

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut *World Health Organization* (WHO) pelayanan kesehatan yang tepat dan nyaman serta berkualitas dengan didukung oleh ketersediaan sumber daya merupakan ciri pelayanan kesehatan yang baik. Rumah sakit adalah fasilitas atau penyedia layanan kesehatan yang menyediakan staf medis, termasuk dokter, perawat, dan profesional lainnya. Menjadi alternatif bagi masyarakat kelas bawah, menengah, dan atas untuk memperoleh fasilitas medis yang dibutuhkan untuk perawatan berbagai penyakit atau kondisi pada rumah sakit. Kebutuhan rumah sakit untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka meningkat seiring dengan jumlah pasien atau konsumen. Di era teknologi kontemporer, hal ini dapat meningkatkan kesadaran publik tentang ketersediaan dan mutu fasilitas perawatan kesehatan, yang memungkinkan orang untuk lebih selektif tentang layanan mana yang akan mereka manfaatkan. Elemen kepuasan dan loyalitas merupakan indikator utama tolak ukur keberhasilan dalam pelayanan pada rumah sakit. Kepuasan pasien menggambarkan kualitas pelayanan dalam memenuhi kebutuhan pelayanan pada pasien.

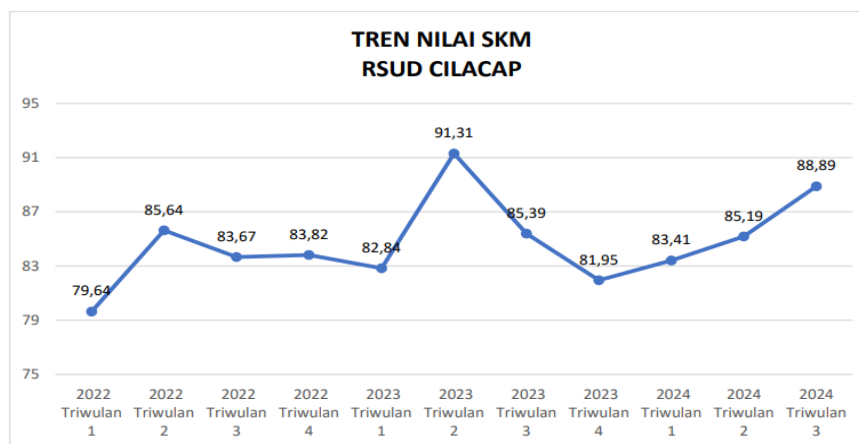
Dalam pemberian pelayanan pada fasilitas Kesehatan seperti rumah sakit, wawasan tentang kepuasan pasien terhadap pelayanan yang diberikan mempunyai dampak yang besar, pasien yang mendapatkan pengalaman yang baik dipastikan merasa puas. Kepuasan pasien melingkupi Harapan, kondisi fasilitas medis, lingkungan sekitar, informasi dan komunikasi, konektivitas, dan

interaksi interpersonal semuanya termasuk dalam kepuasan pasien. Loyalitas pasien terhadap fasilitas kesehatan yang mudah diakses dipengaruhi oleh kepuasan pasien (Widodo, M.R., Prayoga, D., 2017). Loyalitas pasien sangat penting bagi keberlanjutan rumah sakit. Keberlanjutan rumah sakit sangat dipengaruhi oleh loyalitas pasien. Kepuasan pasien terhadap keseluruhan kualitas layanan berdampak pada loyalitas pasien karena pelanggan yang senang cenderung akan menggunakan layanan tersebut lagi dan merekomendasikannya kepada orang lain. (Abdurrouf, M., Puspita Sari, D,W., 2017).

Didirikan secara resmi pada tahun 1946 berdasarkan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah Kota Kecil dalam Wilayah Propinsi Jawa Tengah, Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Cilacap merupakan salah satu institusi medis milik Pemerintah Kabupaten Cilacap. Data kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap dapat dilihat pada grafik tren Survey Kepuasan Masyarakat:

Grafik 1.1

Data tren nilai Survey Kepuasan Masyarakat di RSUD Cilacap
Periode 2022 - 2024



<https://rsud.cilapkab.go.id>

Pada grafik tren nilai Survey Kepuasan Pelanggan dapat disimpulkan bahwa terjadi fluktuasi pada nilai kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap dari tahun 2022 hingga tahun 2024. Pada tahun 2024 dimulai dari triwulan pertama terjadi kenaikan grafik dibandingkan triwulan sebelumnya yaitu ditahun 2023 triwulan 4. Adanya upaya perbaikan ini cukup efektif dan berdampak positif dalam meningkatkan nilai kepuasan masyarakat.

Rumah sakit merupakan sarana pelayanan kesehatan yang dibutuhkan untuk dapat memberikan kepuasan pada pasien. Persaingan fasilitas kesehatan di masa mendatang dapat dipertahankan dengan berfokus pada pemberian layanan yang menjamin kepuasan pasien. Di era globalisasi, ketika pasien dapat memilih rumah sakit berdasarkan kebutuhannya, kepuasan pasien merupakan jaminan terbaik untuk membina dan menjaga loyalitas pasien. Temesvari, N.A.T., dan I.D.N. Bambela, 2021). Salah satu faktor yang paling krusial untuk diperhatikan adalah kepuasan pasien. Ketika individu memperoleh pengaruh yang baik dari layanan rumah sakit yang diterimanya, maka individu tersebut akan merasa puas. Akibatnya, pasien akan mengevaluasi layanan yang diterimanya. Di satu sisi, kebutuhan akan layanan kesehatan semakin meningkat, terutama dalam hal menjaga pola hidup sehat, sebagai akibat dari kemajuan masyarakat dan semakin berkembangnya pemahaman masyarakat akan pentingnya kesehatan dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Hal ini meningkatkan kesadaran masyarakat akan perlunya mengunjungi rumah sakit dan menerima perawatan preventif. Sebaliknya, rumah sakit harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada kliennya dengan menggunakan teknik yang selaras dengan pelayanan

yang diberikannya, termasuk memberikan pelayanan yang memuaskan (Afrizal, Suhardi, 2018). Banyaknya layanan fasilitas kesehatan yang tersedia di lingkungan kabupaten Cilacap menjadikan beberapa pilihan masyarakat dalam menentukan fasilitas kesehatan. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mampu meningkatkan nilai persepsi pelanggan terhadap merk, namun juga berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan, kualitas memiliki dampak yang signifikan pada loyalitas pelanggan, yang merupakan elemen penting dalam mempertahankan dan meningkatkan mangsa pasar (Nugroho, D. M. 2015). Loyalitas adalah hubungan kuat antara suatu individu atau kelompok dengan suatu yang disukai seperti produk, perusahaan atau instisusi (Atmaja, J. 2018). Pengaruh loyalitas pada perusahaan dapat meghasilkan keuntungan yang lebih besar karena pelanggan yang loyal lebih mudah untuk dijangkau. Loyalitas juga dapat meningkatkan nilai produk dan layanan serta dapat mengurangi biaya pemasaran (Firatmadi, A. 2017). Kualitas layanan yang baik dapat membangun loyalitas pelanggan, karena pelanggan lebih mudah untuk menggunakan layanan dan memberikan rekomendasi kepada teman dan kerabat mereka (Sholikhah & Hadita, 2023). Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan mengenai jasa, yang dimana salah satu dimensi dapat mempengaruhi pasien pada layanan kesehatan. Penelitian menunjukan bahwa memberikan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada perceived value pelanggan semakin tinggi (Suariedewi dan Sulistyawati 2016)

Adanya pemahaman keterkaitan antara variable-variable kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan loyalitas pasien, diharapkan Rumah Sakit

Umum Daerah Cilacap dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dan manajemen layanan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pasien di layanan rawat jalan Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap. sejalan dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan loyalitas pasien yang berfokus pada kunjungan ulang pasien umum atau pasien dengan terapi berkesinambungan yang tidak menggunakan jaminan kesehatan di rawat jalan Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap.

Theory of Planned Behavior menurut Ajzen (1991) adalah model psikologi sosial yang menjelaskan hubungan antara keyakinan, sikap, niat, dan perilaku pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* yang diusulkan oleh Ajzen dan Fishben (1980). Menurut Machrus & Purwono (2010) *Teori of Planed Behavior* merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh manusia dengan tiga faktor yang mempengaruhinya. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan pokok penting yang sanggup memperikrakan suatu perbuatan, meskipun demikian perlu dipertimbangkan sikap seseorang dalam menguji norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku persepsi orang tersebut. Perspektif kepercayaan dilaksanakan melalui penggabungan beraneka ragam karakteristik, kualitas dan atribut atas informasi tertentu yang kemudian membentuk kehendak dalam bertingkah laku (Yuliana, 2004). Artika Sekar Ningrum, Junaid dan Wa Ode Sitti Nurzalmaria (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Hubungan Mutu Pelayanan Kesehatan dengan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Bhayangkara Kendari meyimpulkan bahwa kualitas pelayanan

berkaitan erat dengan faktor penampilan fisik, empati, kehandalan dan aspek jaminan terhadap loyalitas pasien.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Teori perilaku), peneliti berasumsi bahwa dalam memilih fasilitas kesehatan, masyarakat akan mempertimbangkan berbagai hal seperti kualitas pelayanan dan berdasarkan pengalaman kepuasan terhadap pelayanan yang diterima dimasa lalu, jika kedua hal ini tercapai maka akan timbul loyalitas pasien. Dari asumsi tersebut peneliti tertarik untuk mengidentifikasi dan meneliti terkait dengan pengaruh kualitas dan kepuasan terhadap loyalitas dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Umum di Rawat Jalan RSUD Cilacap”**.

A. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien Umum di Rawat Jalan RSUD Cilacap?
2. Apakah Kepuasan Pasien berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien Umum di Rawat Jalan RSUD Cilacap?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien Umum di Rawat Jalan RSUD Cilacap?

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien Umum di Rawat Jalan RSUD Cilacap.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien Umum di Rawat Jalan RSUD Cilacap.

3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien Umum di Rawat Jalan RSUD Cilacap.

C. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini memiliki ruang lingkup sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya menggunakan 2 variable independen dan 1 variable dependen yaitu,
 - a. Kualitas Pelayanan
 - b. Kepuasan Pasien
 - c. Loyalitas Pasien
2. Subjek Penelitian ini yaitu pasien umum rawat jalan di Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap.
3. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2025

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak baik dari kalangan akademisi maupun praktisi. Diantaranya :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman bagi peneliti tentang adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas yang dipraktikan dengan pengetahuan teoritis
2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai evaluasi kinerja dan masukan dalam strategi manajemen Pemasaran dalam memberikan pelayanan

kesehatan yang optimal terhadap pasien dan keberlangsungan operasional rumah sakit di masa mendatang.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Telaah Pustaka

1. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori ini menjelaskan bahwa niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi control perilaku (Septiani dkk, 2025). Teori ini dikembangkan oleh (Ajzen,1985) sebagai pengembangan *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang sudah ada sebelumnya. *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan pokok penting yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan, meskipun demikian perlu dipertimbangkan sikap dalam menguji norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku persepsi orang tersebut. Bila da sikap yang positif, dukungan dari orang sekitar serta adanya persepsi kemudahan karena tidak ada hambatan untuk berperilaku maka niat seseorang untuk berperilaku akan semakin tinggi (Ajzen, 1991)

Theory of Reasoned Action (TRA) menurut Kotler (2009) memiliki 3 variabel utama yang mempengaruhi seseorang, yaitu;

a. Sikap (*Attitude*)

Mengacu pada evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu perilaku tertentu. Misalnya, jika seseorang merasa bahwa perilaku membeli produk

tertentu akan memberikan manfaat, maka sikapnya terhadap perilaku tersebut cenderung positif.

b. Norma Subjektif (Subjective Norm)

Persepsi individu tentang adanya tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Contohnya, jika seseorang merasa bahwa teman-temannya akan menganggap baik jika dia membeli produk tertentu, maka norma subjektifnya cenderung mendukung perilaku tersebut.

c. Niat Perilaku (Behavior Intention)

Ini adalah niat individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Intensi perilaku ini dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Jika seseorang memiliki sikap positif dan norma subjektif yang mendukung, maka intensi perilakunya untuk melakukan perilaku tersebut akan lebih tinggi.

dapat diartikan sebagai komitmen kuat dari pelanggan untuk membeli atau berlangganan produk/jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi merubah perilaku. Menurut (Cristobal, 2018) Loyalitas pelanggan didapat dari hasil pengukuran kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan, jika persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan rendah, maka pelanggan akan berpindah ke tempat lain kecuali terdapat faktor lain yang kuat untuk menarik pelanggan agar kembali.

Menurut Cristobal (2018) apabila pelanggan puas dengan layanan yang diberikan dipastikan pelanggan akan kembali dan merekomendasikan kepada orang lain. Kepuasan dianggap sebagai penentu pasien untuk melakukan kunjungan ulang, seperti yang diketahui bahwa emosional adalah perasaan yang

mempengaruhi seseorang dalam menentukan pengambilan keputusan. Adanya faktor emosi yang dirasakan pasien karena merasa nyaman dengan kualitas yang diterima dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan dan menjadikan pasien loyal terhadap pelayanan kesehatan tersebut (Santoso, 2022). Organisasi yang berorientasi pada layanan bertujuan untuk memberikan layanan yang luar biasa untuk membangun hubungan yang kuat dan langgeng dengan pelanggannya. (Ahmed & Fincham, 2010). Faaghna, dkk. (2019) dalam penelitiannya menghasilkan bahwa salah satu faktor persepsi seseorang individu terhadap kualitas sangat menentukan minat seseorang berkunjung ulang pasien. Yang dan Patterson (dalam Sugiharto dan Wijaya, 2020) terdapat dua dimensi dalam kesetiaan atau loyalitas yaitu :

1) *Recommendation*

Pelanggan yang loyal sangat dimungkinkan untuk merekomendasikan kepada orang-orang disekitarnya, dan menceritakan kelebihan dari produk atau jasa yang diterimanya

2) *Repeat Purchase*

Pelanggan yang loyal memungkinkan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang dipercayai maka dari itu merupakan hal yang sangat menguntungkan sekali apabila penyedia jasa atau produk mendapatkan pelanggan yang loyal terhadap produk atau jasa yang di tawarkan. Loyalitas pasien adalah bentuk dari keberhasilan dalam pemberian pelayanan terhadap pasien. Loyalitas terbentuk dari beberapa aspek seperti tempat pelayanan, Gedung, dan tenaga kerja sebagai pemberi pelayanan berupa

perawat, Dokter, Analis Laborat, Apoteker, petugas administrasi, dan tenaga kesehatan lainnya.

2. Kualitas Pelayanan

Keadaan sehat merupakan keinginan semua individu bukan hanya pada individunya saja namun juga oleh keluarganya, komunitas dan bahkan oleh masyarakat. Untuk dapat mewujudkan keadaan sehat tersebut banyak hal yang perlu dilakukan. Salah satu yang dinilai mempunyai peranan yang cukup penting adalah penyelenggara fasilitas pelayanan kesehatan. Kualitas pelayanan merupakan kegiatan pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara pelayanan yang mampu memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan serta mampu memberikan kepuasan kepada masyarakat luas (Liu, 2021). Kotler & Gary (2008) mendefinisikan pelayanan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pasien demi tercapainya kepuasan pada pasien itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi atau berkualitas akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering (Shandy, dkk., 2014).

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen/pasien atas pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan/rumah sakit. Jika jasa yang diterima atau

dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen/pasien, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk (Shandy, dkk., 2014).

Tjitono dan Candra (2012) kualitas pelayanan adalah cerminan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas pelayanan. Lehtinen&Lehtinen(1982), Gronroos, (1984), Caruna, (2002) dalam Kheng (2010) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah hasil perbandingan oleh pelanggan antara harapan mereka tentang layanan dan persepsi mereka tentang pemberian layanan dilakukan. Kesimpulan dari pernyataan tersebut, Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara harapan pelanggan terhadap perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginannya dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan yang diterima seperti ketepatan dan cara melayaninya. Parasuraman, dkk. (1985) dalam Tjiptono dan Candra (2012) mengidentifikasi ada 10 indikator kualitas pelayanan yang dirangkum menjadi 5 indikator atau dikenal dengan istilah SERVQUAL yaitu : Reliabilitas (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), dan Bukti Fisik (*Tangibles*).

a. Reliabilitas (*Reliability*)

Kemampuan dalam memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dapat diartikan sebagai kehandalan yang berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa asuransi, layanan dapat dikatakan handal adalah ketika seorang agent asuransi dapat memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan dapat menyelesaikan masalah yang tengah dihadapi oleh nasabah.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kemampuan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan dengan cepat. Dapat diartikan sebagai pemberian perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan. Pada layanan agent asuransi dapat dilihat dari kecepatan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan cepat menangani keluhan mereka.

c. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan kepada pelanggan. Indikator ini sangat penting pada jasa layanan yang membutuhkan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi seperti agent asuransi, bank, dan dokter. Oleh karenanya dalam hal ini kepastian menjadi hal yang sangat penting untuk dapat diterima oleh nasabah

d. Empati (*Empathy*)

Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Kepedulian yang dimaksud dapat ditunjukkan kepada pelanggan bahwa layanan yang diberikan itu spesial, dan untuk kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi.

e. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Berupa tampilan fisik seperti fasilitas yang tersedia, peralatan, Petugas, dan bangunan. Bukti fisik ini dapat digambarkan sebagai wujud secara fisik dan gambaran layanan yang akan diterima oleh pasien. Contohnya seperti fasilitas ruang tunggu, kebersihan, dan kenyamanan ruang.

3. Kepuasan Pasien

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan diharapkan. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Harun (2017), kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktek pemasaran jasa, serta merupakan faktor yang esensial bagi kegiatan bisnis. Dalam buku teks standar marketing management yang ditulis Kotler & Keller (2010) dan banyak yang dijadikan acuan, menegaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya dan dapat dirumuskan sebagai evaluasi pasca beli. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka akan terjadi ketidakpuasan. *Craig-less* dalam Tjiptono (2008) menyatakan bahwa

pemahaman perilaku konsumen mengenai ketidakpuasan jauh lebih mendalam dari pada dalam kepuasan pelanggan. Pemahaman ini berasal dari dua bidang penelitian utama, yaitu riset disonansi dan perilaku komplain.

Kepuasan dapat diartikan dengan perasaan puas seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Richard (2000) menyatakan bahwa semua orang memahami apa yang dimaksud dengan kepuasan tetapi begitu diminta mendefinisikannya, kelihatannya tak seorangpun tahu. Tjiptono (2012) menyebutkan bahwa ada beberapa point penting mengenai kepuasan yaitu: perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk, respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atau perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersiapkan setelah memakai atau mengonsumsi produk bersangkutan, evaluasi purna beli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi prapembelian, ukuran kinerja produk total sebuah organisasi dibandingkan dengan serangkaian keperluan pelanggan.

Dikutip dan Haidir (2006) kepuasan pelanggan haruslah diletakkan menjadi salah satu faktor terpenting dan menjadi muara kecil dalam segala aktifitas pemasaran pada setiap perusahaan yang berorientasi pada pasar. Kepuasan pelanggan dalam hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu:

- a. Kepuasan terhadap kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan.
- b. Kepuasan terhadap kemampuan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan.
- c. Kepuasan terhadap pengetahuan dan kesopanan.
- d. Kepuasan terhadap kepedulian pada pelanggan, dan

e. Kepuasan terhadap penampilan fasilitas fisik.

4. Loyalitas Pasien

Loyalitas merupakan suatu hal yang diharapkan perusahaan dari konsumennya, sebab strategi pemasaran yang sukses didukung oleh konsumen yang setia dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten (Suwarsito, dkk 2020). Loyalitas dapat diukur dengan konsumen melakukan pembelian secara berkala, kemudian konsumen tidak terpengaruh produk atau jasa yang ditawarkan oleh pihak lain dengan jenis manfaat yang sama, dan jasa yang diterima memuaskan konsumen. Jika konsumen merasa puas maka konsumen akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima maka konsumen dapat memberitahukan pelayanan yang kurang memuaskan tersebut kepada pihak lain.

Loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang yang berlangganan atas suatu produk atau pelayanan jasa tertentu. Loyalitas pasien adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi rumah sakit, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya.

Menurut Tjiptono (2002) ada enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu;

a. Merekomendasikan Merek tersebut ke orang lain

- b. Selalu menyukai merek tersebut
- c. Tetap memilih merek tersebut
- d. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik
- e. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut
- f. Pembelian ulang

Dari uraian mengenai loyalitas pasien tersebut, dapat dikatakan bahwa loyalitas pasien merupakan kesetiaan pasien dalam menggunakan pelayanan yang ada di rumah sakit apabila pasien membutuhkan. Upaya mempertahankan pelanggan dengan cara meningkatkan loyalitas pelanggan dapat mengurangi biaya pemasaran bagi penyedia jasa dikarenakan pelanggan yang loyal dapat menjadi sumber pemasaran jasa pelayanan pada masyarakat, sehingga loyalitas pelanggan dapat memberikan keuntungan bagi penyedia jasa pelayanan. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan loyalitas pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi penting bagi perusahaan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Hurriyati, 2015).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan terkait variabel penelitian antara lain Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien, dan Loyalitas Pasien.

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis & Identitas Jurnal	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Atik Ratnawati, (2013) Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi Vo. 1 No. 1 Tahun 2013	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap <i>Brand Image</i> Pada Pasien Rumah Sakit Ortopedi (RSO) Prof Dr. Soeharso Surakarta Tahun 2012	<i>Brand</i> <i>Image</i> , <i>Service</i> <i>Quality</i>	Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variable variable kualitas pelayanan meliputi meliputi <i>Reliabilitas</i> , <i>Responsivness</i> , <i>Assurance</i> , <i>Emphaty</i> , dan <i>Tangible</i> secara Bersama-sama terhadap <i>brand</i> <i>image</i> rumah sakit Ortopedi Prof Dr Soeharso Surakarta
2.	Beny Mutiara Wardani (2013) Jurnal Manajemen Vol. 1 No. 1 Mei 2013 : 1-12)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dari Sudut Pandang	<i>Service Quality</i> , <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	Variable-variable kualitas pelayanan secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dari

		Pasien dan Pendamping Pasien (Studi Kasus di RS Medistra, Jakarta)		sudut pandang pasien. Variable-variable kualitas pelayanan secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dari sudut pandang pendamping pasien.
3.	Rafika Zahara Lubis, (2014) Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Vol. 2, No.2, Juni 2011	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merk pada Poliklinik RS Haji Medan	Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Citra Merk	Hasil Penelitian dari uji signifikan simultan (uji-F) menyatakan secara simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari variable bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara serempak adalah berpengaruh terhadap citra merk pada poliklinik RS. Haji Medan.
4.	Steven Darwin, et, al., (2014) Jurnal	Analisis Pengaruh Kualitas	<i>Benevolenc</i> , <i>Reliability</i> , <i>Competence</i> ,	Variable-variable kualitas pelayanan berpengaruh

Manajemen Pemasaran	Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia – Surabaya	<i>Honesty, Openness</i>	signifikan terhadap Kepuasan pelanggan, Variable-variable kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan, Variable-variable kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan, Variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan
5. Imrotul Khasanah (2010) Jurnal Ilmu Ekonomi Aset	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang	<i>Custemer Satisfaction, Tangible, Responsiveness, Assurance and Empathy</i>	Variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah jaminan

6	Zahara (2020)	Rita	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening	<i>Kualitas layanan, Kepuasan Loyalitas</i>	Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen, namun kepuasan tidak mempengaruhi signifikan terhadap loyalitas sehingga sehingga hubungan tidak langsung antara kualitas dan loyalitas melalui kepuasan kosumen tidak dapat di verifikasi
---	------------------	------	--	---	--

C. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah Dugaan sementara yang dirumuskan berdasarkan kajian teoritis dan bertujuan untuk menguji hubungan atau pengaruh antar variabel dalam sebuah penelitian. Sebagai prediksi ilmiah, hipotesis dirancang untuk dijawab atau dibuktikan melalui pengumpulan dan analisis data empiris, sehingga memberikan landasan bagi peneliti untuk mengevaluasi validitas teori atau fenomena yang diinvestigasi (Creswell & Creswell, 2023).

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien

Kualitas pelayanan sangat penting bagi keberlangsungan sebuah perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Kualitas

pelayanan dapat menjadi salah satu strategi dalam bersaing untuk menciptakan loyalitas pelanggan (Rahayu & Wati, 2018). Kualitas pelayanan sangat berpengaruh dalam membentuk loyalitas nasabah, hal ini dapat menunjukkan bahwa dalam membentuk loyalitas nasabah perusahaan dapat memprioritaskan pada kualitas pelayanan. Syahputra, (2020). Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan (Irnandha, 2016). Kepuasan pelanggan menjadi pendorong terciptanya loyalitas pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang di berikan maka semakin tinggi pula loyalitas dan penciptaan respon emosi yang positif dari pelanggan (Haryono & Evanita, 2015)

Penelitian yang dilakukan oleh (Lee, 2013) menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Mosahab et al. (2010) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Arab et al. (2012) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Henriawan (2015), Haryono & Evanita (2015), Prayoga, dkk. (2014), Aditya & Kusumadewi (2017), Sinaga (2010), Irnandha (2016), Pribadi (2014), serta Apriyani & Ekawati (2013) menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H₁ : Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan

2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan merupakan suatu keadaan dimana seseorang merasa senang atau kecewa setelah mendapatkan produk atau jasa dimana produk atau jasa yang diterima dibandingkan dengan ekspektasi mereka. Kepuasan merupakan tujuan utama dan sarana pemasaran yang merupakan kunci untuk mempertahankan pelanggan. Pelanggan akan mempertahankan Loyalitas dalam waktu yang lama, melakukan pembelian ulang, serta merekomendasikan pada orang lain untuk produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan dan tidak begitu memperhatikan produk atau perusahaan lainnya (Kotler & Keller, 2008)

Hal tersebut menggambarkan bahwa dimana kepuasan pelanggan telah terpenuhi maka akan tercipta loyalitas pelanggan. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fida et al. (2020), Michelle & Siagian (2019), dan Panday & Nursal (2021) yang mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan sangat berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat digambarkan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kepuasan Pasien memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kualitas dapat diartikan sebagai kesesuaian terhadap keinginan serta harapan dengan yang diterima oleh pelanggan. Kualitas ini bergantung pada

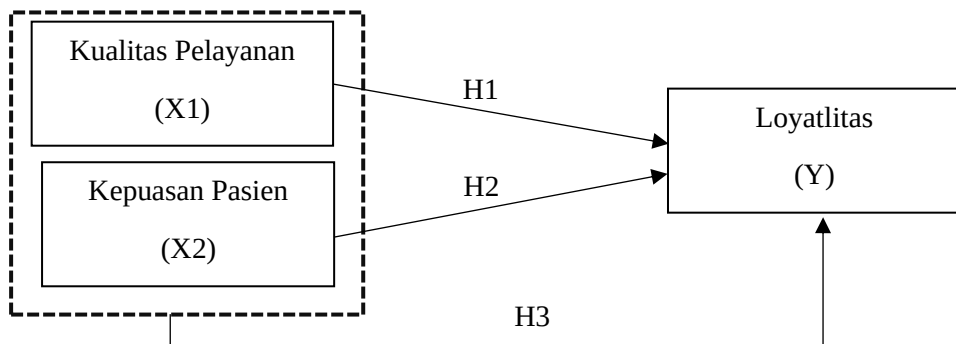
kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Menurut Gronroos dalam Lovelock (2010) menunjukan bahwa kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diterima dan apa yang mereka harapkan. Kepuasan menjadi salah satu hal penting dalam keberhasilan suatu perusahaan, salah satu strategi penting dalam mempertahankan pelanggan agar memperoleh kepuasan yaitu dengan memberikan kualitas layanan yang baik sehingga terciptanya loyalitas (Saputra, 2019)

Hal tersebut menggambarkan bahwa dimana Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan telah terpenuhi maka akan tercipta loyalitas pelanggan. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmah dkk. (2021), dan Surahman yang menemukan bahwa Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat digambarkan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas Pelanggan

4. Kerangka Berfikir

Adapun pengaruh antara variable independen dengan variable dependen dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas

H2 : Kepuasan Pasien berpengaruh terhadap Loyalitas

H3 : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara bersamaan
(simultan) berpengaruh terhadap Loyalitas

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian adalah serangkaian prosedur sistematis yang dirancang untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data dengan tujuan penelitian atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Metode ini mencakup pendekatan filosofis, strategi pengumpulan data, dan teknik analisis yang dipilih berdasarkan kesesuaian dengan tujuan dan karakteristik penelitian (Creswell & Creswell, 2023).

1. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah pasien yang berkunjung di layanan rawat jalan RSUD Cilacap. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 204.107 (estimasi dari total kunjungan pasien rawat jalan di tahun 2024). Elemen Populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur dan diteliti (Sugiyono, 2021).

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam hal ini peneliti menggunakan *Teknik nonprobability sampling*. Teknik ini tidak memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk dapat dipilih menjadi sampel. Untuk mempermudah penentuan sampel, maka peneliti menggunakan salah satu teknik

nonprobability Sampling yaitu *Purposive sampling* dimana teknik penelitian ini mengambil sampel berdasarkan kriteria tertentu. Penentuan kriteria tertentu dilakukan agar dapat memberikan informasi yang maksimal (Suliyanto, 2018)

Adapun kriteria sampel yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Pasien yang berkunjung di layanan rawat jalan RSUD Cilacap.
2. Pasien yang melakukan pembiayaan mandiri di layanan rawat jalan RSUD Cilacap, pasien yang dimaksud adalah pasien dengan penyakit kronis dan membutuhkan terapi berkesinambungan namun tidak memiliki jaminan asuransi dan atau pasien yang terapi obatnya dicover oleh program lain contohnya HIV AIDS, Infeksi Menular Seksual (IMS).
3. Pasien yang berkunjung minimal 3x berturut-turut ke layanan rawat jalan RSUD Cilacap.

Proses seleksi sampel penelitian

Tabel 3.1

Deskripsi Pengambilan Sampel

No.	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah total kunjungan Pasien di rawat jalan RSUD Cilacap	204.107
2	Jumlah pasien yang melakukan pembiayaan memakai Asuransi Kesehatan	(203.002)
3	Jumlah pasien yang berkunjung kurang dari 3x kunjungan berturut-turut	(721)
4	Jumlah pasien yang tidak berkunjung kembali	(285)
	Pasien yang diambil mejadi sampel/responden penelitian	99

Berdasarkan karakteristik pengambilan sampel tersebut, maka jumlah pasien yang dapat dijadikan responden penelitian adalah 99 orang.

2. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka jenis penelitian yang diambil adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual ialah unsur penelitian yang mendeskripsikan tentang karakteristik suatu masalah yang hendak akan diteliti. Berlandaskan telaah Pustaka yang telah dijelaskan diatas, dapat dikemukakan definisi konseptual dari masing-masing variabel, sebagai berikut :

a. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan suatu layanan yang dirasakan oleh pelanggan berdasarkan kesesuaian antara harapan mereka sebelum menerima layanan dengan persepsi mereka setelah menerima layanan tersebut. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama:

- a. *Tangibles* (Bukti Fisik): Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi

- b. *Reliability* (Keandalan): Kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara andal dan akurat
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap): Kemauan membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat
- d. *Assurance* (Jaminan): Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka menyampaikan rasa percaya dan aman
- e. *Empathy* (Empati): Perhatian individual dan kepedulian terhadap pelanggan.

3. Kepuasan (*Customer Satisfaction*)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk atau layanan dengan harapan mereka sebelumnya. Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan terjadi jika kinerja layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dan ketidakpuasan terjadi jika kinerja berada di bawah harapan. .Tingkat kepuasan adalah nilai ukur perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga Tingkat kepuasan yang umum. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan kecewa, namun apabila sesuai dengan harapan maka pelanggan puas, dan apabila kinerja melebihi harapan maka pelanggan sangat puas, senang atau gembira (Yoeti,2003) Hal ini sejalan dengan pendapat Tse dan Wilson dalam Nasution, (2004) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang

dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan pemakaian

4. Loyalitas (*Loyalty*)

Loyalitas adalah komitmen pelanggan untuk secara konsisten membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa dari suatu perusahaan di masa mendatang, meskipun terdapat situasi atau tawaran yang menarik dari pesaing. Loyalitas mencerminkan hubungan emosional dan kepercayaan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan atau produk. Menurut Griffin (2005), pelanggan yang loyal menunjukkan ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Melakukan pembelian ulang secara rutin
- 2) Tidak mudah terpengaruh oleh tawaran pesaing
- 3) Merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain
- 4) Menunjukkan keterikatan emosional terhadap merek atau perusahaan

Loyalitas seringkali merupakan hasil dari kepuasan pelanggan yang tinggi, pengalaman positif berulang, serta nilai tambah yang dirasakan secara konsisten.

2. Operasional Variabel

a. Variabel Independen (X)

Variabel Independen (Variabel bebas) adalah variable yang berpengaruh dan menyebabkan besar kecilnya nilai pada variable lain

(Sulisyanto, 2018) Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pasien (X2)

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah hasil atau respons yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah loyalitas pasien (Y) rawat jalan di RSUD Cilacap.

C. Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk memberikan jawaban. Sugiyono (2017) kuisisioner adalah instrument pengumpulan data yang dirancang dalam bentuk serangkaian pertanyaan tertulis yang harus diisi oleh responden. Diharapkan dengan adanya instrument pertanyaan kepada setiap responden, peneliti dapat menghimpun data yang relevan dengan tujuan penelitian yang memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi.

Penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner/angket tertutup dan responden hanya memilih jawaban yang tersedia. Skala pengukuran yang digunakan dalam instrumen ini adalah *skala likert*. *Skala likert* merupakan skala pengukuran yang pertama kali dikembangkan oleh *Rensis Likert*, dan sering disebut sebagai *methode of summated ratings*, yang berarti nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan itu dijumlahkan sehingga mencapai nilai total. *Skala likert* secara umum menggunakan peringkat

lima angka penilaian, yaitu;

- a) Sangat setuju, skor 5
- b) Setuju, skor 4
- c) Tidak pasti/netral, skor 3
- d) Tidak setuju, skor 2
- e) Sangat tidak setuju, skor 1

2. Wawancara

Wawancara (interview) merupakan teknis dalam upaya menghimpun data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu. Data yang dihasilkan dengan teknis ini adalah dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang atau beberapa orang pewawancara dengan nara sumber.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan dan pencatatan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017), analisis data adalah tahapan yang dilakukan setelah semua data terkumpul. Analisis data dilakukan dengan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis data sekunder, manubulasi data berdasarkan variabel dari seluruh data sekunder, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan melakukan

pengujian asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

5. Analisis Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

6. Metode Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2018) Statistik deskriptif menggambarkan data dalam bentuk rata-rata (*mean*), *maksimum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis*, *skewness* (kemencengan distribusi), varian dan standar deviasi. Menurut Sugiyono (2021) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat Kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

D. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur instrumen dalam kuisioner tersebut dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Valid atau tidak dengan menggunakan rumus korelasi

Product Moment (Singarimbun dan Effendy,1995) dalam Munawarroh (2012).

- a. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dikatakan valid
- b. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dikatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji pengukuran instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel (Suharsimi, 2006)

Kriteria Pengujian :

- a. Bila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ instrumen dinyatakan reliabel
- b. Bila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ instrumen dinyatakan invariabel

3. Uji Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2018, 2021): Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, maksimum, minimum, standar deviasi, dan lain-lain. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat

kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019).

4. Uji Asumsi Klasik

Model regresi berganda (*multiple regression*) dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi kriteria BLUE (*Best Linier Estimator*). BLUE dapat dicapai bila memenuhi Asumsi Klasik (Bawono, 2010). Menurut Purnomo (2017) Uji Asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, dan heteroskedastis pada model regresi. Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model analisis tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, dan heteroskedastis. Asumsi klasik harus terpenuhi agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya. Apabila salah satu tidak terpenuhi, maka hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*)

a. Uji Normalitas

Menurut Purnomo (2017) Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Seperti yang diketahui, uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila uji asumsi klasik ini dilanggar, uji statistik menjadi tidak valid

untuk jumlah sampel data yang kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisa grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini uji normalitas dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Menurut Suliyanto (2018) uji *one sample Kolmogorov smirnov* dapat dikatakan normal atau tidak dengan ketentuan pengujian sebagai berikut :

1. Jika *asymptotic significant* $> 0,05$ maka distribusi dianggap normal.
2. Jika nilai *asymptotic significant* $< 0,05$, maka dianggap mengikuti distribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan guna menguji apakah model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Guna mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam suatu regresi dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai tolerance dengan lawannya dan juga melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) (Ghozali, 2018). Kedua ukuran tersebut menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas (independen) terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$).

Nilai cutoff yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya

mutikolinearitas dapat dilakukan sebagai berikut :

1. Apabila nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau *VIF* > 10 maka terjadi multikolinearitas.
2. Apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ atau < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2017) heteroskedastisitas memiliki arti bahwa terdapat varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali dan Ratmono, 2017). Dalam pengamatan ini dapat dilakukan dengan 2 cara.

1. Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode analisis grafik.

Metode grafik ini dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID (Ghozali 2017: 49). Dasar analisis metode ini yaitu:

- a. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka menunjukkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres absolut residual.

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas. sama. maka model regresi dinyatakan bebas heteroskedastisitas. Hal tersebut dapat dilihat melalui hasil uji dibawah ini :

3. Alat Analisis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah pendekatan statistik yang menggunakan beberapa variabel independen untuk meramalkan atau memprediksi variabel dependen yang diinginkan. Metode ini membangun model hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas dengan menghasilkan persamaan linier berdasarkan data observasi (Ghozali, 2018). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi berganda dengan menggunakan program pengolahan data SPSS v.26 (*Statistik Program for Social Science* versi 26).

Rumus umum dari regresi berganda adalah seperti dibawah in :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

Y : Loyalitas Pasien

α : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien X1, X2

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Kepuasan Pasien

b. Uji F

Uji F dilakukan guna menguji apakah variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau terikat.

Kriteria uji F menurut Ghazali (2018) dapat ditulis seperti dibawah ini :

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dan nilai $sig > \alpha$ maka H_a akan ditolak dan H_o di terima, artinya variabel independent yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pasien (X2) secara simultan tidak berpengaruh pada variabel dependen yaitu Loyalitas Pasien (Y)
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai $sig < \alpha$ maka H_o akan ditolak dan H_a akan diterima, artinya secara simultan variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pasien (X2) secara simultan berpengaruh pada variabel dependen yaitu Loyalitas Pasien (Y)

c. Uji t

Uji t dilakukan guna mengukur bagaimana pengaruh setiap variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Jika t hitung $< 0,05$ (*alpha*), maka terdapat pengaruh signifikan antar independent terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji satu arah dengan hipotesis sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis 1

Pengujian ini adalah untuk menganalisa pengaruh Kualitas pelayanan

terhadap nilai Loyalitas pasien dengan urutan langkahnya sebagai berikut :

Rumusan Hipotesis

$H_0 : \beta_1 \leq 0$ Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien.

$H_1 : \beta_1 > 0$ Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien.

a. Kriteria Signifikan

Tingkat signifikan α yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 0,05 dan tingkat keyakinan 95% serta derajat kepercayaan kebebasan atau *degree freedom* sebesar $(n-k-1)$.

Kriteria signifikansi sebagai berikut :

Jika $\alpha > 0,05$ maka tidak signifikan

Jika $\alpha \leq 0,05$ maka signifikan

b. Dasar Pengambilan Keputusan

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_1 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_1 ditolak

2. Pengujian Hipotesis 2

Pengujian ini adalah untuk menganalisa pengaruh kepuasan pasien terhadap nilai Loyalitas pasien dengan urutan langkahnya sebagai berikut :

a. Rumusan Hipotesis

$H_0 : \beta_2 \leq 0$ Kepuasan Pasien tidak berpengaruh terhadap Loyalitas

Pasien.

H2 : $\beta_2 > 0$ Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien.

b. Kriteria Signifikan

Tingkat signifikan α yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 0.05 dan tingkat keyakinan 95% serta derajat kepercayaan kebebasan atau *degree freedom* sebesar $(n-k-1)$.

Kriteria signifikansi sebagai berikut :

Jika $\alpha > 0,05$ maka tidak signifikan

Jika $\alpha \leq 0.05$ maka signifikan

c. Dasar Pengambilan Keputusan

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_2 diterima

H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_2 ditolak

d. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan guna menghitung seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menjelaskan variasi variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat yang terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel bebas membagikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memperkirakan variasi variabel terikat. Analisis yang digunakan yaitu *Adjusted R-Square*. Naik turunnya nilai *Adjusted R-square* disebabkan apabila satu variabel bebas ditambahkan ke dalam suatu model (Ghozali, 2018).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Cilacap merupakan rumah sakit milik Pemerintah Kabupaten Cilacap yang telah memenuhi persyaratan peningkatan kelas rumah sakit menjadi Rumah Sakit Umum Daerah Kelas B Non Pendidikan pada tahun 2000 yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Menteri Kesehatan dan Kesejahteraan Sosial RI Nomor : 1807 / Menkes – Kessos / SK / XII / 2000 tertanggal 26 Desember 2000.

Dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan, efisiensi dan efektifitas penegelolaan sumber daya yang ada dengan tetap memperhatikan fungsi sosial dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, RSUD Kabupaten Cilacap telah mendapat persetujuan dari DPRD Kabupaten Cilacap perihal Penetapan Keputusan Bupati Cilacap tentang penetapan RSUD Kabupaten Cilacap sebagai Unit Swadana Daerah pada tahun 2001.

Selain itu telah disetujui pada usulan penyesuaian Ranperda Tarip RSUD Cilacap tentang Tata Pelayanan dan pola Tarip Pelayanan Kesehatan RSUD Cilacap dengan diterbitkannya Peraturan Daerah Kabupaten Cilacap Nomor 32 Tahun 2000, dan pada tahun 2001 RSUD

Cilacap telah memenuhi standar penilaian akreditasi untuk 12 bidang pelayanan Rumah Sakit dan mendapat status Akreditasi Penuh.

Berikut ini data-data RSUD Kabupaten Cilacap:

- a. Nama Rumah Sakit : RSUD Kabupaten Cilacap
- b. Direktur : dr. Moch Ichlas Riyanto, M.M.
- c. Pendiri Pertama : Pemerintah Daerah Cilacap
- d. Tanggal / Tahun Berdiri : 1946

Secara Yuridis Ditetapkan dengan UU 13
Tahun 1950 Tentang Pembentukan
Daerah-Daerah dalam Lingkungan
Provinsi Jawa Tengah.
- e. Alamat : Jl. Jend. Gatot Subroto No. 28 Cilacap
- f. No. Telp / Fax : telp. (0282) 533010 / Fax : (0282)
520755
- g. Luas tanah dan bangunan: 3,414 Ha

2. Kedudukan, Visi, Misi, dan Tugas

a. Visi :

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Cilacap, sebagai lembaga sosio bisnis dan pusat pelayanan kesehatan yang memuaskan pelanggan, mampu mengadaptasi perkembangan teknologi dan globalisasi, didukung oleh manajemen professional serta berwawasan lingkungan.

b. Misi :

- 1) Memberikan pelayanan yang bersifat promotif, kuratif dan rehabilitative kepada konsumen secara cepat, akurat, aman dan nyaman.
- 2) Memberikan peran aktif terhadap peningkatan kesejahteraan karyawan.
- 3) Menjadikan Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap sebagai pusat pengembangan di bidang pelayanan kesehatan masyarakat.
- 4) Menjadikan Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap sebagai pusat rujukan pelayanan kesehatan.
- 5) Melakukan alih pengetahuan dan teknologi (transfer of knowledge) dibidang kedokteran, pelayanan kesehatan masyarakat dan manajemen Rumah Sakit.
- 6) Menjadikan Sistem dan Teknologi Informasi sebagai alat (tool) untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerja.
- 7) Menciptakan kemadirian dalam mengelola Rumah Sakit, baik dalam hal manajemen maupun pendanaan, melalui penerapan *Strategic Business Unit* (SBU).
- 8) Menciptakan sistem manajemen dan pengembangan sumber daya manusia yang mampu meningkatkan motivasi dan produktifitas kerja.
- 9) Membentuk sumber daya manusia yang professional dan berkarakter.

- 10) Menjadikan Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap menjadi Rumah Sakit yang ramah lingkungan.

c. Tugas Pokok :

- 1) RSUD Kabupaten Cilacap adalah Unit Pelaksana Pelayanan Kesehatan.
- 2) RSUD Kabupaten Cilacap dipimpin oleh seorang kepala dengan sebutan Direktur yang secara teknis administratif bertanggung jawab kepada Kepala Dinas Kesehatan dan secara taktis operasional bertanggung jawab kepada Bupati Kepala Daerah.
- 3) RSUD Kabupaten Cilacap mempunyai tugas pokok melaksanakan upaya kesehatan secara berdayaguna dan berhasil guna dengan mengutamakan terpadu dengan upaya penyembuhan, pemulihan yang dilaksanakan secara serasi, terpadu dengan upaya peningkatan, serta pencegahan dan melaksanakan upaya rujukan.

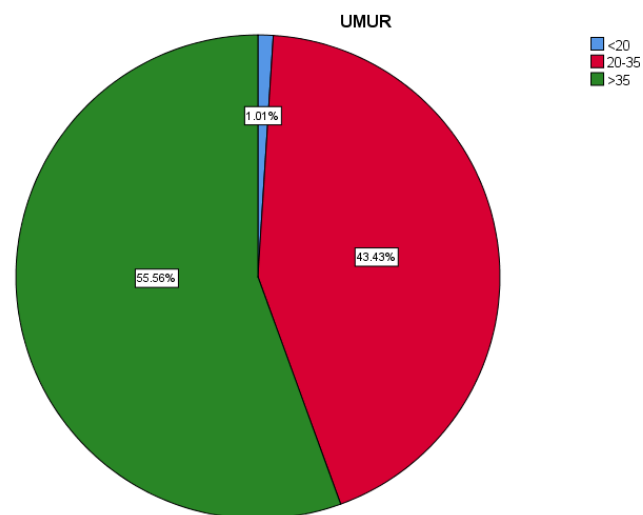
3. Karakteristik Responden

Gambaran umum responden ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dari pasien yang terpilih menjadi responden. Penggolongan responden didasarkan pada umur, tingkat pendidikan, dan pekerjaan.

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan di RSUD Cilacap pada pasien umum tanpa jaminan Kesehatan di layanan rawat jalan RSUD Cilacap dari minggu pertama bulan Februari tahun 2025 terhadap 99

responden melalui penyebaran kuesioner, maka karakteristik responden dapat digambarkan sebagai berikut :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Gambar 4.1

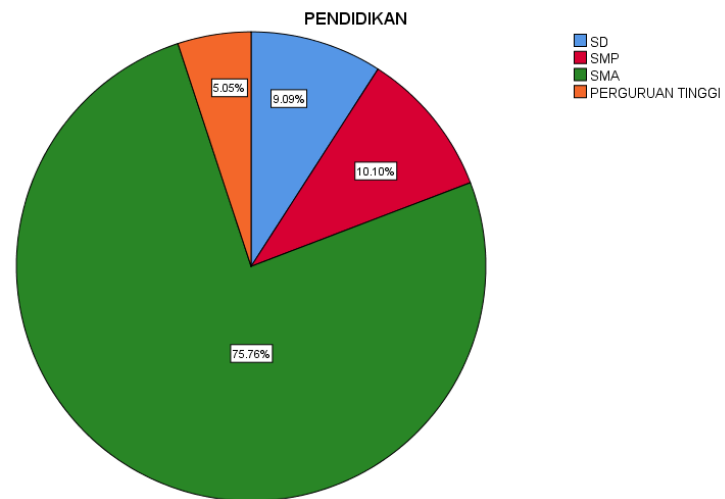
Diagram Persentase Usia Pasien Umum Rawat Jalan RSUD

Cilacap

Berdasarkan tabel 4.1 diatas terlihat bahwa responden dengan umur yang beragam dengan dikategorikan menjadi tiga kelompok umur. Dengan kelompok umur pertama yang paling banyak ialah dari kalangan umur diatas 35 tahun yakni dengan jumlah 55 responden atau 55,56%. didukung dari kalangan kelompok umur 20 - 35 tahun dengan jumlah 43 responden atau 43,4%, dan yang terakhir <20 tahun dengan jumlah 1 responden atau 1,01%. Dari hasil tersebut diketahui responden yang paling banyak menggunakan pelayanan rawat jalan dengan kategori

pasien umum di RSUD Cilacap ialah dari kelompok umur di atas 35 tahun.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

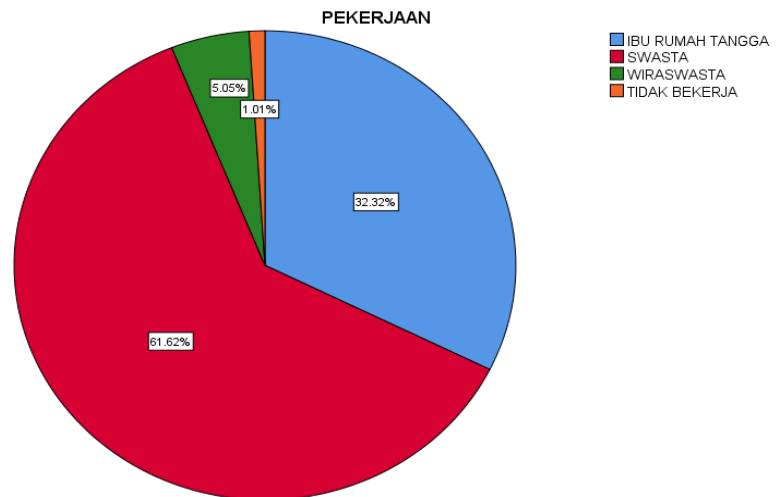


Gambar 4.2

Diagram Persentase Pendidikan Pasien Umum Rawat Jalan RSUD Cilacap

Hasil analisis dari tabel 4.2 tentang deskripsi Pendidikan pasien umum rawat jalan RSUD Cilacap dijelaskan bahwa data yang paling tinggi ialah dengan kategori riwayat Pendidikan tingkat SMA dengan jumlah 75 responden atau 75,8%, dan kategori lain dengan riwayat Pendidikan SMP dengan jumlah 10 responden atau 10,1%, riwayat Pendidikan SD dengan jumlah 9 responden atau 9,01%, dan jumlah yang paling sedikit adalah Perguruan Tinggi dengan jumlah 5 responden atau 5,1%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Gambar 4.3

Diagram Persentase pekerjaan Pasien Umum Rawat Jalan RSUD

Cilacap

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk pekerjaan responden didominasi yang terbanyak ialah dari Swasta dengan jumlah 61 responden atau 61,6%, diikuti data yang banyak juga dari kalangan Ibu Rumah Tangga berjumlah 32 responden atau 32,3%, dari kalangan Wiraswasta berjumlah 5 responden atau 5,1%, dan yang terakhir adalah kategori tidak bekerja berjumlah 1 responden atau 1,01%. Dengan demikian data tersebut menunjukkan bahwa faktor pekerjaan memberikan dampak pada layanan rawat jalan di RSUD Cilacap dengan pekerjaan dari sektor swasta.

B. Hasil Analisis Data

A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur instrumen dalam kuisioner tersebut dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Valid atau tidak dengan menggunakan rumus korelasi Product Moment (Singarimbun dan Effendy,1995) dalam Munawarroh (2012).

- a. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dikatakan valid
- b. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dikatakan tidak valid
- c. Uji validitas pada Kualitas Pelayanan

Tabel 4.1

Uji validitas pada Kualitas Pelayanan

No.	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,521	0,1975	Valid
2	0,563	0,1975	Valid
3	0,480	0,1975	Valid
4	0,733	0,1975	Valid
5	0,570	0,1975	Valid
6	0,514	0,1975	Valid
7	0,685	0,1975	Valid
8	0,499	0,1975	Valid
9	0,640	0,1975	Valid
10	0,603	0,1975	Valid
11	0,614	0,1975	Valid
12	0,650	0,1975	Valid

Sumber Data olahan SPSS 2025

a. Uji Validitas pada Kepuasan Pasien

Tabel 4.2

Uji validitas pada Kepuasan Pasien

No.	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,536	0,1975	Valid
2	0,631	0,1975	Valid
3	0,764	0,1975	Valid
4	0,779	0,1975	Valid
5	0,611	0,1975	Valid
6	0,668	0,1975	Valid
7	0,589	0,1975	Valid

Sumber Data olahan SPSS 2025

b. Uji Validitas pada Loyalitas Pasien

Tabel 4.3

Uji validitas pada Loyalitas Pasien

No.	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,593	0,1975	Valid
2	0,760	0,1975	Valid
3	0,704	0,1975	Valid
4	0,743	0,1975	Valid

Sumber Data olahan SPSS 2025

Dari data uji validitas diatas, dapat disimpulkan bahwa pada Uji validitas instrumen Kualitas Pelayanan, instrumen Kepuasan pasien dan instrumen Loyalitas Pasien adalah nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dikatakan valid

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruk atau

variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Croanbach's Alpha* > 0,60 maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel (Suharsimi, 2006)

Tabel 4.4
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Croanbach's Alpha</i>	Nilai interprestsi R	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,815	0,60	Reliabel
Kepuasan Pasien	0,753	0,60	Reliabel
Loyalitas Pasien	0,647	0,60	Reliabel

Sumber Data olahan SPSS 2025

Dari hasil Uji Reliabilitas terhadap instrumen Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien, dan Loyalitas Pasien menghasilkan nilai *Croanbach's Alpha* > 0,60 maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel

C. Statistik Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif variabel ini perlu dilaksanakan untuk melihat Gambaran data secara umum seperti nilai rata-rata (Mean), tertinggi (Max), terendah (Min), dan standar deviasi dari masing-masing variabel yaitu kualitas pelayanan (X1), kepuasan pasien (X2), loyalitas pasien (Y). Mengenai hasil uji statistik deskriptif penelitian dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
X1	99	39	60	52,84	4,867
X2	99	20	35	29,36	3,409
Y	99	12	20	16,94	2,198
Valid N (listwise)	99				

Sumber: Data diolah SPSS v26 (2025)

Berdasarkan hasil uji deskriptif diatas, dapat kita gambarkan distribusi data yang dapat diperoleh oleh peneliti adalah :

- a. Variabel Kualitas Pelayanan (X1), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 39 sedangkan nilai maksimum 60, nilai rata-rata kualitas pelayanan sebesar 52,8384 dan standar deviasinya 4,86702. Nilai mean lebih besar dari standar deviasi menunjukkan bahwa variable Kualitas Pelayanan bersifat homogen
- b. Variabel Kepuasan Pasien (X2), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 20 sedangkan nilai maksimum 35, nilai rata-rata kepuasan pasien sebesar 29.3636 dan standar deviasinya 3.409 Nilai mean lebih besar dari standar deviasi menunjukkan bahwa variable Kualitas Pelayanan bersifat homogen.
- c. Variabel Loyalitas Pasien (Y), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 12 sedangkan nilai maksimum 20, nilai rata-rata loyalitas pasien sebesar 16,94 dan standar deviasinya 2,198. Nilai mean lebih besar dari standar deviasi menunjukkan bahwa variable Kualitas Pelayanan bersifat homogen

D. Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini menggunakan tiga pengujian asumsi klasik yakni uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna menguji apakah nilai residual dalam suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Hasil uji normalitas ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

Model	Unstandardized Residual
N	99
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	,0000000
Std. Deviation	1.72724649
Most Extreme Differences	Absolute
	,081
	Positive
	,042
	Negative
	-,081
Test Statistic	,081
Asymp. Sig. (2-tailed)	.108 ^c

Sumber: Data diolah SPSS v26 (2025)

Berdasarkan analisis table diatas, diperoleh nilai sig (2-tailed) sebesar $0.108 > 0,05$ maka disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Dalam pengujian ini, apabila nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* > 10 maka hasilnya menunjukkan adanya multikolinearitas. Namun, apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 maka hasil tersebut menunjukkan tidak adanya multikolinearitas. Hasil uji

multikolinearitas disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,129	.036		
X1	,911	.365	.606	1.651
X2	5,391	.000	.606	1.651

Sumber: Data diolah SPSS v26 (2025)

Hasil uji multikolinearitas diatas dapat dinyatakan sebagai berikut :

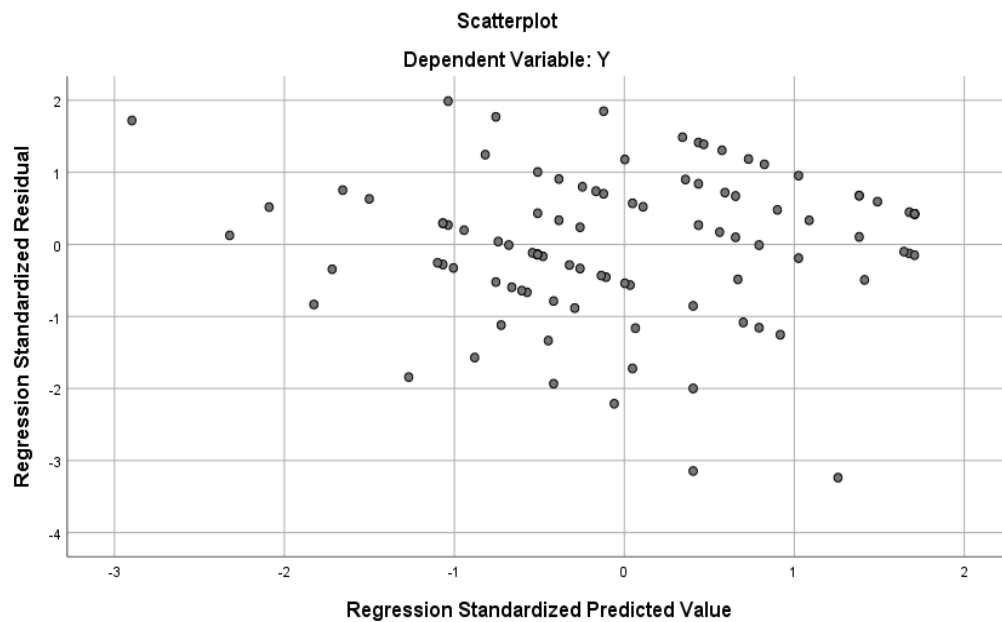
1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) mempunyai nilai *tolerance* sebesar $0,606 > 0,10$ dan nilai VIF $1,651 < 10$, artinya tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.
2. Variabel Kepuasan Pasien (X2) mempunyai nilai *tolerance* sebesar $0,606 > 0,10$ dan nilai VIF $1,651 < 10$, artinya tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.

Berdasarkan hasil diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

1. Uji hetrodekedastitas dengan menggunakan metode analisis grafik.
Metode grafik ini dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID (Ghozali 2017: 49).

Grafik 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber Olahan SPSS v26 (2025)

Berdasarkan hasil analisis grafik diatas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Hetereskedastisitas dengan Uji Glejser
 - a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
 - b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas. sama, maka model regresi dinyatakan bebas heteroskedastisitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.339	,184
X1	-,253	,801
X2	,002	,998

Sumber Data Diolah SPSS v26 (2025)

Berdasarkan hasil analisis table diatas diperoleh nilai sig X1 (0.801) dan X2 (0,998) > 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

A. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan pendekatan statistik yang dipakai untuk menunjukkan model korelasi antara variabel terikat dan variabel bebas yang menghasilkan persamaan linier berdasarkan data observasi.

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients (B)	t	Sig.
(Constant)	4.183	2.129	.036
X1	.042	.911	.365
X2	.358	5.391	.000

Sumber Olah Data SPSS v26 (2025)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 4.183 + 0,042X_1 + 0,358X_2$$

Kesimpulan :

- a. Konstanta sebesar 4.183 menunjukkan bahwa apabila X1 dan X2 bernilai sebesar 0 maka nilai Y tetap sebesar 4.183
- b. Berdasarkan variabel Kualitas Pelayanan (X1) hasil uji regresinya menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki koefisien regresi positif dengan nilai $b = 0,042$. Jika terjadi kenaikan nilai 1% pada variabel X1, maka akan terjadi pula kenaikan variabel Y sebesar 0,042
- c. Berdasarkan variabel Kepuasan Pasien (X1) hasil uji regresinya menunjukkan bahwa variabel X2 memiliki koefisien regresi positif dengan nilai $b = 0,358$. Jika terjadi kenaikan nilai 1% pada variabel X2, maka akan terjadi pula kenaikan variabel Y sebesar 0,358

b. Uji F

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai $sig > \alpha$ artinya variabel bebas secara simultan tidak mempengaruhi variabel terikat.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai $sig < \alpha$ artinya variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat.

Hasil uji f disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.10

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	181.265	2	90.633	29.759	.000 ^b
	Residual	292.371	96	3.046		
	Total	473.636	98			

Sumber: Data diolah SPSS v26 (2025)

Dari tabel hasil uji tersebut terlihat nilai F hitung sebesar $29.759 > 3,939$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pasien (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas pasien. Sehingga H_3 diterima dan H_0 ditolak

c. Uji T

Uji t dilakukan guna menguji bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji t disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji T

Model	t	Sig.
1 (Constant)	2.661	.009
X1	2.055	.043
X2	5.431	.000

Sumber: Data diolah SPSS v.26 (2025)

Berdasarkan hasil analisis dari table diatas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Diperoleh nilai t hitung $2.055 > T$ tabel 1.985 dan sig $0,043 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

Maka H_1 diterima dan H_0 ditolak

- b. Diperoleh nilai t hitung $5.431 > T$ tabel 1.985 dan sig $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa Kepuasan Pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

Maka H_2 diterima dan H_0 ditolak

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Apabila nilai koefisien determinasi kecil, maka kemampuan variabel bebas (independen) dalam menggambarkan variasi variabel terikat (dependen) terbatas. Adapun hasil uji koefisien determinasi disajikan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 ^a	.383	37%	1.745

Sumber: Data diolah SPSS v26 (2026)

Berdasarkan hasil analisis diatas, diperoleh presentase keragaman variabel jumlah loyalitas pasien (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Loyalitas Pasien (X2) adalah 38,3 % sedangkan selebihnya 61,7 % dipengaruhi oleh varibael lain yang tidak diteliti dalam peneitian ini

5. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien menghasilkan nilai t hitung sebesar 2,055 dengan signifikansi sebesar 0,043. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan

terhadap nilai loyalitas pasien (Y) pada Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap.

Penelitian ini menjelaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan pada layanan kesehatan akan meningkatkan loyalitas pasiennya. Hubungan positif ini menegaskan keterikatan berbagai aspek seperti, keramahan, kemudahan, sopan santun, kenyamanan, ketepatan, kehandalan serta ketrampilan dalam memberikan pelayanan pada pasien. Ketika pasien merasa puas pada kualitas pelayanan yang diberikan, maka pasien akan cenderung berkunjung kembali pada terapi pengobatan berikutnya sesuai jadwal yang ditentukan dan bahkan akan merekomendasikan pada orang lain. Hasil yang signifikan menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pasien bukanlah secara kebetulan, melainkan memiliki dasar kuat secara statistik. Dengan kata lain kualitas pelayanan yang baik berkontribusi pada peningkatan loyalitas pasien.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Adhita Maharani, (2018) dan Dewi, Ritna Rahmawati (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

2. Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien menghasilkan nilai t hitung sebesar 5,431 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa secara

parsial kepuasan pasien (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai loyalitas pasien (Y) pada Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap.

Penelitian ini menjelaskan bahwa semakin tinggi nilai kepuasan pasien pada layanan kesehatan akan meningkatkan loyalitas pasiennya. Hubungan positif ini menegaskan keterikatan berbagai aspek seperti, keramahan, kemudahan, sopan santun, kenyamanan, ketepatan, kehandalan serta ketrampilan dalam memberikan pelayanan pada pasien. Ketika pasien merasa puas pada pelayanan yang diberikan, maka pasien akan cenderung berkunjung kembali pada terapi pengobatan berikutnya sesuai jadwal yang ditentukan dan bahkan akan merekomendasikan pada orang lain. Hasil yang signifikan menunjukkan bahwa hubungan antara kepuasan pasien dan loyalitas pasien bukanlah secara kebetulan, melainkan memiliki dasar kuat secara statistik. Dengan kata lain tingkat kepuasan pasien berkontribusi pada peningkatan loyalitas pasien.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusrihandayani, (2017) yang diperoleh hasil kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pasien terhadap Loyalitas pasien.

Berdasarkan pengujian statistik dengan menggunakan uji f, secara bersama-sama (simultan) kualitas pelayanan dan kepuasan

pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.8 bahwa nilai F hitung sebesar $29,759 > F \text{ tabel } 3,94$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pasien secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas pasien. Jika kepuasan pelayanan mampu diberikan secara maksimal maka dapat meningkatkan loyalitas pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap. Setelah mendapatkan pelayanan yang dirasa aman ataupun nyaman, maka pasien akan memberikan kepercayaan terhadap rumah sakit. Hal tersebut yang akan membuat pasien terus memanfaatkan layanan rumah sakit dan pada akhirnya akan merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain karena merasa puas dan percaya dengan kualitas pelayanan di Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien umum rawat jalan di RSUD Cilacap, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien dengan nilai t hitung 2,055 lebih besar dari t_{tabel} 1,985 dan sig 0,043 lebih kecil dari 0,05. Maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.
2. Kepuasan pasien secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien dengan nilai t hitung 5,431 lebih besar dari t_{tabel} 1,985 dan sig 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.
3. Kualitas pasien dan kepuasan pasien secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pasien dengan nilai F hitung 29,759 lebih besar dari F_{tabel} 3,940 dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka H_3 diterima dan H_0 ditolak.

2. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memperkuat teori bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pasien merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas pasien. Temuan ini mendukung konsep dalam teori pemasaran jasa, khususnya dalam bidang pelayanan kesehatan, bahwa kepuasan merupakan mediasi penting antara persepsi pelayanan dan niat untuk kembali atau

merekomendasikan layanan kepada orang lain. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur mengenai perilaku konsumen di sektor pelayanan publik, khususnya rumah sakit daerah.

2. Implikasi Praktis (Bagi Manajemen RSUD Cilacap)

Rumah Sakit Umum Daerah Cilacap sudah baik dalam memberikan pelayanan yang menciptakan kepuasan pasien, akan tetapi untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pada pasien yang harus menjalani terapi atau pengobatan rutin perlu adanya peningkatan kualitas yang dapat dilakukan dengan komunikasi efektif dari tenaga medis khususnya pada pemberian informasi tentang perkembangan terapi pengobatan, motivasi, dan pemberian solusi pada keluhan pasien.

3. Keterbatasan Penelitian

A. Terbatas pada Pasien Rawat Jalan

Penelitian ini hanya dilakukan pada pasien umum atau pasien dengan pembiayaan mandiri (tanpa jaminan kesehatan) yang menggunakan layanan rawat jalan di RSUD Cilacap, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan ke pasien rawat inap atau pasien dengan jaminan kesehatan.

B. Pendekatan Kuantitatif Saja

Penelitian ini hanya menggunakan pendekatan kuantitatif melalui kuesioner, tanpa menggali secara mendalam pengalaman subjektif pasien melalui metode kualitatif seperti wawancara atau observasi.

C. Kemungkinan Bias Responden

Terdapat kemungkinan bahwa beberapa responden tidak mengisi kuesioner secara objektif, misalnya karena rasa tidak enak terhadap pihak rumah sakit atau pengaruh kesehatan yang kurang saat pengisian kuesioner.

4. SARAN

- a. Obyek penelitian ini diharapkan dapat diperluas dan tidak terbatas pada layanan kesehatan di rumah sakit saja melainkan pada perusahaan sektor lain seperti perusahaan manufaktur dan lainnya sehingga dapat menghasilkan hasil yang lebih baik.
- b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan alat ukur pada jumlah sampel responden agar diperoleh hasil yang lebih akurat.
- c. Disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain selain kualitas pelayanan, kepuasan pasien, dan loyalitas pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulaziz Ar., Bajamal, Supriyantoro, Rina Anindita (2020), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Pada Industri Jasa Rumah Sakit. Journal of Hospital Management.*
- Afrizal, Suhardi (2018), *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Dan Implikasinya Pada Loyalitas Pasien, Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE.* Pertiba Pangkalpinang, 2018.
- Bambela, Innes D.N, Nauri Anggita T (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit :Literature Riview, Journal of Hospital Management*
- Bajamal, A. A., & Anindita, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Pada Industri Jasa Rumah Sakit. Journal of Hospital Management*
- Djohan AJ. (2015). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Kepercayaan untuk Mencapai Loyalitas Pasien Rawat Inap pada Rumah Sakit Swasta di Kota Banjarmasin.*
- Drucker, P.F. (2020). *Pengantar Manajemen.*, Jakarta : Pustaka Binaman
- Presindo. Fayol, Henry. (20018), *Manajemen Public Relations*, Jakarta: PT Elex Media.
- East-West Center* , Honolulu : A Wiley-Interscience Publication. Schiffman, L.G., Kanuk, L.L., Wisenblit, J. (2011), *Consumer Behaviour*. London : Pearson
- Engel, J. F. R. (2019). *Consumer Behavior*. Eight Edition. Orlando: The Dryden Press.
- Fajar, Muhammad Ibnu, Rahman Hasibuan (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan dan Rawat Inap di Rumah Sakit Embung Fatimah Batam.* Universitas Riau Kepulauan
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5.* Semarang: Universitas Diponegoro
- Gasparz,, V. (2017). *Lean Six Sigma for Manufacturing and Services*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*, Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. (2019). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan.* Jakarta : PT Erlangga.
- Hawkins dan Lonney. (2018), *Service Quality and Satisfaction*, Edisi ke 4,

Yogyakarta : CV. Andi Offset.

- Imroatul, Khasanah. (2010) . Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan TerhadapKepuasan Konsumen RS St Elisabeth Semarang.Universitas Diponegoro. ISSN: 1693-928x
- Kotler, Phillip dan Keller (2019), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks.
- Lovelock, C dan Wright, L.K. (2012), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : PT. Indeks.
- Mahyarni, (2013) *Theory Of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). Jurnal El-Riyasah*
- Moorhead, G., Griffin, R.W. (2019), *Perilaku Organisasi : Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi*, Jakarta : Salemba Empat.
- Oliver, R. L. (2017). *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer*.Routledge, New York : M.E. Sharpe
- Peter, J.P., Olson, J.C. (2017), *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi ke 9 Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- Priansa, D.J. (2017), *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung : Alfabeta.
- Retherford, R.D. (2018). *Statistical Models For Causal Analysis. Program on Population*
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : CV. Alfabeta.
- Suliyanto (2018), *Metode Penelitian Bisnis : Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi*, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Sasono, Eko, Sopi, Rizki Adi Prasetyo. *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan Persepsi Harga dan Lokasi Pada Konsumen PT. Alya Tour Semarang. Jurnal STIE Semarang*
- Terry, G.R. (2021), *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy, 2020, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Ulfah, Nurnaningsih Herya (2019), *Brand Equity dan Loyalitas Pasien Terhadap Pelyanan Kesehatan di Indonesia*, Malang : CV. Wineka Media.
- Yang, Z., [Peterson](#), R.T., (2017), *Psychology & Marketing*, Honolulu : A Wiley-Interscience Publication.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, Boston : Mc.Graw-Hill.

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUISIONER PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Umum di Rawat Jalan RSUD CILACAP

Petunjuk pengisian :

1. Isilah data sesuai dengan realita/kenyataan pada responden
2. Isilah pertanyaan dengan tanda (x) untuk jawaban yang anda anggap benar.
3. Bila pada pengisian kuesioner kurang jelas, anda dapat bertanya pada peneliti.

DATA UMUM

1. Inisial nama Responden.....(Diisi peneliti)
2. Keluhan/Penyakit Responden.....(Diisi Peneliti)
3. Jenis Kelamin : L/P
4. Umur :
 - ☐ < 20 tahun
 - ☐ 20 sd 35 tahun
 - ☐ > 35 tahun
5. Pendidikan :
 - ☐ SD
 - ☐ SMP
 - ☐ SMA
 - ☐ Perguruan Tinggi
6. Pekerjaan :
 - ☐ Ibu Rumah Tangga
 - ☐ Swasta
 - ☐ Wiraswasta
 - ☐ Tidak Bekerja

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	Frekuensi Kualitas pelayanan				
		SS	S	N	TS	STS
Aspek Tangible (Berwujud)						
1	Rumah sakit memiliki bangunan yang terlihat indah, bersih, dan nyaman					
2	Rumah sakit memiliki ruang tunggu, ruang perawatan, peralatan medis, obat-obatan serta kamar mandi yang memadai					
3	Tenaga medis berpenampilan rapi dan bersih					
Aspek Reliability (Kehandalan)						
4	Tenaga medis memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasien.					
5	Tenaga Medis menjelaskan prosedur pelayanan, cara perawatan, dan cara minum obat secara rinci dan jelas					
6	Proses pendaftaran menggunakan aplikasi SISANI yang mudah dan lebih efisien.					
Aspek Responsiviness (Ketanggapan)						
7	Tenaga medis menanggapi keluhan pasien dengan baik dan memberikan solusi terapi pengobatan.					
8	Tenaga medis memberikan respon					

	cepat saat pasien membutuhkan bantuan					
Aspek Assurance (Keyakinan)						
9	Tenaga medis seperti dokter dan perawat memiliki kompetensi keahlian dalam memberikan terapi dan pengobatan pada pasien.					
10	Tenaga medis memberikan dapat meyakinkan pasien tentang prosedur pengobatan yang aman dan nyaman.					
Aspek Emphaty (Perhatian)						
11	Tenaga medis memberikan pelayanan dengan 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun)					
12	Tenaga medis menanyakan keluhan yang diderita, perkembangan pengobatan, stok sisa obat, dan memberikan solusi terapi atau pengobatan					

No.	Pernyataan	Frekuensi Kepuasan Pasien				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa puas terhadap respon tenaga medis dalam menangani keluhan pasien					
2	Saya merasa puas dan senang terhadap pelayanan yang diberikan					
3	Saya merasa puas dan senang terhadap penjelasan yang diberikan oleh petugas kesehatan terkait diagnosa penyakit, motivasi berobat, dan peningkatan kualitas hidup sehat					
4	Pelayanan kesehatan yang saya dapatkan sesuai dengan yang saya harapkan					

5	Alur pelayanan kesehatan yang saya ikuti sesuai dengan yang saya harapkan					
6	Karyawan yang terkait dengan pelayanan rawat jalan memberikan rasa nyaman saat pelayanan dan siap membantu memberikan semua informasi yang tidak dimengerti					
7	Saya merasa puas terhadap fasilitas yang tersedia di RSUD Cilacap					

No.	Pernyataan	Frekuensi Kualitas pelayanan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan berkunjung pada bulan berikutnya untuk melanjutkan terapi pengobatan di layanan rawat jalan RSUD Cilacap					
2	Saya tidak ingin pindah berobat ke fasilitas kesehatan lain					
3	Saya merekomendasikan RSUD Cilacap kepada teman dan saudara saya yang membutuhkan perawatan kesehatan					
4	Saya merekomendasikan RSUD Cilacap kepada teman dan saudara saya yang membutuhkan perawatan kesehatan					

Lampiran 2

DATA TABULASI

No	Kualitas Pelayanan (X1)													Kepuasan Pasien (X2)								Loyalitas Pasien (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	57	5	4	4	4	3	4	5	29	4	4	4	4	16
2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	56	5	5	5	5	2	5	5	32	3	5	5	5	18
3	5	5	4	4	4	4	5	3	5	3	5	4	51	5	5	4	4	3	5	4	30	4	4	5	5	18
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	51	4	4	4	4	3	4	4	27	4	4	4	4	16
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	55	5	5	5	5	4	5	4	33	5	4	4	5	18
6	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	5	5	53	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
7	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	44	4	5	5	4	4	4	4	30	4	4	4	4	16
8	5	5	5	4	4	4	3	3	5	4	5	5	52	5	5	5	5	2	5	4	31	5	1	4	4	14
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	2	32	4	4	4	4	16
10	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	58	5	5	5	5	5	4	5	34	5	5	4	5	19
11	4	5	3	3	4	5	5	3	5	5	5	5	52	5	4	4	4	5	3	4	29	5	5	5	5	20
12	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	46	5	4	4	4	3	4	4	28	3	4	4	4	15
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57	4	4	4	3	3	4	4	26	4	3	4	4	15
14	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	5	5	19
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49	4	5	4	5	2	5	5	30	4	2	4	4	14
16	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59	5	4	5	4	3	4	3	28	4	5	5	4	18
17	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	52	4	5	5	4	3	4	4	29	5	5	4	4	18
18	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	58	5	5	5	4	5	5	5	34	5	5	5	5	20
19	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	17
20	4	5	5	4	3	5	5	3	4	5	5	5	53	4	5	5	5	2	5	5	31	5	5	5	5	20
21	5	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5	5	54	5	5	5	5	4	5	5	34	3	3	3	4	13
22	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	50	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	2	4	14
23	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	56	5	5	5	4	2	4	4	29	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	50	4	4	4	4	2	4	2	24	4	4	4	4	16
25	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	49	3	5	5	5	4	5	5	32	5	5	5	5	20
26	5	5	4	4	4	2	4	5	5	5	5	4	52	4	4	4	5	2	5	4	28	4	5	5	3	17
27	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	5	4	5	5	5	5	5	34	3	5	5	5	18
28	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	56	4	4	4	5	5	5	5	32	4	4	4	4	16
29	5	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	45	2	4	4	4	4	4	2	24	4	4	4	4	16
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	57	5	5	5	4	5	3	5	32	5	5	5	5	20

31	5	5	5	5	5	2	3	1	4	4	5	5	49	5	5	5	5	2	4	4	30	3	5	5	5	18
32	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	54	4	4	4	5	5	5	5	32	5	5	5	5	20
33	5	5	5	4	5	3	2	1	5	5	5	5	50	5	5	5	4	4	4	4	31	5	5	5	5	20
34	5	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	5	51	5	5	5	4	5	5	4	33	5	4	5	5	19
35	4	4	3	4	3	2	2	3	4	2	4	4	39	3	4	2	2	4	2	3	20	5	3	5	3	16
36	5	5	5	5	5	3	5	1	4	3	3	4	48	5	3	4	2	2	4	2	22	5	2	5	3	15
37	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	49	4	4	4	4	2	5	2	25	4	2	4	2	12
38	5	5	4	4	5	5	4	3	4	3	3	4	49	3	4	2	2	1	4	5	21	3	4	5	2	14
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	3	4	3	26	3	4	5	4	16
40	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	56	5	4	4	4	3	4	4	28	5	1	5	5	16
41	4	3	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4	51	4	4	4	4	3	4	3	26	4	4	4	4	16
42	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	5	47	4	4	3	4	3	4	4	26	4	4	3	4	15
43	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	48	3	4	4	3	3	3	3	23	3	3	4	3	13
44	5	5	5	4	3	4	4	5	4	3	5	4	51	3	3	4	5	4	5	4	28	4	3	3	3	13
45	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	53	5	5	5	4	3	5	4	31	4	5	4	5	18
46	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49	4	4	4	4	3	4	4	27	4	4	4	4	16
47	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	4	4	4	4	2	4	4	26	4	3	4	4	15
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	58	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	4	5	19
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
51	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	58	5	4	5	5	4	4	4	31	5	4	5	5	19
52	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	58	5	5	5	5	4	5	5	34	5	5	5	5	20
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	53	4	4	4	4	2	4	4	26	3	2	4	4	13
55	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	4	53	5	5	5	5	4	3	4	31	5	5	4	5	19
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
57	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	45	5	5	4	4	2	4	4	28	3	4	4	4	15
58	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	5	5	48	5	4	3	3	5	5	4	29	5	3	5	5	18
59	5	5	3	5	3	5	5	4	5	4	5	5	54	5	5	4	4	3	4	4	29	3	3	3	4	13
60	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	58	4	4	3	4	3	4	4	26	2	4	4	4	14
61	5	4	4	5	5	2	5	5	4	4	5	5	53	4	4	5	5	4	5	5	32	4	4	4	4	16
62	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	55	5	4	4	4	2	4	3	26	4	4	5	5	18
63	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	52	4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	4	5	18
64	4	5	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46	5	4	4	4	3	3	3	26	4	2	4	5	15
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	4	3	4	5	5	5	5	31	4	4	5	5	18

66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	4	4	4	2	3	4	26	3	4	4	4	15
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	5	5	19
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47	4	4	4	4	2	4	4	26	4	4	4	4	16
70	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	56	5	5	5	4	3	4	2	28	5	4	4	4	17
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	4	4	5	5	5	5	3	31	5	4	5	5	19
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	3	3	4	26	5	4	5	5	19
73	3	4	4	4	3	4	5	5	3	4	4	4	47	4	4	4	3	3	3	5	26	5	4	4	3	16
74	5	2	4	4	5	5	1	4	3	3	3	4	43	5	3	3	3	3	3	4	24	4	2	4	4	14
75	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	54	5	5	5	4	3	5	4	31	5	5	5	5	20
76	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	56	4	5	5	4	3	5	3	29	5	5	4	5	19
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
79	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	49	3	4	4	4	4	4	5	28	4	4	4	4	16
80	4	5	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	48	5	4	4	4	3	4	4	28	4	5	5	4	18
81	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	54	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
82	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	57	5	5	4	4	5	4	4	31	4	4	5	5	18
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
84	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	57	5	4	5	5	4	5	5	33	4	5	5	5	19
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
86	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	47	5	4	4	4	3	4	4	28	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
88	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	55	5	5	5	5	4	5	4	33	5	5	5	5	20
89	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	52	4	5	5	5	5	4	4	32	4	5	4	4	17
90	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	55	4	4	4	4	2	5	5	28	5	4	2	4	15
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
92	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58	5	5	4	4	3	4	4	29	4	3	4	4	15
93	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	52	5	5	5	5	1	5	5	31	5	1	1	5	12
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
95	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	57	3	5	5	2	2	4	5	26	4	5	5	5	19
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
97	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	52	4	4	5	5	3	5	5	31	4	4	4	4	16
98	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59	4	5	5	5	2	5	4	30	4	5	5	5	19
99	3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	51	4	4	4	5	3	4	4	28	3	4	4	4	15

Lampiran 3

HASIL PERHITUNGAN SPSS

1. Uji Karakteristik berdasarkan Umur

		Umur			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	<20	1	1.0	1.0	1.0
	20-35	43	43.4	43.4	44.4
	>35	55	55.6	55.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

2. Uji Karakteristik berdasarkan Pendidikan

		PENDIDIKAN			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	SD	9	9.1	9.1	9.1
	SMP	10	10.1	10.1	19.2
	SMA	75	75.8	75.8	94.9
	PERGURUAN TINGGI	5	5.1	5.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

3. Uji Karakteristik berdasarkan Pekerjaan

		PEKERJAAN			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	IBU RUMAH TANGGA	32	32.3	32.3	32.3
	SWASTA	61	61.6	61.6	93.9
	WIRASWASTA	5	5.1	5.1	99.0
	TIDAK BEKERJA	1	1.0	1.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.7	Pearson Correlation	.138	.417**	.220*	.485**	.272**	.454**	1	.361**	.330**	.343**	.343**	.300**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.174	.000	.029	.000	.006	.000		.000	.001	.001	.001	.003	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.8	Pearson Correlation	.064	-.006	.075	.270**	.146	.274**	.361**	1	.422**	.210*	.193	.128	.499**
	Sig. (2-tailed)	.531	.952	.463	.007	.149	.006	.000		.000	.037	.056	.207	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.9	Pearson Correlation	.330**	.358**	.169	.344**	.241*	.179	.330**	.422**	1	.359**	.408**	.415**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.095	.000	.016	.077	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.10	Pearson Correlation	.223*	.285**	.151	.306**	.255*	.216*	.343**	.210*	.359**	1	.418**	.488**	.603**
	Sig. (2-tailed)	.027	.004	.137	.002	.011	.032	.001	.037	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.11	Pearson Correlation	.260**	.447**	.191	.346**	.177	.169	.343**	.193	.408**	.418**	1	.621**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.059	.000	.079	.095	.001	.056	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.12	Pearson Correlation	.411**	.342**	.187	.419**	.350**	.207*	.300**	.128	.415**	.488**	.621**	1	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.064	.000	.000	.040	.003	.207	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1	Pearson Correlation	.521**	.563**	.480**	.733**	.570**	.514**	.685**	.499**	.640**	.603**	.614**	.650**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pasien

		Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.398**	.416**	.304**	.162	.193	.151	.536**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.110	.056	.137	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.2	Pearson Correlation	.398**	1	.646**	.371**	.143	.350**	.272**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.158	.000	.007	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.3	Pearson Correlation	.416**	.646**	1	.629**	.268**	.503**	.240*	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.007	.000	.017	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.4	Pearson Correlation	.304**	.371**	.629**	1	.350**	.605**	.360**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.5	Pearson Correlation	.162	.143	.268**	.350**	1	.196	.256*	.611**
	Sig. (2-tailed)	.110	.158	.007	.000		.052	.010	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.6	Pearson Correlation	.193	.350**	.503**	.605**	.196	1	.341**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.056	.000	.000	.000	.052		.001	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.7	Pearson Correlation	.151	.272**	.240*	.360**	.256*	.341**	1	.589**
	Sig. (2-tailed)	.137	.007	.017	.000	.010	.001		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X2	Pearson Correlation	.536**	.631**	.764**	.779**	.611**	.668**	.589**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Uji Validitas instrumen Loyalitas pasien

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.146	.222*	.410**	.593**
	Sig. (2-tailed)		.149	.027	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
Y.2	Pearson Correlation	.146	1	.421**	.404**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.149		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
Y.3	Pearson Correlation	.222*	.421**	1	.349**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.027	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99
Y.4	Pearson Correlation	.410**	.404**	.349**	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
Y	Pearson Correlation	.593**	.760**	.704**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6. Hasil Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas instrumen Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.815	12

b. Uji Reliabilitas instrumen Kepuasan Pasien

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.753	7

c. Uji Reliabilitas instrumen Loyalitas Pasien

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.647	4

7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72724649
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.042
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.108 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

8. Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients					
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	4.183	1.965		2.129	.036			
	X1	.042	.047	.094	.911	.365	.606	1.651	
	X2	.358	.066	.555	5.391	.000	.606	1.651	

a. Dependent Variable: Y

9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.708	1.275		1.339	.184
	X1	-.008	.030	-.033	-.253	.801
	X2	.000	.043	.000	.002	.998

a. Dependent Variable: Abs_Res

10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.183	1.965		2.129	.036
	X1	.042	.047	.094	.911	.365
	X2	.358	.066	.555	5.391	.000

a. Dependent Variable: Y

11. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181.265	2	90.633	29.759	.000 ^b
	Residual	292.371	96	3.046		
	Total	473.636	98			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

12. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.269	1.604		2.661	.009
	Kualitas Pelayanan	.080	.039	.201	2.055	.043
	Kepuasan Pasien	.298	.055	.531	5.431	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pasien

13. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 ^a	.383	.370	1.745

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Lampiran 4

TABEL UJI R

 $\alpha = 0,05$

DF = n-2	Tingkat Signifikansi Untuk Uji 1 arah				
	0,05	0,025	0,001	0,005	0,0005
	Tingkat Signifikansi Untuk Uji 2 arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211
101	0,1630	0,1937	0,2290	0,2528	0,3196

Sumber: <https://id.scribd.com>

TABEL DISTRIBUSI F

Tabel F (0,05 / 5%)										
df2	df1									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
81	3,9589	3,1093	2,7173	2,4844	2,3273	2,2127	2,1248	2,0549	1,9976	1,9497
82	3,9574	3,1079	2,7159	2,4830	2,3259	2,2113	2,1234	2,0534	1,9961	1,9482
83	3,9560	3,1065	2,7146	2,4817	2,3245	2,2099	2,1220	2,0520	1,9947	1,9468
84	3,9546	3,1052	2,7132	2,4803	2,3231	2,2086	2,1206	2,0506	1,9933	1,9454
85	3,9532	3,1038	2,7119	2,4790	2,3218	2,2072	2,1193	2,0493	1,9919	1,9440
86	3,9519	3,1026	2,7106	2,4777	2,3205	2,2059	2,1180	2,0480	1,9906	1,9426
87	3,9506	3,1013	2,7094	2,4765	2,3193	2,2047	2,1167	2,0467	1,9893	1,9413
88	3,9493	3,1001	2,7082	2,4753	2,3181	2,2034	2,1155	2,0454	1,9880	1,9400
89	3,9481	3,0989	2,7070	2,4741	2,3169	2,2022	2,1143	2,0442	1,9868	1,9388
90	3,9469	3,0977	2,7058	2,4729	2,3157	2,2011	2,1131	2,0430	1,9856	1,9376
91	3,9457	3,0966	2,7047	2,4718	2,3145	2,1999	2,1119	2,0418	1,9844	1,9364
92	3,9445	3,0954	2,7036	2,4707	2,3134	2,1988	2,1108	2,0407	1,9833	1,9352
93	3,9434	3,0943	2,7025	2,4696	2,3123	2,1977	2,1097	2,0395	1,9821	1,9341
94	3,9423	3,0933	2,7014	2,4685	2,3113	2,1966	2,1086	2,0384	1,9810	1,9329
95	3,9412	3,0922	2,7004	2,4675	2,3102	2,1955	2,1075	2,0374	1,9799	1,9318
96	3,9402	3,0912	2,6994	2,4665	2,3092	2,1945	2,1065	2,0363	1,9789	1,9308
97	3,9391	3,0902	2,6984	2,4655	2,3082	2,1935	2,1054	2,0353	1,9778	1,9297
98	3,9381	3,0892	2,6974	2,4645	2,3072	2,1925	2,1044	2,0343	1,9768	1,9287
99	3,9371	3,0882	2,6965	2,4636	2,3063	2,1915	2,1035	2,0333	1,9758	1,9277
100	3,9361	3,0873	2,6955	2,4626	2,3053	2,1906	2,1025	2,0323	1,9748	1,9267
101	3,9352	3,0864	2,6946	2,4617	2,3044	2,1897	2,1016	2,0314	1,9739	1,9257
102	3,9343	3,0855	2,6937	2,4608	2,3035	2,1888	2,1007	2,0305	1,9729	1,9248
103	3,9333	3,0846	2,6928	2,4599	2,3026	2,1879	2,0998	2,0295	1,9720	1,9238
104	3,9324	3,0837	2,6920	2,4591	2,3017	2,1870	2,0989	2,0286	1,9711	1,9229
105	3,9316	3,0829	2,6911	2,4582	2,3009	2,1861	2,0980	2,0278	1,9702	1,9220
106	3,9307	3,0820	2,6903	2,4574	2,3001	2,1853	2,0972	2,0269	1,9694	1,9212
107	3,9298	3,0812	2,6895	2,4566	2,2992	2,1845	2,0963	2,0261	1,9685	1,9203
108	3,9290	3,0804	2,6887	2,4558	2,2984	2,1837	2,0955	2,0252	1,9677	1,9195
109	3,9282	3,0796	2,6879	2,4550	2,2976	2,1829	2,0947	2,0244	1,9669	1,9186
110	3,9274	3,0788	2,6871	2,4542	2,2969	2,1821	2,0939	2,0236	1,9661	1,9178
111	3,9266	3,0781	2,6864	2,4535	2,2961	2,1813	2,0931	2,0229	1,9653	1,9170
112	3,9258	3,0773	2,6856	2,4527	2,2954	2,1806	2,0924	2,0221	1,9645	1,9162
113	3,9254	3,0766	2,6849	2,4520	2,2946	2,1798	2,0916	2,0213	1,9637	1,9155
114	3,9243	3,0759	2,6842	2,4513	2,2939	2,1791	2,0909	2,0206	1,9630	1,9147

Sumber: <https://id.scribd.com>

TABEL DISTRIBUSI T

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Sumber: <https://rufiismada.wordpress.com/>

Lampiran 5

DOKUMENTASI PENGISIAN RESPONDEN



BIODATA PENULIS



Atiyah, lahir di Pekalongan pada tanggal 05 Januari 1991.

Merupakan Anak kedua dari dua bersaudara yang terlahir dari keluarga berkultur jawa dan santri.

Diterima menjadi mahasiswi di Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap pada Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen pada tahun 2021. Selain menempuh Pendidikan di Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap pada Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen juga berstatus sebagai karyawati pada Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) RSUD Cilacap.