

Analisis Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pasien dengan Kepuasan Pasien sebagai Variabel *Intervening*

Nurlatifah^{1*}, Toni Herlambang¹, Abadi Sanosra¹

¹ Universitas Muhammadiyah Jember

e-mail: nurlatifahskm@gmail.com

ABSTRAK

Rumah sakit merupakan institusi penyedia layanan kesehatan yang penting bagi masyarakat. Rumah sakit harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien, selain itu rumah sakit juga perlu untuk meningkatkan kepercayaan pasien. Hal ini akan berdampak pada tingkat kepuasan pasien dan loyalitas pasien. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variabel *intervening* di RSD Balung. Kepuasan pasien diuji sebagai mediator dalam hubungan ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan desain survei, data dikumpulkan dari pasien RSD Balung menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis *Structural Equation Modelling* (SEM). Penelitian ini menemukan bukti bahwa kualitas layanan dan kepercayaan secara positif dan signifikan mempengaruhi baik kepuasan maupun loyalitas pasien. Selain itu, kepercayaan juga terbukti secara langsung meningkatkan loyalitas. Lebih lanjut, pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pasien diperkuat melalui peran mediasi kepuasan pasien. Sedangkan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pasien tidak signifikan melalui peran mediasi kepuasan pasien). Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi RSD Balung dalam meningkatkan layanan kesehatan dan menjadi kunci terciptanya kepuasan dan loyalitas pasien.

Kata kunci: Kualitas Layanan; Kepercayaan; Kepuasan Pasien; Loyalitas Pasien

ABSTRACT

Hospitals are vital healthcare institutions for the community. Hospitals must be able to deliver services that meet patient expectations, and also need to build patient trust. This will impact patient satisfaction and loyalty. This study aims to analyze service quality and trust on patient loyalty with patient satisfaction as an intervening variable at RSD Balung. Patient satisfaction is tested as a mediator in this relationship. Research method used quantitative methods and survey design, data were collected from RSD Balung patients. The population of this study selected outpatients of RSD Balung. The average number of visits by long-term outpatients of RSD Balung each month is 4,900 visits. The representative sample size in this study has been calculated using the Slovin formula and a research sample of 172 respondents was obtained. Furthermore, sampling method used the purposive sampling. Structural Equation Modeling (SEM) analysis with WARPPLS 7.0 software. This study revealed that service quality and trust positively and significantly affect both patient satisfaction and loyalty. In addition, trust has also been proven to directly increase loyalty. Furthermore, the effect of trust on patient loyalty is strengthened through the mediating role of patient satisfaction, while the effect of service quality on patient loyalty through the mediating role of patient satisfaction is stated to be insignificant. This study can provide input for Balung Regional Hospital (RSD Balung) in improving healthcare services and serve as a key to creating patient satisfaction and loyalty.

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

PENDAHULUAN

Pelayanan kesehatan merupakan kebutuhan primer bagi setiap individu dan menjadi salah satu indikator penting dalam pembangunan suatu negara. Pemerintah terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan melalui pembangunan sarana dan prasarana, termasuk rumah sakit. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, standar rumah sakit juga dituntut untuk terus berkembang. Perkembangan teknologi yang pesat telah meningkatkan pengetahuan masyarakat, sehingga pasien menjadi lebih selektif dalam memilih fasilitas kesehatan. Hal ini menyebabkan persaingan bisnis di sektor kesehatan semakin ketat. Oleh karena itu, fasilitas kesehatan, termasuk rumah sakit, harus mampu memberikan pelayanan terbaik kepada pasien

(Jeremia, 2023). Perkembangan manajemen pelayanan rumah sakit dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman, terutama dalam hal kualitas, efisiensi, dan kepuasan pasien.

Fenomena tersebut era persaingan layanan kesehatan yang sangat ketat membutuhkan keberadaan manajemen rumah sakit yang secara efektif mampu untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Oleh karena itu, manajemen rumah sakit perlu merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam menanggapi tekanan persaingan dan untuk meningkatkan kualitas layanan. Strategi pemasaran tersebut berperan dalam membangun hubungan baik dengan konsumen (pasien) agar pasien menjadi puas dan tetap loyal terhadap layanan rumah sakit (Rahmaddian, 2024). Loyalitas pasien dapat menjadi permasalahan bagi rumah sakit atau organisasi pelayanan kesehatan lainnya dimana perkembangan rumah sakit semakin ketat, sehingga pasien dapat bebas memilih rumah sakit ketika membutuhkan pelayanan kesehatan. Loyalitas pasien adalah hasil langsung dari tingkat kepuasan pasien.

Loyalitas pasien merupakan hasil dari kepuasan yang telah dirasakan pasien terhadap pelayanan yang diberikan. Kepuasan pasien merupakan jaminan terbaik untuk menumbuhkan dan menjaga loyalitas pasien. Menurut Abdullah & Tantri (2023), kepuasan konsumen merupakan respon yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap kinerja atau hasil yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja tersebut dengan harapan yang diinginkan. Singkatnya, kepuasan pelanggan adalah terpenuhinya ekspektasi pelanggan setelah suatu produk atau layanan digunakan (Tjiptono, 2020). Kepuasan merupakan salah satu unsur kunci dalam upaya memahami ketahanan konsumen yang sudah ada ataupun untuk menarik konsumen baru. Meningkatnya indeks kepuasan konsumen akan berimplikasi pada laba perusahaan yang disebabkan oleh pembelian ulang dari konsumen (Astarini & Fachrodji, 2023). Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian empiris yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen diantaranya (Al Omari & Hamid, 2022; Astarini & Fachrodji, 2023; Ayu et al., 2024; Chen et al., 2022; Yuliani et al., 2024; Zaid & Patwayati, 2021). Sedangkan temuan penelitian yang berbeda sebagai *gap research* dinyatakan oleh seperti (Iqbal et al., 2024; Liu et al., 2021; Sari et al., 2020) yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh negatif atau juga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Pada dasarnya, layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyampaian untuk menyeimbangkan harapan konsumen (Laksana, 2021). Kualitas layanan yang lebih tinggi juga mengarah pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Kualitas pelayanan dapat dijadikan sebagai tolok ukur loyalitas pelanggan, dan jika dilihat dari perspektif konsep orientasi pelayanan, maka hal tersebut berkaitan erat dengan konsep orientasi pasar. Tanpa adanya konsistensi kualitas yang baik, maka proses bisnis tidak akan dapat mencapai tujuan pasar yang utama, yaitu tercapainya loyalitas pelanggan. Apabila kualitas pelayanan tidak konsisten atau lebih rendah dari standar, cepat atau lambat pelanggan akan merasa tidak puas dan tidak akan melakukan pembelian ulang serta akan kehilangan penjualan secara besar-besaran. Hal ini didukung oleh temuan penelitian (Alkrajji & Ameen, 2022; Lestariningsih, 2021; Mardhiah et al., 2023; Monica & Marlius, 2023; Nanincova, 2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas. Namun terdapat juga inkonsistensi temuan penelitian diantaranya (Arman et al., 2023; Hendrawan et al., 2024; Pratama & Hartini, 2020; W. R. Wijaya et al., 2023) yang menunjukkan pengaruh negatif atau tidak signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kepercayaan merupakan persepsi keandalan dari sudut pandang konsumen berdasarkan pengalaman atau interaksi yang ditandai dengan terpenuhinya harapan mengenai kinerja dan kepuasan. Kepercayaan adalah keyakinan atau ekspektasi seseorang terhadap niat baik, integritas dan kompetensi pihak lain dalam suatu hubungan (Nugraha, 2022). Kepercayaan adalah fondasi utama bagi organisasi dalam membangun dan menjaga hubungan yang kokoh dengan para pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, mitra, dan masyarakat (Dewa et al., 2022). Oleh karena itu, jika konsumen percaya terhadap suatu produk atau layanan yang ditawarkan, maka besar kemungkinan konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang terhadap produk atau layanan yang ditawarkan tersebut. Kepercayaan (*trust*) menjadi faktor penentu terciptanya kepuasan dan loyalitas konsumen telah dikaji oleh beberapa penelitian empiris

diantaranya (Alkraiiji & Ameen, 2022; Han et al., 2021; Liu et al., 2021; Melmambessy & Tuhumena, 2024; Nurinsan et al., 2023; Rahman et al., 2021; Sanosra et al., 2022; Sertan et al., 2023; Tanjung & Rahman, 2023; Yuliani et al., 2024). Temuan berbeda diperoleh (Jeaheng et al., 2020; Santosa et al., 2021; Tandiwijaya & Rini, 2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

Fenomena data kunjungan pasien tahun 2019 - 2024 menunjukkan adanya tren penurunan. Kondisi penurunan jumlah kunjungan pasien terjadi tahun 2023 dan 2024, hal ini menimbulkan pertanyaan terkait kepuasan pasien terhadap kualitas layanan yang ada di Rumah Sakit Daerah Balung. Penurunan ini patut dicermati dan memerlukan analisis mendalam untuk memahami penyebabnya dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengatasinya. Beberapa kemungkinan penyebab penurunan jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Daerah Balung antara lain kurangnya kualitas layanan, kepercayaan pasien, kepuasan pasien dan loyalitas pasien. Untuk mengidentifikasi penyebab yang pasti, diperlukan penelitian lebih lanjut yang mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dan fenomena gap research yang ada, penelitian ini berfokus pada analisis kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pasien di RSUD Balung, Jember, dengan kepuasan pasien sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pasien, serta memberikan rekomendasi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien di RSUD Balung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien. Populasi penelitian ini adalah pasien rawat jalan RSD Balung. Rata-rata kunjungan pasien rawat jalan jangka panjang RSD Balung setiap bulannya adalah 4.900 kunjungan. Ukuran sampel representatif dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dan diperoleh sampel penelitian sebanyak 172 responden. Selanjutnya, metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Variabel penelitian meliputi variabel eksogen (X) yang meliputi kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2). Variabel *intervening* adalah kepuasan pasien (Z). Variabel endogen adalah loyalitas pasien (Y).

Data kuantitatif akan dikumpulkan melalui kuesioner yang valid dan reliabel. Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan melalui *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*. Analisis data akan menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak WarpPLS 7.0. Model analisis SEM dengan WarpPLS dapat mengidentifikasi dan mengestimasi hubungan antar variabel laten apakah hubungan tersebut bersifat linier atau non linier. Analisis ini merupakan alternatif yang baik untuk metode analisis regresi berganda dan regresi komponen utama, karena metode ini bersifat lebih *robust*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Karakteristik Responden

Responden penelitian adalah pasien rawat jalan dan rawat inap di RSD Balung. Berikut ini disajikan statistik demografi responden. Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa proporsi responden laki-laki dan perempuan masing-masing adalah 54,86% dan 45,14%. Dilihat dari segi usia, sebagian besar berusia 45-54 tahun (36,00%). Dilihat dari segi pendidikan, pasien berpendidikan SMA (38,29%) dan SMP (28,00%). Gambaran latar belakang pekerjaan, terdapat distribusi yang merata dimana wiraswasta (27,43%), nelayan (25,14%), karyawan swasta (18,86%), dan petani (13,71%).

Mengacu pada gambaran demografi, dapat dinyatakan bahwa pasien rawat jalan di RSD Balung mewakili karakteristik demografi masyarakat di Kecamatan Balung dan sekitarnya. Kelompok masyarakat yang menjalani rawat jalan merupakan masyarakat yang berada pada usia rentan (45 - 54 tahun) dan memiliki tingkat pendidikan yang relatif rendah. Kondisi ini tentu menjadikan kelompok masyarakat ini lebih membutuhkan pelayanan kesehatan.

Tabel 1 Statistik Deskriptif Demografi Responden

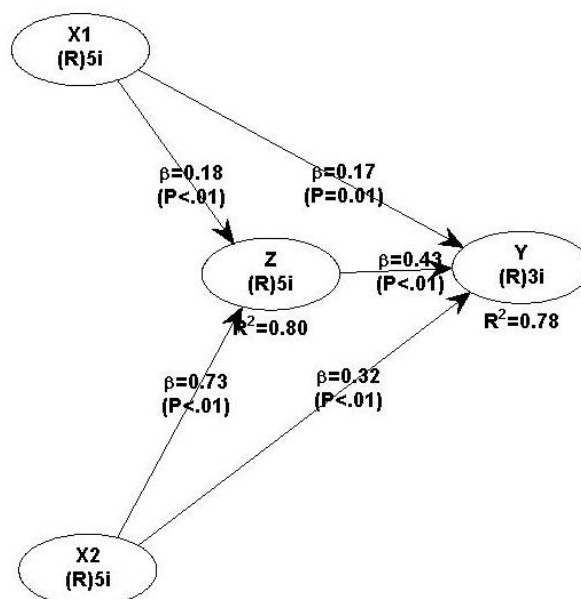
	Kriteria	Frekwensi (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	96	54,86
	Perempuan	79	45,14
	Total	175	100,00
Usia	18 – 24 tahun	19	10,86
	25 – 34 tahun	18	10,29
	35 – 44 tahun	26	14,86
	45 – 54 tahun	63	36,00
	55 tahun ke atas	49	28,00
	Total	175	100,00
Pendidikan	SD	9	5,14
	SMP	49	28,00
	SMA	67	38,29
	Diploma	21	12,00
	Sarjana	22	12,57
	Pascasarjana	7	4,00
	Total	175	100,00
Pekerjaan	PNS	17	9,71
	Wiraswasta	48	27,43
	Nelayan	44	25,14
	Swasta	33	18,86
	Petani	24	13,71
	Lainnya	9	5,14
	Total	175	100,00
Status Perkawinan	Belum Menikah	26	14,86
	Menikah	102	58,29
	Janda/Duda	47	26,86
	Total	175	100,00

Sumber: Data diolah, tahun 2025

Hasil Analisis SEM-PLS

Hasil pengujian dengan program WARPLS 7.0 disajikan pada gambar berikut.

Gambar 1 Model Hipotesis



Sumber: Data diolah, 2025

Hasil Uji Pengaruh Langsung

Uji pengaruh langsung bertujuan untuk menguji kausalitas atau pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen secara langsung. Pengujian koefisien jalur secara detail disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Efek Langsung

Pengaruh			Estimate	S.E.	P	Kesimpulan
Kualitas Layanan	→	Kepuasan Pasien	0.180	0.073	0.007	H1 diterima
Kepercayaan	→	Kepuasan Pasien	0.731	0.065	<0.001	H2 diterima
Kualitas Layanan	→	Loyalitas Pasien	0.167	0.073	0.012	H3 diterima
Kepercayaan	→	Loyalitas Pasien	0.316	0.071	<0.001	H4 diterima
Kepuasan Pasien	→	Loyalitas Pasien	0.425	0.069	<0.001	H5 diterima

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil uji pengaruh langsung menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas dan kepuasan pasien. Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

Ringkasan pengaruh tidak langsung variabel-variabel ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

Pengaru	Estimate	S.E.	P	Kesimpulan
Kualitas Layanan → Kepuasan Pasien → Loyalitas Pasien	0.076	0.053	0.074	H6 ditolak
Kepercayaan → Kepuasan Pasien → Loyalitas Pasien	0.311	0.050	<0.001	H7 diterima

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil ini, dapat dinyatakan bahwa kepuasan pasien berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara kepercayaan dan loyalitas pasien, sehingga kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening. Kepuasan pasien tidak berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pasien, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening.

Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Hasil uji terkait nilai R-square dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Nilai R-Square

Variabel	Nama Variabel	R-square
Z	Kepuasan Pasien	0.804
Y	Loyalitas Pasien	0.777

Sumber: Data diolah

Nilai R-kuadrat konstruk kepuasan pasien sebesar 0,804 dapat diartikan bahwa 80,4% variabilitas perubahan kepuasan pasien dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan. Nilai R-kuadrat sebesar 0,777 dapat diartikan bahwa 77,7% variabilitas perubahan loyalitas pasien dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pasien.

Tabel 5 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis Penelitian	Kesimpulan
1	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien	H1 diterima
2	Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien	H2 diterima
3	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien	H3 diterima
4	Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien	H4 diterima
5	Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien	H5 diterima
6	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien sebagai variabel <i>intervening</i>	H6 ditolak
7	Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien sebagai variabel <i>intervening</i>	H7 diterima

Sumber: Data diolah

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pasien

Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini berarti semakin baik kualitas layanan di Rumah Sakit Daerah Balung Jember maka akan mendorong peningkatan kepuasan pasien. Kualitas pelayanan yang baik merupakan representasi dari manajemen pelayanan yang baik dari perusahaan. Kualitas layanan merupakan pilar penting dalam membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan konsumen. Menurut Tjiptono (2020) kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan merupakan faktor fundamental yang menentukan kepuasan pasien. Pasien yang menerima layanan berkualitas tinggi akan merasa puas dan lebih senang untuk kembali ke rumah sakit tersebut di masa depan. Lebih lanjut, Tjiptono (2020) menjelaskan adanya hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pasien dimana semua dimensi SERVQUAL memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Temuan penelitian ini sesuai dan mendukung hasil penelitian (Ali et al., 2022; Alkraihi & Ameen, 2022; Astarini & Fachroddi, 2023; Fatonah & Palupi, 2020; Lestariningsih, 2021; Mardhiah et al., 2023; Monica & Marlius, 2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pasien

Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini berarti semakin baik kepercayaan pada Rumah Sakit Daerah Balung Jember maka akan mendorong peningkatan kepuasan pasien. Kepercayaan pelanggan adalah semua pengetahuan yang dimiliki pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut, dan manfaat (Nugraha, 2022). Kepercayaan terbentuk ketika pelanggan mengamati pengetahuan dan daya tanggap karyawan, kemudian mengevaluasi kepercayaan tersebut secara terpisah dari dimensi kualitas layanan lainnya. Konsumen menawarkan kepercayaan dan loyalitasnya melalui pemahaman implisit bahwa konsumen akan berperilaku dengan cara tertentu dan memberikan manfaat melalui kinerja produk yang konsisten (Abdullah & Tantri, 2023). Kepercayaan memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pasien dalam konteks layanan kesehatan. Kepercayaan menjadi dasar penting bagi terciptanya kepuasan yang tinggi, karena pasien merasa aman dan nyaman ketika berinteraksi dengan layanan kesehatan yang dipercaya. Temuan penelitian ini sesuai dengan temuan penelitian (Alkraihi & Ameen, 2022; Han et al., 2021; Liu et al., 2021; Melmambessy & Tuhumena, 2024; Nurinsan et al., 2023; Rahman et al., 2021; Sanosra et al., 2022; Sertan et al., 2023; Tanjung & Rahman, 2023) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini berarti semakin baik kualitas layanan di Rumah Sakit Daerah Balung Jember maka akan mendorong peningkatan loyalitas pasien. Kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan terhadap kualitas produk yang unik. Ini adalah pandangan yang dikonseptualisasikan tentang evaluasi pelanggan sehubungan dengan harapan dan kinerja yang dirasakan (Kotler et al., 2022). Dalam industri layanan kesehatan, persaingan telah menyebabkan banyak organisasi mencari cara yang menguntungkan untuk membedakan diri mereka. Salah satu strategi tersebut adalah penyampaian kualitas layanan yang tinggi. Kualitas layanan yang tinggi meningkatkan kepuasan pelanggan dan menghasilkan manfaat jangka panjang yang terukur dalam pangsa pasar dan profitabilitas (Dharmmesta, 2020). Dari sudut pandang manajerial, tujuan utamanya adalah untuk menarik dan mempertahankan. Pasien yang merasa mendapatkan layanan terbaik akan merasa senang dan bangga telah memilih rumah sakit tersebut. Hal ini akan meningkatkan loyalitas pasien karena kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pasien. (Wulaisfan & Fauziah, 2019; Yoga et al., 2018) telah dengan tepat menggarisbawahi bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Ketika seorang pasien merasa mendapatkan layanan terbaik, mereka tidak hanya merasa puas, tetapi juga membangun ikatan emosional yang kuat dengan rumah sakit tersebut. Perasaan senang dan bangga menjadi pendorong utama bagi mereka untuk memilih rumah sakit yang sama di masa depan,

bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Temuan penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian (Alkrajji & Ameen, 2022; Astarini & Fachrodji, 2023; Ayu et al., 2024; Lestariningsih, 2021; Melmambessy & Tuhumena, 2024) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Kepercayaan dan loyalitas merupakan dua faktor penting yang dapat memengaruhi keberlanjutan suatu bisnis atau organisasi (Attar et al., 2023). Organisasi yang berhasil memelihara kepercayaan cenderung lebih mudah meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang percaya akan merasa nyaman dan aman untuk terus menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Kepercayaan pasien terhadap penyedia layanan kesehatan merupakan aset berharga yang dapat meningkatkan loyalitas pasien secara signifikan. Kepercayaan dikembangkan mulai dari keluarga, dalam kelekatan hubungan orang tua dan anak. Kemudian kepercayaan berkembang dalam lingkungan kerabat dan teman dekat (Kotler et al., 2022). Konsumen menawarkan kepercayaan dan loyalitasnya melalui pemahaman implisit bahwa konsumen akan berperilaku dengan cara tertentu dan memberikan manfaat melalui kinerja produk yang konsisten (Abdullah & Tantri, 2023). Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi tidak hanya mendorong pasien untuk terus menggunakan layanan yang sama, tetapi juga meningkatkan kemungkinan mereka untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain (Disastra & Novita, 2022; Ardoni, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor kunci dalam membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara pasien dan penyedia layanan kesehatan. Temuan penelitian (Alkrajji & Ameen, 2022; Han et al., 2021; Liu et al., 2021; Melmambessy & Tuhumena, 2024; Rahman et al., 2021; Sanosra et al., 2022; Sertan et al., 2023; Tanjung & Rahman, 2023) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian menunjukkan kepuasan pasien mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Kepuasan merupakan salah satu unsur kunci dalam upaya memahami ketahanan konsumen yang sudah ada ataupun untuk menarik konsumen baru. Meningkatnya indeks Kepuasan konsumen akan berimplikasi pada laba perusahaan yang disebabkan oleh pembelian ulang dari konsumen. Menurut Abdullah & Tantri (2023), kepuasan konsumen merupakan respon yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap kinerja atau hasil yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja tersebut dengan harapan yang diinginkan. Loyalitas pasien adalah hasil langsung dari tingkat kepuasan pasien. Kepuasan pasien merupakan fondasi yang kuat dalam membangun loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Daerah Balung. Penelitian-penelitian sebelumnya telah secara konsisten menunjukkan bahwa kepuasan pasien memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Ketika pasien merasa puas dengan layanan yang diterima, mereka cenderung lebih loyal dan bersedia untuk terus menggunakan layanan rumah sakit tersebut. Pasien yang puas dengan pelayanan di rumah sakit akan merasa senang dan bangga telah memilih rumah sakit tersebut. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian dari (Al Omari & Hamid, 2022; Astarini & Fachrodji, 2023; Ayu et al., 2024; Chen et al., 2022; Yuliani et al., 2024; Zaid & Patwayati, 2021) yang menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien sebagai Intervening

Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien sebagai *intervening*. Hal ini berarti kepuasan pasien tidak berperan sebagai variabel mediasi atau *intervening* dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pasien. Mengacu pada temuan ini, maka pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pasien di Rumah Sakit Daerah Balung Jember lebih pada pengaruh langsung tanpa melibatkan kepuasan pasien. Kualitas layanan dapat mempengaruhi loyalitas pasien, bahkan tanpa melibatkan kepuasan pasien secara langsung. Ini berarti bahwa kualitas layanan yang baik, meskipun tidak selalu memicu kepuasan yang tinggi, dapat menciptakan loyalitas dengan sendirinya. Misalnya, meskipun pasien merasa kurang puas dengan biaya layanan, namun jika

pasien merasa yakin dengan kualitas medis yang diberikan, pasien tetap dapat menjadi pasien loyal. Loyalitas dapat terjadi karena beberapa faktor lain, seperti rasa percaya (*trust*) terhadap layanan tersebut, nilai yang dirasakan, atau pengalaman positif yang membangun hubungan emosional dengan pasien. Produk dan layanan yang berkualitas memegang peranan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu juga berkaitan erat dengan terciptanya keuntungan bagi perusahaan. Semakin tinggi kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan (Subaebasni et al., 2023). Kepuasan yang berkelanjutan akan menciptakan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dianggap sebagai hasil dari kepuasan pelanggan, ketika pelanggan yang memiliki pengalaman baik terhadap layanan perusahaan akan terus bertransaksi dengan perusahaan yang memandangnya kurang berisiko, sehingga membuat mereka loyal dan rasional dalam pengambilan keputusan (Fida et al., 2020).

Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien sebagai Intervening

Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien sebagai *intervening*. Hal ini berarti semakin baik kepercayaan pada Rumah Sakit Daerah Balung Jember maka akan mampu menciptakan kepuasan pasien dan akhirnya mendorong peningkatan loyalitas pasien. Loyalitas pelanggan memiliki dua dimensi: loyalitas sikap (apa yang dirasakan pelanggan) dan loyalitas perilaku (apa yang dilakukan pelanggan) (Özkan et al., 2020). Loyalitas pelanggan juga menciptakan lebih banyak pembelian ulang dan akan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi bagi perusahaan. Dengan demikian, loyalitas pelanggan adalah perilaku pelanggan yang selalu melakukan pembelian ulang atas produk perusahaan setelah mengevaluasi produk dan merasa puas dengannya (Salem & Chaichi, 2021). Perspektif sikap memposisikan loyalitas sebagai keinginan emosional dan psikologis pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan perspektif perilaku memposisikan loyalitas sebagai kecenderungan pelanggan untuk mencari layanan berkelanjutan dari bisnis atau merekomendasikan bisnis tersebut kepada orang lain (Tabrani et al., 2023). Pelanggan yang loyal akan mendorong orang lain untuk membeli produk tersebut, sedangkan pelanggan yang loyal akan berpikir dua kali untuk membeli produk lain yang ditawarkan oleh perusahaan lain. Berdasarkan penelitian (Lie et al., 2022) dan (Wilis & Nurwulandari, 2020) bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kepercayaan pasien terhadap layanan kesehatan memiliki peran yang sangat krusial dalam meningkatkan loyalitas pasien rawat jalan. Penelitian terkini, seperti yang dilakukan oleh (Trisno & Berlianto, 2023; Yuliani et al., 2024), secara konsisten menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan pasien, kepuasan pasien, dan loyalitas pasien. Ketika pasien merasa percaya terhadap rumah sakit dan layanan yang diberikan, mereka cenderung lebih puas dengan pengalaman perawatan mereka. Kepuasan ini kemudian mendorong pasien untuk menjadi lebih loyal dan memilih rumah sakit tersebut untuk perawatan di masa mendatang.

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan adanya pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan serta kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien. Kepuasan pasien berperan sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara kepercayaan dan loyalitas pasien, namun kepuasan pasien tidak berperan sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara kepercayaan dan loyalitas pasien. Temuan penelitian ini memberikan implikasi praktis, yaitu bahwa institusi RSD Balung dituntut untuk mampu mengelola aspek kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pasien. Ketiga aspek tersebut akan menjadi modal penting bagi institusi RSD Balung untuk mendorong loyalitas pasien yang optimal. Adapun implikasi teoritis, penelitian ini membuka peluang bagi agenda penelitian mendatang untuk mengembangkan konsep-konsep yang sudah ada terkait perilaku pelanggan, khususnya kepuasan pasien dan loyalitas pasien.

Adapun keterbatasan penelitian ini adalah terkait dengan objek penelitian yang hanya dibatasi pada pasien rawat jalan RSD Balung, sehingga generalisasi hasil belum tercapai. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan objek yang lebih luas (regional atau nasional). Keterbatasan berikutnya berkaitan dengan penggunaan kuesioner yang bersifat tertutup, sehingga penelitian

selanjutnya perlu untuk menggunakan instrumen kuesioner yang melibatkan aspek kualitatif untuk menjelaskan bagaimana kualitas pelayanan dan kepercayaan mempengaruhi kepuasan pasien dan loyalitas pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Al Omari, F., & Hamid, A. B. A. (2022). Strategies to improve patient loyalty and medication adherence in Syrian healthcare setting: The mediating role of patient satisfaction. In *PLoS ONE* (Vol. 17, Issue 11 November). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0272057>
- Ali, A. H., Hasan, H., & Akmal, S. (2022). Mediation Effect of Service Quality on the Relationship of Healthcare Service Innovation and Outpatient Experience. *International Journal of Sustainable Construction Engineering and Technology*, 13(4), 54–70. <https://doi.org/10.30880/ijscet.2022.13.04.006>
- Alkrajji, A., & Ameen, N. (2022). The impact of service quality, trust and satisfaction on young citizen loyalty towards government e-services. *Information Technology & People*, 35(4), 1239–1270. <https://doi.org/10.1108/ITP-04-2020-0229>
- Ardoni, A. (2022). Analisis Waiting Time, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Pemediasi. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 7(3), 308–315. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i3.178>
- Arman, R. A., Pasinringi, S. A., Rivai, F., Sidin, A. I., Irwandy, Saleh, L. M., & Mallongi, A. (2023). The Effect of Service Quality and Patient Satisfaction Toward Patient Loyalty in Special Regional Hospitals of South Sulawesi. *Pharmacognosy Journal*, 15(3), 443–449. <https://doi.org/10.5530/pj.2023.15.99>
- Astarini, Y., & Fachrodji, A. (2023). The Effect of Promotion, Quality of Service and Price on Patient Loyalty with Patient Satisfaction as Mediation (Outpatient at Premier Bintaro Hospital). *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)*, 4(2), 37–45.
- Ayu, I., Suryantari, P., Setiawan, P. Y., Wayan, N., Suprpti, S., & Ekawati, N. W. (2024). Mediated by patient satisfaction : Service quality , price reasonability , trust , and loyalty. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 23(01), 2650–2660.
- Chen, X., Zhao, W., Yuan, J., Qin, W., Zhang, Y., & Zhang, Y. (2022). The Relationships Between Patient Experience with Nursing Care, Patient Satisfaction and Patient Loyalty: A Structural Equation Modeling. *Patient Preference and Adherence*, 16, 3173–3183. <https://doi.org/10.2147/PPA.S386294>
- Dewa, C. B., Pradiatiningtyas, D., & Safitri, L. A. (2022). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Dharmmesta, B. S. (2020). *Manajemen Pemasaran* *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Disastra, D., & Novita, D. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung). *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(1), 55–66.
- Fatonah, S., & Palupi, H. (2020). The Effect of Handling Complaint and Hospital Service Quality on Patient Satisfaction and Loyalty. *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit)*, 9(3), 268–276. <https://doi.org/10.18196/jmmr.93138>
- Han, J., Zuo, Y., Law, R., Chen, S., & Zhang, M. (2021). Service Quality in Tourism Public Health: Trust, Satisfaction, and Loyalty. *Frontiers in Psychology*, 12(August). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.731279>
- Hendrawan, M. Y., Daulay, A. N., & Harianto, B. (2024). Analysis of the Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Through Customer Engagement. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 1247–1266. <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i2.894>
- Hidayat, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Mediasi Kepuasan Dan Moderasi Penanganan Keluhan Pada Pelanggan Jasa Grab Di Surabaya*. 1–19.
- Iqbal, M. A., Parwoto, & Abidin, Z. (2024). The Mediating Role of Customer Satisfaction in the Relationship between Brand Image and Product Quality and Customer Loyalty (Shopee e-

- commerce Case Study. *Journal Manajemen Bisnis*, 11(2), 1894–1908.
- Jeaheng, Y., Al-Ansi, A., & Han, H. (2020). Impacts of Halal-friendly services, facilities, and food and Beverages on Muslim travelers' perceptions of service quality attributes, perceived price, satisfaction, trust, and loyalty. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 29(7), 787–811. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1715317>
- Jeremia, A. (2023). *Transformasi Rumah Sakit Indonesia Menuju Era Masyarakat 5.0*. Stiletto Book.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management 16 ed*. Pearson.
- Laksana, M. F. (2021). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Janin, D., & Hermanto, N. (2019). The effect of service quality toward public satisfaction and public trust on local government in Indonesia. *International Journal of Social Economics*, 46(3), 377–392. <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2017-0151>
- Lestariningsih, T. (2021). Analysis of Service Quality and Trust on Customer Satisfaction of Ojek Online in Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 14(3), 298. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v14i3.30033>
- Liu, S., Li, G., Liu, N., & Hongwei, W. (2021). The Impact of Patient Satisfaction on Patient Loyalty with the Mediating Effect of Patient Trust. *INQUIRY: The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing*, 58(1), 1–11. <https://doi.org/10.1177/00469580211007221>
- Mardhiah, N. P., Widiyanti, M., Shihab, M. S., & Adam, M. (2023). The Influence of Service Quality and Perception of Service Price on Patient Satisfaction in The Inpatient Room of Hermina Hospital Palembang. *Journal of Social Science*, 4(5), 2208–2214. <https://doi.org/10.46799/jss.v4i5.709>
- Melmambessy, D., & Tuhumena, R. (2024). The Mediating Role of Satisfaction , Image , and Trust in the Impact of Service Quality on Loyalty. *International Journal of Social Science and Business*, 8(3), 515–530.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53. <https://doi.org/10.31575/jp.v7i1.465>
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Nugraha, K. S. W. (2022). Consumer Trust. In A. Sudirman (Ed.), *Consumer Behaviour: Essence, Position & Strategy*. CV. Media Sains Indonesia. <https://doi.org/10.4324/9780367426897-2>
- Nurinsan, Renea, A. S., & Asri, A. M. (2023). Determinasi Kualitas Pelayanan Puskesmas, Kepercayaan, dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Puskesmas Merdeka Bogor. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 18(1), 84–90. <https://doi.org/10.29244/mikm.18.1.84-90>
- Pratama, V., & Hartini, S. (2020). The Effect of Perception of Health Care Service Quality on Patient Satisfaction and Loyalty in Mother and Child Hospital. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 13(3), 234–253.
- Rahmaddian, T. (2024). *Manajemen Pemasaran Rumah Sakit*. CV. Gita Lentera.
- Rahman, S., Santoso, P. H., Stevanie, S., & Rusmansyah, W. (2021). The Influence of Trust, Innovation, and Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty on Gojek Customers. *Kurs : Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(1), 65–77. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
- Sanosra, A., Efendi, D. H., & Satoto, E. B. (2022). *Pengaruh Kinerja Organisasi Dan Inovasi Pemerintah Terhadap Kepercayaan Masyarakat Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Banyuwangi)*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Santa, R., MacDonald, J. B., & Ferrer, M. (2019). The role of trust in e-Government effectiveness, operational effectiveness and user satisfaction: Lessons from Saudi Arabia in e-G2B. *Government Information Quarterly*, 36(1), 39–50. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.10.007>
- Santosa, J., Mahendra, D., & Haryanto, A. T. (2021). Membangun Service Quality dan Trust Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Mediator di Bank Syariah Mandiri Solo.

- KELOLA – *Journal of Business and Management*, 8(1), 10–17.
- Sari, M. R., Ardiwirastuti, I., & Harviandani, B. S. (2020). Hubungan Kepuasan Pasien dengan Loyalitas Pasien di RSGM IIK Bhakti Wiyata Kediri. *Jurnal Wiyata: Penelitian Sains Dan Kesehatan*, 7(1), 56–61.
- Sektiyaningsih, I. S., Arif, H., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra, dan Loyalitas Pasien. *Journal Business Studies*, 04(1), 174–175.
- Sertan, A., Çek, K., Öniz, A., & Özgören, M. (2023). The Influence of Medicine Approaches on Patient Trust, Satisfaction, and Loyalty. *Healthcare*, 11(1254), 1–14.
- Setyawan, F. E. B. (2020). *Manajemen Rumah Sakit*. Zifatama Jawa.
- Syur'an, Nurdhalisa Oktaria, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Sebagai Mediasi: Studi Terhadap Pengguna BPJS Kesehatan Di Instalasi Rawat Jalan RS Unand. *Journal of Management & Business*, 3(3), 353–363.
- Tandiwijaya, R., & Rini, Y. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup , Kualitas Pelayanan , dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Tiket Hotel pada Aplikasi Pegipegi (Studi Kasus pada Pelanggan di Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 18–27.
- Tanjung, J. R., & Rahman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Pekanbaru. *Jurnal BANSI - Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 3(1), 27–45. <https://doi.org/10.58794/bns.v3i1.451>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Andi.
- Trisno, A. O., & Berlianto, M. P. (2023). The Effect of Perceived Value, Brand Image, Satisfaction, Trust and Commitment on Loyalty at XYZ Hospitals, Tangerang. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 11(1), 22–33. <https://doi.org/10.14710/jmki.11.1.2023.22-33>
- Wijaya, D. Y. A. (2022). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Menggunakan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Studi Kasus pada PT. Maybank Cabang Banyuwangi*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 82–91.
- Wiliana, E., Erdawati, L., & Gunawan, Y. M. (2019). Pengaruh Reputasi Dan Kepercayaan Pasien Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rawat Jalan Bpjs Di Rumah Sakit Annisa Kota Tangerang. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 1. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v1i0.2125>
- Wulaisfan, R., & Fauziah, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Mediasi Pasien Rawat Inap Di RSU Dewi Sartika Kendari. *Window of Health : Jurnal Kesehatan*, 2(2), 97–105. <https://doi.org/10.33096/woh.v2i2.577>
- Yuliani, D., Qomariah, N., & Nursaid. (2024). Patient Satisfaction Mediates the Influence of Health Services Quality And Brand Image on Patient Loyalty. *International Social Sciences and Humanities*, 3(3), 728–742.
- Zaid, S., & Patwayati, P. (2021). Impact of Customer Experience and Customer Engagement on Satisfaction and Loyalty: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 983–992. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0983>