



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan Kosambi Maternal and Children Center

Azhara Ajeng Niswara

Department Of Management & Jaya Launch Pad, Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia, 15413

Korespondensi penulis: azhara.ajeng@student.upj.ac.id*

Abstract. *Kosambi Maternal and Children Center is a basic and specialized medical services with specialization in maternal and Child Services that seeks to maintain consumer loyalty by improving the quality of services and seeks to maintain consumer satisfaction in maternal and Child Health Services. This study aims to analyze the effect of service quality variables on customer satisfaction variables and their implications on customer loyalty Kosambi Maternal and Children Center. Data processing in this study using the method of Partial Least Square (PLS) with the help of SmartPLS. This study uses a quantitative approach. The method used is a survey method through questionnaires that are distributed digitally through google forms. The samples used in this study were 92 respondents taken from Kosambi Maternal and Children Center patients at random. The results of this study showed that the effect of customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty with a T-statistic value of $7.426 \geq 1,96$ or p values of $0.000 \leq 0,05$. The quality of Service has a significant effect on customer satisfaction with T-statistic value of $5.435 \geq 1,96$ or p values of $0.000 \leq 0,05$. Service quality significantly affects customer loyalty with t-statistic value of $2.993 \geq 1,96$ p values of $0.003 \leq 0,05$.*

Keywords: *Quality of Service, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Maternal and Child Clinics.*

Abstrak. Kosambi Maternal and Children Center merupakan pelayanan medis dasar dan spesialisik dengan kekhususan pada layanan Ibu dan Anak yang berupaya menjaga loyalitas konsumen dengan meningkatkan kualitas layanan serta berupaya untuk menjaga kepuasan konsumen pada layanan kesehatan ibu dan anak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan dan implikasinya pada loyalitas pelanggan Kosambi Maternal and Children Center. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan SmartPLS. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei melalui kuesioner yang disebarakan secara digital melalui google forms. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 92 responden yang diambil dari pasien Kosambi Maternal and Children Center secara random. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t-statistic $7.426 \geq 1,96$ atau nilai p values $0.000 \leq 0,05$. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-statistic $5.435 \geq 1,96$ atau nilai p values $0.000 \leq 0,05$. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t-statistic $2.993 \geq 1,96$ atau nilai p values $0.003 \leq 0,05$.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Klinik Ibu dan Anak.

LATAR BELAKANG

Kosambi Maternal and Children Center selanjutnya disebut KMNC, merupakan Klinik Utama yang menyelenggarakan pelayanan medis dasar dan spesialisik dengan kekhususan pada layanan Ibu dan Anak. KMNC hadir sejak bulan September tahun 2018 untuk menjaga kesehatan kehamilan dengan mutu tinggi, kualitas kesehatan reproduksi perempuan, memastikan kesehatan anak sampai dengan mempersiapkan tempat persalinan impian. Berbeda dengan Rumah Sakit Ibu dan Anak dan puskesmas, KMNC hadir dan berusaha menjadi “one stop service” layanan kesehatan Ibu dan anak dengan mengutamakan layanan komprehensif

dan holistik oleh SDM yang berkompeten, berbasis bukti ilmiah, mengedepankan efisiensi berbasis riset dan teknologi terkini untuk mencapai layanan kesehatan ibu dan anak paling peduli, nyaman dan terjangkau yang pernah ada di Indonesia. Kontribusi KMNC dalam kesehatan Ibu dan Anak tidak berhenti melalui penyediaan layanan kesehatan terbaik, namun berkontribusi dalam memberi manfaat untuk menurunkan komplikasi kehamilan dan menekan angka kematian Ibu dan Bayi di Indonesia melalui riset kedokteran dan digitalisasi layanan kesehatan. (PT Handal Selaras Medika, 2021)

Pada satu dekade terakhir ini telah terjadi perubahan signifikan pada penyelenggaraan sistem pelayanan kesehatan di Indonesia, termasuk pada pelayanan kesehatan Ibu dan Anak. Undang-Undang Kesehatan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan yang telah disahkan merupakan beberapa titik balik yang besar bagi perubahan strategi penyelenggaraan layanan kesehatan serta perilaku konsumen pelayanan kesehatan, tak terkecuali pelayanan Ibu dan Anak. Adanya revolusi industri dan kemajuan teknologi yang mendorong terwujudnya pelayanan kesehatan society 5.0 membuat paradigma pelayanan kesehatan menjadi berubah, dimana seluruh penyelenggara pelayanan kesehatan wajib memanfaatkan industrial revolution 4.0, terutama pada layanan yang berfokus mengentaskan masalah kesehatan menggunakan Artificial Intelligence (AI). Adanya teknologi digital ini, sangat mungkin tercipta suatu personalized health care dengan keterlibatan aktif dari pasien. (Kemenkes RI, 2023).

KMNC berupaya menjaga loyalitas konsumen dengan meningkatkan kualitas layanan serta berupaya untuk menjaga kepuasan konsumen pada layanan kesehatan ibu dan anak. Loyalitas yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan kembali datang dan menikmati layanan kesehatan ibu dan anak beserta layanan penunjang medis seperti, studio kosambi, apotik, dan laboratorium yang ada serta bertambahnya pelanggan baru yang mendapat referensi dari pendahulunya, menunjukkan usaha KMNC mulai digemari oleh pelanggan dan layak untuk diperkenalkan oleh para pelanggan kepada relasinya. Menjaga loyalitas pelanggan lama dengan meningkatkan kualitas layanan secara terus-menerus adalah strategi yang harus dipahami oleh para pengusaha untuk memastikan bahwa pelanggan tetap puas dan setia menjadi pelanggan yang loyal. (Pratama, Santoso, and Girahani 2019). Saat ini KMNC telah memiliki 6 cabang usaha efektif yang beroperasi, KMNC diharapkan lebih dikenal oleh publik di kawasan jabodetabek dan sekitarnya serta mempertahankan kelangsungan dan loyalitas konsumen yang dirasa lebih diutamakan. Dari latar belakang tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah: (1). Untuk menganalisis dan membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada KMNC, (2). Untuk menganalisis dan membahas

pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada KMNC, (3). Untuk menganalisis dan membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya pada loyalitas pelanggan KMNC.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Perusahaan yang fokus pada layanan jasa, terutama rumah sakit, harus memahami standar kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pasien, baik pasien yang dirawat inap maupun yang dirawat jalan. Kualitas layanan ini secara langsung terhubung dengan kepuasan pasien, yang merupakan fokus utama dalam memastikan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang baik dapat mendorong pelanggan, pasien, dan keluarga pasien untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan rumah sakit tersebut. Kualitas Pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam industri jasa, kualitas atau mutu layanan mengacu pada penyediaan produk atau jasa sesuai dengan standar yang berlaku di lokasi tempat layanan tersebut tersedia, dengan penyampaiannya setidaknya memenuhi dengan harapan dan keinginan konsumen menurut (Fandy Tjiptono, 2000). Sedangkan menurut Lewis & Booms dalam (Tjiptono, 2012 : 180) kualitas pelayanan adalah evaluasi terhadap sejauh mana tingkat pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan. (Rambat Lupiyoadi, 2014:197) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan segala keseluruhan aktivitas yang bertujuan untuk menggabungkan nilai dari permintaan, proses, dan penyampaian hasil layanan melalui komunikasi untuk mempercepat kerjasama dengan pelanggan secara efisien. Berdasarkan pengertian dari para tokoh, dapat dipahami bahwa kualitas layanan merupakan hal yang harus diprioritaskan dengan memulai dari pemahaman terhadap kebutuhan pasien dan berakhir pada persepsi pasien, sehingga pasien merasa bahwa kebutuhan mereka telah terpenuhi dengan baik.

Menurut Lupiyoadi dalam penelitian (Zulkifli, 2019) mengungkapkan ada terdapat lima indikator atau penentu kualitas pelayanan jasa, lima indikator tersebut diantaranya yaitu, bukti fisik (tangible), empati (empathy), cepat tanggap (responsiveness), keandalan (reliability), kepastian (assurance).

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler, Philips dkk. dalam Windasuri 2017:65 dalam penelitian (Miska, 2018) , “Kepuasan pelanggan adalah tingkat emosi yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dialaminya dengan harapannya”. Sedangkan menurut Sangadji dan

Sopiah 2013:181 dalam penelitian (Disson Muhammad Fauzi & Febriyani, 2020), kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi di mana apa yang diharapkan oleh konsumen dari suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Dari definisi tersebut, kepuasan pelanggan didasarkan pada persepsi atau tanggapan terhadap kinerja suatu produk atau layanan terhadap harapan mereka. Ketika kinerja tersebut melebihi harapan pelanggan, maka mereka akan merasa puas dan senang. Pelanggan yang merasa puas dengan produk atau layanan cenderung akan melakukan pembelian ulang dari penyedia tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang berhasil memenuhi kepuasan pelanggan memiliki potensi untuk meningkatkan keuntungan dan pangsa pasar mereka karena adanya pembelian ulang dari pelanggan tersebut.

Menurut (Imbalo Pohan, 2007), kepuasan pasien dapat diartikan sebagai tingkat perasaan pasien atas kinerja pelayanan kesehatan yang diterimanya, setelah membandingkannya dengan apa yang diharapkannya. Kepuasan pasien dianggap sebagai salah satu penilaian kualitas yang sangat signifikan dan menjadi indikator utama standar fasilitas kesehatan. Hal ini didasarkan pada dampak dari layanan kesehatan yang dibeikan oleh rumah sakit, yang menjadikannya standar untuk mengukur kepuasan pasien P et al., 2020 dalam penelitian (Mark Green T, 2021).

Menurut Consuegra 2007 dalam penelitian (Ni' am, 2021), pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui tiga indikator sebagai berikut:

- a. Kesesuaian Harapan: Penilaian terhadap sejauh mana jasa yang disediakan sesuai dengan harapan yang dimiliki oleh para pelanggan.
- b. Persepsi Kinerja: Evaluasi terhadap hasil atau kinerja pelayanan yang diterima, baik sudah memenuhi standar yang diharapkan atau masih perlu perbaikan.
- c. Penilaian Pelanggan: Evaluasi menyeluruh terhadap pelayanan yang diterima oleh pelanggan, dengan mempertimbangkan apakah pelayanan tersebut lebih baik daripada yang ditawarkan oleh penyedia jasa lain yang sejenis.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas secara umum bisa dikatakan sebagai bentuk kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas pelanggan dapat dipandang sebagai indikator tingkat kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek produk atau jasa dalam jangka waktu tertentu, terutama di tengah beragamnya pilihan produk atau jasa yang tersedia dan kemudahan yang dimiliki pelanggan untuk memperolehnya Setiawan, 2011 dalam penelitian (Rahmawati, 2018). Menurut Lovelock 2011:338 dalam penelitian (Fatrianshah, 2014),

loyalitas pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan dari suatu perusahaan dalam jangka waktu yang lama, dengan melakukan pembelian berulang dan menggunakan produk atau layanannya secara konsisten, bahkan secara eksklusif, serta dengan sukarela memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Loyalitas merupakan gabungan antara fungsi psikologis dan perilaku konsumen yang mendorong mereka untuk tetap setia pada produk atau jasa tertentu yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Ini bisa diartikan sebagai komitmen yang mendalam untuk tetap menggunakan atau berlangganan produk atau jasa yang sama secara konsisten di masa mendatang, meskipun adanya potensi perubahan perilaku akibat pengaruh situasi atau upaya pemasaran. Kualitas pelayanan yang memuaskan akan menciptakan kepuasan pada pasien terhadap layanan yang diterima. Pasien yang merasa puas dengan layanan tersebut kemungkinan besar akan kembali menggunakan layanan rumah sakit tersebut jika membutuhkan perawatan kesehatan di masa yang akan datang. Hal ini membentuk sikap loyalitas dari pasien terhadap rumah sakit tersebut

Griffin menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terwujud ketika pelanggan tersebut secara konsisten melakukan pembelian. Menurut Griffin 2002 dalam penelitian (Ni' am, 2021), indikator pelanggan yang loyal adalah antara lain:

- a. Melakukan pembelian secara berulang (makes regular repeat purchase). Loyalitas lebih ditunjukkan melalui perilaku pembelian yang terus menerus dari unit pengambil keputusan terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan. Tingkat kepuasan terhadap toko akan mendorong mereka untuk memilih untuk membeli kembali.
- b. Melakukan pembelian di luar lini produk atau jasa (purchases across and service lines). Pelanggan yang telah mempercayai suatu perusahaan dalam satu bidang akan cenderung mempercayainya juga dalam bidang lainnya.
- c. Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain (refers other). Pelanggan yang loyal secara sukarela merekomendasikan perusahaan kepada teman dan rekan mereka.
- d. Menunjukkan ketahanan terhadap daya tarik pesaing (demonstrates an immunity to the full of the competition). Mereka tidak mudah terpengaruh oleh daya tarik pesaing dari perusahaan sejenis.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Dalam konteks penelitian di bidang kesehatan, Rahmawati (2018) membuktikan bahwa Hasil analisis regresi secara parsial yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kualitas layanan medis terhadap loyalitas. Pernyataan yang sama juga didapatkan dari penelitian Muhammad Khairun Ni'am (2021), dimana secara

langsung terdapat pengaruh signifikan antara kualitas elayanan terhadap loyalitas pasien. Hal ini berarti ketika kualitas pelayanan semakin baik, maka loyalitas pelanggan akan semakin tinggi. Kualitas pelayanan merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Kosumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, maka penelitian ini merumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas diartikan sebagai memenuhi janji pelayanan sehingga pihak yang menerima layanan merasa puas dan mendapatkan manfaat. Pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kesan yang jelas. Kualitas pelayanan yang baik berkontribusi pada kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelayanan yang berkualitas agar konsumen tertarik untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Disson Muhammad Fauzi & Febriyani (2020) bahwa antara kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terdapat pengaruh yang signifikan dan mempunyai hubungan positif dan hubungan yang sangat kuat. Penelitian dari (Zulkifli, 2019) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Artinya, bila Kualitas Pelayanan ditingkatkan, maka akan menghasilkan Kepuasan Pasien. Maka, berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat dibangun hipotesis sebagai berikut:

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hilman Abdurrahman (2019) Secara keseluruhan menunjukkan dalam struktur I terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dalam struktur II terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, namun pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam penelitian lebih signifikan dibandingkan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fatrianshah (2014) variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui loyalitas pelanggan. Dalam jangka panjang hubungan ini bisa menjadikan rumah sakit bisa memahami dengan baik dan seksama harapan, keinginan serta kebutuhan pasien. Oleh

karena itu rumah sakit bisa meningkatkan kepuasan pasien dan suatu saat kepuasan tersebut bisa menimbulkan kesetiaan atau loyalitas. Hasil pekerjaan yang baik akan membuat pasien merasa puas dengan pelayanan yang diterima, pasien yang puas terhadap pelayanan yang diterimanya tentu akan berkunjung kembali jika suatu saat pasien tersebut membutuhkan perawatan kesehatan lagi, sehingga terciptalah sikap loyal pada pasien terhadap rumah sakit tersebut. Maka, berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat dibangun hipotesis sebagai berikut:

H3: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya pada loyalitas pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey menggunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena menggunakan angka dalam pengumpulan data, pengolahan data, serta penampilan dari hasilnya. Menurut (Sugiono, 2017) metode kuantitatif berlandaskan filsafat positivisme, metode ini digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu dengan pengumpulan data dan analisisnya bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Obyek penelitian ini adalah wanita dan pelanggan yang lebih dari 1 kali melakukan pemeriksaan di KMNC daerah Rawamangun, Jakarta. Unit analisis adalah pelanggan KMNC dan unit observasi adalah pelanggan KMNC. Penelitian dilakukan secara cross sectional yang dilakukan pada April – Mei 2024.

Dalam penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel yaitu variabel bebas (variabel independen) yang digunakan yaitu Kualitas Pelayanan. Variabel terikat (variabel dependen) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Pelanggan. Dan variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Loyalitas Pelanggan.

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiono, 2017) populasi adalah kawasan generalisasi yang terdiri atas subjek/objek berkualitas dan berkarakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk ditinjau dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pemeriksaan di KMNC daerah Rawamangun, dalam periode 3 bulan terakhir. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 120 orang. Sehingga peneliti menggunakan rumus slovin untuk penelitian ini. Rumus Solvin adalah salah satu teori penarikan sampel yang paling

populer untuk penelitian kuantitatif. Rumus slovin sering dipergunakan untuk menentukan jumlah sampel yang representatif agar hasil penelitian dapat diaplikasikan secara lebih umum, tanpa perlu menggunakan tabel jumlah sampel dalam perhitungannya.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = sampel minimum

N = sampel populasi

e = persentase batas toleransi (margin of error) 5%

Maka akan diperoleh jumlah sampel sebanyak:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{120}{1 + 120 (0,05)^2} \\ n &= 92 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin didapat bahwa jumlah sampel minimum sejumlah 92 responden untuk merepresentasikan populasi yang berjumlah 120 orang.

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan Kosambi Maternal and Children Center cabang Rawamangun, penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup. Skala yang digunakan adalah skala likert 1 sampai 5, dengan kategori 1 untuk sangat tidak setuju dan 5 sangat setuju. Dalam membuat kuesioner, pada penelitian ini dijabarkan sebagai berikut.

Tabel 1. Definisi Operasional dan Indikator

No.	Variabel	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan	1. Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>)	Ordinal
2	Kepuasan Pelanggan	1. Kesesuaian Harapan 2. Presepsi Kinerja 3. Penilaian Pelanggan	Ordinal

3	Loyalitas Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian ulang 2. Mereferensikan kepada orang lain 3. Membeli untuk produk/jasa yang lain ditempat yang sama 4. Tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah 	Ordinal
---	---------------------	--	---------

Data terkait mengenai ketiga variabel tersebut diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan secara digital melalui *google forms* pada rentang waktu April – Mei 2024. Data tersebut dikumpulkan secara primer dan menjadi dasar bagi pengolahan dan analisis data pada penelitian ini.

Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian kemudian diuji untuk validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil analisis menggunakan SmartPLS 4.1.0.2, hasilnya menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai loading factor lebih dari 0.7. Dengan demikian, validitas dan reliabilitas konstruk dapat diketahui ringkasannya sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Construct reliability and validity

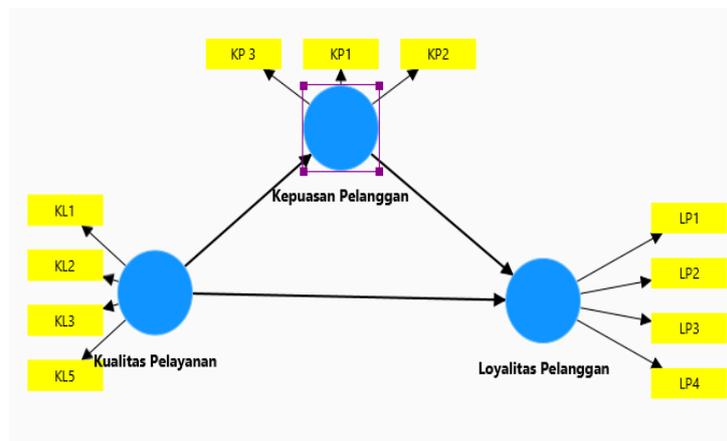
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kualitas Pelayanan	0.839	0.862	0.902	0.756
Kepuasan Pelanggan	0.871	0.872	0.913	0.725
Loyalitas Pelanggan	0.800	0.820	0.868	0.621

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 4.1.0.2. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan SmartPLS. Metode ini adalah salah satu alternatif dari Structural Equation Modeling (SEM) yang dapat mengakomodasi hubungan antara variabel yang sangat kompleks tetapi ukuran sampel datanya kecil (Haryono, 2016). Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya pada loyalitas pelanggan. Langkah awal dalam penelitian ini adalah melakukan pengujian instrumen untuk memastikan validitas dan reliabilitas kuesioner yang akan disebarakan kepada responden penelitian. Pengujian instrumen mencakup validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk menilai apakah kuesioner

dapat mengukur valid atau tidaknya variabel yang digunakan. Validitas indikator dinilai berdasarkan loading factor (LF). Ketika nilai LF yang sama atau lebih besar dari 0,7 menunjukkan validitas indikator tersebut (Haryono, 2016). Indikator yang tidak valid akan dihapus dari model dan tidak digunakan dalam tahap berikutnya. Setelah memperoleh indikator yang valid, dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner untuk memastikan kehandalan penggunaannya. Pengujian reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan bantuan SmartPLS. Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,70 (Haryono, 2016). Suatu konstruk dinyatakan reliabel ketika nilai Cronbach's Alpha lebih besar atau sama dengan 0,7 dan nilai AVE minimal adalah 0,5.

Model Penelitian

Pada penelitian ini, model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Deskripsi karakteristik responden pada penelitian ini adalah 100% merupakan wanita dan pelanggan KMNC di daerah Rawamangun, Jakarta Timur. Responden dalam penelitian ini sejumlah 92 yang merupakan pelanggan KMNC di daerah Rawamangun. Penulis menguji hipotesis adalah mengevaluasi signifikansi hubungan antara konstruk, yang dapat diamati dari koefisien jalur (Haryono, 2016). Arah dari jalur tersebut harus sejalan dengan teori yang dihipotesiskan. Penggunaan SmartPLS memberikan nilai signifikansi (t-statistic) dari koefisien jalur melalui proses bootstrapping. Penilaian ini bergantung pada nilai t-statistic dan nilai p yang dihasilkan dari perhitungan menggunakan SmartPLS. Koefisien jalur dianggap signifikan jika nilai t-statistic $\geq 1,96$ atau nilai p $\leq 0,05$.

Tabel 3. Pengujian Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Pernyataan
Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.585	0.595	0.079	7.426	0.000	Didukung
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pelanggan	0.760	0.759	0.049	15.435	0.000	Didukung
Kualitas Pelayanan -> Loyalitas Pelanggan	0.281	0.278	0.094	2.993	0.003	Didukung

Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan original sample 0.585 dan nilai t-statistic $7.426 \geq 1,96$ atau nilai p values $0.000 \leq 0,05$ yang artinya memiliki pengaruh signifikan.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan original sample 0.760 dan nilai t-statistic $15.435 \geq 1,96$ atau nilai p values $0.000 \leq 0,05$ yang artinya memiliki pengaruh signifikan.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan original sample 0.585 dan nilai t-statistic $2.993 \geq 1,96$ atau nilai p values $0.003 \leq 0,05$ yang artinya memiliki pengaruh signifikan.

Pembahasan

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut (Pentescu et al., 2013) loyalitas terbentuk dari kepuasan pelanggan. Kepuasan dianggap sebagai konstruk kognitif dan afektif yang cukup kompleks yang mampu memediasi pengaruh persepsi nilai pelanggan terhadap perilaku pembelian ulang serta outcome lainnya seperti loyalitas pelanggan (Ratnam, 2015). Analisis Ni'am (2021), pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien diperoleh hasil signifikansi, sehingga secara langsung terdapat pengaruh signifikan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien. Pernyataan ini selaras dengan hasil penelitian Fatrianshah (2014). Hasil pekerjaan yang baik akan membuat pasien merasa puas dengan pelayanan yang diterima, pasien yang puas terhadap pelayanan yang diterimanya tentu akan berkunjung kembali jika suatu saat pasien tersebut membutuhkan perawatan kesehatan lagi, sehingga terciptalah sikap loyal pada pasien terhadap rumah sakit tersebut.

Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, hal ini menunjukkan semakin tinggi kepuasan pelanggan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Analisis Muhammad Khairun Ni'am (2021), pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien diperoleh hasil signifikansi, sehingga secara langsung terdapat pengaruh signifikan

kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien. Penurunan jumlah pelanggan kemungkinan terjadi berkaitan dengan beralihnya pelanggan ke perusahaan pesaing disebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan. Anderson, Fornell dan Lechman (1994) apabila pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang diberikan, maka akan menimbulkan peningkatan kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang loyal akan berperan sebagai "tenaga pemasaran yang kuat" untuk perusahaan dengan memberikan rekomendasi dan informasi positif kepada calon pelanggan lain. Kepuasan pelanggan akan terjadi ketika harapan mereka sejalan dengan kenyataan yang mereka alami.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Disson Muhammad Fauzi & Febriyani (2020) bahwa antara kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terdapat pengaruh yang signifikan dan mempunyai hubungan positif dan hubungan yang sangat kuat. Secara rasional, konsumen akan berusaha untuk memuaskan memenuhi kebutuhan mereka dengan mencari dan membeli produk atau layanan yang dapat memenuhi ekspektasi kinerja yang diinginkan. Kualitas pelayanan yang baik berkontribusi pada kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelayanan yang berkualitas agar konsumen tertarik untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa hipotesis Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan didukung, artinya hipotesis diterima. Dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan semakin tinggi loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh , Rahmawati (2018) membuktikan bahwa hasil analisis regresi secara parsial yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kualitas layanan medis terhadap loyalitas. Pelanggan yang merasa puas dengan pengalaman yang sesuai dengan harapannya akan memiliki pandangan yang positif terhadap suatu produk atau layanan. Hal ini dapat tercermin dalam tindakan mereka untuk membeli kembali produk tersebut di masa depan atau memberikan rekomendasi kepada orang lain.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Kosambi Maternal and Children Center (KMNC) memiliki upaya yang signifikan dalam menjaga loyalitas pelanggan dengan meningkatkan kualitas layanan serta memastikan kepuasan pelanggan dalam layanan kesehatan ibu dan anak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya pada loyalitas pelanggan di KMNC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t-statistic sebesar $7.426 \geq 1,96$ atau nilai p-value sebesar $0.000 \leq 0,05$. Selain itu, kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai t-statistic sebesar $15.435 \geq 1,96$ atau nilai p-value sebesar $0.000 \leq 0,05$. Terakhir, kualitas pelayanan juga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t-statistic sebesar $2.993 \geq 1,96$ atau nilai p-value sebesar $0.003 \leq 0,05$. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan di KMNC

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian ini, maka penulis menyampaikan saran-saran sebagai berikut : Bagi perusahaan, diharapkan manajemen dapat memperhatikan faktor-faktor loyalitas pelanggan serta memberikan dasar bagi manajemen KMNC untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan. Diharapkan untuk penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan objek serta sudut pandang yang berbeda dan bisa menambah sumber referensi atau literatur dari buku mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya pada loyalitas pelanggan sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih baik dan berkembang dan memperoleh pengetahuan baru. Baik dapat mempertimbangkan penggunaan variabel-variabel tambahan selain dari faktor kualitas layanan, yang dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kepuasan dan loyalitas pasien.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak penyelenggara, terima kasih atas kesediaan Anda untuk memberikan akses fasilitas yang diperlukan dalam penelitian ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini, termasuk dosen pembimbing yaitu Pak Yusuf Iskandar dan teman yang telah memberikan bantuan dan dukungan sepanjang proses penelitian. Penulis berharap bahwa artikel ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi para peneliti dan praktisi di bidangnya.

7. DAFTAR REFERENSI

- Abdurrahman, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Bengkel PT.Wijaya Toyota A.Yani Bandung).
- Anderson, Eugene W., Claes Fornell & Donald R. Lehmann. (1994). Customer Satisfaction, Market Share and Profitability: Finding From Sweden. *Journal of Marketing*. 58.
- Disson Muhammad Fauzi, M. S., & Febriyani, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Pondok Aren Kecamatan Pondok Aren Kota Tangerang Selatan.
- Fandy Tjiptono, Strategi Bisnis Modern. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), Hal. 113
- Fatrianshah. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Dampaknya Dada Loyalitas Pasien (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Syarif Hidayatullah).
- Haryono, S, 2016, Buku 3 in 1 Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS Lisrel dan PLS, Jakarta: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Imbalo Pohan, Jaminan Mutu Layanan Kesehatan, (Jakarta: EGC, 2007), Hal. 45.
- Kemenkes RI. (2023). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Kesehatan. *Undang-Undang, 187315*, 1–300.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- M.Yusuf, & Irayana, J. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT (Studi Pada Rumah Sakit Umum Daerah Meuraxa Kota Banda Aceh). Skripsi, 98.
- Mark Green T, E. (2021). Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien di Siloam Hospitals Balikpapan.
- Miska. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pengguna Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Pada Rumah Sakit Pendidikan Unhas Makassar*.
- Ni' am, M. K. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak “Fatimah” Lamongan. Skripsi.
- Pratama, H, E., Santoso, A., & Girahani, E. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Pada Warung Internet I-Cafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Kota Blitar.
- Pentescu et al. (2013) Modelling Patient Satisfaction in Healthcare.
- PT Handal Selaras Medika. (2021). *Profile KMNC*. <https://kmnc.co.id/>

- Rahmawati, K. N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Medis, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Pku Muhammadiyah Kebumen.
- Ratnam (2015) 'Determinants of Pasien Satisfaction in Hospitals', Pasien Satisfaction in Hospitals. European Journal, 7(4), pp. 788–805.
- Sugiono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Peserta BPJS di Rumah Sakit Tingkat II Udayana Denpasar. Vol 1 nomor 01, Maret 2016.
- Zulkifli. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pengguna Bpjs Dirumah Sakit Umum Andi Makkasau Kota Parepare (Analisis Ekonomi Islam).