



Minci Selvia Delianna¹

PERAN MEDIASI KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN PADA PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN KEFARMASIAN DI INSTALASI FARMASI RS. FMC BOGOR

Abstrak

Meningkatnya kesadaran di bidang perawatan kesehatan telah mendorong berkembangnya berbagai layanan perawatan kesehatan yang berfokus pada pasien dan memberikan perawatan kesehatan yang optimal. Loyalitas pasien merupakan faktor terpenting dalam memastikan keberhasilan setiap fasilitas perawatan kesehatan. Penelitian ini berfokus pada pentingnya memberikan layanan pelanggan yang berkualitas tinggi dalam membangun loyalitas pasien di apotek Rumah Sakit FMC Bogor. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak positif pada loyalitas dan kepuasan pelanggan, dan berhasil menyeimbangkan loyalitas pelanggan dengan kualitas layanan yang positif.

Kata Kunci: Kepuasan, Loyalitas, Layanan, Pasien, Rumah Sakit.

Abstract

Increased awareness in the field of health care has led to the development of numerous health care services that are patient-focused and provide optimal health care. Patient loyalty is the most important factor in ensuring the success of any health care facility. This study focuses on the importance of providing high-quality customer service in building patient loyalty at the pharmacy at Rumah Sakit FMC Bogor. This study uses a quantitative deskriptif method to show that the quality of the service has a positive impact on customer loyalty and satisfaction, and it successfully balances customer loyalty with positive service quality.

Keywords: Satisfaction, Loyalty, Service, Patient, Hospital.

PENDAHULUAN

Rumah sakit tidak hanya sekadar tempat untuk mengobati penyakit, tetapi juga merupakan institusi yang menyediakan berbagai layanan kesehatan secara holistik sebagai institusi yang memberikan layanan kesehatan individu yang mencakup semua aspek kesehatan, seperti pencegahan, pengobatan, dan rehabilitative.

Di balik setiap tindakan medis, terdapat instalasi farmasi yang memegang kendali penuh atas keamanan dan ketersediaan obat-obatan di seluruh rumah sakit, instalasi farmasi memiliki peran yang sangat vital dan tak tergantikan dalam operasional rumah sakit (Permenkes No. 75 Tahun 2014, n.d.).

Pelayanan kefarmasian bukan sekadar tentang menyediakan obat, tetapi juga tentang menjaga keselamatan pasien di setiap langkahnya, keselamatan pasien adalah prioritas utama dalam setiap kegiatan atau service di bidang farmasi pada setiap rumah sakit (Permenkes No. 75 Tahun 2014, n.d.).

Upaya meningkatkan mutu dan service rumah sakit perlu menempatkan peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pasien sebagai prioritas utama khususnya di instalasi farmasi, hal ini, perlu memperhatikan lima dimensi utama, yaitu respon pelayanan, keramahan petugas, ketersediaan produk, tempat yang nyaman, dan informasi serta edukasi obat yang lengkap (Fahmi Khudair & Raza, 2013; Larson et al., 2002).

¹ Universitas Kristen Krida Wacana
 email: Minsedexxx@yahoo.com

Kepuasan pasien bukan hanya sekadar hasil akhir dari pelayanan kesehatan, tetapi juga kunci utama untuk meraih loyalitas dan membangun reputasi positif, ketika pasien merasa puas dengan layanan yang diterima, mereka tidak hanya akan kembali, tetapi juga akan menjadi agen pemasaran terbaik bagi penyedia layanan tersebut (Purwastuti, 2005).

Layanan berkualitas bukan lagi sekadar pilihan, melainkan keharusan, dimana mengukur kualitas layanan secara objektif dan komprehensif menjadi tantangan tersendiri bagi banyak rumah sakit. Terdapat sebuah pendekatan yang telah teruji dan diakui secara luas, yaitu Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1998) dalam Kurniasari & Santoso (2013). Memberikan layanan yang memuaskan pelanggan menjadi kunci utama untuk meraih kesuksesan. Untuk itu, memahami konsep Service Quality menjadi krusial. Subagja & Susanto (2019) yang menemukan bahwa kualitas layanan, kesan, kepuasan pasien, kepercayaan, dan kesetiaan pasien sebagai faktor dari suatu service kualitas. Kualitas layanan tersebut dibentuk dengan beberapa faktor pendukung yakni penguasaan emosi pekerja terhadap pasien, kepercayaan pasien dalam pengobatan, respon yang cepat oleh staf administrasi. Hasil penelitian Lionarto et al. (2022) menyatakan kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Pendapat ini menjadi landasan peneliti untuk membuat hipotesis pertama yaitu kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Adanya pengaruh kualitas service terhadap kesetiaan pelanggan dijelaskan oleh Bitner et al. (2016) dalam Karim (2020) bahwa 80% pelanggan melaporkan loyal. Olsen (2016) dalam Alafeshat, Rawan; dan Alola (2018) mengatakan bahwa terkait loyalitas dan jasa terdapat hubungan positif yang signifikan.

Kepuasan pelanggan bukan hanya sekadar tujuan akhir, tetapi juga kunci untuk membangun loyalitas dan keberlanjutan bisnis. Untuk mencapai hal ini, perusahaan perlu meminimalkan kekurangan layanan pada pelanggan Usmara (2003) dalam Astuti & Mustikawati (2013). Meinanda (2014) menyoroti peran krusial kualitas layanan, yang bahkan dapat mengalahkan faktor-faktor tradisional seperti skala produksi dan pangsa pasar. Oleh karena itu, pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap loyalitas pasien perlu dilakukan pengujian pada penelitian ini.

Kepuasan pelanggan menempati posisi penting dalam praktiknya untuk membuat konsumen merasa puas sehingga menjadi loyal (Anderson & Swaminathan, 2011; Morgeson et al., 2020). Pengalaman positif yang diberikan oleh suatu produk atau jasa dapat meninggalkan kesan mendalam pada konsumen. Kesan positif ini mendorong mereka untuk menjadi loyal (Solomon, Michael; And Bennett, 2012).

Kepuasan pelanggan bukan hanya sekadar metrik, melainkan pemicu utama yang menggerakkan loyalitas dan membangun komitmen jangka panjang dalam hubungan bisnis (Burnham, 2020), sehingga mempengaruhi pelanggan menggunakan layanan tersebut pada masa depan Morgan & Hunt (1944) dalam (Shah et al., n.d.). Kepuasan pelanggan bukan hanya sekadar perasaan senang, tetapi juga memiliki dampak nyata pada profitabilitas perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung loyal pada barang dan jasa yang digunakan tersebut (Morgeson et al., 2020).

Menurut Jones et al. (2014) loyalitas ada karena perpaduan kepuasan yang menyebabkan loyalitas sebagai pemacu terjadinya kepuasan pasien. Kepuasan dan loyalitas pasien dapat digambarkan dalam suatu hubungan dengan perbandingan lurus dimana jika positif, maka loyalitas juga meningkat. Pendapat ini menjadi landasan peneliti untuk menguji pengaruh positif kepuasan pada loyalitas pasien.

Peningkatan kepuasan pelanggan juga diperlukan untuk menjamin eksistensi sebuah layanan kesehatan agar dapat digunakan karena akan menimbulkan loyalitas pada pelanggan. Kulsum et al. (2017) juga berpendapat kepuasan pada layanan yang dirasakan oleh pasien juga akan meningkatkan loyalitas pelanggan membentuk loyalitas bisa disebabkan oleh "word of mouth" antar pasien sehingga menjadikan promosi gratis bagi rumah sakit tersebut (Kuntoro & Istiono, 2017).

Mengembangkan dan mempertahankan kesetiaan pasien menimbulkan manfaat bagi mereka dalam hal meningkatkan kesehatan mereka (Van Hierden et al., 2022). Pasien yang loyal pasti akan mengikuti semua prosedur pelayanan rumah sakit yang disediakan serta terjalinnya hubungan antar pasien dan penyedia layanan (Pasya, 2024). Jika kualitas layanan

tinggi maka kepuasan dan loyalitas pasien juga tinggi (Kaura et al., 2015; Caruana & Fenech 2005). Pendapat ini menjadi landasan peneliti untuk membuat hipotesis keempat yaitu kepuasan pelanggan sebagai mediasi kualitas layanan rumah sakit pada pasien terhadap kualitas layanan dan loyalitas pasien.

METODE

Kualitatif deskriptif digunakan sebagai metode dimana objek penelitian yang berupa variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Pasien rawat jalan yang menggunakan instalasi farmasi Rumah sakit FMC Bogor digunakan sebagai subjek penelitian.

Penelitian berlokasi di rumah sakit Family Medical Centre (FMC) strategis di jalur utama Jakarta-Bogor. Sebelumnya dari sebuah fasilitas kesehatan dengan kapasitas terbatas, kini FMC tengah berbenah menjadi pusat pelayanan kesehatan modern dengan fasilitas lengkap dan layanan prima.

Populasi pasien rawat jalan di Rumah sakit FMC bogor yang belum diketahui jumlahnya secara pasti ditentukan dengan kaidah Hair et al. (2017) yakni jumlah indikator dikali 5 sampai 10 dimana indikator yang berjumlah 10 dikali dengan koefisien 10 menghasilkan jumlah sampel 100.

Kumpulan data diperoleh dari studi kepustakaan dengan cara meneliti dan mencatat literatur dan bahan sekunder penting tentang subjek penelitian, dan pengumpulan data kuesioner terstruktur, dimana pertanyaan dan jawaban telah tersedia. Kuesioner penelitian diberi skor dengan menggunakan skala Likert. Data kuesioner yang telah terkumpul di uji validitas dan reabilitas untuk dapat digunakan sebagai bahan analisa pada penelitian ini. Analisis data dilakukan memakai teknik statistik deskriptif dan uji inferensial dengan metode Partial Least Square (PLS) yang dioperasikan menggunakan Smart PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasien rawat jalan yang menjadi responden yang menggunakan instalasi farmasi di Rumah Sakit FMC Bogor. Jumlah responden sebanyak 100 dengan karakteristik terbagi atas gender, usia, tingkat pendidikan. Tabel 1 menunjukkan karakteristik yang dilihat dari jenis kelaminnya.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden Penelitian

Gender	Frekwensi	Persentase (%)
Pria	37	37 %
Wanita	63	63 %
Total	100	100 %

Responden menurut gender dapat dilihat pada Gambar 1, terdapat responden wanita sebanyak 63% dan responden laki-laki sebanyak 37% dari total responden dalam penelitian ini.

Tabel 2 menunjukkan pengelompokan responden dilihat dari usia terdapat responden terbanyak berkisar antara usia 16-25 tahun.

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Frekwensi	Persentase (%)
< 16 Tahun	14	14%
16 – 25 Tahun	42	42%
26 – 35 Tahun	18	18%
36 – 45 Tahun	9	9%
46 – 55 Tahun	10	10%
> 55 Tahun	7	7%

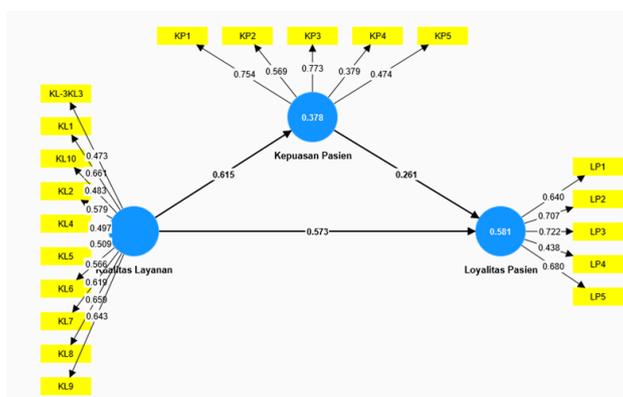
Pengelompokan responden berdasarkan tingkat Pendidikan terbagi atas (1) SMA dan sebelumnya (2) Diploma (3) Sarjana dan (4) Pascasarjana yang distribusinya terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekwensi	Persentase (%)
SMA ke bawah	28	14%
Diploma	20	42%
Sarjana	37	18%
Pascasarjana	15	9%

Mayoritas pasien berpendidikan sarjana (37%) diikuti dengan Pendidikan SMA kebawah (28%), Pendidikan diploma (20%) dan Pendidikan pascasarjana (15%). Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini berpendidikan diploma.

Pada tahap analisis data penelitian ini melakukan pengujian data yaitu menguji reabilitas dan validitas data hasil penilaian responden yang telah dilakukan. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa indikator merupakan alat ukur yang sah untuk mengukur variable latennya. Suatu indikator dinyatakan sah bila nilai loading factor > 0,7 walaupun loading factor sebesar 0,4 sampai 0,7 masih dapat dipertimbangkan.



Gambar 1. Loading Faktor Output SmartPLS

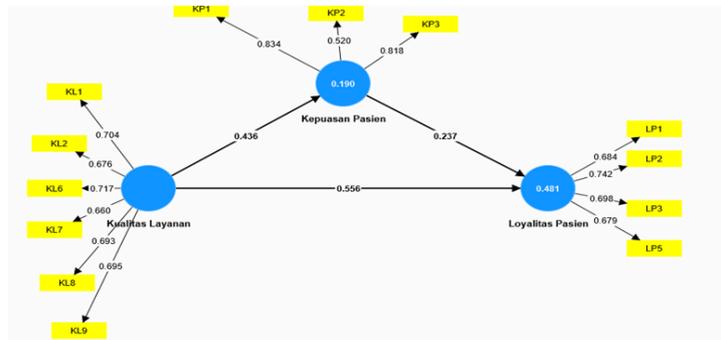
Dalam penelitian ini, suatu indikator dinyatakan valid bila nilai loading factor > 0,5. Loading factork dari masing-masing indikator terhadap variable latennya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Loading Faktor	Keterangan
Kualitas Layanan	KL1	0,661	Valid
	KL2	0,579	Valid
	KL3	0,473	Tidak Valid
	KL4	0,497	Tidak Valid
	KL5	0,509	Valid
	KL6	0,566	Valid
	KL7	0,619	Valid
	KL8	0,659	Valid
	KL9	0,649	Valid
	KL10	0,483	Tidak Valid
Kepuasan Pasaien	KP1	0,754	Valid
	KP2	0,569	Valid
	KP3	0,773	Valid
	KP4	0,379	Tidak Valid
	KP5	0,474	Tidak Valid
Loyalitas Pasien	LP1	0,640	Valid
	LP2	0,707	Valid
	LP3	0,722	Valid
	LP4	0,438	Tidak Valid

	LP5	0,680	Valid
--	-----	-------	-------

Dari Tabel 4 terlihat bahwa variabel kualitas layanan mempunyai 3 (tiga) indikator yang tidak valid, loading faktornya < 0,5 yaitu KL3(0,473), KL4 (0,497), dan KL10 (0,483). Sementara itu variabel kepuasan pasien mempunyai 2 (dua) indikator yang tidak valid yakni KP4 (0,379) dan KP 5 (0,474). Sedangkan variabel loyalitas pasien mempunyai 1 (satu) indikator yang tidak valid yaitu LP4 (0,438). Terhadap indikator-indikator yang tidak valid ini tidak akan diikuti dalam proses penghitungan selanjutnya (di keluarkan) dari model.



Gambar 2. Loading Faktor Output SmartPLS Setelah Penyesuaian

Setelah dilakukan penyesuaian dengan tidak mengikutkan indikator-indikator yang tidak valid, maka loading factor dari masing-masing indikator terlihat pada Gambar 2 dan hasil penyesuaiannya ditunjukkan oleh Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Setelah Penyesuaian

Variabel	Indikator	Loading Faktor	Keterangan
Kualitas Layanan	KL1	0,704	Valid
	KL2	0,676	Valid
	KL3	0,473	Valid
	KL6	0,717	Valid
	KL7	0,660	Valid
	KL8	0,693	Valid
Kepuasan Pasien	KL9	0,695	Valid
	KP1	0,834	Valid
	KP2	0,520	Valid
Loyalitas Pasien	KP3	0,818	Valid
	LP1	0,684	Valid
	LP2	0,742	Valid
	LP3	0,698	Valid
	LP4	0,679	Valid

Terlihat bahwa semua indikator telah mempunyai nilai loading factor > 0,5 sehingga tidak ada masalah validitas instrument. Pengujian validitas selanjutnya dilakukan melalui pengujian validitas diskriminan dengan menggunakan uji Fornell-Lacker Criterion validitas diskriminan dilakukan dengan membandingkan korelasi antar satu variabel dengan variabel lainnya. Variabel dikatakan valid bila nilai korelasi antar variabel lebih besar dibandingkan korelasinya dengan variabel lain.

Tabel 6. Hasil Fornell Lacker Criterion

	Kualitas Layanan	Kepuasan Pasien	Loyalitas Pasien
Kualitas Layanan	0,844		
Kepuasan Pasien	0,462	0,854	

Loyalitas Pasien	0,818	0,459	0,855
-------------------------	-------	-------	--------------

Nilai korelasi antar variabel (kualitas layanan sebesar 0,844) lebih besar dibandingkan dengan korelasi kualitas layanan dan kepuasan pasien (0,462), dan korelasi kualitas layanan dan loyalitas pasien (0,818). Dengan demikian diperoleh kesimpulan bahwa seluruh variable telah valid untuk digunakan. Selanjutnya uji validitas juga dilakukan melalui pengujian cross loading. Pada pengujian ini indikator dikatakan valid bila mempunyai nilai loading factor tertinggi pada variabel latennya dibandingkan dengan nilai loadingnya pada variabel lain. Nilai cross loading dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Cross Loading

Indikator	Kualitas Layanan	Kepuasan Pasien	Loyalitas Pasien
KL1	0,704	0,264	0,478
KL2	0,676	0,317	0,470
KL6	0,717	0,332	0,504
KL7	0,660	0,248	0,400
KL8	0,693	0,359	0,446
KL9	0,695	0,274	0,424
KP1	0,389	0,834	0,429
KP2	0,157	0,520	0,138
KP3	0,357	0,818	0,415
LP1	0,492	0,134	0,684
LP2	0,569	0,440	0,742
LP3	0,401	0,279	0,698
LP4	0,353	0,457	0,679

Tabel 7 terlihat bahwa loading factor indicator terhadap variabel latennya lebih besar dibandingkan dengan loading faktornya pada variabel lainnya. Sebagai contoh loading factor KL1 pada variable latennya yaitu kualitas layanan adalah sebesar 0,704. Nilai ini lebih besar dibandingkan dengan loadingnya pada variable kepuasan pasien sebesar 0,264 dan juga lebih besar dibandingkan dengan loadingnya pada variable loyalitas pasien sebesar 0,478.

Penelitian ini telah berhasil menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai loading factor yang tertinggi pada variabel latennya, menunjukkan tidak adanya masalah validitas. Selain itu, nilai composite reliability dan Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,6 (bahkan sebagian besar di atas 0,7) menegaskan konsistensi dan reliabilitas instrumen yang digunakan. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dapat dikatakan valid dan reliabel, memberikan landasan yang kuat untuk analisis selanjutnya.

Tabel 8. Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Kualitas Layanan	0,846	Reliabel
Kepuasan Pasien	0,776	Reliabel
Loyalitas Pasien	0,794	Reliabel

Hasil analisis reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Semua konstruk menunjukkan nilai composite reliability di atas 0,7, mengindikasikan tidak adanya masalah reliabilitas pada model penelitian. Lebih lanjut, uji Cronbach's Alpha juga memperkuat reliabilitas instrumen, dengan semua konstruk memiliki nilai di atas 0,6. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dapat diandalkan untuk mengukur konsep-konsep yang diteliti, memberikan keyakinan pada validitas hasil penelitian selanjutnya.

Tabel 9. Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	0,782	Reliabel
Kepuasan Pasien	0,602	Reliabel
Loyalitas Pasien	0,661	Reliabel

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik, dibuktikan dengan nilai Cronbach's alpha yang lebih besar dari 0,6. Tidak ada masalah reliabilitas yang ditemukan pada model penelitian.

Selain itu, uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua indikator dalam outer model memenuhi standar yang ditetapkan. Dengan demikian, analisis selanjutnya dapat dilanjutkan dengan analisis model structural.

Pengujian pada model struktural bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antara konstruk eksogen dan endogen yang telah dihipotesiskan, serta menilai seberapa baik model yang dibangun dalam memprediksi fenomena yang diteliti. Analisis inner model ini melibatkan penggunaan metode R-Square (R^2) dan Q-Square (Q^2).

Uji R-Square, atau uji Koefisien Determinasi, dilakukan dengan mengamati nilai koefisien determinasi (R^2). Nilai ini berkisar antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan bahwa konstruk eksogen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dalam konstruk endogen. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati 0 mengindikasikan bahwa konstruk eksogen tidak mampu memberikan informasi yang memadai untuk memprediksi variasi konstruk endogen. Hasil perhitungan nilai R-Square dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Nilai R-Square

	R-Square	R-Square Adjusted	Keterangan
Kepuasan Pasien	0,190	0,182	Lemah
Loyalitas Pasien	0,481	0,470	Moderat

Menurut Chin (1998) Analisis mendalam terhadap model penelitian ini mengungkapkan beberapa wawasan penting. Meskipun kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien, namun terdapat faktor-faktor lain yang juga berperan dalam membentuk kedua variabel tersebut. Uji Q-Square menegaskan bahwa model yang dibangun memiliki kemampuan prediksi yang baik, menunjukkan relevansi dan kecocokannya dengan data. Selanjutnya, pengujian hipotesis akan menggali lebih dalam mengenai pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel, memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika hubungan dalam model ini.

Tabel 11. Pengaruh Langsung antar Variabel

Pengaruh	Koefisien	t-statistik	p-value
Kualitas Layanan → Kepuasan Pasien	0,436	5,105	0,000
Kualitas Layanan → Loyalitas Pasien	0,556	6,505	0,000
Kepuasan Pasien → Loyalitas Pasien	0,237	2,709	0,007

Terdapat 3 hipotesis pengaruh langsung yang diuji dalam penelitian ini yaitu :

1. Kualitas Layanan Signifikan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Pasien

Nilai koefisien pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien adalah sebesar 0,436 yang berarti terdapat pengaruh yang positif. Artinya bila layanan yang diberikan instalasi farmasi semakin berkualitas, maka akan berdampak kepada meningkatnya kepuasan pasien. Nilai t-statistik 5,105 > 1,96 dan p-value 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti untuk menyatakan kualitas layanan signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Dengan demikian hipotesis 1 dari penelitian ini diterima.

2. Kualitas Layanan Signifikan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Pasien

Nilai koefisien pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pasien adalah sebesar 0,556 yang berarti terdapat pengaruh yang positif. Artinya bila layanan yang diberikan instalasi farmasi semakin berkualitas, maka akan berdampak kepada meningkatnya loyalitas pasien. Nilai t-statistik 6,505 > 1,96 dan p-value 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti

untuk menyatakan kualitas layanan signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien. Dengan demikian hipotesis 2 dari penelitian ini diterima.

3. Kepuasan Pasien Signifikan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Pasien

Nilai koefisien pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien adalah sebesar 0,237 yang berarti terdapat pengaruh yang positif. Artinya bila pasien yang menggunakan instalasi farmasi semakin puas, maka akan berdampak kepada meningkatnya loyalitas pasien. Nilai t-statistik $2,709 > 1,96$ dan p-value $0,007 < 0,05$ menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti untuk menyatakan kepuasan pasien signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien, maka demikian hipotesis 3 dari penelitian ini diterima.

Pengujian pengaruh tidak langsung atau pengujian mediasi dilakukan untuk memastikan bahwa kepuasan pasien mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pasien.

Tabel 11. Nilai Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh	Koefisien	t-statistik	p-value
Kualitas Layanan → Kepuasan Pasien → Loyalitas Pasien	0,556	6,505	0,036

Besarnya nilai koefisien pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai mediasi adalah sebesar 0,103 yang menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung yang positif dari pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai mediasi. Nilai t statistic $2,102 > 1,96$ dan p-value $0,0036 < 0,005$ menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti untuk menyatakan bahwa kepuasan pasien memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pasien. Dengan demikian hipotesis ke 4 dalam penelitian ini diterima.

SIMPULAN

Penelitian ini telah mengungkap hubungan yang signifikan antara kualitas layanan, kepuasan pasien, dan loyalitas pasien di Instalasi Farmasi RS FMC Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan berdampak positif pada kepuasan pasien, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas mereka terhadap rumah sakit. Temuan ini menegaskan peran penting kepuasan pasien sebagai mediator antara kualitas layanan dan loyalitas pasien. Dengan demikian, Instalasi Farmasi RS FMC Bogor dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai landasan untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka. Peningkatan kualitas layanan yang berkelanjutan diharapkan dapat menciptakan kepuasan pasien yang lebih tinggi, yang pada akhirnya akan berujung pada peningkatan loyalitas pasien terhadap rumah sakit.

DAFTAR PUSTAKA

- Alafeshat, Rawan; And Alola, U. V. (2018). Investigating the Nexus of Service Quality and Customer Loyalty in Banking Industry via the Mediating Role of Customer Satisfaction. *Academic Journal of Economic Studies*, 4(3), 167–176.
- Anderson, R. E., & Swaminathan, S. (2011). Customer Satisfaction and Loyalty in E-Markets: A PLS Path Modeling Approach. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 221–234. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190207>
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 182–198. <http://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/1655>
- Burnham, T. (2020). I've Got An Idea! Exploring the Antecedents of Suggestion Sharing in Consumer Services. *Journal of Services Marketing*, 34(4), 443–457. <https://doi.org/10.1108/JSM-08-2019-0312/FULL/XML>
- Caruana, A., & Fenech, N. (2005). The Effect of Perceived Value and Overall Satisfaction on Loyalty: A Study among Dental Patients. *Http://Dx.Doi.Org/10.1057/Palgrave.Jmm.5040236*, 5(3), 245–255. <https://doi.org/10.1057/PALGRAVE.JMM.5040236>

- Fahmi Khudair, I., & Raza, S. A. (2013). Measuring Patients' Satisfaction with Pharmaceutical Services at a Public Hospital in Qatar. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 26(5), 398–419. <https://doi.org/10.1108/IJHCQA-03-2011-0025/FULL/XML>
- Jones, M. A., Taylor, V. A., & Reynolds, K. E. (2014). The Effect of Requests for Positive Evaluations on Customer Satisfaction Ratings. *Psychology & Marketing*, 31(3), 161–170. <https://doi.org/10.1002/MAR.20684>
- Karim, R. Al. (2020). Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Private Banking Sector of Bangladesh: A PLS Approach. *Journal of Marketing and Information Systems*, 1(3), 8–17. <https://doi.org/10.31580/JMIS.V1I3.1049>
- Kaura, V., Prasad, C. S. D., & Sharma, S. (2015). Service Quality, Service Convenience, Price and Fairness, Customer Loyalty, and the Mediating Role of Customer Satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 404–422. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2014-0048/FULL/XML>
- Kulsum, U., Yanuar, T., & Syah, R. (2017). The Effect of Service Quality on Loyalty with Mediation of Patient Satisfaction. *International Journal of Business and Management Invention ISSN*, 6, 41–50. www.ijbmi.org
- Kuntoro, W., & Istiono, W. (2017). Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan di Tempat Pendaftaran Pasien Rawat Jalan Puskesmas Kretek Bantul Yogyakarta. *Jurnal Kesehatan Vokasional*, 2(1), 140. <https://doi.org/10.22146/jkesvo.30327>
- Kurniasari, N. D., & Santoso, S. B. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang).
- Larson, L. N., Rovers, J. P., & MacKeigan, L. D. (2002). Patient Satisfaction With Pharmaceutical Care: Update of a Validated Instrument. *Journal of the American Pharmaceutical Association* (1996), 42(1), 44–50. <https://doi.org/10.1331/108658002763538062>
- Lionarto, L., Tecoalu, M., & Wahyoedi, S. (2022). Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 527–545. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3709>
- Meinanda, R. (2014). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada Pt. Royal Raya Bandung. <http://repository.widyatama.ac.id/handle/123456789/3688>
- Morgeson, F. V., Hult, G. T. M., Mithas, S., Keiningham, T., & Fornell, C. (2020). Turning Complaining Customers into Loyal Customers: Moderators of the Complaint Handling–Customer Loyalty Relationship. <https://doi.org/10.1177/0022242920929029>, 84(5), 79–99. <https://doi.org/10.1177/0022242920929029>
- Pasya, A. R. (2024). The Mediating Effect of Patient Satisfaction in The Effect of Service Quality on Patient Loyalty. *Return : Study of Management, Economic and Bussines*, 3(2), 76–91. <https://doi.org/10.57096/RETURN.V3I1.207>
- Permenkes No. 75 Tahun 2014. (n.d.). Retrieved August 9, 2024, from <https://peraturan.bpk.go.id/Details/139202/permenkes-no-75-tahun-2014>
- Purwastuti, C. R. (2005). Analisis Faktor-Faktor Pelayanan Farmasi yang Memprediksi Keputusan Beli Obat Ulang dengan Pendekatan Persepsi Pasien Klinik Umum di Unit Rawat Jalan Rs Telogorejo Semarang.
- Shah, R., Jan, B., & Jabarkhail, I. M. (n.d.). Factors Influencing Online Trust and Repeat Purchase Intention: A Study of Afghan Consumers. *International Journal of Information, Business and Management*, 14(1), 2022.
- Solomon, Michael; And Bennett, R. R. (2012). *Consumer Behaviour* - Michael Solomon, Rebekah Russell-Bennett, Josephine Previte - Google Buku.
- Subagja, I. K., & Susanto, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1).
- Van Hierden, Y., Rundle-Thiele, S., & Dietrich, T. (2022). Improving Well-Being in Young Adults: A Social Marketing Proof-of-Concept. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 2022, Vol. 19, Page 5248, 19(9), 5248.