
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP
LOYALITAS PASIEN POLI GIGI DI PUSKESMAS GANTIWARNO
KLATEN JAWA TENGAH**

Yuyun Wahyuni¹⁾ Mathilda Anggryani Solmares²⁾

¹⁻²⁾ STIE Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta
Yuniwinardi77@gmail.com¹⁾ Mathilda123@gmail.com²⁾

Abstract

Health centers are required to provide health services that meet optimal service standards. This is the accountability of other health centers. Health centers are declared successful, not only in terms of the completeness of the superior facilities, but also the attitude and services of human resources are elements that have a significant influence on the services produced and prepared by patients. This study aims to determine the significance of the influence of service quality and satisfaction on the loyalty of dental polyclinic patients at the Gantiwarno Klaten Health Center, Central Java. The population in this study were patients who had visited the dental polyclinic of the Gantiwarno Klaten Health Center, Central Java. The number of samples used was 100 respondents. Data processing used the SPSS analysis tool. Data analysis used in this study was quantitative using the multiple linear regression method. The results of this study indicate that the variables of service quality and satisfaction have a significant effect on the loyalty of dental polyclinic patients at the Gantiwarno Klaten Health Center, Central Java. The contribution (R^2) of the variables in this study was 72.7%.

Keywords: Service quality. Satisfaction and loyalty.

PENDAHULUAN

Sistem Kesehatan Nasional menyebutkan bahwa tujuan pembangunan kesehatan adalah tercapainya kemampuan hidup sehat bagi setiap penduduk, agar terwujud derajat kesehatan yang optimal sebagai salah satu unsur kesejahteraan umum. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut dilakukan upaya kesehatan menyeluruh, terpadu, dan merata yang dapat diterima dan terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat dengan peran serta aktif (Kemenkes RI, 2017).

Puskesmas dituntut untuk memberikan pelayanan kesehatan yang memenuhi standar pelayanan yang optimal. Hal ini tersebut sebagai akuntabilitas Puskesmas lainnya. Puskesmas dinyatakan berhasil, tidak hanya pada kelengkapan fasilitas yang diunggulkan, melainkan juga sikap dan layanan sumber daya manusia merupakan elemen yang berpengaruh signifikan terhadap pelayanan yang dihasilkan dan dipersiapkan pasien. Bila elemen tersebut diabaikan maka dalam waktu yang tidak lama, Puskesmas akan kehilangan banyak pasien dan dijauhi oleh

calon pasien. Pasien akan beralih ke Rumah Sakit atau Klinik Kesehatan lainnya yang memenuhi harapan pasien, hal tersebut dikarenakan pasien merupakan asset yang sangat berharga dalam mengembangkan industri Puskesmas.

Menurut Atmoko (2010) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipresepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipresepsikan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipresepsikan negatif atau buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Aspek kualitas pelayanan yang akan diberikan akan mempengaruhi kepuasan pasien, pasien akan membandingkan atau meminta rekomendasi orang lain untuk petunjuk pengobatan. Aspek yang dilihat terdiri dari lima komponen yang biasanya disebut sebagai ServQual yaitu *assurance* (jaminan), *emphaty* (perhatian), *responsiveness* (cepat tanggap), *tangible* (bukti fisik), dan *reability* (kehandalan). Dalam unsur tersebut bila pelayanan kesehatan gigi di puskesmas terpenuhi dengan baik maka dapat dipastikan pasien akan merasa puas (Fahmi, 2012).

Kepuasan pasien terhadap pelayanan merupakan suatu harapan apabila terpenuhi maka suatu pelayanan tersebut memberikan kualitas yang sangat baik dan juga menimbulkan loyalitas yang tinggi. Namun sebaliknya, apabila tidak tercapai maka dapat diartikan kualitas pelayanan tersebut tidak memenuhi harapan (Rahmawati, 2012). Tingkat loyalitas pasien dipengaruhi oleh mutu pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit sebagai provider, dimana mutu pelayanan kesehatan gigi dan mulut juga dapat ditinjau dari segi pelayanan, profesionalisme pelayanan kesehatan dan hasil pelayanan (Depkes, 2001).

Loyalitas pelanggan merupakan suatu bentuk pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen terhadap suatu merk atau perusahaan tersebut (Sofyan, 2016). Pembangunan loyalitas akan memberikan manfaat yang besar bagi perusahaan (Sari, 2024). Loyalitas akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Kesetiaan atau loyalitas pasien memiliki manfaat besar, baik untuk pasien maupun untuk puskesmas.

Upaya menciptakan pasien yang loyal merupakan hal penting dalam usaha jasa pelayanan kesehatan. Loyalitas pasien dapat terlihat dari kemauan pasien untuk menggunakan kembali jasa pelayanan kesehatan yang sama setiap kali pasien membutuhkan serta kesediaan pasien merekomendasikan fasilitas pelayanan kesehatan tersebut kepada pihak lain. Dengan adanya pasien yang loyal, fasilitas pelayanan kesehatan tidak hanya mampu mendapatkan pasien dan mempertahankan pasien untuk tidak beralih, akan tetapi dapat menumbuhkan jumlah pasien yang ada. Sehingga berdampak positif terhadap profitabilitas usaha melalui penghematan biaya promosi dan kontinuitas pendapatan.

Dengan demikian dari beberapa pasien yang berkunjung ke Puskesmas Gantiwarno maka yang akan menjadi topik perbincangan akhir-akhir ini adalah kualitas pelayanan pasien poli gigi yang diberikan, karena hal ini tidak terlepas dari

semakin banyaknya puskesmas di Klaten dan semakin banyaknya masyarakat menggunakan fasilitas puskesmas untuk memperoleh layanan kesehatan. Puskesmas yang pada awalnya memberikan pelayanan kesehatan dasar, menyeluruh, paripurna, dan terpadu bagi seluruh penduduk yang tinggal di wilayah puskesmas. Kualitas pelayanan dan kepuasan pasien menjadi indikator keberhasilan penyelenggaraan layanan terhadap loyalitas pasien di sebuah puskesmas.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui signifikansi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien poli gigi di Puskesmas Gantiwarno, Klaten Jawa Tengah; dan (2) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien poli gigi di Puskesmas Gantiwarno, Klaten Jawa Tengah.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Handoko (1997) menjelaskan bahwa Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Hal senada juga disampaikan oleh Ghillyer (2016) yaitu Manajemen adalah proses untuk menentukan cara terbaik untuk organisasi dalam penggunaan sumber daya untuk menghasilkan barang atau jasa.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2011) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kotler (2017) menjelaskan tentang beberapa karakteristik layanan yang perlu diperhatikan yaitu (1) Akses, yaitu layanan tersebut harus menjangkau keseluruhan tempat dan waktu secara tepat. (2) Komunikasi, yaitu bahwa dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien dan jelas secara akurat. (3) Kompetensi, yaitu terkait dengan pegawai atau karyawan yang memiliki keahlian dan keterampilan serta pengetahuan yang diperlukan berdasarkan layanan yang diberikan. (4) Kesopanan, yaitu bahwa pegawai harus ramah, cepat tanggap dan tenang untuk memberikan layanan yang memuaskan. (5) Kredibilitas, yaitu perusahaan dan pegawai dapat dipercaya dan mempunyai tempat dihati pelanggan. (6) Keandalan, yaitu bahwa layanan yang diberikan secara konsisten dan cepat. (7) Responsif, yaitu terkait dengan layanan dan respon pegawai yang cepat dan kreatif

terhadap permintaan pelanggan atau permasalahan yang dihadapi pelanggan. (8) Keamanan, yaitu layanan yang diberikan harus bebas resiko, bahaya dan keraguan serta kerugian. (9) Nyata, yaitu layanan tersebut harus bisa dicerminkan dalam bentuk fisik yang benar-benar mencerminkan kualitas layanan. (10) Memahami konsumen, yaitu pegawai benar-benar membuat usaha untuk memahami kebutuhan konsumen dan memberikan perhatian secara individu.

Menurut Hamdani dan Lupiyoadi (2009) terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan di dalam kualitas layanan yaitu (1) Berwujud (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. (2) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. (3) Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. (4) Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. (5) Empaty (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuann tentang pelanggan.

Sementara itu, menurut Tjiptono (2011), lima dimensi kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan adalah (1) Keandalan (*reability*) yaitu kemampuan orang memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. (2) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. (3) Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. (4) Empati (*emphaty*) meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. (5) Bukti fisik (*tangible*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kepuasan

Menurut Umar (2005) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan pasien merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil produk dan jasa yang dipikirkan terhadap kinerja

yang diharapkan (Kotler, 2014). Jika kinerja memenuhi harapan maka pasien puas. Hal ini menunjukkan adanya hubungan erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien. Pasien akan puas kalau harapan mereka terpenuhi dan mereka sangat gembira jika harapan mereka terlampaui. Jadi kepuasan adalah sebuah angka yang menyatakan seberapa besar tingkat kepuasan pasien akan barang atau jasa tersebut

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu (1) Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. (2) Kualitas pelayanan, yaitu terutama industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. (3) Emosional, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Terdapat lima faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan yaitu (1) Kualitas produk dan jasa, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk dan jasa yang mereka gunakan berkualitas. (2) Kualitas pelayanan, yaitu terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Dalam dunia persaingan bisnis, para pebisnis bersaing untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap usaha mereka. (3) Emosional, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum terhadap dia bila menggunakan produk atau jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. (4) Harga, yaitu semakin mahal harga perawatan maka pasien mempunyai harapan yang lebih besar.

Loyalitas

Loyalitas adalah suatu istilah dari perilaku konsumen atau pelanggan yang melakukan pembelian yang berulang, dimana pembeli tersebut sulit pindah ke pihak lain dengan jenis pelayanan yang sama (Ompusunggu, 2014). Loyalitas menurut (Kotler, 2014) mengaplikasikan bahwa besarnya kemungkinan pelanggan membeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi partner bagi perusahaan atau puskesmas serta pengaruh nilai yang dimediasi oleh kepuasan pasien terhadap intensitas pembelian memberikan hasil bahwa nilai mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pasien dan nilai juga berpengaruh terhadap intensitas pembelian dengan mediasi kepuasan pasien.

Loyalitas pelanggan dapat dilakukan pengukuran dengan menanyakan kepada pelanggan apakah pelanggan memberikan rekomendasi terhadap produk jasa perusahaan kepada teman atau koleganya. Pengukuran loyalitas pelanggan juga dapat dilakukan pengukuran dengan metode “*Net Promoter Scale*” atau NPS.

Pengukuran ini berdasarkan presentase pelanggan yang paling puas (loyal) dan tidak puas (loyal).

Loyalitas pelanggan yang digunakan mengacu pada teori yang diungkapkan Selnes (1993) antara lain adalah: (1) Kebiasaan transaksi, adalah seberapa sering pelanggan melakukan transaksi. (2) Pembelian ulang, kemauan pelanggan untuk melakukan transaksi dengan memanfaatkan berbagai layanan lainnya yang disediakan oleh operator. (3) Rekomendasi, pengkomunikasian secara lisan mengenai pengalaman pelanggan kepada orang lain dengan harapan orang tersebut mau untuk mengikutinya. (4) Komitmen, kemauan pelanggan untuk tetap memanfaatkan pelayanan yang disediakan oleh operator dimasa yang akan datang dan enggan untuk berhenti sebagai pelanggan tersebut.

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2011). Hipotesis dalam penelitian ini dibuat berdasarkan pada teori-teori dari literatur dan hasil penelitian sebelumnya adapun hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah (1) Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien poli gigi di Puskesmas Gantiwarno, Klaten Jawa Tengah; (2) Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien poli gigi di Puskesmas Gantiwarno, Klaten Jawa Tengah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan berdasarkan hubungan antar variabel terhadap objek yang diteliti maka dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan sedangkan variabel dependen yaitu loyalitas pasien.

Menurut Sugiyono (2018), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut dan bila populasi besar, lalu peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* secara *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018). *Purposive Sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2011).

Adapun Kriteria responden yang ditetapkan pada penelitian ini yaitu (1) Usia responden minimal 17 tahun, karena menurut Hurlock (2006), usia 17 tahun merupakan usia yang dewasa serta dianggap matang secara hukum, dan pada UU nomor 22 tahun 2009 pasal 8 ayat 2 dinyatakan bahwa pada usia 17 tahun

masyarakat sudah memiliki identitas diri karena pada usia tersebut masyarakat dianggap telah bertanggungjawab dengan dirinya sendiri; (2) Setiap pasien yang pernah berobat di poli gigi puskesmas Gantiwarno minimal dua kali.

Berkaitan dengan ukuran sampel, penelitian ini menggunakan rumus Lameshow (dalam Ridwan dan Akdom, 2010) yaitu: $N = \frac{Za^2 \times P \times Q}{L^2}$ dimana N adalah jumlah sampel minimal yang diperlukan, *Za* adalah nilai standar dari distribusi sesuai nilai $a = 5\% = 1.96$, *P* adalah *prevalensi outcome* karena data belum didapatkan, maka dipakai 50%, *Q*: 1- *P*, *L*: Tingkat ketelitian 10%. Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times (0,1)^2}{(0,1)^2} = 96.04$. Dari acuan hasil rumus tersebut maka penelitian menetapkan besarnya sampel yang digunakan adalah 100 responden.

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2011), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengancara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Alat Uji Instrumen Penelitian

Alat uji instrumen yang pertama menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Validitas adalah salah satu yang utama yang harus dimiliki oleh setiap alat ukur. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Mursyid & Albashori, 2022).

Alat Analisis dan Alat Uji Hipotesis

Alat analisis statistik yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji Regresi Linear Berganda yaitu digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen (Wijaya, 2013). Sementara itu untuk menguji hipotesis apakah terbukti atau tidak digunakan Uji t dan Uji F serta Uji koefisien determinasi (R^2) (Mursyid et al., 2023).

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	JUMLAH	PROSENTASE
Laki-Laki	44	44%
Perempuan	56	56%
TOTAL	100	100%

Sumber: data primer, diolah 2024

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	JUMLAH	PROSENTASE
17 – 20	19	19%
21 – 25	60	60%
26 – 30	16	16%
>30	5	5%
TOTAL	100	100%

Sumber: data primer, diolah 2024

Tabel 3. Fasilitas Kesehatan

Fasilitas Kesehatan	JUMLAH	PROSENTASE
BPJS	44	44%
Umum	56	56%
TOTAL	100	100%

Sumber: data primer, diolah 2024

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	R hitung	R tabel (n-2:α = 5%)	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Butir 1	0,860	0,1966	Valid
	Butir 2	0,874	0,1966	Valid
	Butir 3	0,895	0,1966	Valid
	Butir 4	0,907	0,1966	Valid
	Butir 5	0,855	0,1966	Valid
	Butir 6	0,838	0,1966	Valid
	Butir 7	0,891	0,1966	Valid
	Butir 8	0,902	0,1966	Valid
	Butir 9	0,898	0,1966	Valid
	Butir 10	0,880	0,1966	Valid
Kepuasan (X ₂)	Butir 1	0,824	0,1966	Valid
	Butir 2	0,832	0,1966	Valid
	Butir 3	0,856	0,1966	Valid
	Butir 4	0,857	0,1966	Valid
	Butir 5	0,834	0,1966	Valid
	Butir 6	0,884	0,1966	Valid
	Butir 7	0,889	0,1966	Valid
	Butir 8	0,912	0,1966	Valid
	Butir 9	0,836	0,1966	Valid
	Butir 10	0,892	0,1966	Valid
Loyalitas Pasien (Y)	Butir 1	0,881	0,1966	Valid
	Butir 2	0,889	0,1966	Valid
	Butir 3	0,835	0,1966	Valid
	Butir 4	0,910	0,1966	Valid
	Butir 5	0,874	0,1966	Valid

Sumber: data primer, diolah 2024

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kondisi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,968	> 0,60	Reliabel
Kepuasan (X ₂)	0,961	> 0,60	Reliabel
Loyalitas Pasien (Y)	0,926	> 0,60	Reliabel

Sumber : data primer diolah 2024

Dari hasil diatas diketahui bahwa nilai cronbach alpha untuk ketiga variabel adalah lebih dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa ketiga instrumen penelitian telah reliabel.

Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.434	1.081		2.252	0.027
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0.139	0.059	0.301	2.369	0.020
Kepuasan (X ₂)	0.284	0.063	0.573	4.518	0.000

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Dari tabel 6 diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 2.434 + 0.139X_1 + 0.284X_2$$

Pada persamaan regresi linear berganda dapat diartikan bahwa nilai konstanta sebesar 2.434, menunjukkan besarnya Loyalitas Pasien (Y) jika tanpa ada Kualitas Pelayanan dan kepuasan akan sebesar 2.434. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X₁) memiliki koefisien regresi sebesar 0.139 artinya bahwa jika nilai Kualitas Pelayanan (X₁) dinaikkan satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap maka besarnya Loyalitas Pasien (Y) akan naik sebesar 0.139 satuan. Pada variabel Kepuasan (X₂) memiliki koefisien regresi sebesar 0,284 bahwa jika nilai Loyalitas Pasien (X₂) dinaikkan sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap maka besarnya Loyalitas Pasien (Y) akan naik sebesar 0,284.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Yaitu untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas pasien. Untuk melakukan pengujian ini digunakan uji t. Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} , jika memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dinyatakan variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas pasien, dan sebaliknya jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dinyatakan variabel variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas pasien.

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa Untuk variabel Kualitas Pelayanan, t_{hitung} (2.369) > t_{tabel} (1,984), dan nilai Signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$. Hal ini berarti nilai t hitung berada pada wilayah penolakan H₀. Artinya variabel Kualitas Pelayanan (X₁) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pasien.

Variabel Kepuasan, dapat diketahui bahwa t_{hitung} (4.518) > t_{tabel} (1,984), dan nilai Signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti nilai t hitung berada pada wilayah penolakan H₀. Artinya variabel Kepuasan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen secara simultan (bersamaan/menyeluruh) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan F-hitung yang dihasilkan oleh regresi linear berganda dengan F-tabel. Hasil uji simultan ditunjukkan oleh tabel di bawah ini

Tabel 7. Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1296.338	2	648.169	132.706	.000 ^b
	Residual	473.772	97	4.884		
	Total	1770.110	99			

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Dari tabel 7 diketahui bahwa F-hitung (132.706) > F-tabel (3.09). Hal ini menunjukkan bahwa F hitung berada pada wilayah penolakan artinya Kualitas pelayanan dan Kepuasan secara signifikan berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

R Square (R²) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.732	.727	2.21003

Sumber : Data Diolah, 2024

Nilai R Square atau koefisien determinasi adalah 0,732. Adjust R Square yaitu 0,727. Hal ini berarti variabel independen Kualitas Pelayanan (X₁) dan Kepuasan (X₂) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Loyalitas (Y) adalah sebesar 72,7% sedangkan 27,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak teliti.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang memiliki indikator *Tangibles* (Penampilan fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Emphaty* (Sikap pegawai) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Hasil Penelitian ini diperkuat dan didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arrany dan Lutfi (2020), Artati (2015), Desi dkk (2022) dan Artiningsih Wahyu Dwi, dkk. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas.

Untuk variabel kepuasan pasien yang memiliki inidikator *Service Quality* (Kualitas pelayanan), *Product Quality* (Kualitas produk), *Price* (Harga), *Emotion*

(Faktor emosi/perasaan), *Cost* (Biaya) juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Hasil Penelitian ini diperkuat dan didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bunyarahma (2021), Fadillah Nurul (2022) dan Multia dkk (2020), yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pasien.

Dengan adanya hasil penelitian diatas, maka bagian poli gigi di Puskesmas Gantiwarno Klaten Jawa Tengah harus terus meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan yang diberikan kepada pasien. Karena peningkatan kedua hal tersebut terbukti dapat meningkatkan loyalitas pasien.

Penelitian lanjutan terkait dengan tema penelitian ini masih tetap diperlukan karena adanya keterbatasan dalam penelitian ini. Variabel-variabel lain masih perlu dimasukkan dalam penelitian selanjutnya mengingat di penelitian ini hanya memasukkan dua variabel dan kontribusi dari kedua variabel tersebut (nilai adjusted R²) baru mencapai 72,7%,. Sehingga masih terdapat 27,3% yang masih perlu digali dari variabel-variabel lain yang belum diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Hamdani dan Rambat Lupiyoadi. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Arrany Vania Ivy, Lutfi Anas. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pasien: Kepuasan Pasien Sebagai Mediasi*.
- Artati Y.P. 2015. *Pengaruh Perilaku Pasien, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien*.
- Artiningsih Wahyu Dwi, dkk. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Poli Gigi*.
- Atmoko, Tjipto. 2010. *Standar Operasional Prosedur (Sop) Dan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah*. Jurnal Penelitian.
- Azwar, S. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bunyahma Ilham Eggy. 2021. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Gigi di Puskesmas IBRAHIM ADJIE*.
- Departemen Kesehatan RI. 2001.
- Desi Zainul Akmal, Helwen Heri, Agus Seswandi. 2022. *Kualitas Pelayanan Kesehatan Gigi terhadap Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pasien di Klinik Gigi Pekanbaru*. *J Komunitas Sains Manaj.*;1(3):231–40.
- Fadilah Nurul. 2022. *Analisis Loyalitas Pelanggan Di BTKLPP Kelas 1 Palembang*.
- Fahmi A.S., 2012 *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Loyalitas Pasien Poliklinik Rawat Jalan Eksekutif RSUD Kota Bekasi*.
- Fahrozy, A. 2017. *Hubungan Kualitas Pelayanan Rumah Sakit dengan Kepuasan Pasien Pengguna BPJS Kesehatan di Rumah Sakit*
- Ghillyer, A. W. 2016. *Business Ethics Now* 4th Edition. New York: McGraw-Hill.

- Handoko, T Hani. 1997. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*. Edisi Kedua.
- Kartajaya, Hermawan, 2004. *Hermawan Kartajaya on Differentiation*, Bandung: Mizan,
- Kemendes RI. 2017. *Data dan Informasi Kesehatan Profil Kesehatan Indonesia 2016*
- Kerlinger. 2006. *Asas–Asas Penelitian Behaviour*. Edisi 3, Cetakan 7. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kotler, Philip 2007, *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1. Prenhalindo. Jakarta.
- Multia Ranum Sari, Ilvana Ardiwirastuti, Berliana Septy. Harviandani. 2020. *Hubungan. Kepuasan Pasien Dengan Loyalitas Pasien Di RSGM IIK*
- Mursyid, M., & Albashori, M. F. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Pelanggan Pdam Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(3), 641–654. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i3.549>
- Mursyid, M., Fahlefi, W., Wahyudiono, W., & Maelana, H. W. D. (2023). *INFLUENCE OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS ON PASSENGERS SATISFACTION AT TYPE-A GIWANGAN BUS STATION YOGYAKARTA*. 19(2), 131–142.
- Sari, C. K. (2024). *Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Kantor Cabang UGM Yogyakarta dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi The Effects of Product Innovation and Service Quality on Customer Loyalty of Bank BNI UGM Yogyakarta*. 04, 44–62.
- Sofyan R., (2016). *Pengaruh Beberapa Faktor terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar*. Skripsi. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Umar Husen. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- UU nomor 22 tahun 2009 pasal 8 ayat 2
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu