

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS DENGAN KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
DI KLINIK SYIFA MEDICAL CENTER**

**Nurul Aini Fadhila¹
Diansyah²**

Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

Email : nurulainifadhila13021995@gmail.com¹

Email : Diansyah.170845@yahoo.com²

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening di Klinik Syifa Medical Center. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 pasien rawat jalan, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan menggunakan *software* SmartPLS versi 3. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas, ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas, ada pengaruh Kepuasan pasien terhadap loyalitas, ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan, ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pasien, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui Kepuasan pasien, Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas melalui Kepuasan pasien.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pasien, Loyalitas Pasien

ABSTRAKS

The purpose of this study is to influence service quality and trust in loyalty with patient satisfaction as an intervening variable at the Syifa Medical Center Clinic. The data used in this study are primary data obtained from the results of questionnaires. The sample in this study is 100 outpatients, with the sampling technique using purposive sampling. The data analysis technique used in this study is Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) using SmartPLS version 3 software. The results show that there is an effect of service quality on loyalty, there is an influence of trust on loyalty, there is an effect of patient satisfaction on loyalty, there is an influence of service quality on satisfaction, there is influence of trust on patient satisfaction, service quality influences loyalty through patient satisfaction, trust influences loyalty through patient satisfaction.

Keywords: Service Quality, Trust, Patient Satisfaction, Patient Loyalty

PENDAHULUAN

Klinik kesehatan merupakan suatu tempat untuk melakukan upaya peningkatan kesehatan, mencegah, dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan. Kondisi masyarakat yang semakin kritis terhadap mutu pelayanan menjadi pendorong bagi profesi kesehatan untuk meningkatkan pelayanannya. Pelayanan profesional dalam keperawatan dapat dilakukan melalui penataan dan pengelolaan manajemen pelayanan keperawatan, kemampuan perawat dalam memberikan pelayanan kepada pasien sesuai standar, serta pelayanan yang berorientasi kepada pasien agar terwujud perasaan aman, nyaman, serta mendapatkan kepuasan yang berdampak pada proses kesembuhan pasien.

Klinik kesehatan sebagai suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan kesehatan berupaya memberikan pelayanan kesehatan yang baik dan berkualitas. Untuk itu keuntungan Klinik kesehatan sangat tergantung dari tingkat loyalitas pasien, karena dengan adanya pasien yang loyal maka pendapatan klinik kesehatan pun akan meningkat dengan

sendirinya. Loyalitas pasien dapat dibentuk dari rasa percaya yang telah diciptakan sebelumnya yang berada dibenak pasien. Hal tersebut menunjukkan apabila pasien loyal, maka pasien tidak akan berpindah ke Klinik kesehatan lain, sehingga dapat menguntungkan ke dua belah pihak.

Loyalitas pasien merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis usaha Klinik kesehatan. Pasien yang loyal akan selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk usaha Klinik kesehatan yang di konsumsinya. Mereka memiliki kredibilitas yang tinggi, karena tidak dibayar oleh pihak manapun untuk merekomendasikan produk atau merek usaha Klinik kesehatan tersebut. Mempertahankan pasien yang loyal harus mendapatkan prioritas yang utama dari pada mendapatkan pasien baru, karena untuk mendapatkan pasien baru memerlukan biaya yang besar.

Loyalitas pasien merupakan kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pasiennya. Demikian pula Klinik Syifa Medical Center yang berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut sebaik-baiknya dengan para pasiennya.

Klinik Syifa Medical Center merupakan salah satu Klinik kesehatan swasta yang berlokasi di Jalan Lontar Luar No. 7 Koja Jakarta Utara. Klinik Syifa Medical Center memiliki layanan seperti klinik, apotek, labolatorium dan radiologi. Seiring dengan berkembangnya perusahaan dan untuk lebih menampilkan citra positif perusahaan, klinik Syifa Medical Center adalah penyedia jasa pelayanan kesehatan yang berada di Jakarta utara dengan kunjungan pasien yang cukup banyak setiap harinya, karena klinik Syifa Medical Center bekerja sama dengan peserta BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial), JAMKESMAS (Jaminan Kesehatan Masyarakat), dan KJS (Kartu Jakarta Sehat) yang telah bekerja sama pada 12 Mei 2014. Berikut ini merupakan jumlah pasien rawat jalan pada tahun 2017 seperti table dibawah ini :

Tabel 1. Jumlah Pasien Rawat Jalan Klinik Syifa Medical Center Tahun 2017

Bulan	Jumlah	Perkembangan	
Januari	6.304	-	-
Februari	6.525	221	3.51%
Maret	5.583	-942	-14.44%
April	5.161	-422	-7.56%
Mei	5.980	819	15.87%
Juni	7.896	1916	32.04%
Juli	8.654	758	9.60%
Agustus	7.842	-812	-9.38%
September	7.685	-157	-2.00%
Oktober	6.833	-852	-11.09%
November	6.745	-88	-1.29%
Desember	7.657	912	13.52%
Total	82.865		
Rata Rata	6.905		

Sumber:Klinik Syifa Medical Center setelah diolah kembali (2018)

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui pasien rawat jalan yang berkunjung ke Klinik Syifa Medical Center selama tahun 2017 sejumlah 82.865 orang dengan rata rata perbulan sebanyak 6.905 orang dimana kunjungan pasien terendah terjadi di bulan April 2017 sebanyak 5.161 orang dan tertinggi dibulan Juni 2017 sebanyak 8.568 orang

Disamping itu diketahui jumlah kunjungan pasien setiap bulannya mengalami fluktuasi (naik turun). Penurunan jumlah kunjungan pasien lebih besar dari pada kenaikan pasien. Hal ini terlihat jumlah kenaikan pasien selama 5 bulan yaitu pada bulan Febuari, Mei, Juni, Juli dan Desember 2017 yaitu masing masing sebesar 3,51%, 15,87%, 32,04%, 9,60% dan 13,52% sedang penurunan jumlah kunjungan pasien selama 6 bulan yaitu terjadi pada bulan Maret, April, Agustus, September, Oktober dan November 2017 masing masing sebesar 14,44%, 7,56%, 9,38%, 2,00%, 11,09% dan 1,29% .

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa Klinik Syifa Medical Center terjadi penurunan kunjungan pasien rawat jalan dibandingkan dengan kenaikannya selama tahun 2017. Oleh karena itu harus diketahui factor factor apa saja yang mempengaruhi supaya pasien tetap loyal berkunjung Klinik Syifa Medical Center agar penurunan jumlah kunjungan pasien dapat dikurangi bahkan dapat ditingkat secara terus menerus. Loyalitas pasien sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pasien untuk berkunjung ke rumah sakit (Klinik Syifa Medical Center)

Menurut Tjiptono (2014:51) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Tujuan kualitas pelayanan akan terwujud apabila kualitas pelayanan yang diberikan lebih dari apa yang diharapkan oleh para pasien. Pelayanan yang diberikan oleh pasien harus secara keseluruhan bukan hanya kualitas pelayanan yang diberikan oleh para dokter maupun suster ataupun perawat tetapi lebih pada hal-hal yang terkait dengan pelayanan kepada pasien.

Rumah sakit sebagai salah satu sarana pemberi pelayanan kesehatan mempunyai peranan yang sangat penting dalam bidang medis, asuhan keperawatan dan penunjang medis yang mencakup upaya peningkatan kesehatan (promotif), pencegahan (preventif), pengobatan (kuratif) dan pemulihan (rehabilitatif).

Tingkat persaingan yang semakin ketat dikalangan usaha Klinik kesehatan mempersyaratkan adanya daya saing bagi Klinik kesehatan agar dapat memenangkan persaingan yang ada. Salah satu bentuk daya saing yang harus diciptakan oleh usaha Klinik kesehatan adalah kualitas layanan. Klinik kesehatan harus berupaya meningkatkan kualitas jasa pelayanannya secara terus menerus. Semakin tinggi tingkat pemahaman masyarakat terhadap pentingnya kesehatan untuk mempertahankan kualitas hidup, maka masyarakat pengguna akan semakin kritis dalam menerima produk jasa. Kondisi ini membuat pihak klinik kesehatan dituntut untuk berpikir keras agar dapat menghadapi persaingan tersebut dengan selalu memberikan terobosan baru, termasuk dalam hal pemberian pelayanan pada para pasien. Pemberian pelayanan yang berkualitas merupakan hal mutlak yang perlu dilakukan usaha Klinik kesehatan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memperoleh pasien dan kepuasan dari pasien.

Kepercayaan pasien merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi dunia usaha klinik kesehatan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila pasien mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka pasien tersebut dapat dikatakan percaya. Demikian pula apabila pasien mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya pasien tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka pasien akan puas. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diharapkan, maka pasien tersebut tidak puas dan tidak percaya.

Ketidakpercayaan dapat diselesaikan oleh pihak pengelola Klinik kesehatan, apabila adanya komitmen akan kualitas. Pelayanan yang berorientasi pada pasien merupakan prasyarat utama dalam menunjang keberhasilan bisnis, khususnya pada industri jasa. Oleh sebab itu, pasien jasa sangat tergantung pada siapa dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena keberhasilan proses produksi jasa tersebut sangat tergantung dari penilaian pasien terhadap kualitas pelayanan suatu jasa, maka peningkatan kualitas dan layanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan usaha Klinik kesehatan harus sesuai dengan keinginan dari pasien.

Jika kepercayaan dari pasien telah dibentuk, maka selanjutnya tugas dari pihak perusahaan adalah mendapatkan dan memelihara loyalitas dari pasien. Semua bisnis yang menyediakan layanan jasa sangat tergantung pada bagaimana membangun hubungan jangka panjang yang berkonsentrasi pada mempertahankan loyalitas pasien. Dalam hal ini, loyalitas sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Loyalitas pasien merupakan sebuah usaha pasien untuk

tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepercayaan dan kebanggaan yang kuat terhadap suatu produk yang diikuti pembelian ulang(Hadiyati, 2010).

Tingkat kepuasan pasien ditentukan oleh Kualitas Pelayanan yang dikehendaki pasien, sehingga hal ini dapat menarik masyarakat, sampai sejauhmana kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan rumah sakit.Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya.

Kepuasan kosumen adalah karena adanya proses belajar dalam diri konsumen, sebagai orang yang mempunyai kemampuan belajar, konsumen akan memperhatikan atau belajar dari pengalamannya yang terdahulu untuk menentukan apa yang akan dilakukannya dimasa yang akan datang, sehingga jika konsumen mendapatkan produk dan pelayanan yang memuaskan, maka konsumen tersebut akan berusaha mengulangi pengalamannya. Sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan, maka ia belajar untuk tidak mengulangi kekecewaannya itu dengan tidak menggunakan produk atau pelayanan jasa yang sama.

Kenyataannya, antara harapan pasien dengan kenyataan pelayanan yang diberikan kepada pasien sering kali terjadi sebaliknya. Tidak sedikit pasien yang mengungkapkan kritikan dan keluhan karena pelayanan yang diberikan kurang atau bahkan tidak memuaskan. Kritikan dan keluhan tersebut dapat menimbulkan persepsi negatif pasien. Apabila hal tersebut dibiarkan terus menerus dapat menurunkan tingkat kepercayaan pasien.

Pasien yang menggunakan jasa usaha Klinik kesehatan akan mengevaluasi jasa layanan usaha Klinik kesehatan tersebut. Jika atribut-atribut jasa yang diberikan sesuai dengan harapan pasien, maka pasien akan puas. Namun jika kualitas atribut-atribut jasa usaha Klinik kesehatan tersebut tidak sesuai dengan harapan pasien, maka kemungkinan besar pasien tidak akan berkunjung kembali ke klinik kesehatan tersebut. Uraian tersebut mengarah pada pemikiran bahwa kualitas layanan usaha Klinik kesehatan dan tingkat kepercayaan pasien menentukan kepuasan dan loyalitas pasien.

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pasien terhadap
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan
5. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pasien
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien
7. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

Ketika pelanggan menerima kualitas pelayanan yang lebih baik dari uang yang dikeluarkannya, mereka percaya menerima nilai yang baik (*good value*), dimana hal ini akan meningkatkan loyalitasnya. Konsumen juga seringkali dapat menarik kesimpulan mengenai kualitas pelayanan berdasarkan penilaian mereka terhadap tempat atau lokasi, orang, peralatan, alat komunikasi dan harga yang mereka lihat sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian kembali dimasa mendatang (Kotler, 2013).

Kualitas pelayanan dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan swalayan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka (Kotler, 2013).

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wely Hadi Gunawan (2013) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal serupa juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2010) dimana kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien. Begitu halnya juga dengan penelitian yang dilakukan

oleh Mei Gawati Puspitasari (2011) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.

Berdasarkan uraian ini maka ditetapkan hipotesis ke satu yaitu H1 :kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas

Menurut Tjiptono (2014:398) berargumen bahwa faktor trust terhadap sebuah merek merupakan aspek krusial dalam pembentukan loyalitas, karena sebagai kesediaan konsumen untuk mempercayai atau mengandalkan produk/ jasa dalam situasi resiko dikarenakan adanya ekspektasi bahwa produk/ jasa yang bersangkutan akan memberikan hasil yang positif. Oleh karena itu saat konsumen memiliki kepercayaan kepada sebuah produk atau jasa tertentu, maka konsumen memiliki niat untuk membeli produk atau jasa tersebut. Apabila konsumen tidak memiliki kepercayaan terhadap penyedia jasa tentunya konsumen akan melakukan perpindahan terhadap penyedia jasa lain. Dengan begitu kepercayaan merupakan elemen penting yang mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh penelitian Frieda Ellena (2011) yang menyatakan bahwa kepercayaanberpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal yang sama terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Bahrudin (2015) hasil penelitian ini menunjukkan kepercayaanberpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Begituhalnya dengan penelitian yang dilakukan Nha Nguyen (2013) dengan hasil penelitian *influence of trust to loyalty is signifikan*. Hal itu dikarenakan kepercayaan akan membentuk hubungan timbal balik yang bernilai sangat tinggi. Jadi dapat dikatakan loyalitas adalah suatu proses yang berkesinambungan sebagai akibat dari terbentuknya kepercayaan. Kesetiaan akan muncul dengan adanya kepercayaan dibuktikan dengan pembelian ulang atau berkelanjutan dengan perusahaan. Dalam hal ini loyalitas pasien akan muncul dengan adanya kepercayaan terhadap layanan yang diberikan sehingga akan terjadi penggunaan jasa ulang atau berkelanjutan dengan perusahaan.

Berdasarkan uraian ini maka ditetapkan hipotesis ke dua yaitu H2 : kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas.

Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dengan adanya kepuasan konsumen maka akan dapat menciptakan keputusan pembelian. Menurut Kotler (2013) bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen akan mempengaruhi perilaku konsumen.

Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Gardenia Yulisa (2012) yang menyatakan bahwa kepuasanberpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Deby Meigy Arzena (2013) dengan hasil penelitian kepuasanberpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Ali Anbori (2010) dengan hasil penelitian *Influence of patient satisfaction to loyalty is signifikan*.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif, apabila konsumen merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien sehingga berdampak pada penurunan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian ini maka ditetapkan hipotesis ke tiga yaitu H3 : kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, maka konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila

konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2014).

Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Ni Made Arie Sulistyawati (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian serupa dilakukan oleh Ratih Hardiyati (2010) dengan hasil penelitian Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Begitu halnya juga dengan penelitian yang dilakukan J. Joshua Selvakumar (2015) dengan hasil penelitian *Impact of service quality on customer satisfaction is significant*.

Berdasarkan uraian ini maka ditetapkan hipotesis ke empat yaitu H4 : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan

Suatu bisnis yang sukses ditunjukkan melalui kepercayaan dan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Kepercayaan merupakan keyakinan pihak tertentu terhadap perusahaan dalam melakukan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajibannya secara baik dan sesuai dengan yang diharapkan., kepercayaan konsumen diharapkan dapat menciptakan hubungan pelanggan yang baik. Pelanggan harus mampu merasakan bahwa ia dapat mengandalkan perusahaan. Kepercayaan konsumen juga disinyalir dapat menimbulkan kepuasan konsumen, dimana jika konsumen sudah memiliki kepercayaan baik terhadap produk maupun perusahaan, dimana kepercayaan berkembang setelah seorang individu mengambil resiko dalam berhubungan dengan apa yang telah digunakannya dan konsumen percaya bahwa perusahaan akan berusaha untuk memperkecil risiko yang timbul dari sebuah transaksi dan berusaha memuaskan konsumen.

Kepercayaan mempengaruhi kepuasan konsumen sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Panca Winahyuningsih (2010) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal serupa juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Fasochah dan Harnoto (2013) dengan hasil penelitian kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Leila Andervazh (2013) dengan hasil penelitian *The influence of brand trust and customer satisfaction on customer loyalty is significant*.

Berdasarkan uraian ini maka ditetapkan hipotesis ke lima yaitu H5 : kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pasien

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan

Adanya keterkaitan antara kualitas jasa terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen diungkapkan oleh Zethaml yang dikutip oleh Ponirin (2011;30) bahwa kepuasan dan loyalitas konsumen tergantung kepada tingkat dari kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen dan mereka meyakini bahwa ada hubungan yang positif antara kualitas jasa konsumen dengan loyalitas konsumen.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widiyanto Bangun Prasetyo (2013) yang menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal serupa juga terjadi pada penelitian Arif Rakhman (2010) yang diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Selain itu penelitian yang dilakukan Noorjahan Parvez (2009) dengan hasil penelitian *impact of service quality, trust and customer satisfaction on customer loyalty is significant*.

Dari definisi di atas terlihat jelas akan adanya hubungan yang positif antara kualitas jasa dengan kepuasan dan loyalitas konsumen. Dimana dengan peningkatan kualitas jasa yang dilakukan secara berkelanjutan oleh pihak perusahaan maka akan menimbulkan kepuasan dan

loyalitas dari para konsumennya terhadap perusahaan dan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka ikatan seperti ini dapat membuat perusahaan untuk lebih memahami lebih seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka.

Berdasarkan uraian ini maka ditetapkan hipotesis ke enam yaitu H6 : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien

Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan

Kepercayaan merupakan hal yang harus ada dalam suatu hubungan. Menurut Morgan dan Hunt dalam Farida Jasfar (2013:24) jika suatu perusahaan ingin berhasil dalam menjalin hubungan dengan pelanggan, perusahaan tersebut harus memperhatikan faktor-faktor kunci sukses dari usaha membina hubungan pelanggan yaitu kepercayaan dan komitmen. Apabila tidak ada kepercayaan maka tidak akan ada komitmen yang tercipta. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap merek serta membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Farida Jasfar 2013:24). Keterkaitan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan terletak pada proses pembentukan loyalitas yang disebabkan pelanggan tersebut telah terpenuhi kebutuhan dan keinginannya oleh perusahaan.

Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anung Pramudyo (2016) dengan hasil penelitian Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Selain itu juga penelitian yang dilakukan oleh Budi Prabowo (2012) dengan hasil penelitian Relationship Marketing berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Hal serupa juga terjadi dalam penelitian yang dilakukan oleh Alok Kumar Rai (2013) *Investigating the mediating effect of customer satisfaction in the service quality – customer loyalty relationship is significant*.

Berdasarkan uraian ini maka ditetapkan hipotesis ke tujuh yaitu H7 : kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan Klinik Syifa Medical Center yang berjumlah 82.865 orang selama tahun 2017.

Dalam penelitian ini anggota sampel adalah pasien rawat jalan Klinik Syifa Medical Center selama tahun 2017. Penarikan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yaitu pasien rawat jalan yang sudah berkunjung Klinik Syifa Medical Center minimal 2 kali selama tahun 2017. Dengan menggunakan rumus Slovin maka didapat jumlah sampel sebesar 100 orang

Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Loyalitas Pasien (Y)	Loyalitas adalah perilaku membeli kembali dari <i>provider</i> atau penyedia jasa yang sama dan memilihara suatu sikap positif terhadap penyedia jasa itu dimasa yang akan datang (Griffin, 2013;4).	1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (P1) 2. Membeli diluar lini produk (P2) 3. Mereferensikan produk kepada orang lain (P3) 4. Menunjukkan kekebalan akan daya tarik dari pesaing (P4, P5, P6)
Kepuasan pasien (Z)	Kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan dan ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. (Tjiptono, 2014 : 349)	1. Kesesuaian harapan (P1,P2,P3) 2. Minat berkunjung kembali (P4,P5)
Kualitas pelayanan (X1)	Kualisa Pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Tjiptono, 2014:59)	1. Reliabilitas (P1,P2) 2. Daya Tanggap (P3,P4) 3. Jaminan (P5,P6) 4. Empati (P7,P8) 5. Bukti Fisik (P9,P10)
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan bergantung kepada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi. Seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan. (Kotler dan Keller, 2016:225)	1. Kompetensi (P1,P2) 2. Kejujuran (P3) 3. Niat Baik (P4,P5)

Metode Analisis Data

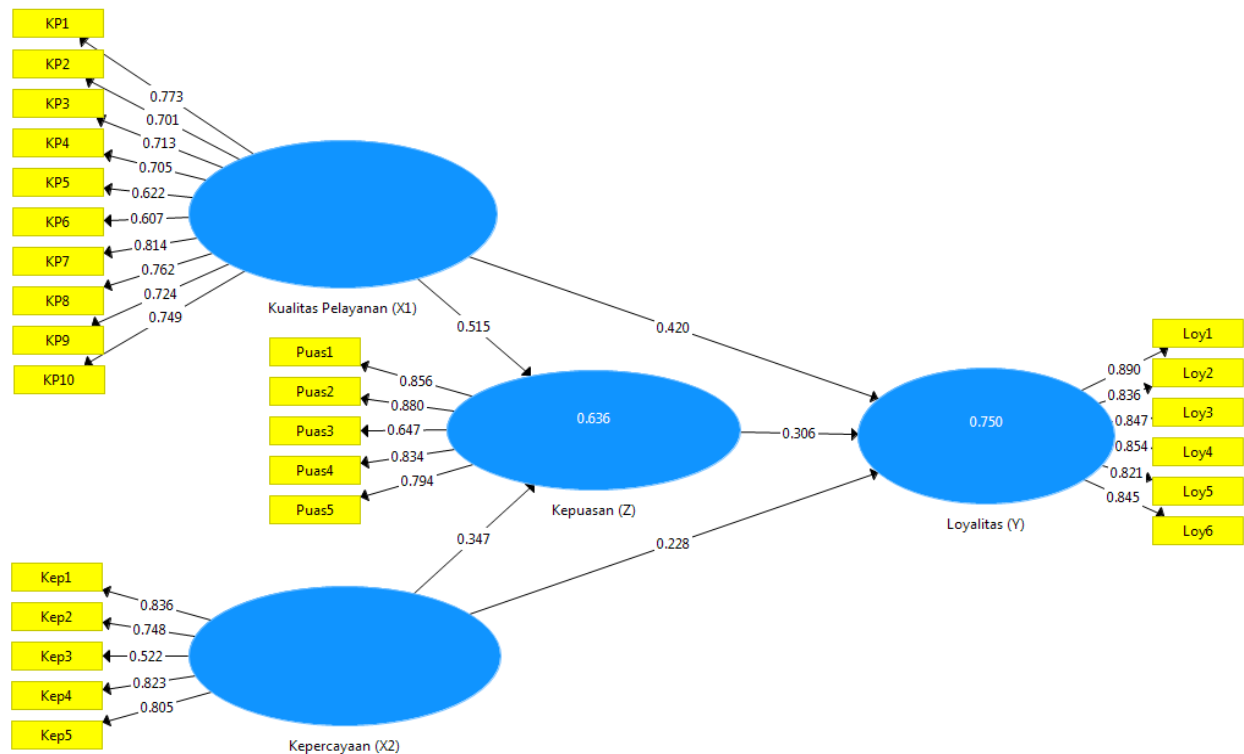
Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan menggunakan *software* SmartPLS versi 3. Tahapan perhitungan PLS menggunakan 2 model yaitu Model Pengukuran (*Outer Model*) dan Pengujian Model Struktural (*Inner Model*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Data

Berdasarkan operasional variable penelitian ini, dibentuk model penelitian yang kemudian di *run* menggunakan *PLS – Algorithm* untuk menguji kelayakan model. Untuk menguji kelayakan model menggunakan outer model (model pengukuran) yaitu hubungan antara indikator dengan konstraknya. Untuk menguji validitas model dengan menggunakan nilai loading faktor sedangkan untuk menguji reliabilitas menggunakan nilai *Composite Reliability (CR)*, *Cronbach's Alpha(CA)* dan *Average Variance Extracted (AVE)*

Suatu kuesioner dikatakan valid apabila butir-butir pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklarifikasi pada variabel yang telah ditentukan (*construct validity*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil *output outer loading (measurement model)* atau validitas konvergen digunakan untuk menguji *unidimensionalitas* dari masing-masing konstruk. Suatu penelitian dikatakan valid apabila nilai indikator *loading factor* harus lebih besar atau sama dengan 0.5. dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Model Struktural PLS Algorithm

Tabel 4. Tabel Outer Loading

Pertanyaan	Kualitas pelayanan (X1)	Kepercayaan (X2)	Kepuasan (Z)	Loyalitas (Y)
1	0.773	0.836	0.856	0.890
2	0.701	0.748	0.880	0.836
3	0.713	0.522	0.647	0.847
4	0.705	0.823	0.834	0.854
5	0.622	0.805	0.794	0.821
6	0.607			0.845
7	0.814			
8	0.762			
9	0.240			
10	0.749			

Sumber : Pengolahan data dengan PLS,2017

Hasil *Outer model* digunakan untuk menguji indikator dari masing-masing variabel. Menurut Jogiyanto (2011), nilai indikator *loading factor* yang lebih besar dari 0,5 dapat dikatakan valid. Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat dari masing-masing variabel Kualitas pelayanan(X1), Kepercayaanpasien (X2), *Loyalitas pasien* (Y), dan *Kepuasan pasien* (Z). Nilai *loading factornya* adalah indikator Kualitas pelayanan(X1P1) sebesar 0,773, indikator Kepercayaan(X2P1) sebesar 0,836, indikator *Loyalitas pasien* (YP1) sebesar 0,890, dan indikator *Kepuasan pasien* (ZP1) sebesar 0,856. Masing-masing variabel nilai *loading factornya* diatas 0,5 maka dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan *Composite Reliability* (CR), Cronbach's Alpha dan Average Variance Extracted. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan PLS diketahui nilai CR, CA dan AVE yang dapat dilihat pada table dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 5. Nilai Composite Reliability, Cronbach's Alpha dan Average Variance Extracted

Variabel	Composite Reliability (CR)	Cronbach's Alpha (CA)	Average Variance Extracted (AVE)
Kualitas pelayanan (X1)	0.914	0.896	0.518
Kepercayaan (X2)	0.867	0.807	0.572
Kepuasan (Z)	0.902	0.865	0.650
Loyalitas (Y)	0.939	0.922	0.721

Berdasarkan table 5 hasil perhitungan diketahui semua nilai *Composite Reliability* > 0,7 , *Cronbach's Alpha* > 0,7 dan *Average Variance Extracted* > 0,5 maka hal menunjukan seluruh konstruk (variable) memiliki validity yang baik dan konstruksya reliable (handal).

Pembuktian Hipotesis dan Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Untuk pembuktian hipotesis dalam penelitian pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening menggunakan *inner weights (structural model)* yang diolah dengan PLS. Berikut hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Path Coefficients seperti table dibawah ini :

Tabel 6. Nilai Path Coefficients

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic (O/STDEV)	P Value
<i>Quadratic Effect 1</i> → Z	0.157	0.151	0.065	2.406	0.016
<i>Quadratic Effect 2</i> → Z	0.106	0.098	0.050	2.141	0.033
X1 → Y	0.420	0.434	0.104	4.049	0.000
X1 → Z	0.515	0.523	0.102	5.030	0.000
X2 → Y	0.228	0.229	0.101	2.244	0.025
X2 → Z	0.347	0.337	0.103	3.355	0.001
Z → Y	0.306	0.289	0.111	2.766	0.006

Sumber : Hasil Olah Data SmartPLS, 2018

Pengujian Hipotesis 1 : Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas

Berdasarkan tabel di atas menghasilkan nilai *original sample* = 0,420, dengan *P Value* = 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas. Kualitas pelayanan adalah suatu nilai bagi individu, sehingga perilaku konsumsi individu akan diarahkan untuk perlindungan dan peningkatan konsep diri melalui pembelian, memperlihatkan, dan penggunaan barang sebagai simbol yang akan mengkomunikasikan makna simbolis pada diri dan orang lain.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Kotler (2013) yang menyatakan ketika pasien menerima kualitas pelayanan yang lebih baik dari uang yang dikeluarkannya, mereka percaya menerima nilai yang baik (*good value*), dimana hal ini akan meningkatkan loyalitasnya. Pasien juga seringkali dapat menarik kesimpulan mengenai kualitas pelayanan berdasarkan penilaian mereka terhadap tempat atau lokasi, orang, peralatan, alat komunikasi dan harga yang mereka lihat sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian kembali dimasa mendatang. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wely Hadi Gunawan (2013) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal serupa juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2010) dimana kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien. Begitu halnya juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Mei Gawati Puspitasari (2011) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat hipotesis satu (H1) diterima

Pengujian Hipotesis 2 : Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas

Kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien. Berdasarkan hasil analisis menghasilkan nilai *original sample* = 0,228 dan *P Value* = 0,025 < 0,05. Hal ini berarti bahwa Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas. Pada dasarnya Kepercayaan pasien juga merupakan janji pemberi pelayanan untuk secara konsisten menyampaikan serangkaian ciri-ciri, manfaat, dan jasa tertentu kepada pasien.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Fandy Tjiptono (2014:398) yang menyatakan bahwa faktor trust terhadap sebuah merek merupakan aspek krusial dalam pembentukan loyalitas, karena sebagai kesediaan pasien untuk mempercayai atau mengandalkan produk/jasa dalam situasi resiko dikarenakan adanya ekspektasi bahwa produk/jasa yang bersangkutan akan memberikan hasil yang positif.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh penelitian Frieda Ellena (2011) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Selanjutnya Muhammad Bahrudin (2015) hasil penelitian ini menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Begitulah dengan penelitian yang dilakukan Nha Nguyen (2013) dengan hasil penelitian *influence of trust to loyalty is signifikan*.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat hipotesis dua (H2) diterima

Pengujian Hipotesis 3 : Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil analisis menghasilkan nilai *original sample* = 0,306, dan *P Value* = 0,006 < 0,05. Hal ini berarti bahwa kepuasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas. Dengan demikian jika terdapat Kepercayaan maka secara otomatis Loyalitas berjalan dengan baik.

Hal tersebut sesuai dengan pandangan Kotler (2013) yang menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pasien akan mempengaruhi perilaku pasien. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Gardenia Yulisa (2012) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Deby Meigy Arzena (2013) dengan hasil penelitian kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Ali Anburi (2010) dengan hasil penelitian *Influence of patient satisfaction to loyalty is signifikan*.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat hipotesis tiga (H3) diterima

Pengujian Hipotesis 4 : Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil analisis menghasilkan nilai *original sample* = 0,515, dan *P Value* = 0,000 < 0,05. Hal ini berarti bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan. Hal tersebut sesuai dengan pandangan Tjiptono (2014) yang menyatakan bahwa perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pasien secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pasien merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Ni Made Arie Sulistyawati (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian serupa dilakukan oleh Ratih Hardiyati (2010) dengan hasil penelitian Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Begitulah juga dengan penelitian yang dilakukan J. Joshua Selvakumar (2015) dengan hasil penelitian *Impact of service quality on customer satisfaction is signifikan*.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat hipotesis empat (H4) diterima

Pengujian Hipotesis 5 : Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil analisis menghasilkan nilai *original sample* = 0,347, dan *P Value* = 0,001 > 0,05. Hal ini berarti bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan. Kepercayaan merupakan keyakinan pihak tertentu terhadap perusahaan dalam melakukan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajibannya secara baik dan sesuai dengan yang diharapkan, kepercayaan pasien diharapkan dapat menciptakan hubungan pasien yang baik. Pasien harus mampu merasakan bahwa ia dapat mengandalkan perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Panca Winahyuningsih (2010) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal serupa juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Fasochah dan Harnoto (2013) dengan hasil penelitian kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Leila Andervazh (2013) dengan hasil penelitian *The influence of brand trust and customer satisfaction on customer loyalty is signifikan*.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat hipotesis lima (H5) diterima

Pengujian Hipotesis 6 : Pengaruh Kualitas pelayanan melalui Kepuasan Terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil analisis menghasilkan nilai *original sample* = 0,157, dan *P Value* = 0,016 > 0,05. Hal ini berarti bahwa Kualitas pelayanan melalui Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis kelima (H5) diterima. Adanya keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien bahwa kepuasan dan loyalitas pasien tergantung kepada tingkat dari kualitas jasa yang diberikan kepada pasien dan mereka meyakini bahwa ada hubungan yang positif antara kualitas jasa pasien dengan loyalitas pasien.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widiyanto Bangun Prasetyo (2013) yang menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal serupa juga terjadi pada penelitian Arif Rakhman (2010) yang diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Selain itu penelitian yang dilakukan Noorjahan Parvez (2009) dengan hasil penelitian *impact of service quality, trust and customer satisfaction on customer loyalty is significant*.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat hipotesis lima (H6) diterima

Pengujian Hipotesis 7 : Pengaruh Kepercayaan melalui Kepuasan terhadap Loyalitas

Berdasarkan tabel XVI menghasilkan nilai *original sample* = 0,106, dan *P Value* = 0,033 < 0,05. Hal ini berarti bahwa Kepercayaan melalui Kepuasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis ketujuh (H7) diterima.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Morgan dan Hunt dalam Farida Jasfar (2013:24) jika suatu perusahaan ingin berhasil dalam menjalin hubungan dengan pasien, perusahaan tersebut harus memperhatikan faktor-faktor kunci sukses dari usaha membina hubungan pasien yaitu kepercayaan dan komitmen. Apabila tidak ada kepercayaan maka tidak akan ada komitmen yang tercipta. Begitu halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Anung Pramudyo (2016) dengan hasil penelitian Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Selain itu juga penelitian yang dilakukan oleh Budi Prabowo (2012) dengan hasil penelitian Relationship Marketing berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Hal serupa juga terjadi dalam penelitian yang dilakukan oleh Alok Kumar Rai (2013) *Investigating the mediating effect of customer satisfaction in the service quality – customer loyalty relationship is significant*.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat hipotesis ketujuh (H7) diterima

Koefisien Determinasi

Sesuai dengan model pengukuran Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas pasien melalui Kepuasan pasien dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7. Nilai R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Loyalitas Pasien	0.750	0.742
Kepuasan Pasien	0.636	0.629

Sumber : Hasil Olah Data SmartPLS, 2018

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai konstruk Loyalitas pasien = 0,750. Hal ini mengandung makna bahwa pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas pasien sebesar 75,0% sedangkan sisanya 25,0% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya nilai konstruk Kepuasan pasien = 0,636. Hal ini mengandung makna bahwa pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan pasien sebesar 63,6% sedangkan sisanya 36,4% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.
3. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

5. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
6. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui Kepuasan pasien.
7. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pasien

Keterbatasan Penelitian

1. Banyak responden yang menolak untuk mengisi kuesioner yang diberikan penulis dengan berbagai alasan.
2. Adanya keterlambatan dalam hal pengisian kuisisioner oleh responden dikarenakan yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pasien sehingga tidak fokus untuk melakukan pengisian kuesioner.

Saran

1. Diharapkan pihak klinik dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan, adapun upaya yang dapat dilakukan oleh pihak klinik yaitu dengan meningkatkan kecepatan perawat dalam menangani pasien dan menyediakan lebih banyak ruang observasi.
2. Selain itu dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan administrasi pihak klinik diharapkan dapat terus meningkatkan kerapian petugas dalam melayani pasien, melengkapi alat bantu dalam pemberian pelayanan agar pada saat memberikan pelayanan pada pasien dapat dengan cepat tertangani.
3. Selain itu untuk meningkatkan loyalitas pasien, diharapkan perusahaan terus meningkatkan kepuasan pasien dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan baik itu administrasi maupun kesehatan, hal tersebut bertujuan agar pasien mau datang kembali untuk berobat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dkk. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Rajagrafindo. Persada
- Ari, Jusuf dan Efendi, (2015), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta : Andi
- A., Rhasidian, (2012), *The Effect of Service Quality on Patient loyalty: a Study of Private Hospitals in Tehran, Iran*, *Journal of Public Health are provided here courtesy of Tehran University of Medical Sciences*, 41(9):71-7
- Ahmed, Z., Ahmad, M., & Haq, M. (2014). *Effect of brand trust and customer satisfaction on brand loyalty in Bahawalpur*. *Journal of Sociological Research*, 5(1), 306–326.
- Akbar, M. M., & Parvez, N. (2009). *Impact Of Service Quality , Trust , And Customer Satisfaction On Customers Loyalty*. *ABAC Journal*, 29(1), 24–38.
- Alfin, R., Alhabsji, T., Nimran, U., & Suharyono. (2013). *Effect of Service Quality and Product Quality To Corporate Image , Customer ' s Satisfaction and Customer ' s Trust*. *IOSR Journal of Business and Management*, 9(6), 1–9.
- Anbori, Ali, (2010), *Patient satisfaction and loyalty to the private hospitals in Sana'a, Yemen*. *International Journal for Quality in Health Care*, Volume 22, Issue 4, p310–315
- Andervazh, L., Gaskari, R., Tarakme, M. S., & Vafazadeh, S. (2013). *The Influence of Brand Trust and Customer Satisfaction on Customer Loyalty by SEM*. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(9), 687–693.
- Arun, S., Kumar, (2010), *Influence of Service Quality on Attitudinal Loyalty in Private Retail Banking: An Empirical Study*, *IUP Journal of Management Research*, Vol. 9 Issue 4, Page 21-38
- Arzena, D. Meigy, (2013), *Pengaruh Kepuasan atas Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang*, *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, Vol 2, No 02
- Bahrudin, Muhammad, (2015), *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol.3, No.1
- Ellena, Frieda, (2011), *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang)*, *jurnal Diponegoro University Institutional Repository*, 1-59
- 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). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, (34), 1–23
- Ghozali, Imam, (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, EM. (2013), *A First Look at Communication Theory*: Eight Edition. McGraw Hill. New York
- Gunawan, W. H, (2013), Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Medis dan Pelayanan Administrasi terhadap Loyalitas Pasien (Studi Pada Pasien Rawat Inap RS Pertamina Cirebon), *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol.18, No. 2
- Hadiyati, Ernani, (2010), Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang). *Jurnal Pemasaran Modern*. Vol. 2, No. 2. Hal 81-90
- Hardiyati, R. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1–169.
- Juhana, Dudung, (2015), *Empirical Study On Patient Satisfaction And Patient Loyalty On Public Hospital In Bandung Indonesia*, *International Journal of Applied Business and Economic Research*, Vol. 13, No. 6 : 4305-4326
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller, (2016), *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Kartika, Trecya Gita Maya, (2014), Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen Dan Pengetahuan Tentang Media Sosial Internet Terhadap Minat Beli Konsumen Online, *Jurnal Bisnis, Undergraduated thesis*, Universitas Bengkulu.
- Kassim, N. Dan Abdullah, Nor A, (2010), The Effect of Perceived Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction, Trust and Loyalty In E-Commerce Settings: A Cross Cultural Analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistic*. Vol.22 Iss:3, pp.351-371.
- Maulana, (2010), Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan dan Citra terhadap Loyalitas Pasien pada rumah sakit syarif hidayatullah Jakarta, *Jurnal UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 2010, pp.1-127
- Masek, Alias & Sulaiman Yamin, (2011), The Effect of Problem Based Learning on Critical Thinking Ability: A Theoretical and Empirical Review. *International Review of Social Sciences and Humanities*. Volume 2 Number 1. Hlm.215-221.
- Melnikas, B., & Dapkevicius, A. (2009). *Influence Of Price And Quality To Customer Satisfaction: Neuromarketing Approach*, *Science – Future Of Lithuania*, 1, *Jurnal Verslas XXI amžiuje, Business in XXI Century*, ISSN 2029-2341(print)/ISSN 2029-2252, Vol. 1 No. 3 (2009), pp. 17–20.
- Nguyen, Nha, (2013), *The Mediating Role of Customer Trust on Customer Loyalty*. *Journal of Service Science and Management*, *Jurnal Faculty of Business Administration, University of Moncton, Moncton, Canada*, Vol.6 No.1, March 2013, 6, 96-109
- Osman, Z., Mohamad, R. K., & Mohamad, L. (2016). Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Trust Relationship in Malaysian Banking Industry. *International Journal of Advances in Management, Economics and Entrepreneurship*, 3(1), 10–19.
- Osman, Z., & Sentosa, I. (2013). Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural Tourism. *International Journal of Economics Business and Management Studies*, 2(1), 25–37.
- Porral, C. Cristina, (2016), *Food private label brands: the role of consumer trust on loyalty and purchase intention*. *British food journal* Vol.118 No.3
- Prabowo, Budi, (2012), Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. Astra Surabaya, *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 8 (2). pp. 92-97

- Pramudyo, Anung, (2016), Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta), *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, [S.l.], Vol.1, No.1
- Prasetyo, W. B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1–13.
- Procedia, A. Sahin, (2011), *The Effects of Brand Experiences, Trust and Satisfaction on Building Brand, Loyalty; An Empirical Research On Global Brands*, *Jurnal Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 24, 2011, Pages 1288-1301, 1288-1301
- Puspitasari, G. M, (2011), Pengaruh Kualitas layanan terhadap Loyalitas dengan Mediasi Kepuasan Pasien rawat inap pada Keluarga Sehat Hospitas Pati, Analisis Manajemen, *Jurnal Manajemen*, ISSN : 14411-1799, Vol. 5 No. 2, 49-62
- Ravichandran, K., Mani, B. T., Kumar, S. A., & Prabhakaran, S. (2010). *Influence of Service Quality on Customer Satisfaction Application of Servqual Model. International Journal of Business and Management*, 5(4), 117–124.
- Saleh, Muwafik, Akh, (2010). *Public Service Communication*, Malang: UMM Press.
- Sugiyono, (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*, Bandung : CV Alfabeta.
- Salimon, M. G., Yusoff, R. Z., & Mokhtar, S. S. M. (2015). *The Impact of Perceived Security on E-Trust , E-Satisfaction and Adoption of Electronic Banking in Nigeria : A Conceptual Review. Journal of Business and Management*, 17(10), 64–69. <https://doi.org/10.9790/487X-171016469>
- Selvakumar, J. J. (2015). *Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Public Sector and Private Sector Banks. Journal Of Management*, VIII(1), 112.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., Sabol, B., (2012), *Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges, Journal of Marketing*, Vol. 66 No.1, pp.15-37
- Srivastava, M., & Rai, A. K. (2013). *Investigating The Mediating Effect Of Customer Satisfaction In The Service Quality – Customer Loyalty Relationship. Journal Of Management*, 26, 95–108.
- Sulistyawati, N. M. A., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2318–2332.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2012), *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta, ANDI.
- Tjiptono, Fandy, (2014), *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta :Penerbit Andi
- Widiyanto, & Toro, J. S. (2005). *Analysis Of Influence Of Service Quality And Price On Fairness With Customer Satisfaction Customer Loyalty, Corporate Image And Variable Trust As Mediation: Studies In Consumer Po.* Rosalia Indah Surakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 195–212.
- Winahyuningsih, P. (2010). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel griptha kudus. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1–17.
- Yulisa, Gardenia, (2012), PengaruhKepuasanTerhadapLoyalitasNasabah Bank, *Jurnal LPPM BidangEkoSosBudKum*, Volume 3 Nomor 1 Tahun 2016, Edisi Mei, pp.1-14