pendidikan				
SD	7	4,4	1	0,5
SMP	17	10,7	14	7,3
SMA	39	24,5	42	21,8
D3	15	9,4	22	11,4
S1	67	42,1	107	55,4
S2	14	8,8	7	3,6

Analisis PLS

Spesifikasi model PLS yang akan diestimasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.2 Spesifikasi Model PLS

Tahapan pengujian *outer model* digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas seluruh indikator dalam mengukur konstraknya, sedangkan pengujian *inner model* digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Outer Model PLS. Tahap pengujian model pengukuran meliputi pengujian *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*. Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam model PLS telah memiliki nilai *loading factor* > 0,7 dan seluruh konstruk telah memiliki AVE > 0,5 sehingga dapat dinyatakan bahwa model PLS telah memenuhi kriteria validitas konvergen yang dipersyaratkan.

Tabel 2 Convergent Validity & Reliability

Variabel	Indikator	Loading Factor	AVE	Validity	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Reliabilitas
Assurance	ASS1	0.933	0.875	valid	0,929	0,955	reliable
	ASS2	0.94		valid			
	ASS3	0.934		valid			
Customer loyalty	CL1	0.943	0.887	valid	0,958	0,969	reliable
	CL2	0.939		valid			
	CL3	0.95		valid			
	CL4	0.935		valid			
Customer satisfaction	CS1	0.913	0.833	valid	0,971	0,975	reliable
	CS2	0.915		valid			
	CS3	0.913		valid			
	CS4	0.939		valid			
	CS5	0.935		valid			
	CS6	0.91		valid			
	CS7	0.866		valid			
	CS8	0.908		valid			
Empathy	EMP1	0.919	0.829	valid	0,931	0,951	reliable
	EMP2	0.928		valid			
	EMP3	0.889		valid			
	EMP4	0.905		valid			
Reliability	REL1	0.932	0.849	valid	0,941	0,958	reliable
	REL2	0.923		valid			
	REL3	0.91		valid			
	REL4	0.921		valid			
Responsive ness	RES1	0.818	0.803	valid	0,938	0,953	reliable
	RES2	0.914		valid			
	RES3	0.924		valid			
	RES4	0.887		valid			
	RES5	0.931		valid			
Tangibility	TG1	0.891	0.842	valid	0,973	0,977	reliable
	TG2	0.918		valid			
	TG3	0.921		valid			
	TG4	0.944		valid			
	TG5	0.918		valid			
	TG6	0.917		valid			
	TG7	0.934		valid			
	TG8	0.896		valid			

Selanjutnya, pada pengujian validitas deskriminan pada Tabel 3, seluruh konstruk terbukti telah memenuhi kriteria validitas deskriminan yang dipersyaratkan seperti nilai akar kuadrat AVE seluruh konstruk telah melebihi korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya, begitu juga nilai HTMT konstruk tidak ada yang melebihi 0,9 yang berarti bahwa validitas deskriminan telah terpenuhi pada masing-masing konstruk.

Tabel 3 Discriminant Validity

Variabel	ASS	CL	CS	EMP	REL	RES	TG
ASS	0,935						
CL	0,740	0,942					
CS	0,674	0,838	0,913				
EMP	0,709	0,795	0,740	0,911			
REL	0,737	0,781	0,712	0,787	0,922		
RES	0,705	0,785	0,704	0,775	0,772	0,896	
TG	0,753	0,766	0,703	0,763	0,765	0,746	0,918

Selanjutnya hasil pengujian reliabilitas komposit pada Tabel 4 menunjukkan seluruh konstruk telah memenuhi kriteria reliabilitas komposit yang dipersyaratkan yang ditunjukkan dengan nilai *cronbachs alpha* > 0,7 dan *composite reliability* > 0,7.

Pengujian Inner Model PLS. Pengujian *inner model* meliputi penilaian terhadap *goodness of fit* model struktural, penilaian terhadap koefisien

jalur, uji signifikansi pengaruh parsial variabel eksogen terhadap variabel endogen dan perhitungan koefisien determinasi. Hasil pengujian pada tahap ini. dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Goodness of Fit Model PLS

Nilai SRMR dikategorikan dalam 2 kategori yaitu model *perfect fit* jika SRMR < 0,08; model *fit* jika SRMR antara 0,08 – 0,10 dan model tidak fit jika SRMR > 0,10. Hasil pengujian *goodness of fit model* pada Tabel 4 menunjukkan model pada kriteria baik karena memiliki R Square endogen CS 0,628 dan CL 0,812 pada kategori kuat dan moderate dan memiliki Q Square CS 0,519 dan CL 0,715, kategori besar serta SRMR 0,041 <0,08 sehingga model dinyatakan pada kategori *perfect fit*.

Tabel 4 *Goodness of fit Model PLS*

<i>Endogen Variable</i>	<i>Goodness of fit Model Parameter</i>		
	R Square	Q Square	SRMR
CL	0,812	0,715	0.041
CS	0,628	0,519	

R Square : 0.67 strong; 0.33 moderate; 0.19 weak. Q Square : 0.02 small; 0.15 medium; 0.35 big. SRMR : <0.10 fit

Uji Signifikansi Pengaruh Langsung

Hasil pengujian signifikansi pengaruh langsung dapat dilihat pada Tabel 5, sebagai berikut :

- Dengan nilai p value sebesar 0,008 dan t statistik 2,654 serta koefisien jalur 0,100 oleh karena nilai p value <0,05 dan t statistik > 1,96, maka disimpulkan bahwa *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, semakin tinggi jaminan kepada pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien
- Dengan nilai p value sebesar 0,008 dan t statistik 2,647, Koefisien jalur 0,137 maka

disimpulkan bahwa *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, semakin tinggi jaminan kepada pasien maka semakin tinggi kepuasan pasien

- Dengan nilai p value sebesar 0,000 dan t statistik 10,133, Koefisien jalur 0,411 maka disimpulkan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, semakin tinggi tingkat kepuasan pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien.
- Dengan nilai p value sebesar 0,004 dan t statistik 2,856, Koefisien jalur 0,133 , maka disimpulkan bahwa *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, semakin tinggi empati terhadap pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien.
- Dengan nilai p value sebesar 0,000 dan t statistik 4,341, Koefisien jalur 0,296, maka disimpulkan bahwa *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, semakin tinggi *empathy* pasien maka semakin tinggi kepuasan pasien
- Dengan nilai p value sebesar 0,018 dan t statistik 2,382, Koefisien jalur 0,111 ,maka disimpulkan bahwa *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, semakin baik tinggi reliabilitas pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien

- Dengan nilai p value sebesar 0,023 dan t statistik 2,287, Koefisien jalur 0,145 , maka disimpulkan bahwa *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, semakin tinggi kehandalan maka semakin tinggi kepuasan pasien.
- Dengan nilai p value sebesar 0,001 dan t statistik 3,442, Koefisien jalur 0,170, maka disimpulkan bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, semakin tinggi daya tanggap terhadap keluhan pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien
- Dengan nilai p value sebesar 0,031 dan t statistik 2,162, Koefisien jalur 0,158, maka disimpulkan bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, semakin tinggi daya tanggap terhadap pasien maka semakin tinggi tingkat kepuasan pasien.
- Dengan nilai p value sebesar 0,034 dan T statistik 2,126, Koefisien jalur 0,088, maka disimpulkan bahwa *tangibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, semakin baik sarana prasarana maka semakin tinggi loyalitas pasien.
- Dengan nilai p value sebesar 0,015 dan t statistik 2,438, Koefisien jalur 0,145, maka disimpulkan bahwa *tangibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, semakin baik sarana

prasarana maka semakin tinggi kepuasan pasien.

Tabel 5 *Dirrect Effect*

Direct Path	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
ASS -> CL	0,100	0,102	0,038	2,654	0,008
ASS -> CS	0,137	0,135	0,052	2,647	0,008
CS -> CL	0,411	0,404	0,041	10,133	0,000
EMP -> CL	0,133	0,130	0,047	2,856	0,004
EMP -> CS	0,296	0,294	0,068	4,341	0,000
REL -> CL	0,111	0,109	0,047	2,382	0,018
REL -> CS	0,145	0,140	0,063	2,287	0,023
RES -> CL	0,170	0,177	0,049	3,442	0,001
RES -> CS	0,158	0,166	0,073	2,162	0,031
TG -> CL	0,088	0,090	0,041	2,126	0,034
TG -> CS	0,145	0,145	0,059	2,438	0,015

Pengujian Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung.

Hasil analisis pada Tabel 6 menunjukkan bahwa :

- *Assurance* berpengaruh tidak langsung terhadap *customer loyalty* dengan dimediasi oleh *customer satisfaction*. Hal ini berarti semakin baik jaminan diberikan maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang selanjutnya akan meningkatkan loyalitas konsumen.
- *Responsiveness* berpengaruh tidak langsung terhadap *customer loyalty* dengan dimediasi oleh *customer satisfaction*. Hal ini berarti semakin baik daya tanggap diberikan maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang selanjutnya akan meningkatkan loyalitas konsumen.
- *Tangibility* berpengaruh tidak langsung terhadap *customer loyalty* dengan dimediasi oleh *customer satisfaction*. Hal ini berarti semakin baik sarana prasarana maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang selanjutnya akan meningkatkan loyalitas konsumen.

- *Reliability* berpengaruh tidak langsung terhadap *customer loyalty* dengan dimediasi oleh *customer satisfaction*. Hal ini berarti semakin baik reliabilitas diberikan maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang selanjutnya akan meningkatkan loyalitas konsumen.
- *Empathy* berpengaruh tidak langsung terhadap *customer loyalty* dengan dimediasi oleh *customer satisfaction*. Hal ini berarti semakin baik empati diberikan maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang selanjutnya akan meningkatkan loyalitas konsumen.

Tabel 6 Indirect Effect

Indirect Path	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
ASS -> CS -> CL	0,056	0,055	0,022	2,530	0,012
RES -> CS -> CL	0,065	0,066	0,028	2,313	0,021
TG -> CS -> CL	0,059	0,059	0,025	2,398	0,017
REL -> CS -> CL	0,060	0,057	0,027	2,222	0,027
EMP -> CS -> CL	0,122	0,119	0,031	3,899	0,000

Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *R square* variabel *Customer loyalty* sebesar 0,812, hal ini menunjukkan bahwa besar kontribusi variabel *Tangibility*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Customer satisfaction* terhadap *Customer loyalty* adalah sebesar 81,2%, sedangkan sisanya sebesar 18,8% variansi *Customer loyalty* dipengaruhi oleh faktor lain.

Selanjutnya, pada variabel *customer satisfaction*, nilai *R square* sebesar 0,628, hal ini berarti bahwa besar kontribusi variabel *Tangibility*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*, terhadap *Customer satisfaction* adalah sebesar 62,8%,

sedangkan sisanya sebesar 37,2% variansi *Customer satisfaction* dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan keseluruhan hasil dalam analisis PLS tersebut diperoleh kesimpulan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini terbukti pada taraf signifikansi 5%. Ringkasan hasil pengujian hipotesis selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Hasil Analisis	Kesimpulan
1	<i>Reliability</i> berpengaruh terhadap kepuasan pasien klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,023 < 0,05 • T statistik = 2,287 > 1,96 • Koef Jalur = 0,145 (Positif) 	Terbukti
2	<i>Tangibility</i> berpengaruh terhadap kepuasan pasien klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,015 < 0,05 • T statistik = 2,438 > 1,96 • Koef Jalur = 0,145 (Positif) 	Terbukti
3	<i>Responsiveness</i> berpengaruh terhadap kepuasan pasien klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,031 < 0,05 • T statistik = 2,162 > 1,96 • Koef Jalur = 0,158 (Positif) 	Terbukti
4	<i>Assurance</i> berpengaruh terhadap kepuasan pasien klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,008 < 0,05 • T statistik = 2,647 > 1,96 • Koef Jalur = 0,137 (Positif) 	Terbukti
5	<i>Empathy</i> berpengaruh terhadap kepuasan pasien klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,000 < 0,05 • T statistik = 4,341 > 1,96 • Koef Jalur = 0,296 (Positif) 	Terbukti
6	<i>Reliability</i> berpengaruh terhadap loyalitas pasien klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,018 < 0,05 • T statistik = 2,382 > 1,96 • Koef Jalur = 0,111 (Positif) 	Terbukti
7	<i>Tangibility</i> berpengaruh terhadap loyalitas pasien klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,034 < 0,05 • T statistik = 2,136 > 1,96 • Koef Jalur = 0,088 (Positif) 	Terbukti
8	<i>Responsiveness</i> berpengaruh terhadap loyalitas pasien klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,001 < 0,05 • T statistik = 3,442 > 1,96 • Koef Jalur = 0,170 (Positif) 	Terbukti
9	<i>Assurance</i> berpengaruh terhadap loyalitas pasien klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,008 < 0,05 • T statistik = 2,654 > 1,96 • Koef Jalur = 0,100 (Positif) 	Terbukti
10	<i>Empathy</i> berpengaruh terhadap loyalitas pasien klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,004 < 0,05 • T statistik = 2,836 > 1,96 • Koef Jalur = 0,133 (Positif) 	Terbukti
11	Kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,000 < 0,05 • T statistik = 10,133 > 1,96 • Koef Jalur = 0,411 (Positif) 	Terbukti
12	Pemberian perlakuan eksperimental (pasca eksperimental) berpengaruh terhadap kepuasan pasien di klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,000 • Mean Pre Exp = 27,0566 • Mean Post Exp = 30,8238 	Terbukti
13	Pemberian perlakuan eksperimental (pasca eksperimental) berpengaruh terhadap loyalitas pasien di klinik AIC pada saat pandemi	<ul style="list-style-type: none"> • P value = 0,015 • Mean Pre Exp = 14,0566 • Mean Post Exp = 15,7150 	Terbukti

Uji Perbandingan Kepuasan dan Loyalitas Pasien sebelum dan sesudah intervensi

Dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner dilakukan sebanyak 2 kali, pada tahap pertama, kuesioner disebarkan kepada pasien sebelum adanya intervensi, sedangkan tahap kedua, kuesioner disebarkan kepada pasien setelah adanya intervensi dari AIC Medical Clinic. Intervensi ini bertujuan agar kepuasan dan loyalitas meningkat. Uji perbandingan tingkat kepuasan pasien sebelum dan sesudah intervensi ini melalui beberapa tahap analisis. Tahap analisis pertama adalah tahap uji normalitas dan homogenitas, setelah hasil uji normalitas dan homogenitas selesai dilakukan, maka dapat ditentukan jenis uji beda yang akan digunakan.

Tabel 8 Hasil Uji Normalitas dan Homogenitas

Variabel	sig.	Kesimpulan	sig.	Kesimpulan
Kepuasan Pasien	0,000	Tidak normal	0,013	Tidak homogen
Loyalitas Pasien	0,000	Tidak normal	0,000	Tidak homogen

Data berdistribusi normal dan homogen maka uji perbandingan kepuasan dan loyalitas pasien sebelum dan sesudah intervensi dilakukan secara parametrik yaitu dengan menggunakan uji t sampel tidak berpasangan, sedangkan jika asumsi normalitas dan homogenitas tidak terpenuhi maka pengujian dilakukan secara non parametrik yaitu dengan menggunakan uji Mann Whitney.

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 9, diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi hasil uji Mann Whitney adalah sebesar 0,000, oleh karena nilai signifikansi yang diperoleh < 0,05 maka disimpulkan bahwa ada peningkatan signifikan skor kepuasan pasien sebelum dan sesudah intervensi, sebelum intervensi rata-rata skor kepuasan pasien hanya sebesar 27,0566, sedangkan setelah adanya intervensi skor kepuasan meningkat dengan rata-rata sebesar 30,8238. Hal ini berarti bahwa kepuasan pasien meningkat secara signifikan setelah adanya intervensi.

hasil uji Mann Whitney adalah sebesar 0,015, oleh karena nilai signifikansi yang diperoleh < 0,05 maka disimpulkan bahwa ada peningkatan signifikan skor loyalitas pasien sebelum dan sesudah intervensi, sebelum intervensi rata-rata skor loyalitas pasien hanya sebesar 14,0566, sedangkan setelah adanya intervensi skor loyalitas meningkat dengan rata-rata sebesar 15,7150. Hal ini berarti bahwa loyalitas pasien meningkat secara signifikan setelah adanya intervensi.

Tabel 9 Hasil uji Perbandingan

Uji Beda	Periode	Rata-rata Skor Kepuasan	Sig.	Kesimpulan
Kepuasan Pasien	Pre eksperimental	27.0566	0,000	Ada peningkatan signifikan
	Post eksperimental	30.8238		
Loyalitas Pasien	Pre eksperimental	14.0566	0.015	Ada peningkatan signifikan
	Post eksperimental	15.7150		

PEMBAHASAN

Pengaruh *Reliability* terhadap *Customer satisfaction* di masa Pandemi

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, meskipun *reliability* AIC Medical Clinic telah baik namun karyawan yang memberikan waktu khusus kepada pasien untuk berkonsultasi lebih dapat memberikan kepuasan bagi pasien mencari solusi permasalahan kesehatannya. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *reliability* AIC Medical Clinic terhadap kepuasan pasien, dengan demikian, agar kepuasan pasien meningkat maka kehandalan klinik harus ditingkatkan.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kehandalan rumah sakit atau tempat layanan kesehatan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pasien. (Imelda & Nahrishah, 2019); Mustika & Sari, 2019); ; Wahyuti & Poniman, 2017)

Pengaruh *Tangibility* terhadap *Customer satisfaction*

Tangibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction*, hal ini berarti bahwa semakin baik *Tangibility* AIC Medical Clinic maka semakin tinggi kepuasan pasien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan *tangibility* rumah sakit atau tempat layanan kesehatan terhadap kepuasan pasien. (Agustina et al., 2020;

Erliana & Rulirianto, 2018; Meutia & Andiny, 2019; Rani et al., 2020; Rosalia & Purnawati, 2018)

Pengaruh Responsiveness terhadap Customer satisfaction

Responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction*, hal ini berarti bahwa semakin baik *Responsiveness* AIC Medical Clinic maka semakin tinggi kepuasan pasien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh daya tanggap tempat layanan kesehatan terhadap kepuasan pasien. (Imelda & Nahrisah, 2019); (Kosnan, 2020); (Meutia & Andiny, 2019) (Rani et al., 2020) dan (Wahyuti & Poniman, 2017)

Pengaruh Assurance terhadap Customer satisfaction

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *assurance* yang diberikan AIC Medical Clinic terhadap kepuasan pasien, dengan demikian, agar kepuasan pasien meningkat maka pemberian jaminan kepada pasien harus ditingkatkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif *assurance* terhadap kepuasan pasien. Semakin baik jaminan yang diberikan tempat layanan kesehatan terhadap pasien maka semakin tinggi kepuasan pasien (Kosnan, 2020); (Harun, 2020).

Pengaruh Empathy terhadap Customer satisfaction

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *empathy* yang diberikan petugas AIC Medical Clinic terhadap kepuasan pasien, dengan demikian, agar kepuasan pasien meningkat maka *empathy* petugas klinik harus ditingkatkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif *empathy* terhadap kepuasan pasien sebuah tempat layanan kesehatan. Semakin baik *empathy* petugas melayani pasien maka semakin tinggi kepuasan pasien (Amrullah et al., 2020); (Haryeni & Yendra, 2019); (Widyastuti et al., 2018); (Burhan, 2018) dan (Hartini, 2014)

Pengaruh Reliability terhadap Loyalitas pasien

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *reliability* AIC Medical Clinic terhadap loyalitas pasien, dengan demikian, agar loyalitas pasien meningkat maka kehandalan klinik harus ditingkatkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif kehandalan tempat layanan kesehatan terhadap loyalitas pasien, hal ini berarti bahwa semakin tinggi kehandalan rumah sakit atau tempat layanan kesehatan melayani pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien (Cahyo, 2021); (Rahayu & Suwarni, 2017); (Syur'an & Ma'ruf, 2020)

Pengaruh Tangibility terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan *tangibility* tempat layanan kesehatan terhadap loyalitas pasien. Semakin baik bentuk fisik tempat layanan kesehatan maka semakin tinggi loyalitas pasien (Debora & Sulistiadi, 2019); (Debora & Sulistiadi, 2019); (Nurhidayat et al., 2019); (Nuan Sari, 2018) dan (Fista Fella Kipu et al., 2020)

Pengaruh Responsiveness terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *tangibility* AIC Medical Clinic terhadap loyalitas pasien, dengan demikian, agar loyalitas pasien meningkat maka bukti fisik tempat layanan harus ditingkatkan seperti peningkatan dalam hal kelengkapan peralatan kesehatan dan papan *informasi* yang baik dan jelas sehingga kinerja klinik dalam menangani pasien semakin terdukung dan loyalitas pasien meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif daya tanggap tempat layanan kesehatan terhadap loyalitas pasien. Semakin tinggi daya tanggap tempat layanan kesehatan terhadap pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien (Salman, 2019); (Burhan, 2018) dan (Rizal et al., 2017)

Pengaruh Assurance terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *assurance* yang diberikan AIC Medical Clinic terhadap loyalitas pasien, dengan demikian, agar loyalitas pasien meningkat maka pemberian jaminan kepada pasien harus ditingkatkan. *Assurance* AIC Medical Clinic telah baik, namun masih perlu peningkatan dalam biaya pelayanan agar lebih terjangkau.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif *assurance* terhadap loyalitas pasien. Semakin baik jaminan yang diberikan kepada pasien maka semakin tinggi loyalitas pasien (Wahyuti & Poniman, 2017); (Cahyo, 2021); (Haryeni & Yendra, 2019); (Meliala, 2018) dan (Rahayu & Suwarni, 2017)

Pengaruh Empathy terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan *empathy* yang diberikan petugas AIC Medical Clinic terhadap loyalitas pasien, dengan demikian, agar loyalitas pasien meningkat maka *empathy* petugas klinik harus ditingkatkan. *empathy* AIC Medical Clinic telah baik, namun masih perlu peningkatan dalam memberikan waktu yang cukup bagi keluarga pasien untuk berkonsultasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif *empathy* terhadap loyalitas pasien. Semakin tinggi *empathy* petugas maka semakin tinggi loyalitas pasien (Cahyo, 2021); (Haryeni & Yendra, 2019) ; (Rahayu & Suwarni, 2017), (Syur'an & Ma'ruf, 2020) dan (Burhan, 2018)

Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas pasien

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien terhadap layanan AIC Medical Clinic berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, meskipun kepuasan pasien terhadap pelayanan AIC Medical Clinic telah baik akan tetapi AIC Medical Clinic masih perlu melakukan perbaikan – perbaikan dalam hal : ketersediaan fasilitas, pelayanan yang tidak mengecewakan pasien dan prosedur pemeriksaan pasien sehingga fasilitas yang ada dapat mendukung kinerja klinik, tidak membuat pasien menyesal dan dapat melakukan pemeriksaan dengan baik sehingga loyalitas pasien meningkat. Dengan tingginya kepuasan pasien maka pasien akan tetap loyal meskipun seringkali ada pemberitaan negatif mengenai pelayanan di klinik tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh

signifikan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien (Hasan & Putra, 2018); (Dewi, 2017); (Dimiyati, 2017); (Sholeha et al., 2018) (Puspitasari & Arifianty, 2016)

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah bahwa secara parsial, *reliability*, *tangibility*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, kelima dimensi kualitas layanan tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, adapun kepuasan pasien terbukti berdampak pada loyalitas pasien, sehingga secara keseluruhan disimpulkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan AIC Medical Clinic dari segi *tangibility*, *responsiveness*, *assurance* maupun *emphathy* maka semakin tinggi kepuasan pasien yang selanjutnya akan meningkatkan loyalitas pasien.

Intervensi terbukti meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien, hal ini berarti bahwa intervensi yang dilakukan sebaiknya tetap dilanjutkan sehingga kepuasan dan loyalitas pasien meningkat.

Saran

(1) Bagi Penelitian selanjutnya Penelitian diharapkan dapat menggunakan model penelitian yang berbeda, atau dilakukan dengan mengembangkan model penelitian ini dengan menambah variabel pemoderasi. Variabel pemoderasi dapat diambil dari sisi karakteristik responden misalnya usia responden atau tingkat pendidikan responden.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, T., Gerhana, W., & S. (2020). The Effect of Locus of Control, Learning, and Adversity Quotient towards Micro Business Success (Study on Entrepreneurship under Foster Group of the Banjarmasin Regional Government). *Journal of Wetlands*

Environmental Management, 8(1).
<https://doi.org/10.20527/jwem.v8i1.215>

Amrullah, H., Satibi, S., & Fudholi, A. (2020). Analisis Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Menggunakan Metode Servqual Berdasarkan Status Akreditasi di Kabupaten Ogan Komering Ilir. *Majalah Farmaseutik*, 16(2).
<https://doi.org/10.22146/farmaseutik.v16i2.53647>

Burhan, I. R. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Peserta JKN di Poliklinik Semen Padang Hospital. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 7(3).
<https://doi.org/10.25077/jka.v7i3.892>

Cahyo, F. D. (2021). Analisa Kualitatif Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien di Ruang Rawat Inap pada Rumah Sakit TK II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan. *Jurnal Rekam Medic*, 2(1).
<https://doi.org/10.33085/jrm.v2i1.4866>

Dalfian, D.-, Farich, A.-, & Utari, E. M. (2020). Faktor Dominan Kualitas Pelayanan Informasi terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit di Lampung Tengah Tahun 2019. *JURNAL DUNIA KESMAS*, 9(4).
<https://doi.org/10.33024/jdk.v9i4.2047>

Debora, L., & Sulistiadi, W. (2019). Hubungan bauran pemasaran (marketing mix) dengan loyalitas pelanggan: systematic review. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 5(1).

Dewi, R. (2017). PENGARUH KUALITAS Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Pengguna BPJS Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 18(2).
<https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4511>

Dimiyati, M. (2017). Peranan Experiential Marketing dalam Kepuasan Pasien dalam Menciptakan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Fatimah Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

Erliana, N. V., & Rulirianto. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen (Pasien) pada Rumah Sakit Wawa Husada Kepanjen Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2.

Fista Fella Kipu, Wariki, W. M. V., & Bolang, A. S. L. (2020). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Loyalitas Pelanggan Di Instalasi Rawat Jalan UPTD Rumah Sakit Tipe C

Manembo-Nembo Bitung. *Journal of Public Health and Community Medicine*, 2.

Hartini, N. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien RSUD Syekh Yusuf Gowa. *Skripsi*.

Harun, H. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mutu Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Rawat Inap Kabupaten Pasaman 2019. *Human Care Journal*, 4(3).
<https://doi.org/10.32883/hcj.v4i3.500>

Haryeni, & Yendra, N. (2019). Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Pada Pasien Rumah Sakit Swasta di Kota Padang : Berpikir ke Masa Depan. *Menara Ilmu*, XIII(1).

Hasan, S., & Putra, A. H. P. K. (2018). Loyalitas Pasien Rumah Sakit Pemerintah : Ditinjau Dari Perspektif. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 18(3).

Imelda, S., & Nahrisah, E. (2019). Analisis Tingkat Mutu Pelayanan Rawat Inap Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Pasien Di Rsup Adam Malik Medan (Studi Perbandingan Antara Pasien Umum Dan Pasien BPJS). *JURNAL INFORMATIKA*, 3(3).
<https://doi.org/10.36987/informatika.v3i3.221>

Kosnan, W. (2020). PENGARUH Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Merauke. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(4).
<https://doi.org/10.32424/jeba.v21i4.1538>

Meliala, S. A. (2018). Analisis Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSU Mitra Sejati Medan. *Jurnal Rekam Medic*, 1(1).
<https://doi.org/10.33085/jrm.v1i1.3976>

Meutia, R., & Andiny, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Langsa Lama. *NIAGAWAN*, 8(2).
<https://doi.org/10.24114/niaga.v8i2.14261>

Mustika, D., & Sari, K. (2019). Kepuasan pasien terhadap layanan rawat inap RSUD Jagakarta tahun 2017/2018. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 5(3).

Nuan Sari, A. (2018). PENGARUH Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Ditinjau Dari Perspektif

Ekonomi Islam Pada RSUD Dr. H. Abdul Moeloek Provinsi Lampung. *Skripsi*.

Nurhidayat, M., Simanjorang, A., & Jamaluddin, J. (2019). Pengaruh Mutu Pelayanan Kesehatan Terhadap Loyalitas Kunjungan Berobat Pasien Rawat Inap Pada Instalasi Rawat Inapanak Di Rsu Hidayah Delitua 2017. *Global Health Science (Ghs)*, 4(3).

Parasuraman, A., Zethami, V.A., Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research Want more papers like this?

Puspitasari, N. B., & Arifianty, M. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Terhadap Keluhan Dan Loyalitas Pasien Rawat Inap. *Prosiding SNST Ke-7*, 7.

Rahayu, S., & Suwarni, E. S. (2017). Analisis Loyalitas Pasien Pengguna BPJS Kesehatan di Klinik Pratama Iis Medika Kartasura Sukoharjo dipandang dari sudut Kualitas Pelayanan dan Kepuasan. *ProBank*, 2(2).
<https://doi.org/10.36587/probank.v2i2.179>

Rani, M., Basalamah, S., & Damis, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Ruang Perawatan Private Care Center (PCC) RSUP Dr. Wahidin Sudirohusodo Makassar. *Tata Kelola*, 7(1).
<https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i1.122>

Rizal, R., Suardi, M., & Yulihastri, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Peserta BPJS Kesehatan sebagai Mediasi terhadap Loyalitas Pasien. *Jurnal Sains Farmasi & Klinis*, 3(2).
<https://doi.org/10.29208/jsfk.2017.3.2.112>

Rosalia, K., & Purnawati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien RSUD Surya Husadha di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5).

Salman. (2019). Pengaruh Mutu Layanan Dokter dan Fasilitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Islam Jakarta. *Health Science Growth (HSG) Journal*, 4(2).

Samsuddin, H., & Ningsih, E. R. (2019). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Pusat Dr Mohammad Hoesin Palembang. *Jurnal Ecoment Global*, 4(1).
<https://doi.org/10.35908/jeg.v4i1.573>

Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AHASS SUMBER JAYA MAHA SAKTI KECAMATAN ROGOJAMPI KABUPATEN BANYUWANGI. JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 12(1). <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>

Syur'an, N. O., & Ma'ruf. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Sebagai Mediasi : Studi Kasus Terhadap Pengguna BPJS Kesehatan Di Instalasi Rawat Jalan RS UNAND. Seiko: Journal of Management and Business, 3(3).

Wahyuti, D., & Poniman, B. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rawat Inap Di Rsu Assalam Gemolong Sragen. ProBank, 2(1). <https://doi.org/10.36587/probank.v2i1.130>

Widya Astari, D., Noviantani, A., & Simanjuntak, R. (2021). Kepuasan Pasien terhadap Mutu Pelayanan Keperawatan di Era Pandemi Covid-19 di Rumah Sakit Mata Cicendo. Journal of Hospital Accreditation, 03(1).

Widyastuti, N., Widjanarko, B., & Adi, M. S. (2018). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Peserta BPJS Kesehatan di Instalasi Rawat Jalan RSUD dr. H. Soewondo Kendal. Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia, 6(1). <https://doi.org/10.14710/jmki.6.1.2018.39-49>