

Dwi Andikarati
Molantika¹
Rian Andriani²
Mochamad Sukrisno
Mardiyanto³

PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN MELALUI CUSTOMER EXPERIENCE DI PUSKESMAS MUARA MADRAS JAMBI

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Customer experience dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pasien. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan inferensial. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pasien yang datang ke Puskesmas Muara Madras pada tanggal 10-19 Oktober 2024. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah rumus lameshow dengan total 96 sampel. Instrumen statistik yang digunakan adalah analisis regresi dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas dan normalitas. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Customer experience menjadi mediator antara kepercayaan terhadap loyalitas pasien di Puskesmas Muara Madras Jambi.

Kata Kunci: Kepercayaan, Loyalitas, dan Customer Experience

Abstract

This study aims to determine the role of customer experience in building trust and patient loyalty. It is a quantitative research with an inferential approach. The population of this study comprises all patients who visited the Muara Madras Community Health Center from October 10 to October 19, 2024. The sampling technique used in this study follows the Lameshow formula, resulting in a total of 96 samples. The statistical instruments employed include regression analysis, along with validity, reliability, and normality tests. The results of the study indicate that customer experience acts as a mediator between trust and patient loyalty at the Muara Madras Community Health Center in Jambi

Keywords: Trust, Loyalty, Customer Experience

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, setiap institusi, termasuk sektor kesehatan, harus memberikan pelayanan yang kompeten untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan menjadikan pelayanan kesehatan sebagai prioritas utama. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan menegaskan bahwa setiap individu memiliki hak atas pelayanan kesehatan yang aman, berkualitas, dan terjangkau. Kesehatan adalah kebutuhan dasar yang mendukung produktivitas hidup, sehingga menjadi tanggung jawab pemerintah untuk menyediakan layanan kesehatan yang baik, baik untuk pencegahan maupun penanganan penyakit secara dini.

Sarana kesehatan di Indonesia sangat beragam, mulai dari puskesmas, klinik, hingga rumah sakit. Di antara layanan ini, Puskesmas memegang peran penting sebagai pusat kesehatan masyarakat yang memberikan pelayanan secara menyeluruh dan terpadu. Namun, Puskesmas sering menghadapi tantangan dalam membangun loyalitas pasien, yang dipengaruhi oleh pengalaman pasien (customer experience) dan kepercayaan terhadap layanan yang diberikan. Loyalitas pasien menjadi faktor kunci bagi keberhasilan layanan kesehatan, mencerminkan kepuasan dan kepercayaan terhadap layanan yang diterima.

Puskesmas Muara Madras, satuan puskesmas rawat inap di wilayah Kecamatan Jangkat, Jambi, berperan penting sebagai pusat rujukan kesehatan. Namun, puskesmas ini menghadapi tantangan rendahnya loyalitas pasien, yang sering kali didasarkan pada keterpaksaan akibat keterbatasan akses dan minimnya alternatif layanan kesehatan. Fenomena

^{1,2,3)} Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya
email: dwi_molantika@yahoo.com

ini menunjukkan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan customer experience untuk membangun kembali kepercayaan dan loyalitas pasien.

Meskipun jumlah pasien yang dilayani cukup stabil, ketidakpuasan terhadap waktu tunggu, fasilitas yang terbatas, serta pengalaman pasien yang tidak sesuai harapan dapat menghambat pembentukan loyalitas. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan dan pengalaman pasien menjadi langkah penting untuk menciptakan hubungan yang positif antara Puskesmas Muara Madras dan masyarakat.

Berdasarkan pentingnya aspek kepercayaan dan pengalaman pelanggan dalam membangun loyalitas pasien serta adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini akan mengkaji “Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pasien melalui Customer Experience di Puskesmas Muara Madras (Jambi).

METODE

Studi jenis ini memakai teknik kuantitatif dengan pendekatan statistik inferensial, Data yang digunakan merupakan data primer pada pasien di Puskesmas. Data ini diperoleh melalui penelitian atau pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang datang ke Puskesmas Muara Madras Jambi pada tanggal 10-19 Oktober 2024 dengan total 96 orang pasien. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terpimpin dengan 3 kuesioner yang telah divalidasi yaitu kuesioner kepercayaan, loyalitas dan customer experience yang kemudian di rangkum dan di analisis dengan metode Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang datang ke puskesmas Muara Madras pada tanggal 10 hingga 19 Oktober 2024 dengan total 96 orang pasien sesuai dengan perhitungan rumus Lameshow. Penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara terpimpin.

Tabel 1. Gambaran Umum Responden

Keterangan	Frekuensi (n=96)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	42	43,8
Perempuan	54	56,3
Usia		
21-30	27	28,1
31-40	29	30,2
41-50	21	21,9
51-60	19	19,8
Pekerjaan		
Petani	37	38,5
Honorer/ PNS	33	34,4
TNI/POLIS I	5	5,2
IRT	17	17,7
Belum Bekerja	4	4,2

Berdasarkan hasil diatas, jenis kelamin pada penelitian ini hampir sama. Sementara untuk usia 30,2% atau sekitar 29 orang pasien berusia 31-40 tahun. Berdasarkan jenis pekerjaan, profesi paling banyak adalah petani yaitu sekitar 37 orang atau sekitar 38,5%.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 2. Hasil Uji Covergent Validity

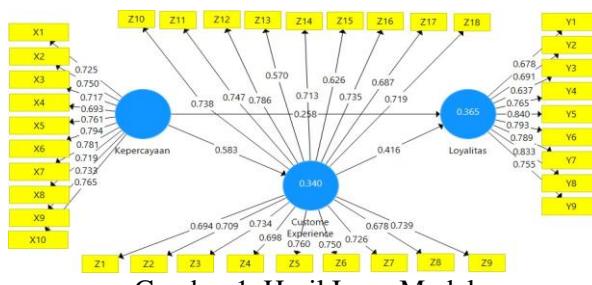
Variabel	Indikator	Outer Loading	Hasil
Loyalitas Pasien	Y1	0,678	Valid
	Y2	0,691	
	Y3	0,637	
	Y4	0,765	
	Y5	0,840	
	Y6	0,793	
	Y7	0,789	
	Y8	0,833	
	Y9	0,755	
Kepercayaan	X1	0,725	Valid
	X2	0,750	
	X3	0,717	
	X4	0,693	
	X5	0,761	
	X6	0,794	
	X7	0,781	
	X8	0,719	
	X9	0,733	
	X10	0,765	
Customer Experience	Z1	0,694	Valid
	Z2	0,709	
	Z3	0,734	
	Z4	0,698	
	Z5	0,760	
	Z6	0,750	
	Z7	0,726	
	Z8	0,678	
	Z9	0,739	
	Z10	0,738	
	Z11	0,747	
	Z12	0,786	
	Z13	0,570	
	Z14	0,713	
	Z15	0,626	
	Z16	0,735	
	Z17	0,687	
	Z18	0,719	

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Hasil outer model menunjukkan bahwa pertanyaan yang digunakan baik pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui loyalitas, kepercayaan maupun customer experience seluruhnya memiliki nilai dominan $>0,5$ sehingga seluruh variabel kuesioner yang digunakan dianggap valid dan layak untuk digunakan.

Tabel 3. Hasil Uji Average Variance Extracted

	AVE
Customer Experience	0,509
Kepercayaan	0,554
Loyalitas	0,572

Variabel yang digunakan juga memiliki validitas diskriminasi yang baik. Ketiga variabel juga memiliki nilai AVE yang $>0,5$ sehingga seluruh indikator memiliki reliabilitas yang bagus. Hal ini dibuktikan juga dengan hasil uji validitas yang menunjukkan hasil Cronbach's alpha $\geq 0,7$.



Gambar 1. Hasil Inner Model

	R Square	R Square Adjusted
Customer Experience	0,340	0,333
Loyalitas	0,365	0,351

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Customer Experience - > <u>Loyalitas</u>	0,416	0,423	0,153	2,719	0,007
<u>Kepercayaan</u> -> Customer Experience	0,583	0,602	0,081	7,185	0,000
<u>Kepercayaan</u> -> <u>Loyalitas</u>	0,258	0,251	0,161	1,601	0,110

Berdasarkan hasil inner model, loyalitas memiliki 36,5% kemampuan untuk menjelaskan variabel Y.

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<u>Kepercayaan</u> -> Customer Experience - > <u>Loyalitas</u>	0,243	0,255	0,101	2,403	0,017

Pada pemeriksaan Path Coefficients, terdapat hubungan yang signifikan antara customer experience terhadap loyalitas pasien, selain itu hubungan yang signifikan juga terdapat pada variabel kepercayaan terhadap customer experience yang ditunjukkan dengan nilai P- Values pada kedua indikator tersebut memiliki nilai $<0,05$. Sementara itu, tidak ditemukan adanya hubungan yang signifikan secara statistik antara kepercayaan terhadap loyalitas pasien. Hasil Path Coefficients ini juga merupakan hasil yang dipakai dalam uji hipotesis.

Pemeriksaan secara specific effect didapati adanya hubungan antara kepercayaan terhadap loyalitas pasien dan terbukti dimediasi oleh customer experience dengan nilai koefisien $>0,197$.

Pengaruh kepercayaan terhadap customer experience di Puskesmas Muara Madras Jambi

Berdasarkan hasil Path Coefficie, nilai T Statistics (7,185) lebih besar dari nilai T tabel (1,985) dengan P Value (0,000) lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H0 pada pada penelitian ini ditolak dan H1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel kepercayaan dengan customer experience.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan terhadap terhadap customer experience. Dapat juga dikatakan bahwa tingginya kepercayaan pasien mendasari tingginya customer experience secara signifikan. Kepercayaan yang diberikan oleh pasien akan memberikan kesan pengalaman yang baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati dan Utami (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan yang dimiliki akan menjadi pengalaman yang baik bagi customer. Kepercayaan berkaitan dengan hubungan emosi sehingga seseorang dengan kepercayaan terhadap suatu produk akan memiliki hubungan dan pengalaman yang positif. Penelitian lain yang dilakukan oleh Honora et all (2021) menunjukkan bahwa Kepercayaan yang tinggi terhadap suatu merek cenderung meningkatkan pengalaman baik pelanggan. Ketika pelanggan merasa bahwa perusahaan akan memenuhi janji dan memberikan produk berkualitas, mereka lebih mungkin untuk kembali dan merekomendasikannya kepada orang lain. Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi landasan penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan.

Pengaruh kepercayaan terhadap Loyalitas pasien di Puskesmas Muara Madras Jambi

Berdasarkan hasil Path Coefficie, nilai T Statistics (1,601) lebih kecil dari nilai T tabel (1,985) dengan P Value (0,110) lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, H0 pada pada penelitian ini diterima dan H2 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara variabel kepercayaan dengan loyalitas.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa tidak terdapat hubungan secara signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas pasien. Dapat juga dikatakan bahwa tingginya kepercayaan

pasien tidak menjadi dasar tingginya loyalitas. Hal ini diakibatkan oleh faktor lain diluar kepercayaan yang juga memberikan pengaruh terhadap loyalitas pasien.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Ramli (2023) menunjukkan tidak ada hubungan secara langsung antara kepercayaan terhadap loyalitas yang diberikan pelanggan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Lantang (2021) menunjukkan hal yang berbeda. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien. Penelitian lain oleh Ardiansyah dan Arifin (2024) juga menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pasien. Penelitian yang dilakukan oleh Saputra dan Rooshdani (2024) juga menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas pasien.

Perbedaan hasil antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya bisa disebabkan oleh beberapa faktor lain diluar faktor kepercayaan. Faktor seperti tidak adanya pilihan lain dalam hal pelayanan yang dapat menjadi opsi pilihan pasien sehingga meski dengan tanpa kepercayaan yang baik terhadap puskesmas, pasien tetap memberikan loyalitasnya untuk mendapatkan pelayanan Kesehatan.

Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh customer experience di Puskesmas Muara Madras Jambi

Berdasarkan hasil *Specific Indirect Effect*, didapati bahwa kepercayaan pasien memiliki efek tidak langsung terhadap loyalitas pasien dengan customer experience sebagai mediator menunjukkan hubungan yang positif dengan nilai P-Value 0,017. Berdasarkan hasil ini, disimpulkan bahwa mediasi parsial terjadi dalam hubungan antara kepercayaan dan loyalitas.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa customer experience sebagai mediator memiliki peran penting atas kepercayaan sehingga tercipta loyalitas pesien terhadap puskesmas. Pengalaman baik yang didapatkan pasien akan memberikan kesan yang baik sehingga muncul kepercayaan dan loyalitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Ramli (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas. Akan tetapi, pengalaman baik yang dirasakan dapat memberikan rasa percaya terhadap kualitas produk sehingga muncul juga kepercayaan kepada perusahaan. Pengalaman baik yang dirasakan juga akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang ataupun memberikan loyalitasnya kepada perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Lantang (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan pengalaman baik yang didapatkan akan memberikan pengaruh positif terhadap kepercayaan serta loyalitas seseorang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa berterima kasih kepada seluruh dosen pembimbing yang sudah kontribusi pada riset ini.

SIMPULAN

Penelitian ini merupakan penelitian untuk menguji hubungan antara, kepercayaan, loyalitas dan customer experient pasien di Puskesmas Muara Madras Jambi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap cutomer experience tetapi tidak berpengaruh secara signifikan teradap loyalitas pasien, efek tidak langsung antara kepercayaan terhadap loyalitas di mediator oleh customer experience. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor lain yang berkaitan dengan peningkatan loyalitas pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiono, A., Listyorini, S., & Nugraha, H. S. (2022). Pengaruh customer experience terhadap customer loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada masyarakat Semarang pengguna LinkAja). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 244-256.
- Ainurrochimah, R., & Mahendri, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Trust Dan Customer

- Experience Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Di Kabupaten Jombang. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(3), 1097-1111.
- Aladwan, M. A., Salleh, H. S., Anuar, M. M., ALhwadi, H., Almomani, I. J. L., & Review, C. (2021). The relationship among service quality, patient satisfaction and patient loyalty: case study in Jordan Mafraq hospital. 5(S3), 27-40.
- Andriani, R., & Fatimah, R. (2018). Strategi experiential marketing sebagai metode pendekatan dalam meningkatkan revisit intention wisatawan Sabda Alam Garut. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 18(3), 206-214.
- Annisa, A., & Dwiyanto, B. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediator (Studi pada Pengguna Jasa PT. Pos Indonesia di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(3).
- Ardiansyah, A., Alam, R., & Arifin, Z. (2024). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Harga terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Garuda Indonesia Di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(1), 619-632.
- Widjaja, Y. R., & Nugraha, I. (2016). Loyalitas Merek Sebagai Dampak dari Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 1 (1)
- Aswin Mukka Ipo, M., Kamaluddin, M., Sukotjo, E., Zaid, S., Sulaeman, N. R., & Sinarwaty. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Citra Puskesmas Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan (Studi Pada Puskesmas Waetuno Kec. Wangi-Wangi Kab. Wakatobi). *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi (JUMBO)*, 5(2), 74. <https://doi.org/10.33772/jumbo.v5i2.19780>
- Dewi, N. P. K., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Trust dan E- Customer Satisfaction Pada E- Customer Loyalty dari Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 321-338.
- Dewi, T. U., & Nugroho, P. N. A. (2020). Pengaruh customer experience terhadap customer satisfaction dan customer loyalty institut francais Indonesia di Surabaya. *Jurnal Teknologi dan Terapan Bisnis*, 3(2), 30-39.
- Manap, A., Sani, I., Sudirman, A., (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep dasar dan Srtategi)*. Eueka Media Aksara.
- Evandinnartha, A. N., Hidayat, M. S., & Rosyidah. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien BPJS terhadap Loyalitas Pasien: Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 2(1), 56–61
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Inriani, I., Parawangi, A., & Rahim, S. (2023). Evaluasi Program Jaminan Persalinan Di Puskesmas Bontobahari Kabupaten Bulukumba. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, 4(2), 284-300.
- IrawanLubis, M. F., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada
- Iswara, B. D., & Rustam, T. A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(2).
- Widjaja, Y. R., & Araufi, A.. 2020. Persepsi Nilai dan kepercayaan pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Putra Wangi Sumedang Tour and Travel. *Jurnal Sains Manajemen*, 1(1). 2685-6972
- Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh customer experience terhadap kepuasan konsumen produk kuliner lokal soto mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnismen: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16-33.
- Khotimah, K., Pawirosumarto, S., Lusiana, L., Sari, S., Fitria, L., Yani, A., ... & Nofriadi, N. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Pemasaran Online, Citra Merek dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 5(1), 28-38.
- Cafe Pascho Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 872-882.
- Krisyanto, D., & Ekasari, A. (2024). Pengaruh Customer Experience Management Terhadap

- Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(3), 99-110.
- Lantang, L., & Keni, K. (2022). Pengaruh Service Quality dan Customer Experience terhadap Loyalitas Nasabah Bank di Jakarta: Trust sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(3), 231-236.
- Nurdin, S., Widjaja, Y.R., & Putri, N. E., Strategi Meningkatkan Minat Pembelian menggunakan *SocialMedia Marketing* dan *Word of Mouth*. (2023). 5(2). 2685-6972.
- Lisdiana, I., Prasetyo, I., & Hartati, C. S. (2023). Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening Pada Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 50-63.
- Lyna, L., & Prasetyo, S. I. (2021). Pengaruh Website Quality, Customer Experience, dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop Lazada di Kota Surakarta. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 53-63.
- Mariana, Y., & Fadli, J. A. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, E- Satisfaction Terhadap E-Loyalitas Nasabah Perbankan Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1(1), 186-200.
- Mokalu, P. C. C., Massie, J. D., & Mandagie, Y. (2019). Pengaruh customer experience, customer value, dan brand trust terhadap customer loyalty pengguna jasa transportasi online go- jek di manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Ng, J. H. Y., & Luk, B. H. K. (2019). Patient satisfaction: Concept analysis in the healthcare context. *Patient Education and Counseling*, 102(4), 790-796.
<https://doi.org/10.1016/j.pec.2018.1.1013>
- Nisa, H. K., & Aristi, D. (2023). Faktor- Faktor yang Berhubungan dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit. *Jurnal Semesta Sehat (J-Mestahat)*, 3(1), 31-45.
- Noor, Juliansyah., (2011). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana.
- Nurdianty, C., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Pengalaman Pasien Dan Citra Puskesmas Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Batujaya Karawang. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 4(2), 665-672.
- Nurdiansyah, A., Pratiwi, A. S., & Kaunaini,N. (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kepuasan Terhadap E- Commerce. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 297-303.
- Nurlelah, E., & Mardiyanto, M. S. (2019). Pemilihan Atribut pada Algoritma C4.5 Menggunakan Particle Swarm Optimization untuk Meningkatkan Akurasi Prediksi Diagnosis Penyakit Liver. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 15(2), 195-202.
<https://doi.org/10.33480/pilar.v15i2.706>
- Paradilla, M., Nurfitriani, N., Nur, N. H., & Niartiningsih, A. (2024). Analisis Pengaruh Customer Perceived Value terhadap Kepuasan Pasien Umum pada Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Kota Makassar. *INSOLOGI: Jurnal Sains dan Teknologi*, 3(1), 125-131.
- Prasetyo, A., & Wulandari, A. (2023). Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas dan Word of Mouth dengan Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen Situs Belanja Online. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(1), 108-124.
- Putra, R.K (2024). Variabel Mediasi: Suatu Tinjauan Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Experience, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan di Puskesmas Berbah Kabupaten Sleman. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan dan Teknologi*, 1 (4),
<https://doi.org/10.61132/jumaket.v1i4.352>
- Putri, N. P. A. S. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(10), 1992-2001.
- Putri, P., Indriyani, A., & Syaifulloh, M. (2024). Analisis Pelayanan, Kepuasan Pasien Dan Kinerja Karyawan Terhadap Loyalitas Pasien Klinik Pratama Rawat Inap Adibah. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 679-693.
- Rachmawati, D. G., & Utami, C. W. (2020). Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Mediasi Customer Engagement Dan Customer Trust Cv. Wahyu Pratama. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(5), 440-448.

- Ratnasari, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pasien Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Kelas 1 Peserta Bpjs di RSUD Karawang. *Cakrawala Management Business Journal*, 3(2), 685-698.
- Rokima, F., Basalamah, M. R., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Varian Chatime Di Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Safitri, V. N., & Widyastuti, E. (2023). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Customer Experience, Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah. *Al-bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 71-82.
- Saputra, D. H., & Roosdhani, M. R. (2024). Dinamika Kepercayaan Sebagai Mediator Antara Kepuasan dan Loyalitas Pasien di RS Graha Husada Jepara. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 980-991.
- Saputri, A. A., & Hardiyanti, W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Customer Experience Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan SI HARYA (Simpanan Hari Raya) Di PT BPR Artha Tanah Mas Semarang. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 107-118.
- Sari, D. L., & Widiyastuti, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien (Studi Kasus pada Pasien Rawat Jalan di UPT Puskesmas Wonotirto). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(1), 93-100.
- Sesrianty, V., Machmud, R., & Yeni, F. (2019). Analisa kepuasan pasien terhadap mutu pelayanan keperawatan. *Jurnal Kesehatan Perintis*, 6(2), 116-126
- Simanjuntak, D. C. Y., & Purba, P. Y. (2020). Peran mediasi customer satisfaction dalam customer experience dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(2).
- Sihombing, Y. A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan, trust, brand equity, hospital image dan komitmen terhadap loyalitas pasien umum. *Jurnal Ayurveda Medistra*, 3(2).
- Soegoto, A. S. (2018). Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Journal EMBA*, 1(3), 1271– 1283.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38-51.
- Sudjadi, S., Syaodih, E., & Andriani, R. (2023). Pengaruh Mutu Layanan Terhadap Kepercayaan Dimediasi Kepuasan Pasien di RS Telogorejo Semarang. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(6), 3685- 3695.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Taufiq, M., Samsualam, S., & Batara, A. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan kepercayaan Pasien Rawat Inap Di rumah Sakit Umum Daerah Andi Makkasau Parepare: The Effect of Service Quality on Satisfaction and Confidence of Inpatients at the Andi Makkasar Regional General Hospital Parepare. *Journal of Muslim Community Health*, 3(1), 83-92.
- Utama, A. P., & Murti, T. R. (2021). Kepuasan nasabah sebagai mediator pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. *IKRAITHEKONOMIKA*, 4(2), 79-86.
- Wahyuni, C., Siregar, Z. M. E., & Rambe, B. H. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Secara Online Di Kalangan Mahasiswa Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Universitas Labuhanbatu). *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, 1(11), 1669- 1676.
- Wardhana, A. Consumer Behavior In The Digital Era 4.0–Edisi Indonesia.
- Wibowo, A. H., Alwie, A. F., & Putro, T. S. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Rumah Kos Di Panam Pekanbaru Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pekanbaru. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(1), 2.
- Widodo, S. (2020). Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Citra dan Kepuasan (Studi Pada Klinik Pratama Polres Wonogiri). *Edunomika*, 4(1).
- Wijaya, H., Rohendi, A., & Mulyani, K. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pasien di Klinik S, Tangerang Selatan. *Innovative:*

- Journal Of Social Science Research, 4(1), 2446- 2457.
- Yuliamir, H., YS, R., Hadi, S., Rahayu, E., & Palupiningtyas, D. (2023). Peranan kepuasaan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan, customer experince, dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen hotel bintang 4 di Kota Semarang. *J. Manaj. Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 42- 53.
- Yunus, N. W., & Aribowo, A. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pasien Rawat Inap Kelas Vip Di Rumah Sakit Immanuel Bandung. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 18(1), 29-36.
- Yani, A., Sukrisno Mardiyanto, M., Bina, U., Informatika, S., Nusa, S., & Jakarta, M. (2019). Perencanaan Strategi Teknologi Informasi: Studi Kasus Pada Perguruan Tinggi Lepisi Tangerang. 12(1).
- Yulianti, I., Amegia Saputra, R., Sukrisno Mardiyanto, M., & Rahmawati, A. (2020). Optimasi Akurasi Algoritma C4.5 Berbasis Particle Swarm Optimization dengan Teknik Bagging pada Prediksi Penyakit Ginjal. *Kronis Optimization of C4.5 Algorithm Based On Particle Swarm Optimization with Bagging Technique on Prediction of Chronic Kidney Disease* (Vol. 19, Issue 4). <https://archive.ics.uci.edu/m>
- Zaid, S., Palilati, Madjid, A., Juharsah, R., Suleman, & Rommy, N. (2021). Moderating and Mediating Role of Trust on Relationship between Servqual and Satisfaction in Delivery Service. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 4(6), 837–843. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4- i6-20>