

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN DENGAN KEPUASAN PASIEN SEBAGAI MEDIASI DI WELLCLINIC GADING SERPONG

Sunaryo Oentara^{1)*}, Innocentius Bernarto²⁾

^{1), 2)} *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia*

e-mail: sunaryoentara@yahoo.co.id
(Corresponding Author indicated by an asterisk *)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh positif kualitas layanan dan kepuasan pasien, pengaruh positif kepuasan pasien dan loyalitas pasien, kualitas layanan dan loyalitas pasien, dan kualitas layanan dan loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai mediasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 200 sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria minimal dua kali kunjungan. Data diolah menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai mediasi.

Kata Kunci: kualitas layanan; kepuasan pasien; loyalitas pasien

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between service quality and patient satisfaction, relationship between patient satisfaction and patient loyalty, relationship between service quality and patient loyalty, and relationship between service quality and patient loyalty mediated by patient satisfaction. The number of samples were determined to be which 200 samples. The sampling technique used was purposive sampling. Partial Least Square-Structural Equation modeling (PLS-SEM) is applied to this study. The results of data analysis showed that the service quality has a positive effect on patient satisfaction, patient satisfaction has a positive effect on patient loyalty, service quality has a positive effect on patient loyalty, and service quality has a positive impact on patient loyalty mediated by patient satisfaction.

Keywords: service quality; patient satisfaction; patient loyalty

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan kesehatan yang bermutu adalah hal wajib dimiliki oleh fasilitas kesehatan di Indonesia yang standarnya pelayanan kesehatannya sudah ditetapkan oleh Kementerian Kesehatan dan diharapkan tercipta pemerataan kualitas layanan di seluruh Indonesia, tetapi menurut data dari Dirjen Layanan Kesehatan, Kemenkes RI tahun 2021 menyatakan bahwa terjadi ketimpangan antara fasilitas kesehatan pulau Jawa dan di luar pulau Jawa atau terjadinya sentralisasi dari fasilitas kesehatan di kota besar, terutama pada sektor klinik swasta. Sebaliknya di pulau di bagian Timur Indonesia, fasilitas kesehatan sangat minim dan rasio antara fasilitas kesehatan primer dan penduduk sangat minim. Hal ini membuat terjadinya ketimpangan kualitas layanan kesehatan di kota besar dan kota kecil.

Passe (2016) mengatakan kualitas layanan merupakan seluruh proses dari kegiatan transaksi yang diselenggarakan oleh industri atau produsen yang bertujuan untuk memenuhi harapan konsumen. Menurut Kotler & Armstrong (1996), retensi dari pasien merupakan indikator yang dominan dari *Service Quality*. Retensi dari pasien tentunya berhubungan dengan tingkat loyalitas pasien di perusahaan tersebut. Loyalitas pasien sendiri merupakan situasi yang ideal yang paling diharapkan para pelaku industri, di mana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) yang juga disertai pola pembelian atau penggunaan layanan berulang yang konsisten (Tjiptono, 2008). Kepuasan pasien telah menjadi konsep yang sangat vital dalam organisasi bisnis maupun non bisnis, serta merupakan salah satu tujuan yang esensial dari organisasi tersebut. Kepuasan pasien berkontribusi terhadap sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pasien, meningkatnya reputasi suatu organisasi dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan (Kotler, 2004). Penelitian Rizal et al. (2017) menunjukkan kualitas layanan yang telah diteliti di rumah sakit tersebut memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dari pasien dan terhadap loyalitas pasien dengan dimediasi kepuasan pasien juga menunjukkan pengaruh yang signifikan. Begitu juga penelitian oleh Rizki (2019) yang menyatakan hasil uji analisa jalur menunjukkan bahwa variabel kepuasan pasien di klinik tersebut setelah diteliti memiliki pengaruh yang positif pada loyalitas pasien, dan variabel kualitas layanan juga fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien yang berdampak pada loyalitas pasien. Hal ini bertentangan dengan penelitian oleh Regata dan Kusumadewi (2019) yang menyatakan kualitas layanan tidak memberikan signifikansi pada loyalitas pasien, tetapi kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan pasien dan juga kepuasan pasien memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien. Hasil penelitian yang berbeda lagi ditunjukkan oleh Athiyyah & Pane (2021) yang menyatakan kualitas layanan tidak memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini ingin meneliti lebih jelas hubungan antara ketiga variabel, yaitu kualitas layanan, kepuasan pasien, loyalitas pasien, dan juga hubungan indirek dari ketiga variabel tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari Dewi (2016). Maksud dari penelitian replikasi ini adalah untuk mengetahui apakah model penelitian Dewi (2016) berlaku sama pada penelitian ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Service Quality

Kualitas layanan dapat diartikan sebagai perbedaan antara ekspektasi pasien pada saat layanan belum diberikan dan hasil persepsi sesudah layanan diberikan (Parasuraman et al., 1985). Christopher (1986) mendefinisikan kualitas layanan atau *service quality* sebagai relasi antara perusahaan dengan pasien dari perusahaan tersebut dan berfokus pada *customer experience* (pengalaman pasien) selama proses transaksi berlangsung. Fokusnya tidak hanya

untuk memenuhi kebutuhan dari pasien, tetapi juga memenuhi harapan dari pasien atas layanan yang diterima (Lewis, 1993). Menurut Parasuraman et al. (1985), kualitas layanan sendiri terbagi dalam 5 dimensi sebagai indikator dalam penilaian kualitas pelayanan itu sendiri, di antaranya *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangibles*.

Kepuasan Pelanggan/Pasien

Kepuasan mengacu pada emosi, respon, dan reaksi konsumen terhadap produk atau jasa. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi pengalaman pelanggan setelah menerima produk atau layanan. Kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai perbandingan antara harapan dan persepsi terhadap kinerja produk atau jasa. Kepuasan pelanggan dicapai ketika kinerja yang dirasakan dari produk atau layanan memenuhi atau melampaui harapan mereka (Lim et al., 2019).

Loyalitas Pelanggan/Pasien

Mellens et al. (1996) menjelaskan bahwa loyalitas merupakan kondisi sikap positif pelanggan dengan merek tersebut, mempunyai komitmen terhadap merek tersebut, serta mempunyai maksud untuk melakukan pembelian berulang di masa mendatang. Dimensi dari loyalitas pelanggan itu sendiri menurut Kotler (2012) terdiri dari *Repeat Purchase* (Pembelian berulang), *Retention* (Ketahanan/Retensi oleh pelanggan terhadap berita/*issue* yang negatif terhadap suatu perusahaan), dan *Referrals* (merefereasikan perusahaan tersebut ataupun produknya kepada orang lain).

Menurut Baloglu (2002), ada beberapa indikator yang menentukan tingkat loyalitas pelanggan, yaitu *trust* atau kepercayaan pelanggan terhadap suatu merk atau *brand* ataupun perusahaan, *emotion commitment* atau komitmen psikologis yang kuat terhadap suatu *brand* atau perusahaan, tanggapan pelanggan terhadap beban yang akan diterima ketika terjadi perubahan harga atau yang lebih dikenal dengan *switching cost*, *word of mouth* atau perilaku pelanggan untuk menyampaikan testimoni atau bahkan merekomendasikan suatu produk atau *brand* atau perusahaan kepada orang lain, dan terakhir adalah *cooperation* atau perilaku pelanggan untuk bekerja sama dengan perusahaan.

Pengajuan Hipotesis

Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan/Pasien

Studi dari Shanka (2012) menyatakan ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas layanan terhadap variabel kepuasan pasien. Penelitian ini juga didukung juga penelitian oleh Zafar et al. (2012), Bedi (2010), dan Aldlaigan (dalam Ladhari et al., 2011). Kotler dan Armstrong (1996) menyatakan bahwa terjadinya peningkatan dari kepuasan pelanggan dapat terjadi, jika pelanggan mendapatkan pelayanan produk ataupun jasa yang lebih baik. Semua pelanggan tentunya memiliki harapan untuk mendapatkan produk atau jasa yang tentunya sesuai harapan dan berkesan bagi mereka.

H₁: Kualitas layanan kesehatan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien

Hubungan Kepuasan Pasien dengan Loyalitas Pelanggan/Pasien

Keberhasilan perusahaan bergantung dari citra dari pelanggan itu sendiri yang terbentuk dari kepuasan dari pelanggan yang berdasarkan atas pengalaman pribadi pelanggan tersebut dan hal tersebut bisa menciptakan tumbuhnya loyalitas dari pelanggan (Kotler & Keller, 2007). Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Ishak dan Luthfi (2011)

mengungkapkan bahwa kepuasan dari pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas, hasil ilmiah tersebut juga didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Raharjo (2013).

H₂: Kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien

Hubungan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan/Pasien

Menurut Tjiptono (2008), kualitas pelayanan memiliki peran kepada terwujudnya loyalitas pasien. Penelitian yang sudah ada oleh di fasilitas kesehatan swasta di Pakistan menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara layanan kesehatan yang baik dibandingkan dengan loyalitas pasien dan juga kepuasan pasien di fasilitas kesehatan tersebut. (Fatima et al., 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian Fattah (2016), Monica (2016) dan Sekali (2011).

H₃: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien

Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pasien dengan Kepuasan Pasien sebagai Mediasi

Perusahaan yang memberikan pelayanan yang baik dan berkesan bagi pelanggannya tentunya berkaitan erat dengan terciptanya kepuasan pasien, dan menciptakan suatu ikatan emosi yang baik antara perusahaan dan pelanggan, yang tentunya juga membantu menciptakan loyalitas dari pasien (Budiman & Herlina, 2010). Penelitian sebelumnya oleh Rizal et al. (2017) di RSUD Padang menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien dengan dimediasi oleh kepuasan pasien. Penelitian ini didukung oleh penelitian oleh Rizki (2019).

H₄ : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai mediasi

METODE PENELITIAN

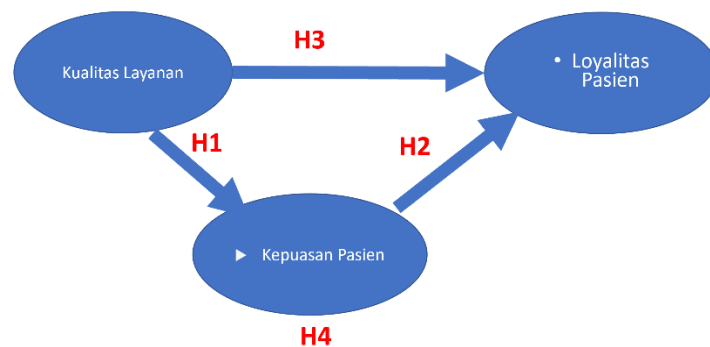
Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk mengetahui hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel kualitas layanan, kepuasan pasien, dan loyalitas dari pasien atau pelanggan di Well Clinic Gading Serpong. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh pasien yang menerima pelayanan rawat jalan berbayar pribadi atau Non-BPJS atau menggunakan asuransi lainnya di Well Clinic Gading Serpong pada periode bulan Januari–Maret tahun 2022. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 200 pasien dengan pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* kepada seluruh pasien yang telah menggunakan layanan kesehatan rawat jalan di Well Clinic Gading Serpong dengan minimal dua kali kunjungan.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner penelitian elektronik yang dibagikan secara digital pada *Whatsapp* pasien-pasien yang sedang ataupun pernah mengunjungi WellClinic Gading Serpong dalam bentuk Google Forms. Kuesioner yang digunakan menggunakan skala likert (*Likert Scale*) yang umum digunakan dalam bidang bisnis ataupun fenomena sosial lainnya yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang. Pada skala ini menggunakan angka satu sampai lima, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), cukup setuju (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

Variabel dalam penelitian ini dapat diidentifikasi menjadi 3 variabel utama yaitu variabel independen yaitu kualitas pelayanan yang akan dibagi lagi menjadi sub variabel *Tangible* (TA), *Reliability* (RL), *Responsiveness* (RE), *Assurance* (AS) dan *Empathy* (EM)

serta variabel dependen yaitu loyalitas pasien, sementara kepuasan pasien bertindak sebagai *intervening variable*.

Setelah memperoleh data dari kuesioner yang telah disebar, data akan dikumpulkan dan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas sebelum akhirnya data dianalisa. Pengujian dan analisis data pada penelitian ini menggunakan *software* SMART PLS 3.0.



Gambar 1. Model Penelitian
 Sumber: Dewi (2016)

Profil Responden

Tabel 1 menyajikan profil responden pada penelitian ini, di mana mayoritas responden perempuan lebih banyak dibanding responden laki-laki, yaitu 61% dan 39%. Pada kelompok usia didominasi oleh usia 34–49 tahun dan 25–34 tahun dengan persentase 33% dan 26%. Mayoritas responden merupakan lulusan SMA atau setara dengan persentase 38 %, diikuti dengan lulusan SMA sebanyak 35 mayoritas responden penelitian ini berpendidikan baik, dengan minimum pendidikan diploma dan ke atas menguasai sebanyak 56% dari total responden. Dari kelompok pekerjaan, mayoritas merupakan pegawai swasta dengan persentase 30%, diikuti oleh wiraswasta dengan 20%. Jika dilakukan pemisahan antara responden penerima upah dan yang tidak menerima upah atau memiliki penghasilan kerja sendiri, seperti pengusaha atau wiraswasta, maka mayoritas responden masih dikuasai oleh responden penerima upah. Dalam pengelompokan pada kategori penghasilan mayoritas responden berpenghasilan dalam rentang di atas dari Upah Minimum Regional (UMR), yaitu dalam kelompok penghasilan 5–10 juta per bulan dengan persentase 32% dan pada kelompok berpenghasilan 10–20 juta dengan persentase 22%. Kunjungan kedua kali merupakan mayoritas dengan 41% responden, 24% responden sudah tiga kali mengunjungi WellClinic Gading Serpong.

Tabel 1. Profil Responden

Pernyataan	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	78	39%
Perempuan	122	61%
Usia Responden		
17–24 Tahun	24	12%
25–34 Tahun	52	26%
35–49 Tahun	66	33%
50–64 Tahun	46	23%
>65 Tahun	12	6%

Tingkat Pendidikan		
SD	4	2%
SMP/SETARA	8	4%
SMA/SETARA	76	38%
Diploma1-3/SETARA	30	15%
S-1/SETARA	70	35%
S-2	10	5%
S-3	2	1%
Pekerjaan		
Pelajar/ Mahasiswa	19	9,5%
Pegawai Negeri Sipil/ASN	32	16%
Pegawai Swasta	60	30 %
Wiraswasta	41	20,5%
Tidak Bekerja	17	8,5%
Lainnya	31	15,5%
Penghasilan perbulan		
<3 juta	28	14%
3-5 Juta	40	20%
5-10 Juta	65	32,5%
10-20 Juta	44	22%
>20 Juta	23	11,4%
Jumlah Kunjungan		
2 X Kunjungan	82	41%
3 X Kunjungan	48	24%
4 X Kunjungan	32	16%
5 X Kunjungan	22	11%
>5 X Kunjungan	16	8%

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Evaluasi Hasil Pengukuran

Evaluasi model pengukuran adalah pengujian yang digunakan untuk melakukan uji validitas serta uji reliabilitas model. Uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan *composite reliability* diterapkan pada studi ini. Kriteria untuk validitas konvergen yang digunakan pada penelitian ini adalah *loading factor* >0,7, *average variance extracted (AVE)* >0,5; dan validitas diskriminan wajib mencukupi kriteria Fornell-Larcker yaitu nilai akar kuadrat AVE wajib lebih besar dari nilai korelasi antar variabel (Ghozali & Latan, 2015). Hair et al. (2014) memiliki penjelasan yang sama tentang batasan ideal *loading factor* dan *AVE*, yakni nilai *outer loading* antar 0,4 hingga 0,7 masih diterima selama nilai *AVE* > 0,5. Dalam penelitian ini dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *composite reliability*. Apabila nilai *composite reliability* minimum di atas 0,7, maka data tersebut dikatakan dapat diandalkan (Sekaran & Bougie, 2016)

Tabel 2. Evaluasi Model Pengukuran

Kode Item	Konstruk dan Item	Outer Loading
Kualitas Layanan (AVE=0.593; CR=0.972)		
Assurance AS (AVE=0.763; CR= 0.927)		
AS1	Rasa percaya terhadap layanan medis yang mereka berikan	0.881
AS2	Pengetahuan yang baik dalam menangani pasien	0.909

AS3	Kemampuan yang baik dalam menangani pasien	0.755
AS4	Memberikan rasa aman selama layanan diberikan	0.880
Empathy EM (AVE= 0.613; CR=0.888)		
EM2	Memahami keadaan pasien	0.750
EM3	Tidak membeda-bedakan layanan kepada setiap pasien	0.728
EM4	Tidak merasa kesulitan dalam memesan layanan	0.747
EM5	Tidak merasa kesulitan dalam menyelesaikan proses administrasi di WellClinic	0.718
EM6	Rasa peduli terhadap permasalahan yang dihadapi oleh pasien	0.713
Responsiveness RE (AVE=0.833; CR0.952)		
RE1	Penanganan keluhan dengan baik	0.896
RE4	Menyanggapi permintaan pasien	0.895
RE5	Cepat dalam menjalankan layanannya	0.903
RE6	Tepat dalam menjalankan layanannya	0.912
Reliability RE (AVE=0.677; CR=0.926)		
RL1	Kemampuan dalam menangani keluhan	0.854
RL2	Proses administrasi/reservasi terbilang mudah	0.867
RL3	Layanan tepat waktu	0.846
RL4	Biaya yang dibebankan sesuai dengan ketentuan yang ada	0.737
RL5	Lama layanan sesuai dengan harapan saya	0.767
RL6	Layanan tanpa kesalahan	0.859
Tangibility TA (AVE=0.696; CR= 0.932)		
TA1	Peralatan medis yang lengkap	0.761
TA2	Peralatan medis yang modern	0.873
TA3	Peralatan medis yang memadai setiap kali melakukan layanan	0.867
TA4	Tenaga medis di WellClinic terlihat rapi	0.885
TA5	Fasilitas yang memadai untuk kebutuhan pasiennya	0.855
TA6	Nyaman saat pelayanan	0.757
Kepuasan Pasien SA (AVE=0.834; CR=0.909)		
SA1	Layanan yang diberikan WellClinic Gading Serpong sesuai dengan harapan	0.899
SA2	Puas dengan layanan yang diberikan oleh Well Clinic Gading Serpong	0.927
Loyalitas Pasien LO (AVE=0.593; CR=0.909)		
LO1	Merekomendasikan Well Clinic Gading Serpong kepada para relasi	0.879
LO2	Menceritakan pengalaman positif selama menerima layanan yang diberikan oleh Well Clinic kepada para relasi	0.919

LO3	Memberikan tanggapan yang positif kepada para relasi saya mengenai pengalaman saya selama mendapatkan layanan di WellClinic	0.920
LO4	Percaya terhadap WellClinic untuk memberikan layanan yang dibutuhkan	0.920

Sumber: Hasil pengolahan data

Pada tabel 2 ditampilkan hasil pengujian outer loading, Average Variance Extracted, dan Composite Reliability sesuai dengan yang dijelaskan di bagian sebelum, sehingga data disimpulkan pada penelitian ini memenuhi kriteria penelitian yang valid dan reliabel.

Tabel 3. Kriteria Fornell-Larcker

	Kualitas Layanan*	Kepuasan Pasien**	Loyalitas Pelanggan**	Tangibility**	Reliability**	Responsiveness**	Empathy**	Assurance**
Kualitas	0.770							
Kepuasan Pasien**	0.695	0.913						
Loyalitas Pelanggan**	0.710	0.870	0.926					
Tangibility**	0.977***	0.722	0.711	0.835				
Reliability**	0.970***	0.695	0.684	0.684	0.906			
Responsiveness*	0.955***	0.563	0.624	0.611	0.823	0.913		
Empathy**	0.745***	0.590	0.596	0.662	0.638	0.633	0.783	
Assurance**	0.931***	0.611	0.655	0.863	0.851	0.813	0.671	0.873

Keterangan: *=Higher Order Construct (HOC); **=Lower Order Construct (LOC); ***=tidak dapat menentukan discriminant validity antara LOC dan HOC (Hair, Risher, Sarstedt & Ringle, 2018);

Sumber: hasil pengolahan data

Tabel 3 menunjukkan hasil pengujian *discriminant validity*, didapatkan bahwa hasil uji *Fornell-Larcker Criterion* tidak ada nilai korelasi antara variabel dengan variabelnya sendiri yang nilainya lebih kecil jika dibandingkan variabel lain, kecuali pada level konstruk yang berbeda, tetapi hal tersebut tidak dapat menentukan *discriminant validity*. Sehingga, hasil keseluruhan dari pengujian evaluasi model pengukuran telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

Evaluasi Model Struktural

Pengujian evaluasi model struktural dimulai dari mengukur multikolinearitas agar dapat mengetahui relasi antar variabel independen yang ada dan kemungkinan ada kecondongan kolinearitas maupun tidak. Uji multikolinearitas dilaksanakan dengan mengamati hasil dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan tujuan agar dapat mendeteksi adanya kolinearitas dalam variabel independen. Apabila nilai VIF melebihi 5, maka dapat dikatakan model penelitian memiliki permasalahan multikolinearitas. Dari Tabel 4 dapat disimpulkan tidak terdeteksi adanya masalah multikolinearitas pada konstruk.

Tabel 4. Evaluasi *Collinearity*

	AS	EM	LO	RL	RE	KEPUASAN PASIEN	KUALITAS LAYANAN	TA
ASSURANCE								
EMPATHY								
LOYALTY								

RELIABILITY							
RESPONSIVE							
KEPUASAN PASIEN			1.936				
KUALITAS LAYANAN	1.000	1.000	1.936	1.000	1.000	1.000	1.000
TANGIBILITY							

Sumber: Hasil pengolahan data

Pengujian model struktural juga dapat dilakukan dengan evaluasi nilai *R-Square*. *R-Square* akan menjabarkan sejauh mana konstruk independen menjelaskan konstruk dependen. Uji *R Square* pada Tabel 5 menunjukkan semua variabel ataupun sub variabel dapat dijelaskan pada penelitian kali ini.

Tabel 5. Evaluasi R Square

	Nilai R-square	Interpretasi
Kepuasan Pasien	0.484	Lemah
Loyalitas Pasien	0.778	Kuat

Sumber: Hasil pengolahan data

Kemudian uji hipotesis pada penelitian ini dilaksanakan dengan melihat koefisien jalur (*path coefficients*) dengan melihat nilai koefisien parameter, nilai *p-value*, dan signifikansi *t-statistic*. Suatu hipotesis dapat dikatakan signifikan apabila nilai *t-statistic* >1.65 dengan tingkat signifikansi 5% dan *p-value* <0,05 dengan memperhatikan arah koefisien jalur (*path coefficients*).

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

	Path Coefficient	P Value	Keputusan
H1: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan	0.695	0.000	Didukung
H2: Kepuasan Pasien berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien	0.728	0.000	Didukung
H3: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien	0.204	0.000	Didukung
H4: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien	0.506	0.000	Didukung

Sumber: Hasil pengolahan data

Uji hipotesis dalam Tabel 6 menunjukkan bahwa hanya semua hipotesis didukung pada penelitian kali ini. Dengan demikian, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien, kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien, dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai mediasi.

PEMBAHASAN

Hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini, yaitu kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Alim et al. (2019). Penelitian ini juga mengungkapkan mayoritas dimensi kualitas layanan memberikan pengaruh positif yang signifikan pada kepuasan pelanggan, yaitu dimensi *Reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat jalan ($p=0,002$), ada dimensi *Assurance* terhadap kepuasan pasien rawat jalan dengan $p\text{-value}=0,000$, dimensi *Tangibility* terhadap kepuasan pasien rawat jalan dengan $p\text{ value}=0,000$, dan dimensi *responsiveness* terhadap kepuasan pasien rawat jalan dengan $p\text{-value}=0,001$. Hal ini sejalan juga dengan penelitian oleh Arsita & Idris (2019). Hipotesis ini juga didukung oleh penelitian Zafar et al. (2012), Bedi (2010), dan Aldlaigan (dalam Ladhari et al., 2011). Oleh karena itu temuan dari penelitian ini adalah semakin tingginya kualitas layanan di WellClinic dapat menciptakan kepuasan pasien yang semakin tinggi di WellClinic. Sesuai dengan deskripsi sebelumnya kualitas layanan terdiri dari lima dimensi yang perlu diperhatikan secara keseluruhan dan masing-masing juga memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pasien di WellClinic

Hipotesis kedua pada penelitian ini didapatkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien. Hasil penelitian ini didukung oleh Yusri et al. (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien dengan $p\text{-value}= 0,001$ dan nilai $r=0,439$ yang berarti menunjukkan relasi hubungan yang bersifat moderat. Hipotesis ini juga didukung oleh penelitian oleh Umah dan Wati (2014) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan pasien dan loyalitas pasien dengan $p\text{ value}= 0,001$ dan $r= 0,404$. Semakin tinggi kepuasan pasien maka dapat meningkatkan loyalitas pasien. Hal ini juga berlaku sama dan konsisten dengan penelitian di WellClinic ini, di mana peningkatan kualitas layanan akan menghasilkan kepatuhan dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan, sehingga tercipta loyalitas dari pasien di WellClinic. Hipotesis ini juga didukung oleh penelitian Raharjo (2013), Ishak dan Luthfi (2011), Sari et al. (2020), Dewi (2016) dan Wulan (2013).

Hipotesis ketiga pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan pengaruh yang positif antara kualitas layanan terhadap loyalitas pasien. Penelitian oleh Mahendrayana et al. (2018) mendukung hipotesis ini dengan menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap loyalitas pasien dengan nilai *standardized path coefficient* 0,39 yang berarti menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan. Hipotesis ini juga didukung oleh penelitian oleh Qomarania (2019), Purwati (2019), Sekali (2011), Dewi (2016) dan Paidin (2020). Manajemen WellClinic perlu memperhatikan aspek dari kualitas layanan terhadap setiap pasiennya, untuk meningkatkan tingkat loyalitas dari pasien di WellClinic Gading Serpong sendiri.

Hipotesis keempat pada penelitian ini didapatkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien. Hipotesis ini didukung oleh penelitian Sholeh dan Chalidyanto (2021), di mana didapatkan Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien merupakan pengaruh yang paling mendominasi dengan *standardized path coefficient* sebesar 0,886. Penelitian oleh Mahendrayana et al. (2018) juga mendukung hipotesis ini dengan menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan dengan *nilai standardized path coefficient* sebesar 0,469 yang berarti menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagai penyedia layanan kesehatan manajemen di WellClinic Gading Serpong sendiri perlu untuk selalu melakukan pemantauan yang ketat dan usaha dalam meningkatkan kualitas layanan dari WellClinic sendiri, agar dapat meningkatkan

kepuasan dan loyalitas pasien. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Rizal et al. (2017), dan Rizki (2019).

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil studi dari analisa data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien di WellClinic Gading Serpong.
2. Kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien di WellClinic Gading Serpong
3. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien di WellClinic Gading Serpong.
4. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai mediasi di WellClinic Gading Serpong.

Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya

Penelitian ini ruang lingkupnya terbatas hanya dilakukan pada pasien yang berkunjung ke WellClinic Gading Serpong saja yang merupakan klinik pratama milik swasta, sehingga sampel penelitian hanya merepresentasikan pasien-pasien yang berkunjung ke WellClinic Gading Serpong, maka dari itu saran untuk studi berikutnya perlu untuk menguji konsistensi penelitian ini pada fasilitas kesehatan lain baik itu klinik pratama, utama, puskesmas, atau rumah sakit yang dimiliki oleh baik swasta ataupun pemerintah.

Penelitian ini dilakukan di masa pandemi COVID-19, di mana pasien takut berlama-lama ada di faskes yang berpotensi tinggi menjadi tempat penyebaran virus ini, sehingga disarankan untuk penelitian ini dilakukan kembali di saat pandemi COVID-19 sudah mereda atau sudah selesai.

REFERENSI

- Alim, A., Tangdilambi, N., & Badwi, A. (2019). Hubungan kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di RSUD Makassar. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS Dr. Soetomo*, 5(2), 165–181. <http://dx.doi.org/10.29241/jmk.v5i2.164>
- Arsita, R., & Idris, H. (2019). The relationship of hospital cost, service quality and patient satisfaction. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 10(2), 132–138. <https://doi.org/10.26553/jikm.2019.10.2.132-138>
- Athiyyah, A., & Pane, A. S. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien pada Klinik Medan Medical Center. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(2), 87–93. <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i2.1841>
- Baloglu, S. (2002). Dimensions of customer loyalty: Separating friends from well wishers. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(1), 47–59. [https://doi.org/10.1016/S0010-8804\(02\)80008-8](https://doi.org/10.1016/S0010-8804(02)80008-8)

- Bedi, M. (2010). An integrated framework for service quality, customer satisfaction and behavioral responses in Indian banking industry: A comparison of public and private sector banks. *Journal of Services Research*, 10(1), 157–172.
- Budiman, S., & Herlina, N. (2010). Hubungan status demografi dengan kepuasan masyarakat tentang pelayanan Jamkesmas di wilayah puskesmas Tanjungsari Kabupaten Bogor tahun 2010. *Jurnal Kesehatan Kartika*, 27, 1989–2009.
- Christopher, M. (1986). Reaching the customer: Strategies for marketing and customer service. *Journal of Marketing Management*, 2(1), 63–71.
- Dewi, R. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pengguna BPJS dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 146–156. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4511>
- Fattah, A. (2016). *Hubungan kualitas pelayanan kesehatan terhadap loyalitas pasien di rawat inap Rumah Sakit Ibu dan Anak Sitti Khadijah Makassar tahun 2016* [Undergraduate (S1) Thesis, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar]. Repositori UIN Alauddin Makassar. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/1248>
- Fatima, T., Malik, S., A., & Shabbir, A. (2018). Hospital healthcare service quality, patient satisfaction and loyalty: An investigation in context of private healthcare systems. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 35(1). <http://dx.doi.org/10.1108/IJQRM-02-2017-0031>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program Smartpls 3.0 untuk penelitian empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Jr., Sarstedt, M., Hopkins, L., Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2021). *Profil Kesehatan Indonesia 2020*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Kotler, P. (2004). *Marketing management*. Prentice Hall.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen pemasaran*. Rajawali
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Principles of marketing* (7th ed.). Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran*. Indeks.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas: Studi tentang peran mediasi switching costs. *Siasat Bisnis*, 15(1), 55–66.
- Lewis, B. R. (1993). Service quality: Definitions, determinants and measurement. *Training for Quality*, 1(2). <https://doi.org/10.1108/09684879310045277>

- Ladhari, R., Ladhari, I., Morales, M. 2011. Bank services quality: Comparing Canadian and Tunisian customer perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, 29(33), 224–246. <https://doi.org/10.1108/02652321111117502>
- Lim, L., Tuli, K., & Grewal, R. (2019). Customer satisfaction and its impact on the costs of selling. *SSRN Electronic Journal*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3331251>
- Regata., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, 8(3), 1430–1456. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i03.p10>
- Mellens, M., Dekimpe, M. G., & Steenkampe, J. B. E. M. (1996). A review of brand-loyalty measures in marketing. *Tijdschrift voor Economie en Management*, 41(4), 507–533.
- Paidin. (2020). *Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien RS PKU 'Aisyiyah Boyolali* [Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. Universitas Muhammadiyah Surakarta Institutional Library. <http://eprints.ums.ac.id/87517/>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research (SERVQUAL). *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50. <http://dx.doi.org/10.2307/1251430>
- Purwati, A. A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pasien rumah sakit Santa Maria Pekanbaru. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 2(2), 381–390. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/2020>
- Monica, L., Suroso, I., & Irawan, B. (2016). *Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien rawat inap Rumah Sakit (RS) Bina Sehat Jember*. Repository Universitas Jember. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/76719>
- Mahendrayana, I. M. A., Yasa, P. N. S., & Indiani, L. P. (2018). The effect of service quality on patient loyalty mediated by patient satisfaction in Bali Siloam Hospital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Jagaditha*, 5(1), 1–7. <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/jagaditha/article/view/440>
- Passe, L. (2016). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah: Studi pada PT. Bank Papua Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta* [Undergraduate Thesis, Sanata Dharma University]. Repository Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. <https://repository.usd.ac.id/6617/>
- Qomarania, W. Z., & Putri, R. D. (2019). Pengaruh dimensi kualitas terhadap loyalitas pasien di unit rawat jalan RS Patria IKKT. *Indonesian of Health Information Management Journal*, 7(1), 38–43. <https://inohim.esaunggul.ac.id/index.php/INO/article/view/174>
- Raharjo, A. (2013). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen pengguna kartu AS. *Jurnal Manajemen*, 9(1), 30–44.
- Rizal, R. Suardi, M., & Yuliasri. (2017) Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pasien peserta BPJS Kesehatan sebagai mediasi terhadap loyalitas pasien. *Jurnal Sains Farmasi & Klinis*, 3(2), 108–114. <http://dx.doi.org/10.29208/jsfk.2017.3.2.112>

- Rizki, A., Ramadhanti., & Budi, I. S. (2019). Analisis kepuasan pasien terhadap mutu pelayanan kesehatan di rumah sakit khusus mata provinsi Sumatera Selatan [Undergraduate Thesis, Sriwijaya University]. Sriwijaya University Institutional Repository. <https://repository.unsri.ac.id/28153/>
- Shanka, M. S. (2012). Bank service quality, customer satisfaction and loyalty in Ethiopian banking sector. *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, 1(1), 1–9.
- Sari, M. R., Ardiwirastuti, I., & Harviandani, B. S. (2020). Hubungan kepuasan pasien dengan loyalitas pasien di RSGM IIK Bhakti Wiyata Kediri. *Jurnal Wiyata*, 7(1), 56–60. <https://ojs.iik.ac.id/index.php/wiyata/article/view/360>
- Sekali, H. K. (2011). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien rawat inap Rumah Sakit Umum Kabanjahe* [Thesis, Universitas Sumatera Utara]. Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/35236>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed.). John Wiley dan Sons Ltd.
- Sholeh, M., & Chalidyanto, D. (2021). The effect of service quality on loyalty through patient satisfaction in outpatient of hospital X, Malang. *Jurnal Medicoeticolegal dan Manajemen Rumah Sakit*, 10(2), 148–157. <https://doi.org/10.18196/jmmr.v10i2.10239>
- Tjiptono, F. (2008). *Service management: Mewujudkan layanan prima* (3rd ed.). Andi.
- Umah, K., & Wati, S. (2014). Hubungan kepuasan pasien dengan loyalitas pasien. *Journals of Ners Community*, 5(2), 162–168. <https://journal.unigres.ac.id/index.php/JNC/article/view/101>
- Wulan, E. S. (2013). Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan dan loyalitas pasien di rawat inap Amarilis Rumah Sakit Keluarga Sehat Pati. *Jurnal Keperawatan dan Kesehatan Masyarakat Cendekia Utama*, 2(1), 36–40. <https://jurnal.stikescendekiautamakudus.ac.id/index.php/stikes/article/view/15>
- Yusri, C. R., Hidayat, M., & Djuhaeni, H. (2017). Role of satisfaction with health care services in increasing patient loyalty: An ambulatory setting. *Althea Medical Journal*, 4(3), 329–334. <http://journal.fk.unpad.ac.id/index.php/amj/article/view/1177>
- Zafar, M., Zafar, S., Asif, A., Hunjra, A., & Ahmad, H. (2012). Service quality, customer satisfaction and loyalty: An empirical analysis of banking sector in Pakistan. *Information Management and Business Review*, 4(3), 159–167.