



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MELALUI  
KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS PASIEN  
DENGAN PENGARUH JENIS KELAMIN DAN PENDAPATAN  
PASIEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI: STUDI PADA  
LABORATORIUM KLINIK PROSENDA KABUPATEN  
BANYUWANGI**

*THE EFFECT OF SERVICE QUALITY THROUGH PATIENT  
SATISFACTION ON PATIENT LOYALTY WITH MODERATION EFFECT  
OF GENDER AND INCOME: STUDY ON LABORATORIUM CLINIC  
PROSENDA BANYUWANGI*

**SKRIPSI**

Oleh :

**Dodiek Dwi Cahyono**  
**NIM. 110810201219**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2019**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MELALUI  
KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS PASIEN  
DENGAN PENGARUH JENIS KELAMIN DAN PENDAPATAN  
PASIEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI: STUDI PADA  
LABORATORIUM KLINIK PROSENDA KABUPATEN  
BANYUWANGI**

*THE EFFECT OF SERVICE QUALITY THROUGH PATIENT SATISFACTION ON  
PATIENT LOYALTY WITH MODERATION EFFECT OF GENDER AND INCOME:  
STUDY ON LABORATORIES CLINIC PROSENDA BANYUWANGI*

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember

Oleh :

**Dodiek Dwi Cahyono**  
NIM. 110810201219

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2019**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Dodiek Dwi Cahyono  
NIM : 110810201219  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien: Studi Pada Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, .....

Yang menyatakan,

Dodiek Dwi Cahyono

NIM: 110810201219

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MELALUI  
KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS  
PASIEN DENGAN PENGARUH JENIS KELAMIN DAN  
PENDAPATAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL  
MODERASI: STUDI PADA LABORATORIUM KLINIK  
PROSENDA KABUPATEN BANYUWANGI

Nama Mahasiswa : Dodiek Dwi Cahyono  
NIM : 110810201219  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Disetujui Tanggal : ....

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D.

N. Arie Subagio, S.E, M.Si.

NIP. 19660408 199103 1 001

NIP. 19731109 200003 1 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi

S1 Manajemen

Dr. Ika Barokah Suryaningsih, SE., MM

NIP. 19780525 2003 12 2 002

**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MELALUI KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS PASIEN DENGAN PENGARUH JENIS KELAMIN DAN PENDAPATAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI: STUDI PADA LABORATORIUM KLINIK PROSENDA KABUPATEN BANYUWANGI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama Mahasiswa : Dodiek Dwi Cahyono**

**NIM : 110810201219**

**Jurusan : Manajemen**

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

.....

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

**Ketua : Dr. Ika Barokah Suryaningsih, SE., MM : ( )**  
**NIP. 19780525 2003 12 2 002**

**Sekretaris : Dr. Nurhayati, M.M. : ( )**  
**NIP. 19610607 198702 2 001**

**Anggota : Dr. Sumani, S.E, M.Si. : ( )**  
**NIP. 19690114 200501 1 002**

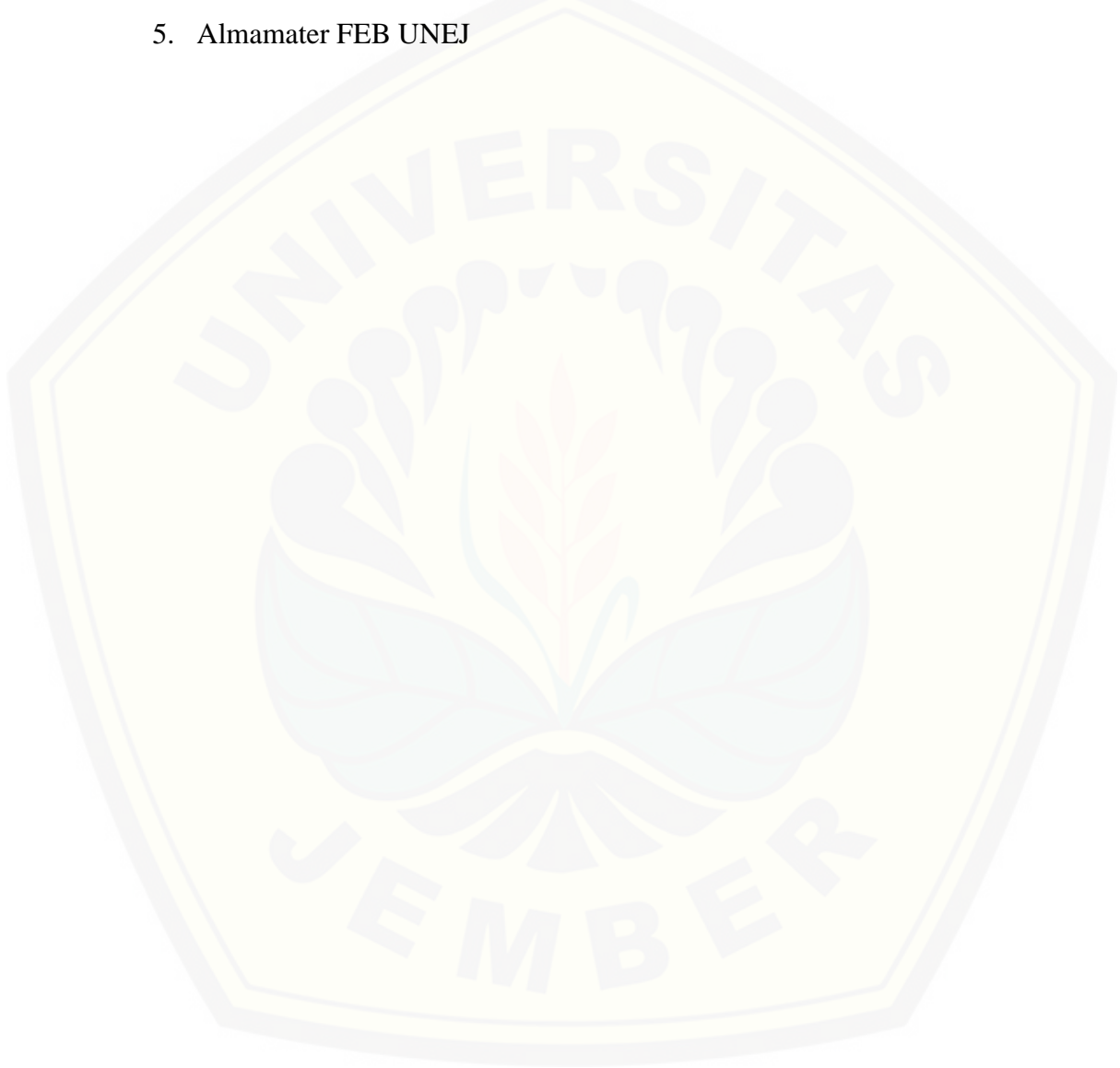


Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Jember

Dr. Muhammad Miqdad, S.E, M.M, Ak,CA.  
NIP. 19710727 1995 12 1 001

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Alm. Ayahanda Darmo dan Ibunda Sunar Juniawati
2. Saudari tersayang Eka Sulistyowati
3. Guru dan anggota Yayasan Puri Asih Mustika Jawa
4. Guru dan teman seperjuangan dari SD sampai sekarang
5. Almamater FEB UNEJ



Moto:

Hasil tidak akan lupa pada perjuangan

*Never Give Up*

Nanti juga *loe* paham gaya *gue*



## RINGKASAN

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien dengan Pengaruh Jenis Kelamin dan Pendapatan Pasien Sebagai Variabel Moderasi: Studi Pada Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi;** Dodiek Dwi Cahyono; 110810201219; 2019; 63 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Laboratorium Klinik adalah salah satu dari pelayanan kesehatan yang berfokus pada penegakan diagnosa dan *screening* penyakit. Pola pengelolaan Laboratorium Klinik memandang aspek kualitas pelayanan sebagai hal primer yang harus dipenuhi hingga menentukan tingkat kepuasan pasien yang mendorong loyalitas pasien. Pengukuran keberhasilan suatu perusahaan jasa pelayanan kesehatan, lebih banyak ditentukan oleh penilaian dan persepsi pasien tentang kualitas pelayanan yang diberikan. Pada hubungan kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas terdapat variabel moderasi yang memengaruhi ketiga hubungan tersebut. Laboratorium Klinik Prosenda di Kabupaten Banyuwangi adalah salah satu pelayanan kesehatan di Kabupaten Banyuwangi yang memiliki pasien rata-rata 24.390 selama periode 2012-November 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dan kepuasan pasien dan jenis kelamin serta pendapatan keluarga pasien sebagai variabel moderasi terhadap loyalitas Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *confirmatory* dengan jumlah sampel sebesar 130 pasien. *Moderated Mediation Analysis* digunakan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien pada tingkat pendapatan keluarga dan jenis kelamin pasien.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas yang dimana dimensi bukti fisik dan daya tanggap memiliki korelasi tertinggi. Pada hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, hasil penelitian dengan menggunakan analisis *moderated mediation* menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien dengan daya tanggap dan jaminan menjadi faktor penting. Jenis kelamin memoderatori pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, dengan perempuan memiliki pengaruh yang lebih besar daripada laki-laki. Pada hubungan kepuasan pasien terhadap loyalitas, jenis kelamin tidak memiliki pengaruh. Pendapatan memoderatori pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi.



## SUMMARY

**The Effect of Service Quality Through Patient Satisfaction on Patient Loyalty with Moderation Effect of Gender and Income: Study on Laboratories Clinic Prosenda Banyuwangi;** Dodiek Dwi Cahyono; 110810201219; 2019; 63 pages; Department of Management Faculty of Economics and Businesses Jember University

The Clinical Laboratory is one of the health services that focuses on diagnosis and screening of diseases. The clinical laboratory management pattern considers the service quality aspect as a primary matter to be met to determine the level of patient satisfaction that encourages patient loyalty. Measuring the success of a healthcare service company, more determined by the assessment and perception of patients about the quality of services provided. In the relationship of service quality, satisfaction and loyalty there are moderate variables that affect the three relationships. The Prosenda Clinical Laboratory in Banyuwangi Regency is one of the health services in Banyuwangi Regency which has an average patient 24,390 during the period of 2012-November 2016. This research aims to know quantity of influence of service quality to patient satisfaction, influence of service quality to loyalty and patient satisfaction and gender and family income of patient as moderator variable to loyalty of Prosenda Clinic Laboratory of Banyuwangi Regency.

This research uses confirmatory approach with total sample of 130 patients. Moderated Mediation Analysis is used to find out the correlation between service quality to patient loyalty through patient satisfaction at family income level and gender of patient.

The results of this study indicate that the quality of service affects the loyalty in which the dimensions of physical evidence and ladder power has the highest correlation. On the relationship of service quality to patient satisfaction, the result of research by using moderated mediation analysis showed that service quality influence to patient satisfaction with the responsiveness and guarantee become important factor. Sex influences the effect of service quality on patient satisfaction, with women having greater influence than men. In the relationship of patient satisfaction with loyalty, sex has no effect. Revenues moderate the effect of patient satisfaction on patient loyalty at the Prosenda Clinic Laboratory of Banyuwangi District.

## PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien dengan Pengaruh Jenis Kelamin dan Pendapatan Pasien Sebagai Variabel Moderasi: Studi Pada Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi” . Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan ALLAH SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh Karena itu penulish ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

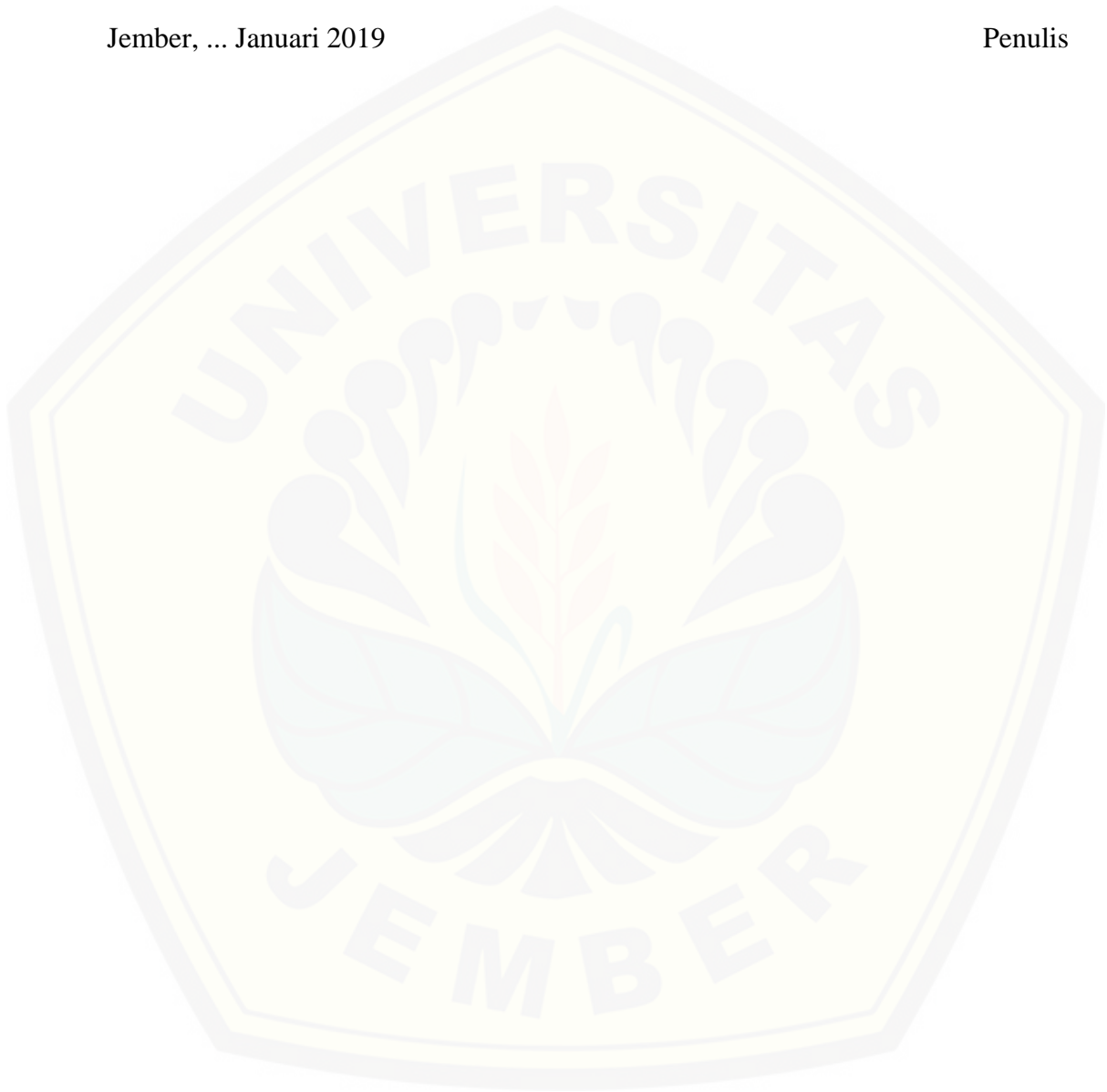
- a. Dr. Handriyono, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- b. Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan dorongan, semangat, bimbingan, pengarahan, saran serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
- c. N. Arie Subagio, S.E, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan dorongan semangat, pengarahan serta saran sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- d. Seluruh Dosen dan Karyawan Porgram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Jember.
- e. Keluarga yang telah memberikan motivasi dan kasih sayangnya serta tetap sabar terhadap saya.
- f. Teman-teman Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unniversitas Jember khususnya angkatan 2011.
- g. Jajaran karyawan Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi disampaikan terima kasih dukunganya.
- h. Seluruh pihak yang memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, disampaikan terima kasih.

Semoga ALLAH SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah mambantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat

terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnayan penulisan Skripsi ini, oleh karen itu segala sara dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, ... Januari 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....</b>	<b>6</b>
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Kepuasan Pelanggan.....</b>	<b>11</b>
<b>2.3 Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>13</b>
<b>2.4 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>14</b>
<b>2.5 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>17</b>
<b>2.6 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>18</b>
2.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien .....	18
2.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien .....	18
2.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien	

Dimoderasi Oleh Jenis Kelamin .....	19
2.6.4 Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien.....	19
2.6.5 Pengaruh Kepuasan Paasien terhadap Loyalitas Pasien	
Dimoderasi Oleh Jenis Kelamin .....	19
2.6.6 Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien	
Dimoderasi Oleh Pendapatan .....	20
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>21</b>
<b>3.2 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>21</b>
3.2.1 Populasi .....	21
3.2.2 Sampel .....	21
<b>3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>22</b>
3.3.1 Jenis Data.....	22
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	22
<b>3.4 Identifikasi Variabel Penelitian .....</b>	<b>23</b>
<b>3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran</b>	
<b>Variabel.....</b>	<b>24</b>
3.5.1 Definisi Variabel Penelitian .....	24
3.5.2 Skala Pengukuran Variabel .....	26
<b>3.6 Uji Instrumen .....</b>	<b>27</b>
3.6.1 Uji Validitas .....	27
3.6.2 Uji Reabilitas.....	27
<b>3.7 Metode Analisi Data.....</b>	<b>29</b>
3.7.1 Analisi Deskriptif .....	29
3.7.2 <i>Moderated Mediation Analysis</i> .....	30
3.7.3 Pengujian Hipotesis.....	33
3.7.4 Uji Asumsi Klasik .....	35
<b>3.8 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>37</b>
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>39</b>

4.1.1 Profil Laboratorium Klinik Prosenda.....	39
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	40
<b>4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....</b>	<b>42</b>
4.2.1 Deskriptif Frekuensi.....	42
4.2.2 Validitas dan Reabilitas .....	44
<b>4.3 Hasil Analisis Data .....</b>	<b>45</b>
4.3.1 Korelasi Antar Variabel .....	45
4.3.2 Pengujian Hipotesis.....	46
4.3.3 Asumsi Klasik .....	49
<b>4.4 Pembahasan Atas Hasil Penelitian .....</b>	<b>54</b>
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien.....	54
4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien .....	55
4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Dimoderasi oleh Jenis Kelamin .....	57
4.4.4 Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien .....	58
4.4.5 Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien dimoderasi Oleh Jenis Kelamin .....	59
4.4.6 Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien dimoderasi Oleh Pendapatan.....	59
<b>4.5 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>61</b>
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>62</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>62</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>62</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>

**DAFTAR TABEL**

	<b>Halaman</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
3.1 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reabilitas Instrumen.....	28
3.2 Jenis Moderasi.....	32
3.3 Tingkat Keeratan Kooefisien Korelasi.....	33
4.1 Jumlah dan Prosentase Responden Penelitian.....	41
4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	43
4.3 Uji Validitas Data.....	44
4.4 Uji Reabilitas.....	45
4.5 Mean, Standard Deviasi dan Korelasi Variabel Penelitian .....	46
4.6 Hasil Analisis Model 1 .....	47
4.7 Hasil Analisis Model 2.....	48
4.8 Pengaruh Langsung dari X terhadap Y .....	49
4.9 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Model 1 .....	50
4.10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Model 2 .....	51
4.11 Uji Multikolinieritas Model 1 .....	52
4.12 Uji Multikolinieritas Model 2 .....	52
4.13 Uji Model Heteroskedasitias Model 1.....	53
4.14 Hasil Regresi Uji Glejser Model 1 .....	53
4.15 Uji Model Heteroskedasitias Model 2 .....	54
4.16 Hasil regresi Uji Glejser Model 2 .....	54

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
1.1 Jumlah Perkembangan Pasien Laboratorium Klinik Prodsenda Kabupaten Banyuwangi .....	4
2.1 Kerangka Konseptual .....	17
3.1 Model 65 <i>Moderated Mediation</i> .....	30
3.2 Kondisional Pengaruh Tidak Langsung dari X terhadap Y Melalui M.....	31
3.3 Kerangka Pemecahan Masalah .....	37
4.1 Hasil Analisi <i>Moderated Mediation</i> .....	49
4.2 P-P Plot <i>Normal Dstribution</i> Model 1 .....	50
4.3 P-P Plot <i>Normal Distribution</i> Model 2 .....	51



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian .....	69
Lampiran 2: Tabulasi Data.....	72
Lampiran 3: Distribusi Frekuensi .....	86
Lampiran 4: Uji Validitas dan Reabilitas.....	92
Lampiran 5: Hasil Analisis <i>Moderated Mediation</i> .....	97
Lampiran 6: Uji Asumsi Klasik .....	100



## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pemerintah Indonesia dalam hal ini Kementerian Kesehatan telah memberikan perhatian khusus pada perkembangan Laboratorium Klinik di Indonesia. Dilihat dari perkembangan jumlah Laboratorium Klinik yang terus meningkat, maka diperlukan perhatian khusus dalam tata kelola Laboratorium Klinik yang memiliki standar dan mutu agar hasil pemeriksaan dapat akurat. Kementerian Kesehatan dalam kurun waktu 3 tahun telah mengeluarkan peraturan terkait penyelenggaraan laboratorium Klinik di Indonesia, yaitu Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 411/MENKES/PER/III/2010 tentang Laboratorium Klinik. Pada tahun 2013 Kementerian Kesehatan mengeluarkan peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 43 tahun 2013 yang memperbaharui peraturan Nomor 411 tahun 2010 dan Nomor 28 tahun 2011 tentang penyelenggaraan laboratorium klinik. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 43 tersebut bertujuan untuk mengatur cara penyelenggaraan laboratorium klinik yang baik sehingga dapat memberikan pelayanan dan hasil yang bermutu serta dapat dipertanggungjawabkan. Adanya peraturan ini maka laboratorium klinik sebagai pelayanan kesehatan harus memperhatikan kualitas pelayanan.

Laboratorium Klinik dituntut bukan hanya pada kualitas teknik atau analitik dan keakuratan hasil, namun saat ini lebih luas lagi dituntut pada kinerja administrasi, hasil akurat, sesuai dengan etika profesi, keselamatan pasien dan petugas laboratorium, memiliki standarisasi dan bermutu. Kerangka ini memberikan dasar pada pengelolaan Laboratorium Klinik baik mandiri maupun bagian dari rumah sakit untuk dapat mengembangkan kualitas pelayanan untuk mendorong loyalitas pasien. Gunawan dan Djati (2011) menjelaskan bahwa loyalitas pasien terbentuk secara simultan berdasarkan kualitas layanan pada dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *empathy*.

Pola pengelolaan Laboratorium Klinik memandang aspek kualitas pelayanan sebagai hal primer yang harus dipenuhi. Kualitas layanan akan sangat menentukan persepsi pasien tentang kualitas layanan hingga sesuai dengan harapan pasien. Kepuasan pasien dan hubungannya dengan kualitas pelayanan kesehatan mendorong loyalitas pasien terhadap pelayanan kesehatan. Secara teoritis hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan loyalitas dapat dilihat saling memengaruhi satu sama lain. Oliver (1980) menunjukkan bahwa konstruk kepuasan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas secara langsung (Zaithaml *et. al.*, 1996). Caruna (2002) kualitas pelayanan juga mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung.

Menurut Parasuraman, penilaian pasien terhadap kualitas ditentukan oleh dua hal, yaitu harapan konsumen terhadap kualitas atau *expected quality* dan persepsi konsumen atas kualitas atau *perceived quality* (Tjiptono, 1999). Pendekatan penilaian kualitas pelayanan digunakan metode SERVQUAL atau *Service Quality* (Parasuraman, *et al.*, 1988). Metode SERVQUAL memiliki lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pasien yaitu: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Tjiptono (2002) menjelaskan bahwa metode ini dirancang khusus pada pengukuran kualitas pelayanan sebagai fungsi kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi pengguna dan pada prinsipnya definisi kualitas pelayanan berprinsip pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pengguna.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka pengukuran keberhasilan suatu perusahaan jasa Pelayanan Kesehatan, lebih banyak ditentukan oleh penilaian dan persepsi pasien tentang kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh para karyawan akan membentuk hubungan kekeluargaan. Hal ini akan berdampak pada tingkat loyalitas pasien terhadap perusahaan.

Kepuasan pasien merupakan fungsi dari kualitas layanan, artinya adanya kualitas layanan diberikan untuk memaksimalkan kepuasan pasien. Kualitas layanan menjadi bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang

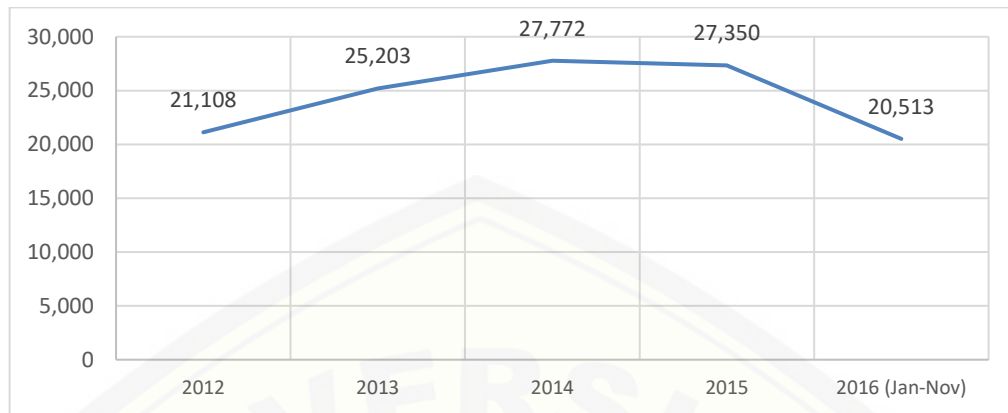
diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Secara sederhana kualitas layanan berakhir pada kepuasan pasien (*customer satisfaction*). Oleh karena itu, perlu adanya interaksi dengan pasien untuk mendapatkan suara pasien agar harapan pasien terhadap jasa yang ditawarkan dapat terpenuhi sehingga tercipta kepuasan pasien yang diharapkan.

Kepuasan pasien merupakan salah satu pendorong terjalinnya hubungan timbal balik guna pengembangan kualitas pelayanan. Schnaars mengatakan bahwa terdapat empat kemungkinan hubungan antara kepuasan dan loyalitas pasien yaitu: *failures, forced loyalty, defectors, dan successes* (Tjiptono, 2000).

Kabupaten Banyuwangi sebagai Kabupaten terluas di Jawa Timur memiliki 7 Laboratorium Klinik yang tersebar di Kecamatan Genteng, Kecamatan Cluring, Kecamatan Banyuwangi dan Kecamatan Glenmore. Kecamatan Genteng sendiri memiliki 4 Laboratorium Klinik yaitu, Laboratorium Klinik Prosenda, Laboratorium Klinik SA, Bio-Check Laboratorium Klinik, dan Laboratorium Klinik Mutiara. Sedangkan di masing-masing kecamatan selain Kecamatan Genteng memiliki satu Laboratorium Klinik yaitu Laboratorium Klinik Witana Usada di Kecamatan Cluring, Laboratorium 8 di Kecamatan Banyuwangi, dan Laboratorium Klinik Pradepta di Kecamatan Glenmore.

Laboratorium Klinik Prosenda adalah salah satu dari Laboratorium Klinik mandiri di Kabupaten Banyuwangi tepatnya di Kecamatan Genteng, relatif baru berdiri, berdiri sejak 22 Desember tahun 2007. Laboratorium Klinik Prosenda ini

Laboratorium Klinik Prosenda Banyuwangi menangani jenis pemeriksaan medis diantaranya Hematologi, Urinisasi, Tes Kehamilan, Lemak Darah, Profil Gula Darah, Faal Ginjal, Fungsi Hati, Imuno Serologi dan lain sebagainya. Laboratorium Klinik Prosenda memiliki visi untuk: “Menjadi Laboratorium Klinik rujukan utama dan terakurat dan terpercaya dalam menegakkan diagnosa pemeriksaan kesehatan medis Terbaik dengan Pelayanan dan Kualitas Hasil Pemeriksaan Yang Prima”. Beberapa paket pelayanan kesehatan yang disediakan oleh Laboratorium Klinik Prosenda Banyuwangi adalah paket 3 item yang telah dikembangkan menjadi paket 6 item diantaranya pemeriksaan urin lengkap, *trigliserin, karatin, SGOT (Serum Glutamic Oxaloacetic Transaminase)*.



Gambar 1.1 Jumlah Perkembangan Pasien Laboratorium Klinik Prosenda Kab. Banyuwangi

Sumber: Dokumen Laboratorium Klinik Prosenda, 2016

Gambar 1.1 menunjukkan perkembangan jumlah pasien di Laboratorium Klinik Prosenda di Kabupaten Banyuwangi. Jumlah pasien mengalami tren positif pada periode 2012-2014, sedangkan sejak 2014-2016 (Jan-November) mengalami penurunan jumlah pasien. Penurunan secara drastis terjadi pada periode tahun 2015-2016 (Jan-Nov).

Keberhasilan pelayanan jasa khususnya pelayanan kesehatan sangat bergantung pada kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas. Pelayanan kesehatan khususnya Laboratorium Klinik sangat bergantung pada dua hal yaitu akurasi diagnosa dan *screening* penyakit. Kualitas layanan menjadi sangat penting sebagaimana dalam hubungannya dengan pasien.

Beberapa penelitian yang berusaha untuk menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan objek pelayanan kesehatan. Zahra dan Matulesy (2012) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas konsumen memiliki pengaruh secara simultan dan parsial dengan kontribusi variabel kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Temuan ini diperkuat oleh Santoso dan Oetomo (2013) yang menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pasien. (Tjiptono, 2000 dan Tjiptono, 1999).

Homburg dan Giering (2001) menunjukkan bahwa dalam hubungan kepuasan dan loyalitas terdapat karakteristik personal sebagai variabel moderatornya. Artinya karakteristik personal dapat memperkuat hubungan antara kepuasan dan loyalitas. Homburg dan Giering (2001) menyebutkan bahwa banyak penelitian tentang hubungan kepuasan dan loyalitas tidak memperhatikan tentang variabel moderator. Walsh *et al* (2007) memperkuat pendapat Homburg dan Giering bahwa terdapat variabel moderator antara kepuasan dan loyalitas, yaitu karakter personal. Loyalitas adalah fungsi dari kepuasan. Tingkat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas dapat berbeda-beda berdasarkan pada karakteristik personal dan segmentasi (Homburg & Giering, 2001). Omar *et al.* (2015) menunjukkan bahwa jenis kelamin dapat menjadi variabel moderator dalam hubungan kepuasan dan loyalitas. pendapatan menjadi variabel moderator bagi hubungan kepuasan dan loyalitas. Homburg dan Giering (2001) dengan analisis Multiple-Group Causal Analysis dan Walsh *et al.* (2007) menuju pada konklusi bahwa pendapatan menjadi variabel moderator bagi hubungan kepuasan dan loyalitas.

Penelitian ini berusaha untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di Laboratorium Klinik Prosenda Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi. Selain itu, penelitian ini juga berusaha untuk mengetahui pengaruh dari jenis kelamin dan pendapat dapat menjadi moderator dalam hubungan kepuasan pasien dan loyalitas pasien.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat ditarik rumusan masalah sebagaimana berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi berpengaruh terhadap kepuasan pasien?
- b. Apakah kualitas pelayanan Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi berpengaruh terhadap loyalitas?
- c. Apakah jenis kelamin pasien Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien?

- d. Apakah kepuasan pasien Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi berpengaruh terhadap loyalitas?
- e. Apakah jenis kelamin pasien Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi memoderasi pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien?
- f. Apakah pendapatan pasien Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi memoderasi pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang masalah tujuan penelitian ini adalah:

- a. untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi terhadap kepuasan pasien;
- b. untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi terhadap loyalitas;
- c. untuk mengetahui pengaruh moderasi jenis kelamin pasien Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien;
- d. untuk mengetahui besarnya pengaruh kepuasan pasien Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi terhadap loyalitas pasien;
- e. untuk mengetahui pengaruh moderasi jenis kelamin pasien Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien; dan
- f. untuk mengetahui pengaruh moderasi pendapatan pasien Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat bermanfaat baik pada segi teoritis maupun praktis.

#### a. Manfaat teoritis

- 1) penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan dengan loyalitas pada Laboratorium Klinik dewasa ini;
- 2) penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

#### b. Manfaat praktis

- 1) Bagi pihak Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi, penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk memahami peran penting kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas
- 2) Bagi pasien Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi, penelitian ini dapat menjadi perhatian atas pentingnya peran kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas.
- 3) Bagi Laboratorium Klinik dapat menjadi perhatian atas pentingnya kualitas layanan, peran kepuasan pasien dan loyalitas sebagai upaya dalam pengembangan mutu pelayanan kesehatan.



## BAB 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Kualitas Layanan

Layanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau layanan lain. Kualitas layanan seperti yang dikatakan oleh Parasuraman *et al.* (Lupiyoadi, 2001: 148) dapat didefinisikan sebagai “Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima atau peroleh”. Menurut Rangkuti (2006) definisi kualitas layanan adalah penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Sementara menurut Tjiptono (2007), kualitas layanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas layanan dikelompokkan dalam 2 kategori, yaitu kualitas teknis dan kualitas fungsional. Kualitas teknis menyangkut pada apa yang benar-benar didapatkan pelanggan dari layanan yang diberikan. Kualitas fungsional berkaitan dengan proses layanan berlangsung. Menurut definisi ini, layanan hotel termasuk jam operasional, sistem pembayaran, pengembalian dan layanan pertukaran. Layanan mengacu pada semua sikap, kemampuan dan responsif dari tenaga karyawan. Pelanggan dipengaruhi oleh bagaimana dia mendapat layanan atau bagaimana dia mengalami proses produksi dan konsumsi yang simultan, yang merupakan dimensi lain dari kualitas, yang sangat terkait dengan hubungan pembeli dan penjual.

Dari beberapa definisi mengenai kualitas layanan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah pemberian jasa kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pemasaran jasa, kualitas layanan adalah jasa yang diberikan kepada pelanggan yang berupa bauran produk, jam operasional, sistem pembayaran, respon dari karyawan terhadap pelanggan, dan sebagainya.

Layanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Dimana hal ini fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inisial produk. Adapun inti produk yang dimaksud merupakan jasa tertentu. Oleh karena itu pentingnya mengetahui secara teoritis tentang batasan, pengertian dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari pada layanan itu sendiri. Layanan pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan layanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi layanan. Kualitas layanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya layanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum.

Menurut Parasuraman *et al*, harapan pelanggan terhadap layanan dapat dilihat dari 5 dimensi kualitas layanan atau metode SERVQUAL (*Service Quality*), yaitu RATER (*Reliability, Assurance, Tangible, Emphaty, dan Responsiveness*). (Tjiptono, 2007: 70)

- a. *Reliability* (Kehandalan). Kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti kecepatan waktu layanan untuk pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi sesuai dengan harapan pelanggan, layanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- b. *Assurance* (Jaminan). Faktor-faktor yang mendukung pertumbuhan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, seperti pengetahuan, sikap sopan santun, dan kemampuan para karyawan perusahaan. *Assurance* terdiri dari

beberapa komponen, yaitu komunikasi, (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*Security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). *Assurance* bertujuan agar konsumen merasa adanya kepastian akan kenyamanan dari layanan yang diberikan.

- c. *Tangible* (Bukti langsung). Kemampuan suatu perusahaan dalam memperlihatkan kepada pihak eksternal akan eksistensi perusahaan. Sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari layanan yang akan diberikan kepada pelanggan seperti gedung, perlengkapan, peralatan, gudang, penampilan pegawai perusahaan dan lain-lain. Penampilan secara fisik yang menarik merupakan hal yang pertama dilihat oleh konsumen. Oleh karena itu, fasilitas fisik harus mampu memberikan kesan yang mampu menimbulkan minat bagi konsumen.
- d. *Empathy* (Empati). Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. *Empathy* ditunjukkan dengan kemudahan melakukan hubungan dan komunikasi yang baik.
- e. *Responsiveness* (Daya Tanggap). Keinginan yang tulus untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membuat pelanggan menunggu terlalu lama, merasa tidak dilayani dengan cepat, mengabaikan permintaan pelanggan akan membuat pelanggan memberikan penilaian yang buruk mengenai kualitas layanan. *Responsiveness* ditunjukkan dengan kemauan dan kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.

## 2.2 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2000:42), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) suatu produk yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Umumnya harapan pelanggan merupakan pemikiran atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang disampaikan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengonsumsi produk yang dibeli.

Merkouris, et al., (1999) menyebutkan bahwa mengukur kepuasan pasien dapat digunakan sebagai alat untuk: 1) evaluasi kualitas pelayanan kesehatan; 2) evaluasi terhadap konsultasi intervensi dan hubungan antara perilaku sehat dan sakit; 3) membuat keputusan administrasi; 4) evaluasi efek dari perubahan organisasi pelayanan; 5) administrasi staf; 6) fungsi pemasaran; 7) formasi etik profesional.

Kepuasan konsumen ini menjadi dasar menuju terwujudnya konsumen yang loyal atau setia (Julita 2001:68). Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Tjiptono dan Chandra 2005: 192). Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri 2003:28). Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya.

Beberapa pengertian kepuasan konsumen (customer satisfied) dapat dilihat pada bagian berikut. Tjiptono (2004:349) mengutip beberapa definisi kepuasan konsumen, Howard & Sheth mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Swan, et al. mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/pemakaiannya.

Oliver mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi terhadap surprise yang inheren atau melekat pada perolehan produk dan/atau pengalaman konsumsi.

Bruse menjelaskan bahwa ukuran dimensi kepuasan pasien (konsumen) memiliki 2 kriteria (Alfian 2006).

1. Kepuasan yang mengacu pada penerapan kode etik serta standard pelayanan profesi. Lima unsur dasar kepuasan yaitu kepuasan terhadap metode, informasi yang disampaikan kepada pasien, kemampuan teknis para penyelenggara pelayanan dan mekanisme pelayanan tindak lanjut.
2. Kepuasan yang mengacu pada penerapan semua persyaratan pelayanan yang baik. Pelayanan kesehatan yang wajar, berkesinambungan, dapat diterima, bermutu serta efisien.

Menurut Leger, tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan kesehatan dipengaruhi oleh (Alfian, 2006):

1. Pendekatan dan perhatian pemberi pelayanan kesehatan yaitu dokter, paramedis, petugas administrasi dan lain-lain;
2. Kualitas informasi yang diterima dalam hubungan antara harapan dan apa yang menjadi kenyataan yang mencakup penjabaran janji informasi yang tepat;
3. Prosedur yang pasti;
4. Lama waktu tunggu;
5. Fasilitas penunjang.

Peyrot *et al.*, menyatakan bahwa kepuasan penderita dipengaruhi oleh tiga hal yaitu: (Alfian, 2006)

1. Perilaku staf yaitu keramahan, kesopanan, suka menolong, memberi penerangan dan penjelasan;
2. Suasana yaitu suasana yang nyaman, menyenangkan, penampilan fisik tempat pelayanan;
3. Informasi yang mencakup informasi medis dan logistik.

Engel (1992:65), menyatakan bahwa kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor dari luar pemberi pelayanan saja akan tetapi juga dipengaruhi oleh faktor dari luar maupun dari dalam diri pasien itu sendiri. Dari dalam mencakup sumber daya, pendidikan, pengetahuan, sikap dan gaya hidup serta demografi. Sedangkan dari luar mencakup budaya, sosial ekonomi, keluarga, dan situasi yang dihadapi.

### 2.3 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas adalah respon perilaku/pembelian yang bersifat bias dan terungkap secara terusmenerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternatif dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis. Namun perlu ditekankan bahwa hal tersebut berbeda dengan perilaku beli ulang, loyalitas pelanggan menyertakan aspek perasaan didalamnya (Dharmmesta,1999).

Orientasi perusahaan masa depan mengalami pergeseran dari pendekatan konvensional ke arah pendekatan kontemporer (Bhote,1996). Pendekatan konvensional menekankan kepuasan pelanggan sedangkan pendekatan kontemporer berfokus pada loyalitas pelanggan, retensi pelanggan, *zero defections*, dan *lifelong customer*.

Menurut Griffin (1996), pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Menurut Griffin (1996) karakteristik pelanggan yang loyal antara lain:

- a. Melakukan pembelian secara teratur
- b. Membeli diluar lini produk atau jasa
- c. Menolak produk atau jasa dari perusahaan lain
- d. Kebal terhadap daya tarik pesaing
- e. Menarik pelanggan baru untuk perusahaan
- f. Kelemahan atau kekurangan akan diberitahukan kepada perusahaan

## 2.4 Penelitian Terdahulu

Kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor kunci bagi perkembangan industri, khususnya industri jasa. Beberapa penelitian sebelumnya menjelaskan tentang hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas. Loyalitas dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan dimediasi (*mediated*) oleh kepuasan, sebagaimana hasil penelitian Karatepe (2011) dan Meesala dan Paul (2016).

Kualitas pelayanan pada tingkat atau jenis industri tertentu memiliki perbedaan pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas. Pada industri kesehatan, dimensi SERVQUAL tidak semua berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Meesala dan Paul (2016) pada industri kesehatan hanya dimensi reliabilitas dan respon yang berdampak pada kepuasan pasien. Hal ini berbeda pada penelitian Omar *et. al.* (2015) pada industri barang – dalam hal ini adalah kuliner – dimensi *tangibles*, *assurance* dan *empathy* yang berpengaruh terhadap kepuasan, begitu juga pada industri jasa perbangkan dimensi SERVQUAL tidak semua berpengaruh pada kepuasan.

Karatepe (2011) dan Omar *et. al.* (2015), menyatakan bahwa dalam hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan terdapat variabel moderator yang memengaruhi hubungan keduanya. Penelitian Omar *et. al.* (2015) menempatkan status menikah, usia, dan jenis kelamin sebagai variabel moderator dalam hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan, berdasarkan Analisis Jalur menunjukkan bahwa hanya jenis kelamin yang mampu menjadi memoderasi kualitas pelayanan dan kepuasan. Hasil dari penelitian Omar *et al.* (2015) sama dengan penelitian sebelumnya dari Karatepe (2011), yang menunjukkan bahwa jenis kelamin mampu menjadi moderator, pada dimensi empati dan reliabilitas terhadap kepuasan. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa jenis kelamin memiliki besaran pengaruh terhadap kepuasan pada tingkat kualitas pelayanan tertentu.

Pada tingkat tertentu kepuasan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Omar *et al.* (2015) dan Karatepe (2011), serta beberapa penelitian sebelumnya. Sebagaimana ditunjukkan bahwa dalam hubungan industri jasa, kepuasan ditempatkan sebagai

mediator atau perantara atau intervening dalam hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas (Meesala & Paul, 2016; Karatepe, 2011). Beberapa penelitian menyarankan dalam hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas, kepuasan pasien menjadi variabel mediator atau intervening.

Pada hubungan kepuasan dan loyalitas, Homburg dan Giering (2001) menjelaskan bahwa beberapa penelitian terkait dengan hubungan kepuasan dan loyalitas telah meninggalkan isu tentang variabel moderator. Homburg dan Giering (2001) menunjukkan bahwa terdapat peran penting dari adanya variabel moderator dalam hubungan antara kepuasan dan loyalitas. Homburg dan Giering (2001) menemukan bahwa kekuatan hubungan antara kepuasan dan loyalitas dipengaruhi oleh karakteristik personal – khususnya Jenis Kelamin dan Pendapatan – sebagai variabel yang menjadi moderator. Kemudian penelitian ini dikembangkan kembali oleh Walsh *et al.* (2007) dalam penelitiannya tentang hubungan kepuasan-loyalitas (*satisfaction-Loyalty Link*) menjelaskan bahwa tidak semua pada karakteristik personal dapat menjadi variabel moderator, dari hasil penelitiannya bahwa dalam karakteristik personal yang dapat menjadi variabel moderator hanyalah pendapatan.

Beberapa penelitian diatas, menunjukkan bahwa dalam hubungan kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas terdapat peran yang menjadi moderator. Pada kondisi tertentu hubungan ketiga variabel tersebut pada kondisi tertentu variabel moderator dapat menentukan besar tidaknya/kuat tidaknya hubungan ketiga variabel tersebut. Maka dalam penelitian ini, kualitas pelayanan berperan sebagai variabel bebas, kepuasan pasien sebagai variabel mediating dan loyalitas sebagai variabel terikat. Berdasarkan Omar *et al.* (2015) dan Karatepe (2011) menunjukkan bahwa jenis kelamin dapat menjadi variabel yang memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pasien. Berdasarkan penelitian Homburg dan Giering (2001) pada hubungan kepuasan dan loyalitas karakteristik personal yaitu jenis kelamin dan pendapatan variabel moderator. Walsh *et al.* (2007) memperkuat pendapatn Homburg dan Giering (2001) bahwa pendapatan menjadi variabel moderator bagi hubungan kepuasan dan loyalitas.



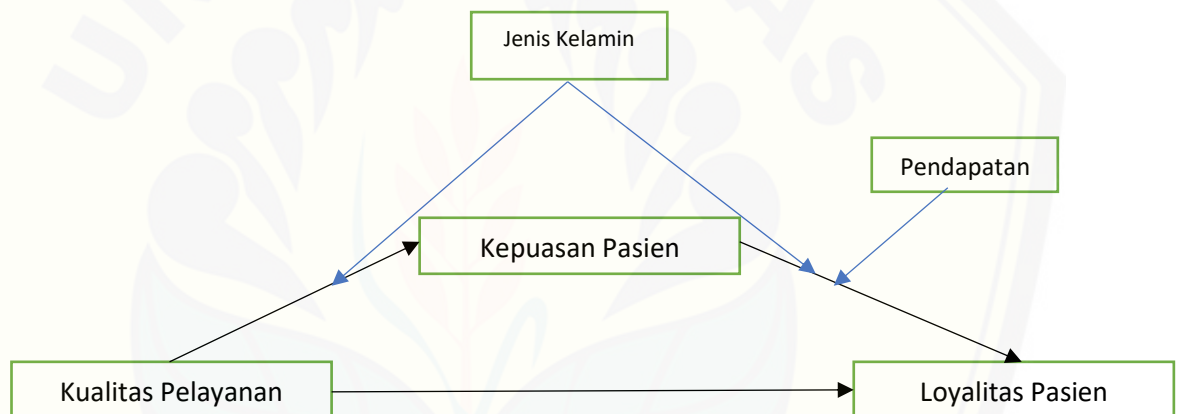
Tabel 4.1 Penelitian Terdahulu

Nama (Tahun)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>Obyek Penelitian</b>	Appalaya Meesala dan Justin Paul (2016)	Muhamad S. Omar, Hashim F. Ariffin, & Rozila Ahmad (2015)	Christian Homburg dan Annette Giering (2001)	Gianfranco Walsh, Heiner Evanchitzky, & Maren Wunderlich (2007)	Osman M. Karatepe (2011)
<b>Variabel yang Diteliti</b>	40 Rumah Sakit di area Hyderabad Metropolitan	Restoran Arab di Shah Alam, Selangor, Malaysia	Perusahaan Manufaktur Mobil di Jerman	Ritel DIY, Jerman	Perbankan di Cyprus Utara
<b>Metode Sampling Jumlah Sampel Metode Analisis</b>	Random Sampling 180 responden Path Analysis Reabilitas dan responsiveness (tidak termasuk empathy, tangibility, dan assurance) berdampak pada kepuasan pasien. Kepuasan pasien secara langsung berhubungan dengan loyalitas pasien rumah sakit. Status menikah dan usia tidak memiliki pengaruh terhadap besaran regresi. Berbeda dengan jenis kelamin yang memiliki besaran pengaruh.	Covenience sampling 411 responden Hierarchical Regression Analysis	Random sampling 943 responden Multiple-Group Causal Analysis	Random Sampling 779 responden SEM	Random Sampling 855 responden Hierarchical Regression Analysis
<b>Hasil</b>		Atribut-atribut tangibles, assurance, dan empathy memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan, sedangkan reliability dan responsiveness tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Jenis kelamin memiliki pengaruh yang signifikan sebagai variabel moderator pada hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen	Hasil temuan empiris dalam hubungan kepuasan-loyalitas berdasarkan Multiple-Group Causal Analysis menunjukkan bahwa kekuatan hubungan antara kepuasan dan loyalitas dengan kuat dipengaruhi oleh karakteristik personal (Khususnya Gender dan Income).	Hasil temuan empiris, menyarankan bahwa tidak semua variabel moderator memberikan pengaruh pada hubungan kepuasan-loyalitas. Khususnya, critical incident dan pendapatan adalah moderator yang penting dalam hubungan kepuasan-loyalitas	Kepuasan konsumen memediasi pengaruh lingkungan pelayanan, kualitas interaksi, empati, dan reliabilitas terhadap loyalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jenis kelamin menjadi moderator dari pengaruh empati dan reliabilitas terhadap kepuasan konsumen.

Sumber: Diambil dari berbagai sumber

## 2.5 Kerangka Konseptual

Homburg dan Giering (2007) menunjukkan bahwa beberapa penelitian terkait kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas sering mengabaikan peran variabel moderator. Meesala dan Paul (2016) menunjukkan bahwa dalam hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan, jenis kelamin memberikan pengaruh pada tingkat tertentu. Seperti kedua penelitian diatas, bahwa adanya variabel yang memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat adanya variabel moderator perlu diperhatikan.



Gambar. 2.1 Kerangka Konseptual

Jenis kelamin dapat menjadi salah satu moderator bagi hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan sebagaimana dijelaskan oleh Meesala dan Paul (2016) serta Karatepe (2011). Homburg dan Giering (2001), Walsh *et al.* (2007) dan Omar *et al.* (2015) menunjukkan bahwa jenis kelamin dan pendapatan perlu dipertimbangkan sebagai variabel moderator.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien, jenis kelamin dan pendapatan menjadi variabel moderator dalam hubungan ketiga variabel tersebut. Moderated Mediation dapat terjadi pada model yang sama. Model

ini biasa juga disebut sebagai *conditional indirect effect* (pengaruh tidak langsung pada kondisi tertentu), terjadi pada saat pengangan atas pengaruh suatu variabel bebas A terhadap suatu hasil variabel C melalui mediator variabel B berbeda tergantung pada tingkat pengaruh dari variabel D (Preacher, Rucker & Hayes, 2007).

## 2.6 Pengembangan Hipotesis Penelitian

### 2.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien

Meesala dan Paul (2016) telah mengembangkan penelitian terkait Dimensi *Service Quality* (SERVQUAL) terhadap kepuasan pasien, penelitian dilakukan pada 40 rumah sakit di Area Hyderabad Metropolitan dengan responden sebanyak 180 orang menunjukkan bahwa reabilitas dan responsibilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Berbeda dengan penelitian yang dikembangkan oleh Omar *et al.* (2015) yang menunjukkan bahwa dimensi *tangible, assurance, dan empathy* memiliki pengaruh terhadap kepuasan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dimensi SERVQUAL memiliki pengaruh pada kepuasan.

H<sub>1</sub> : Dimensi-dimensi kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pasien

### 2.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian Parasuraman *et al.* (1994), Caurana (2002), Rifai (2005) dan Gunawan dan Djati (2011) menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas. Gunawan dan Djati (2011) menjelaskan bahwa loyalitas pasien terbentuk secara simultan berdasarkan kualitas layanan pada dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Maka hipotesis pertama pada penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas pasien

### 2.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Dimoderasi oleh Jenis Kelamin

Karatepe (2011) menunjukkan bahwa jenis kelamin memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, dengan menggunakan 855 responden pada industri perbankan. Meesala dan Paul (2016) menunjukkan hasil yang sama, bahwa jenis kelamin dapat memoderasi hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.

H<sub>3</sub> : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien yang dimoderasi oleh jenis kelamin.

### 2.6.4 Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien

Hubungan kepuasan pasien dengan loyalitas (*Satisfaction-Loyalty Link*) telah banyak diteliti. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas, diantaranya Walsh *et al.* (2007); Homburg dan Giering (2001); dan Meesala dan Paul (2016) serta beberapa penelitian lainnya. Walsh *et al.* (2007) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas secara parsial berdasarkan metode Structural Equation Model (SEM), begitujuga dengan Homburg dan Giering (2001) menunjukkan hasil yang sama berdasarkan metode Multiple-Group Causal Analysis.

H<sub>4</sub> : Kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien

### 2.6.5 Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien dimoderasi Oleh Jenis Kelamin

Homburg dan Giering (2001) menunjukkan bahwa beberapa penelitian terkait dengan hubungan kepuasan dan loyalitas sering mengabaikan pengaruh variabel moderator. Omar *et al.* (2015) menunjukkan bahwa jenis kelamin dapat menjadi variabel moderator dalam hubungan kepuasan dan loyalitas. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa jenis kelamin telah menjadi perhatian

beberapa penelitian pemasaran (Babin, Boles, 1998; Eagly *et al.* 1995; Iacobucci & Ostrom, 1993; dan Meyers-Levy & Sternthal, 1991).

H<sub>5</sub> : Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas dimoderasi oleh Jenis Kelamin

#### 2.6.6 Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien dimoderasi Oleh Pendapatan

Homburg dan Giering (2001) memberikan tekanan pada adanya variabel moderator pada hubungan kepuasan dan loyalitas, Walsh *et al.* (2007) memberikan tekanan yang sama. Dari kedua penelitian tersebut, menunjukan bahwa pendapatan menjadi variabel moderator bagi hubungan kepuasan dan loyalitas. Homburg dan Giering (2001) dengan analisis Multiple-Group Causal Analysis dan Walsh *et al.* (2007) dengan menggunakan SEM menuju pada konklusi bahwa pendapatan menjadi variabel moderator bagi hubungan kepuasan dan loyalitas.

H<sub>6</sub> : Pengaruh Kepuasan pasien terhadap Loyalitas Pasien yang dimoderasi oleh pendapatan.

## BAB 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Rancangan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka konseptual, maka penelitian ini menggunakan pendekatan *confirmatory*. Objek penelitian ini adalah Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi.

### 3.2 Populasi dan Sampel

#### 3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan kasus dalam suatu penelitian, maka dalam penelitian ini populasi adalah seluruh pelanggan Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi.

#### 3.2.2 Sampel

Jumlah populasi terlalu banyak maka ditetapkan jumlah sampel yang representatif untuk mewakili populasi yang ada. Besarnya sampel menggunakan pendekatan Slovin (Sugiyono, 2005) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne}$$

Dimana:

n : besar sampel

N : jumlah populasi

e : error, yang ditetapkan 5%

Berdasarkan pendekatan Slovin dengan populasi pada bulan Maret sebesar 2.557 pasien, maka:

$$n = \frac{2.557}{1 + (2.557)5\%} = 130,4 \approx 130 \text{ pasien}$$

Metode pengambilan sampel dengan menggunakan *probability sampling*, yaitu *random sampling*. Probabilitas sampling mengarahkan pada setiap responden memiliki kesempatan yang sama menjadi sampling dalam penelitian ini.

### 3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.3.1 Jenis Data

Sebagai bahan analisis dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis data yang dibedakan berdasarkan sumber pengumpulannya. Jenis data tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian. Data primer meliputi karakteristik responden dan data tanggapan responden terhadap variabel penelitian meliputi kualitas layanan, kepuasan konsumen dan loyalitas pasien.
- b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku ataupun informasi media yang dapat dijadikan data penelitian, Sugiyono(2003: 36). Dokumen-dokumen internal Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi.

#### 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan rancangan penelitian dan jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian ini, maka sumber-sumber data terbagi atas:

- a. Kuisisioner

Kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data melalui tanggapan responden dengan menyebarkan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada pasien.

- b. Dokumen-dokumen

Dokumen-dokumen yang terkait pada penelitian ini diantaranya: profile perusahaan, data kunjungan pasien, dan dokumen-dokumen lain yang dibutuhkan. Dokumen ini digunakan sebagai bahan pendukung pembahasan.

c. Literature yang relevan

Literatur ini digunakan guna memberikan penjelasan lebih untuk pembahasan.

### 3.4 Indetifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau objek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok itu, Sugiyono (2003). Berdasarkan telaah pustaka dan perumusan hipotesis, maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah.

a. Variabel Independen (Bebas)

Variabel bebas atau independen merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas dari Layanan dengan metode SERVQUAL (*Services Quality*) yang disediakan oleh Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi (X), dengan indikator:

- 1) *Reliability* (Kehandalan)
- 2) *Assurance* (Jaminan)
- 3) *Tangible* (Bukti Fisik)
- 4) *Empathy* (Empati)
- 5) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

b. Variabel Mediasi/Intervening

Sugiyono (2011: 62) menjelaskan bahwa, variabel moderasi/moderating adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan/atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dan dependen.



Penelitian ini yang menjadi variabel moderasi yaitu kepuasan pasien (M)

c. Variabel Dependen (Terikat)

Sugiyono (2011: 61) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah loyalitas pasien (Y)

d. Variabel Moderator

Sharma *et al.* (1981) mengembangkan penelitian tentang identifikasi variabel moderator pada penelitian pemasaran. Variabel moderator dapat dijelaskan sebagai suatu bagian variabel penelitian, dalam konteks ilmu sosial, sebagai “test” atau spesifikasi variabel. Spesifikasi variabel dalam hal ini adalah suatu bentuk secara spesifik atau besaran dari hubungan antara suatu variabel predictor dan suatu variabel kriteria. Karena sifatnya yang spesifik, maka variabel ini dapat berbentuk dimensi maupun dapat bertentuk karakteristik. Penelitian ini menempatkan karakteristik personal, yang dalam hal ini adalah jenis kelamin dan pendapatan, sebagai variabel moderator. Variabel moderator jenis kelamin disimbolkan sebagai “W” dan variabel moderator pendapatan disimbolkan sebagai “V”.

### 3.5 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

#### 3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas kualitas layanan (X), kepuasan pasien (Z) dan loyalitas pasien (Y). Definisi operasional pada penelitian ini dijabarkan sebagaimana berikut:

a. Kualitas Layanan (X)

Kualitas layanan adalah pemberian jasa kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasien. Menurut Parasuraman (2007: 70), harapan pelanggan terhadap layanan dapat dilihat dari 5 dimensi kualitas layanan yaitu:

1) Bukti Fisik ( $X_1$ )

Bukti fisik adalah kemampuan dan penampilan sarana dan prasarana fisik, dengan indikator sebagaimana berikut:

- a) Kebersihan
- b) Penampilan karyawan
- c) Tata letak ruangan

2) Keandalan ( $X_2$ )

Kendalan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan terpercaya, dengan indikator:

- a) Kemampuan dalam memberikan pelayanan
- b) Kemampuan dalam memberikan informasi

3) Daya Tanggap ( $X_3$ )

Ketanggapan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat, dengan indikator:

- a) Kecepatan memberikan jasa pada pelanggan
- b) Kemampuan dalam menanggapi keluhan pelanggan
- c) Kemampuan dalam menanggapi masalah

4) Jaminan ( $X_4$ )

Kemampuan dalam memberikan pengetahuan, jaminan, dari keragu-raguan, dengan indikator:

- a) Sikap ramah keryawan
- b) Kemampuan dalam memberikan hasil pemeriksaan akurat

5) Empati ( $X_5$ )

Kemampuan untuk mengerti dan memahami pasien dengan penuh perhatian, untuk mengukur tingkat empati digunakan indikator sebagaimana berikut:

- a) Perhatian pelayanan
- b) Kemampuan memberikan penjelasan

b. Kepuasan Pelanggan (M)

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang

diterima dari Laboratorium Klinik Prosenda Banyuwangi. Kepuasan pasien diukur dengan indikator sebagaimana berikut:

- 1) Pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan pasien
- 2) Pasien datang kembali atau penggunaan ulang
- 3) Merekomendasikan Klinik kepada orang lain

c. Loyalitas Pasien (Y)

Loyalitas adalah sikap dan perilaku pelanggan yang positif dengan melakukan pengobatan ulang pada Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi, indikator yang digunakan adalah sebagaimana berikut:

- 1) Berkomitmen penggunaan berulang
- 2) Tidak mudah berpindah ke klinik lain
- 3) Melakukan komunikasi secara terbuka dengan manajemen

d. Jenis Kelamin (W)

Karakteristik personal sebagai variabel moderator salah satunya adalah jenis kelamin, untuk itu digunakan ukuran dikotomi yaitu “1” untuk “laki-laki” dan “0” untuk “perempuan”.

e. Pendapatan (V)

Tingkat pendapatan menunjukkan tingkat ekonomi dari responden, dalam penelitian tingkat pendapatan terdiri atas: (1) golongan bawah (< Rp 1.500.000/Bulan); (2) golongan menengah kebawah (Rp 1.500.000-2.500.000); (3) golongan menengah keatas (Rp 2.500.000-3.500.000) dan (4) golongan atas (> Rp 3.500.000).

### 3.5.2 Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian akan dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. (Sugiyono, 2003: 107).

Pengukuran variabel terikat, bebas dan mediator menggunakan kategori skor jawaban sebagai berikut:

- Sangat setuju = skor 4
- Setuju = skor 3
- Tidak setuju = skor 2
- Sangat tidak setuju = skor 1

Untuk mengukur variabel moderator digunakan skala nominal, yaitu:

a. Untuk variabel moderator Jenis Kelamin (M) digunakan ukuran dikotomi yaitu:

- 1) 0 = perempuan
- 2) 1 = laki-laki

b. Untuk pengukuran variabel moderator pendapatan (V) yaitu:

- 1) 1 = Golongan Bawah (< Rp 1.500.000/Bulan)
- 2) 2 = golongan menengah kebawah (Rp 1.500.000-2.500.000);
- 3) 3 = golongan menengah keatas (Rp 2.500.000-3.500.000);
- 4) 4 = golongan atas (> Rp 3.500.000)

### 3.6 Uji Instrumen

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*Corrected Item – Total Correlation*) dengan  $r$  tabel, dengan kriteria sebagaimana berikut:

- a. Jika nilai  **$r$  hitung** > nilai  **$r$  tabel** maka *item valid*
- b. Jika nilai  **$r$  hitung** < nilai  **$r$  tabel** maka *item invalid*

Nilai  $r$  tabel dapat diperoleh dimana  $df = n - 2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel atau responden. Pada kasus ini jumlah sampel ( $n$ ) = 130, maka besarnya  $df = 130 - 2 = 128$ , maka  **$r$  tabel** = 0,20 pada tingkat signifikansi sebesar 0,05.

### 3.6.2 Uji Reabilitas

Uji instrumen penelitian yang digunakan adalah uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut cukup baik sehingga mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya. Pengujian keandalan alat ukur dalam penelitian ini menggunakan reliabilitas metode *alpha*. Metode *alpha* yang digunakan adalah metode *cronbach Alpha*, Singarimbun dan Effendi(2006: 143) yakni:

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

dimana:

$\alpha$  = koefisien reliabilitas

r = koefisien rata - rata korelasi antar variabel

k = Jumlah variabel bebas dalam persamaan.

Setelah memperoleh nilai *alpha*, selanjutnya membandingkan nilai tersebut dengan angka kritis pada tabel *alpha*, yaitu tabel yang menunjukkan hubungan antara jumlah butir pertanyaan reliabilitas instrument berikut ini:

Tabel 3.1 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen

No.	Jumlah Butir Pertanyaan	Reliabilitas
1	5	0,20
2	10	0,33
3	20	0,50
4	40	0,67
5	80	0,80
6	160	0,89
7	320	0,94
8	640	0,97

Sumber: Ebel dan Frisbie (2001: 89)

### 3.7 Metode Analisi Data

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini bersifat uraian atau penjelasan dengan membuat tabel-tabel, mengelompokkan, menganalisis data berdasarkan pada hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari tanggapan responden dengan menggunakan tabulasi data. Analisis deskriptif data yang dimaksud diantaranya adalah nilai *mean*, *median* dan *modus*. Selanjutnya menggambarkan sampel dengan tabel distribusi frekuensi berdasarkan beberapa kriteria tertentu seperti:

a. Usia Responden

Usia responden terdiri atas remaja usia diantara 11 – 16 tahun, dewasa muda 17 – 39 tahun, dewasa pertengahan dengan usia diantara 40 – 59 tahun dan usia tua yaitu 60 keatas.

b. Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan responden menunjukkan tingkat kapasitas pemahaman responden, hingga responden dapat melakukan penilaian dengan dasar tingkat pendidikannya. Penelitian ini mengklasifikasikan tingkat pendidikan berdasarkan pendidikan formalnya.

c. Frekuensi Kunjungan/Penggunaan Jasa

Frekuensi kunjungan atau penggunaan jasa dapat menunjukkan kepercayaan pasien terhadap pilihannya terhadap Laboratorium Klinik Proveda Kabupaten Banyuwangi. Frekuensi kunjungan juga dapat dipengaruhi faktor lain, yang akan menjadi acuan frekuensi kunjungan diklasifikasikan sebagaimana berikut: (1) 2 kali; dan (2) lebih dari 2 kali.

Analisis deskriptif ini digunakan untuk menunjukkan informasi umum dan karakteristik responden yang dituju. Analisis deksriptif juga berguna untuk pembahasan agar lebih komprehensif dan menyeluruh.

### 3.7.2 Moderated Mediation Analysis

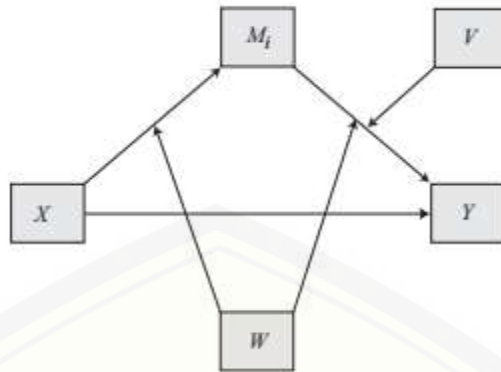
Moderated Mediation dapat terjadi pada model yang sama. Model ini biasa juga disebut sebagai *conditional indirect effect* (pengaruh tidak langsung pada kondisi tertentu), terjadi pada saat pengangan atas pengaruh suatu variabel bebas A terhadap suatu hasil variabel C melalui mediator variabel B berbeda tergantung pada tingkat pengaruh dari variabel D (Preacher, Rucker & Hayes, 2007).

Model Moderated Mediation berusaha untuk menjelaskan bagaimana dan kapan secara bersama suatu pengaruh terjadi (Frone, 1999). Preacher, Rucker dan Hayes (2007) menyimpulkan pendapat Frone (1999) bahwa Moderated Mediation terjadi saat kekuatan pengaruh tidak langsung tergantung pada tingkat kekuatan dari variabel lain, dengan kata lain, saat hubungan mediasi terjadi tergantung pada tingkat kekuatan pengaruh variabel moderatornya.

Bootstrapping disarankan sebagai metode untuk memperkirakan distribusi sampling dari model Moderated Mediation untuk menghasilkan Interval Kepercayaan. Metode ini memiliki keuntungan karena tidak memerlukan asumsi apa pun mengenai bentuk distribusi samplingnya.

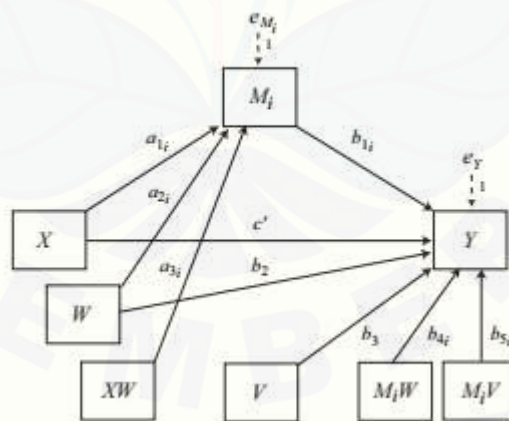
Preacher, Rucker & Hayes (2007) telah mengembangkan suatu SPSS Macro yang menyediakan estimasi Bootstrapping serta hasil Johnson-Neyman. Dengan penggunaan SPSS Macro khusus yang dikembangkan oleh Hayes tersebut akan mempermudah estimasi Model Moderated Mediation.

Sesuai dengan kerangka konseptual dalam penelitian ini, model moderated mediation yang digunakan adalah Model 64 yang dikembangkan oleh Hayes, sebagaimana pada gambar berikut ini:



Gambar 3.1 Model 65 *Moderated Mediation*

Gambar 3.1 tersebut menunjukkan penggunaan 2 (dua) variabel moderator, dalam penelitian ini adalah jenis kelamin (W) dan pendapatan (V), dan 1 (satu) variabel modiasi dalam penelitian ini adalah kepuasan Konsumen (M). Model 64 ini memgunakan lebih dari 10 operasi mediator secara parallel, sebagaimana gambar 3.2 berikut ini:



Gambar 3.2 Kondisional Pengaruh Tidak Langsung dari X terhadap Y melalui M

Berdasarkan gambar 3.2 terdapat 2 model dalam analisis ini yaitu:

$$Y_i = b_{0i} + b_{1i}M + b_{2i}W + b_{3i}V + b_{4i}VM + b_{5i}WM + c^iX + e_{Yi} \quad (3.1)$$

$$M_i = a_{0i} + a_{1i}X + a_{2i}W + a_{3i}XW + e_{Mi} \quad (3.2)$$



Keterangan:

M = Variabel Mediasi (Kepuasan pasien)

Y = Variabel Bebas (Loyalitas Pasien)

X = Variabel Terikat (Kualitas Pelayanan)

a, b, c = besaran estimasi

Persamaan diatas dapat terjadi 4 kemungkinan jenis moderasinya, sebagaimana Tabel 3.1.

Tabel 3.2 Jenis Moderasi

No	Hasil Uji	Jenis Moderasi
1	$\beta_2$ non significant $\beta_3$ significant	Moderasi murni ( <i>pure moderator</i> )
2	$\beta_2$ significant $\beta_3$ significant	Moderator semu ( <i>Quasi Moderator</i> ). Moderator semu merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sekaligus menjadi variabel independen
3	$\beta_2$ significant $\beta_3$ non significant	Prediktor moderasi ( <i>Predictor Moderator Variabel</i> ). Artinya variabel moderasi ini hanya berperan sebagai variabel predictor (independen) dalam model hubungan yang dibentuk
4	$\beta_2$ non significant $\beta_3$ non significant	Moderasi potensial ( <i>homologiser Moderator</i> ). Artinya variabel tersebut potensial menjadi variabel moderasi.

Menurut Kuncoro (2003: 32), untuk menilai ketetapan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai actual dapat diukur dari *goodness of fit*-nya. Secara statistic *goodness of fit* dapat diukur dari nilai statistik t (uji parsial), nisbah F (uji simultan) dan nilai koefisien determinasi.

### 3.7.3 Pengujian Hipotesis

#### a. Uji t (Parsial)

Menurut Priyatno (2010:68) analisis ini digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya antara variabel independen dan moderator secara parsial terhadap variabel dependen. Adapun rumus untuk uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{b_1}{Se(b_i)}$$

Keterangan :

t : t hitung

b<sub>i</sub> : koefisien regresi parsial variabel

S : standard eror koefisien regresi

#### b. Uji F (Simultan)

Menurut Priyatno (2010:67) uji F digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen. Uji F dapat dicari dengan rumus berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(N - k - 1)}$$

Keterangan :

F : F hitung

R<sup>2</sup> : koefisien determinasi

K : jumlah variabel

N : jumlah sampel

Kriteria pengujian:

Tolak H<sub>0</sub> jika F<sub>hitung</sub> ≥ F<sub>{α;(k,n-k-1)}</sub> atau p-value ≤ α. Terima H<sub>0</sub> dalam hal lainnya. Dan untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan seperti pada tabel 6.

Tabel 3.3 Tingkat Keeratan Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Kekuatan Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2011: 257)

Nilai koefisien diperoleh setelah melakukan perhitungan uji statistic diatas dibandingkan dengan tabel 4 tentang keeratan koefisien korelasi, sehingga dapat diketahui tingkat kekuatan hubungan atau korelasinya.

#### c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien diterminasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara no sampai satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali: 2005). Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa dengan koefisien determinasi terletak antar 0 sampai dengan 1, atau  $0 < 1$  yang memiliki arti, yaitu:

- 1) Bila mendekati nol, berarti variabel independen tidak mampu menjelaskan persentasi pengaruhnya terhadap variabel dependen;
- 2) Bila mendekati satu, berarti variabel independen mampu menjelaskan persentase pengaruhnya terhadap variabel dependen.

Perbandingan koefisien determinasi  $R^2$  yang diperoleh dari kedua persamaan diatas dapat digunakan untuk melihat kontribusi penaruhnya. Jika

$R^2$  dari persamaan pertama (yang tidak mengandung variabel moderator)  $> R^2$  model persamaan kedua, maka dapat disimpulkan bahwa variabel moderator tersebut mempengaruhi variabel X dan variabel Y begitu pula sebaliknya.

Penelitian ini menggunakan *adjusted R square*, karena menurut Ghozali (2005) kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat. Oleh karena itu, banyak peneliti yang menganjurkan menggunakan *adjusted R square* pada saat mengevaluasi model regresi. Tidak seperti  $R^2$ , nilai *adjusted R square* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

#### 3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan karena analisis jalur sebagaimana analisis regresi linier diharuskan agar memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), dengan beberapa cara sebagai berikut.

##### a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah uji ekonometrik yang digunakan untuk menguji apakah terjadi hubungan linier antara variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model, sehingga sulit untuk memisahkan variabel-variabel tersebut secara individu terhadap variabel terikat. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas ini adalah dengan menghitung besaran VIF /*Varian Inflation Factor*, Sugiyono (2003)

- 1) Mempunyai VIF sekitar 10.
- 2) Memiliki angka *tolerance* mendekati 1.

Uji Multikolinieritas juga dapat dilakukan dengan menganalisa matriks *Pearson product-moment correlation coefficient*. Menurut

Gujarati (2011) yang mengatakan bahwa bila korelasi antara dua variabel bebas melebihi 0,8 maka multikolinearitas menjadi masalah yang serius. Gujarati juga menambahkan bahwa, apabila korelasi antar variabel bebas tidak lebih besar dibanding korelasi variabel terikat dengan masing-masing variabel bebas, maka dapat dikatakan tidak terdapat masalah yang serius. Dapat disimpulkan bahwa apabila angka korelasi lebih kecil dari 0,8 maka dapat dikatakan telah terbebas dari masalah multikolinearitas.

Dalam kaitan adanya kolinear yang tinggi sehingga menimbulkan tidak terpenuhinya asumsi terbebas dari masalah multikolinearitas, maka bila tujuan persamaan hanya sekedar untuk keperluan prediksi, hasil regresi dapat ditolerir, sepanjang nilai  $t$  signifikan, Gujarati (2011).

b. Uji Heteroskedastisitas

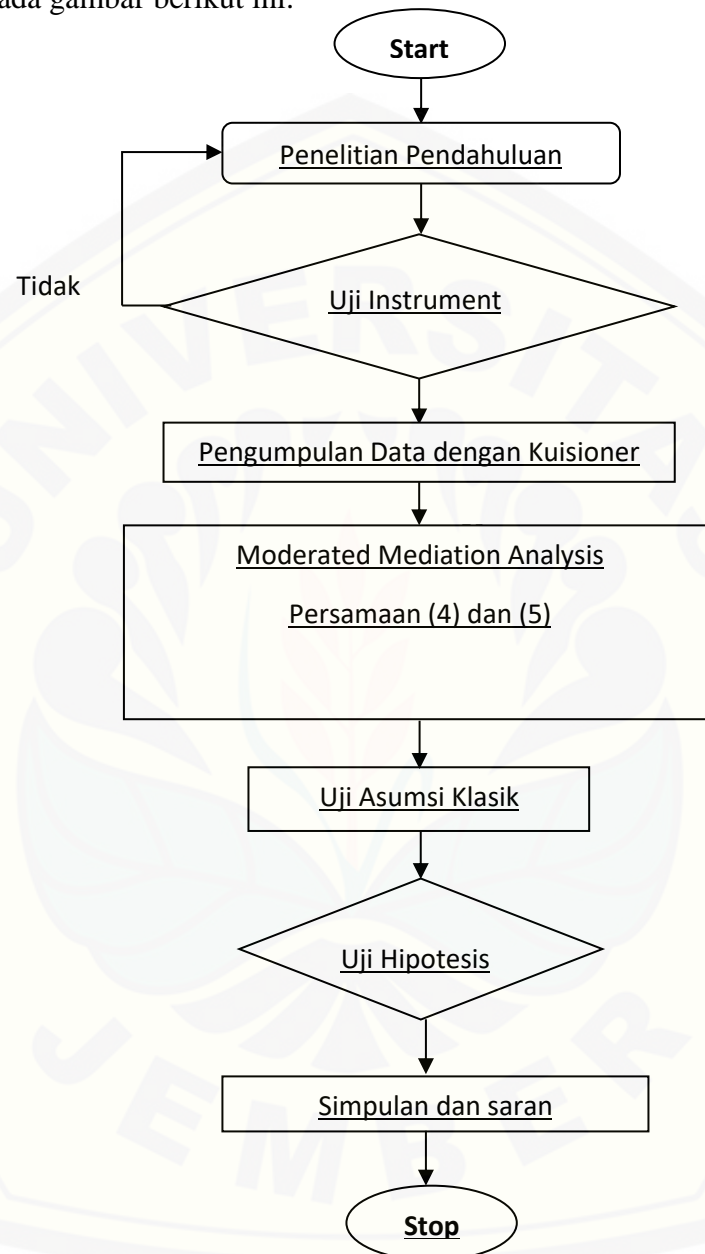
Menurut Supranto (2003) heteroskedastisitas adalah suatu keadaan di mana varian-varian dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua nilai variabel bebas. Salah satu cara untuk mengetahui heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatter Plot*.

Pada grafik *Scatter Plot*, jika ada peluang tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka terjadi heteroskedastisitas, dan apabila terjadi sebaliknya maka terjadi homoskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar ke atas dan ke bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastitas.

Mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut layak dipakai untuk memprediksi variabel bebas dan sebaliknya.

### 3.8 Kerangka Pemecahan Masalah

Berdasarkan metode penelitian maka kerangka pemecahan masalah disajikan pada gambar berikut ini:



Gambar 3.3 Kerangka Pemecahan Masalah

- a. Start, dengan menyusun rancangan penelitian dan melakukan evaluasi terhadap rencana kerja penelitian

- b. Penelitian pendahuluan sebagai penjajakan untuk penelitian yang sesungguhnya, dilakukan dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner untuk beberapa responden saja.
- c. Data yang diperoleh melalui kuesioner selanjutnya harus melalui uji instrumen penelitian yang dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas. Hal ini dilakukan untuk mengetahui handal alat ukur (kuesioner) yang digunakan dan data yang diperoleh dari sampel penelitian dapat mewakili keadaan populasi sesungguhnya.
  - 1) Apabila data telah memenuhi syarat uji reliabilitas maka selanjutnya dapat dilakukan pengumpulan data kembali sesuai jumlah sampel yang telah ditetapkan.
  - 2) Jika data tidak memenuhi syarat uji reliabilitas maka penelitian harus mengulang kembali langkah pengumpulan data yang sebelumnya didahului dengan merevisi kuisisioner.
- d. Pengumpulan data menggunakan kuesioner.
- e. Melakukan analisis interaksi atau (*moderated regression analysis*)
- f. Melakukan pengujian asumsi klasik dengan uji terhadap multikolinearitas dan autokorelasi, agar koefisien regresi yang diuji tidak terjadi pembiasan.
- g. Melakukan pengujian secara parsial dengan uji signifikansi.
- h. Menyimpulkan hasil penelitian dan memberikan saran
- i. Stop adalah akhir dari penelitian.

## BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada Bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas sebesar 0,1201 atau 12,01%. Dimensi Bukti fisik dan daya tanggap memiliki korelasi yang tinggi terhadap loyalitas pasien Laboratorium Klinik Prosenda;
- b. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien sebesar 0,3348 atau 33,48%. Dimensi keandalan, daya tanggap dan jaminan menjadi faktor penting untuk menunjang kepuasan pasien Laboratorium Klinik Prosenda;
- c. Kepuasan pasien memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien Laboratorium Klinik Prosenda;
- d. Jenis Kelamin memoderatori pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien. Perempuan memiliki pengaruh lebih tinggi dari pada laki-laki pada dimensi keandalan, daya tanggap dan jaminan, sedangkan laki-laki memiliki besaran yang lebih besar pada dimensi empati;
- e. Jenis kelamin tidak dapat memoderatori pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pada Laboratorium Klinik Prosenda;
- f. Pendapatan memoderatori pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien pada Laboratorium Klinik Prosenda.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat saran yang harus diperhatikan bagi penelitian selanjutnya, manajemen Laboratorium Klinik Prosenda dan Pasien Laboratorium Klinik Prosenda, diantaranya:



a. Bagi Penelitian selanjutnya

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menganalisis pengaruh variabel moderator adalah penggunaan karakteristik situasional sebagai salah satu variabel moderator dalam hubungan kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas.

b. Bagi Manajemen Laboratorium Klinik Prosenda

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa untuk meningkatkan kepuasan pasien perlu diperhatikan dimensi keandalan (akurasi), daya tanggap dan jaminan serta memperhatikan pengaruh jenis kelamin dalam pengembangan kualitas pelayanan. Untuk meningkatkan loyalitas pasien, Laboratorium Klinik Prosenda harus memperhatikan dimensi Bukti fisik dan daya tanggap.

Pendapatan menjadi salah satu faktor penting yang berpengaruh pada loyalitas pasien, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan segmentasi perlu memperhatikan tingkat pendapatan pasien. Memberikan pelayanan khusus berdasarkan tingkat pendapatan pasien.

c. Bagi Pasien Laboratorium Klinik Prosenda

d. Pasien Laboratorium Klinik Prosenda harus memperhatikan kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor kepuasan atas pelayanan kesehatan yang disediakan. Melakukan komunikasi terbuka terhadap pihak manajemen terkait dengan pelayanan kesehatan yang diberikan, memperhatikan akurasi (keandalan), bukti fisik dan jaminan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, Deddy. 2006. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan pasien ASKES Keluarga Miskin di Ruang Rawat Inap RSUD Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin Sumatera Selatan". Tidak Dipublikasikan. Tesis. Yogyakarta: Program pasca Sarjana IKM UKM.
- Al Rasjid, Harun. 1998. *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala, Materi Kuliah Program Pascasarjana*. Universitas Padjajaran: Bandung.
- Ariyani, D. dan Rosinta, F. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol. 17 No. 12.
- Ayu Atika Paramitha Wendha, I Ketut Rahyuda, dan I. Gst. A. Kt. G. Suasana. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Minat Beli Ulang Pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 20 1, Februari 2013.
- Bhote, Keki R. 1996. *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty: The Key to Greater Profitability*. America: Management Association.
- Bruce, Judith. 1990. Fundamental Elements of the Quality of Care: A Simple Framework. *Journal Study in Family Planning*, Vol. 21 (1): 61-91.
- Caruana, Albert. 2002. Service Loyalty: the Effects of Service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36: 811-828
- Dharmayanti, Diah. 2008. Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variabel terhadap Loyalitas Nasabah: Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1(1): 35-43.
- Dharmmesta, B.S. 1999. Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 3: 73-88.
- Ebel, Robert L. dan Frisbie, David A. 2001. *Essentials of Educational Measurements, 3<sup>rd</sup> Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

- Engel, J. Blackweel and R. Miniard W P.1992. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupaksara.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Jakarta: Elex Komputindo Media.
- Gunawan, Ketut dan Djaati, Sundring Pantja. 2011. Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien Studi pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja Bali. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 13 (1): 32-39.
- Gujarati, Damodar. 2011. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hayes, F. Andrew. 2013. *Intoduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. New York: The Gulford Press
- Homburg, Christian dan Giering, Annette. 2001. Personal Characteistics as Moderators of the Relationship Between Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis. *Psycology and Marketing*, 18: 43-66
- Kadang, Hendrikan & Sukati, Inda. 2012. A Study of Service Quality: An Empirical Investigation of Indonesian Airlines Services. *South East Asian Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 1: 101-107
- Karatepe, Osman M. 2011. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: The Moderating Role of Gender. *Journal of Business Economics and Management*, 12: 278-300
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi Indonesia, Edisi Milenium, Edisi Kesepuluh. Jakarta: Prenhallindo.
- .....2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid II, Edisi Indonesia, Edisi Milenium, Edisi Kesepuluh. Jakarta: Prenhallindo.
- Leger, St. A.S..1992. Making 'Peckham' Work for Managers. *Journal of Management in Medicine*, 6: 6-12.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Made Bagus Rangga Bhuwana dan Ida Bagus Sudiksa. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pemakaian Ulang Jasa

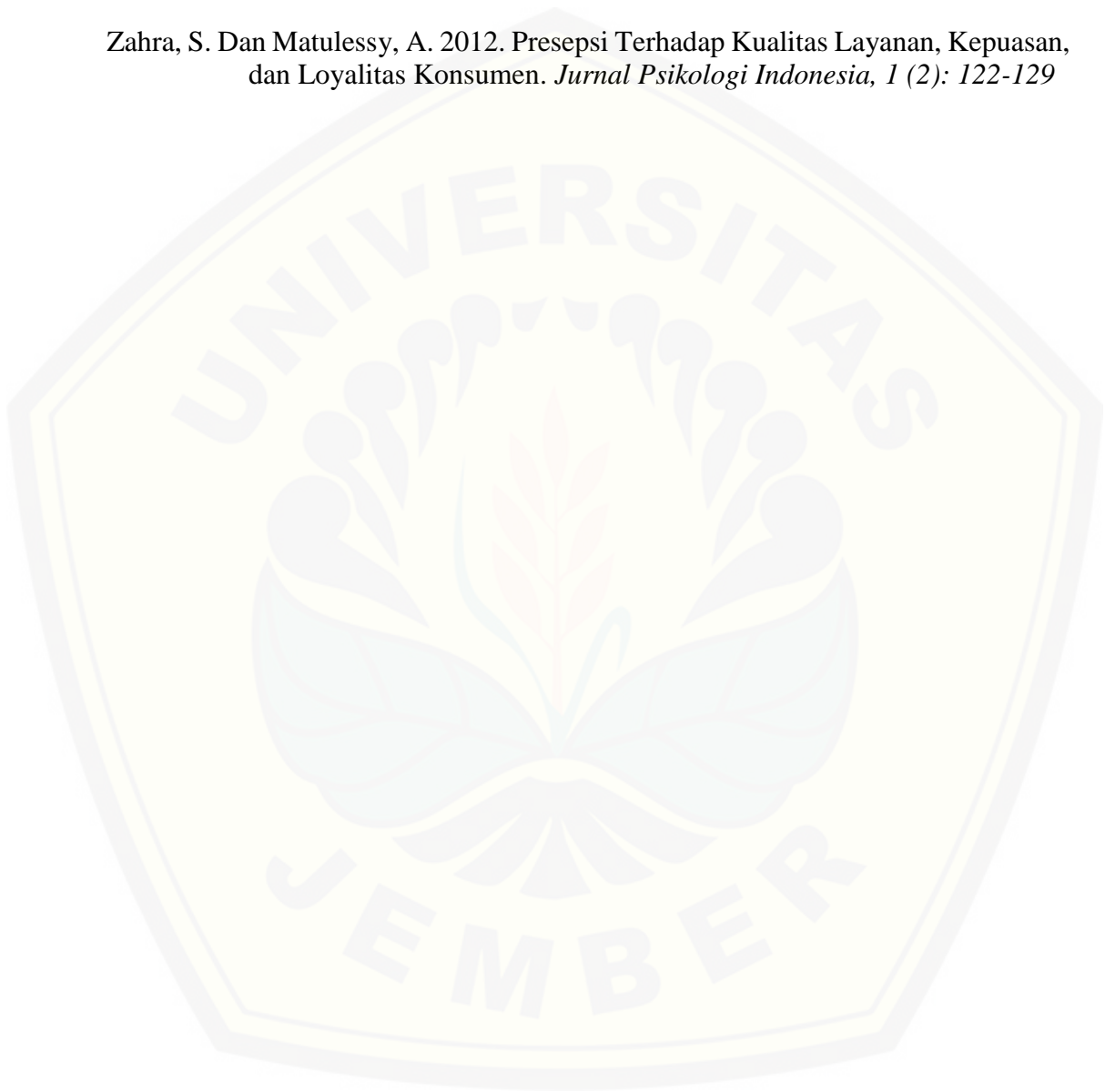
- Service pada Bengkel Toyota Auto 2000 Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan* Vol. 7, No. 20 1, Februari 2013.
- Markouris A., dkk. 1999. Patient Satisfaction: A Key Concept for Evaluating and Improving Nursing Services. *Journal of Nursing Management* 7 (1): 19-28.
- Meesala, Appalayya dan Paul, Justin. 2016. Services Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Hospital: Thinking for Future. *Journal of Retailing and Consumer Services* xx (xxxx) xxxx–xxxx, 8 July 2016.
- Oliver, Richard L. 1980. A Cognitive Model of The Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision. *Journal of Marketing Research*, 17 (4): 460-469
- Omar, Muhammad Saufiyudin; Ariffin, Hashim Fadzil & Ahmad, Rozila. 2015. Service Quality, Customers' Satisfaction and the Moderating Effects of Gender: A Study of Arabic Restaurants. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 224: 11-15
- Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. 1995. *Delivering Service Quality: Balancing Customer Perceptions and Expectation*. Penerjemah Pambayun, The Free Press, New York.
- ..... 1994. SERVQUAL: Review, Critique Research Agenda. *Journal of Marketing*, page 111-124.
- Preacher, Kristopher J.; Rucker, Derek D. and Hayes Andrew F. 2007. Addressing Moderated Mediation Hypotheses: Theory, Methods, and Prescriptions. *Multivariate Behavioral Research*, 42(1): 185-227
- Peyrot. et al. 2005. Psychosocial Problems and Barriers to Improved Diabetes management: Results of the Cross-National Diabetes Attitudes, Wishes and Needs (DAWN) Study. *Journal Diabetic Medicine*, 22: 1379-1385.
- Pujiyono dan Andi Krisdasusila. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 3, Hal. 170-110.

- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-J*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan dan Kuncoro, Engkos Ahmad. 2007. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1999. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- ..... 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Santoso, Septiadi dan Oetomo, Hening Widi. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 2 (6).
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business*, Edisi Empat. Jakarta: , Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2003. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 2003. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi VI Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Sutantio, Magdalena. 2004. Studi Mengenai Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi (Studi Kasus Produk Merek Sharp di Surabaya). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. III, No. 3, 243-266.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 2006. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi I. Yogyakarta: BPFE.
- Walsh, Gianfranco; Evanschitzky, Heiner dan Wunderlich, Maren. 2007. Identification and Analysis of Moderator Variables: Investigating the

Customer Satisfaction-Loyalty Link. *European Journal of Marketing*, 43: 977-1004

Yamit, Zulian. 2007. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.

Zahra, S. Dan Matulesy, A. 2012. Presepsi Terhadap Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 1 (2): 122-129



## Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

### Kuisisioner Penelitian

#### PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi)

#### I. Identitas Responden

1. Nama responden : ----- ( L / P )
2. Umur responden :  
a. 11 – 16 tahun    b. 17-39 tahun    c. 40-59 tahun    d. 60 tahun keatas
3. Pekerjaan responden : -----
4. Pendapatan per bulan (dalam rupiah):  
a. < Rp 1.500.000;    b. Rp 1.500.000-2.500.000;    c. Rp 2.500.000-3.500.000  
d. > Rp 3.500.000
5. Frekuensi penggunaan layanan kesehatan:  
a. Pertama kali                      b. 2 kali                                      c. > 2 kali

#### II. PERTANYAAN KUISISIONER

##### Petunjuk Pengisian

- a. Daftar kuisisioner ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka menyelesaikan studi S1 di Universitas Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen.
- b. Jawablah sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu dan sesuai dengan keadaan yang dialami.
- c. Berilah tanda **check list** (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang dialami.
- d. Petunjuk pengisian kuisisioner:  
Ada empat (4) alternatif jawaban yang dapat dipilih, dan pilih salah satu jawaban yang menurut anda sesuai dengan kenyataan dengan memberi tanda **check list** (√) yaitu:
  1. Sangat Tidak Setuju (STS)                      Skor: 1
  2. Tidak Setuju (TS)                                      Skor: 2
  3. Setuju (S)    Skor: 3
  4. Sangat Setuju (SS)                                      Skor: 4

No	Pernyataan	SS	S	TS	S
<b>Kualitas Layanan (X)</b>					
Bukti Fisik (X <sub>1</sub> )					
1	Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi menjaga kebersihan Sarana dan Prasarana				
2	Penampilan Karyawan Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi terlihat baik				

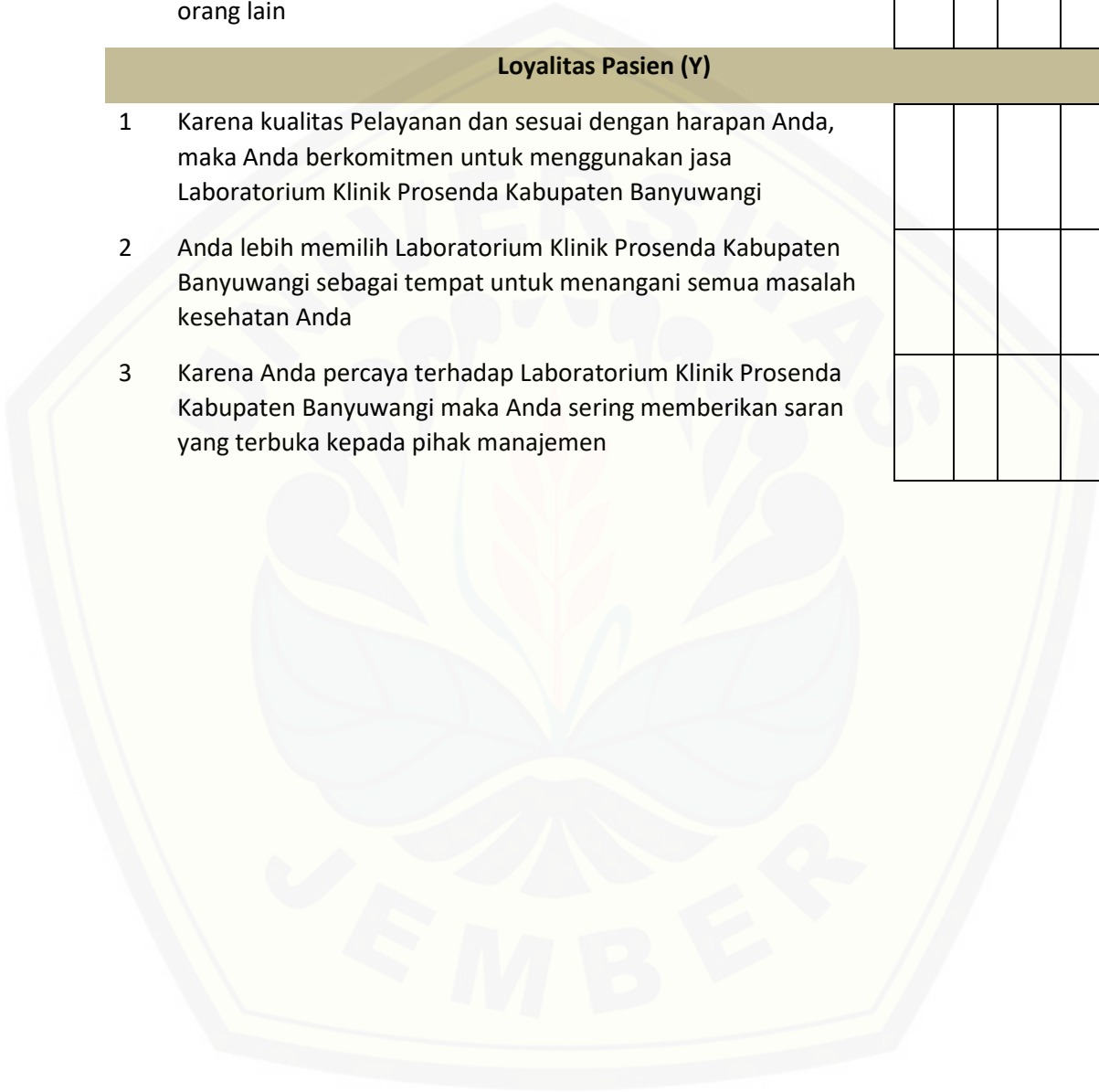
3	Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi mengatur tata letak ruangan dengan rapi				
<b>Keandalan (X<sub>2</sub>)</b>					
4	Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi memberikan pelayanan dengan akurat dan dapat dipercaya				
5	Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi memberikan informasi dan/atau arahan dengan akurat				
<b>Daya Tanggap (X<sub>3</sub>)</b>					
6	Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi cepat dalam memberikan pelayanan kepada pasien				
7	Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi memberikan respon cepat dalam menanggapi keluhan pasien				
8	Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi cepat dalam menyelesaikan masalah (khususnya yang menyangkut pasien)				
<b>Jaminan (X<sub>4</sub>)</b>					
9	Karyawan/petugas kesehatan Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi menunjukkan sikap ramah (seperti tersenyum, menyapai dan mendengarkan keluhan pasien)				
10	Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi memberikan hasil pemeriksaan yang akurat				
<b>Empati (X<sub>5</sub>)</b>					
11	Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi memperhatikan dan memahami pasien				
12	Karyawan/petugas kesehatan Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi mampu memberikan penjelasan (baik terkait hasil dianogsa dan cara-cara pengobatannya) kepada pasien				
<b>Kepuasan Pasien (Z)</b>					
1	Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pasien				



2	Karena kualitas pelayanannya Anda mau datang kembali untuk menggunakan jasa pelayanan Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi				
3	Karena Anda merasa puas maka anda merekomendasikan Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi kepada orang lain				

**Loyalitas Pasien (Y)**

1	Karena kualitas Pelayanan dan sesuai dengan harapan Anda, maka Anda berkomitmen untuk menggunakan jasa Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi				
2	Anda lebih memilih Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi sebagai tempat untuk menangani semua masalah kesehatan Anda				
3	Karena Anda percaya terhadap Laboratorium Klinik Prosenda Kabupaten Banyuwangi maka Anda sering memberikan saran yang terbuka kepada pihak manajemen				



## Lampiran 2: Tabulasi Data

### INFORMASI UMUM RESPONDEN

NO_ 1	Gende r	Usi a	Pekerjaan	Pendapata n	Tingkat Pendidikan	Frekuen si
1	1	3	Sopir	3	4	3
2	1	4	sopir	2	3	2
3	2	3	buruh tani	1	1	1
4	2	1	anak anak	1	2	1
5	2	3	dagang	2	2	1
6	2	1	ibu rumah tangga	3	3	4
7	2	3	ketua rt	1	2	2
8	2	2	ibur Rumah Tangga	3	4	2
9	2	3	ibur Rumah Tangga	1	1	1
10	2	1	pelajar	1	2	1
11	2	2		1	1	2
12	2	2	PNS	2	5	3
13	2	2	Wiraswasta	1	2	3
14	1	3	Karyawan Swasta	3	3	1
15	1	1	Tani	1	2	2
16	1	2	Pelajar	1	1	1
17	1	2	Wiraswasta	3	5	3
18	1	2	Notaris	4	5	3
19	2	3	Guru TK	2	3	3
20	1	4	Tani	1	1	2
21	1	3	Pedagang	2	3	1
22	2	2	PNS	3	4	3
23	2	4	Wiraswasta	1	2	2
24	1	3	Wiraswasta	1	1	3
25	2	1	Wiraswasta	2	2	3
26	2	2	Wiraswasta	3	3	3
27	1	2	PNS	3	5	3
28	1	2	Wiraswasta	2	2	2
29	2	3	Wiraswasta	1	1	2
30	2	2	Wiraswasta	1	1	3
31	2	2	PNS	2	2	3
32	2	2	Mahasiswa	1	3	1
33	1	3	Wirausaha	4	5	3
34	2	2	ibu rumah tangga	2	2	1
35	1	4	Wirausaha	2	3	1

36	2	3	Tani	1	1	3
37	1	3	PNS	3	5	1
38	2	2	Wiraswasta	1	2	1
39	1	4	Pensiunan PNS	4	5	2
40	2	4	Petani	1	1	1
41	2	2	ibu rumah tangga	2	3	3
42	2	2	pelajar	1	3	1
43	2	3	Guru TK	2	5	2
44	1	2	Wiraswasta	3	4	1
45	1	2	Wiraswasta	2	2	3
46	2	3	Wiraswasta	3	5	3
47	2	2	ibu rumah tangga	1	2	3
48	2	3	ibu rumah tangga	3	3	2
49	1	4	Wiraswasta	3	4	3
50	2	3	ibu rumah tangga	1	2	1
51	2	2	ibu rumah tangga	1	2	1
52	2	2	ibu rumah tangga	2	3	1
53	1	2	Wiraswasta	2	3	1
54	2	2	Wiraswasta	4	5	1
55	2	2	Guru	2	5	1
56	2	3	PNS	4	5	2
57	1	2	Wiraswasta	2	3	3
58	2	2	Wiraswasta	2	5	3
59	2	2	Wiraswasta	2	2	3
60	2	2	Wiraswasta	1	2	3
61	2	2	Wiraswasta	2	2	3
62	2	4	Petani	1	1	1
63	2	3	ibu rumah tangga	1	2	2
64	2	2	Tenaga Kesehatan	1	4	1
65	2	2	Mahasiswa	1	1	1
66	1	2	Wiraswasta	1	3	1
67	1	2	Wiraswasta	2	3	1
68	1	3	Petani	3	3	1
69	1	3	Penyuluh Pertanian	2	5	1
70	2	2	Wiraswasta	2	3	3
71	2	3	ibu rumah tangga	1	3	2
72	1	2	Wiraswasta	2	3	3
73	1	2	Wiraswasta	2	3	3
74	1	2	Wiraswasta	1	3	3
75	1	2	Nelayan	3	2	1
76	1	2	Wirausaha	1	2	1

77	1	2	Wiraswasta	2	5	3
78	1	2		1	3	1
79	1	3	Wiraswasta	4	5	3
80	2	3	Petani	3	3	2
81	1	2	Mahasiswa	1	3	3
82	2	1	Pelajar	1	2	2
83	2	4	Wiraswasta	1	3	1
84	2	3	ibu rumah tangga	2	2	3
85	2	3	ibu rumah tangga	1	3	2
86	2	1	pelajar	1	3	1
87	2	2	Wiraswasta	1	3	2
88	2	3	ibu rumah tangga	1	2	1
89	2	2	ibu rumah tangga	1	2	1
90	2	2	ibu rumah tangga	2	3	1
91	1	2	Wiraswasta	2	3	1
92	2	2	Wiraswasta	4	5	1
93	2	2	Guru	2	5	1
94	2	3	PNS	4	5	2
95	1	2	Wiraswasta	2	3	3
96	2	2	Wiraswasta	2	5	3
97	2	2	Wiraswasta	2	2	3
98	2	2	Wiraswasta	1	2	3
99	2	2	Wiraswasta	2	2	3
100	2	4	Petani	1	1	1
101	2	3	ibu rumah tangga	1	2	2
102	2	2	Tenaga Kesehatan	1	4	1
103	2	2	Mahasiswa	1	1	1
104	1	2	Wiraswasta	1	3	1
105	1	2	Wiraswasta	2	3	1
106	1	3	Petani	3	3	1
107	1	3	Penyuluh Pertanian	2	5	1
108	2	2	Wiraswasta	2	3	3
109	2	3	ibu rumah tangga	1	3	2
110	1	2	Wiraswasta	2	3	3
111	1	2	Wiraswasta	2	3	3
112	1	2	Wiraswasta	1	3	3
113	1	2	Nelayan	3	2	1
114	1	2	Wirausaha	1	2	1
115	1	2	Wiraswasta	2	5	3
116	1	2		1	3	1
117	1	3	Wiraswasta	4	5	3

118	2	3	Petani	3	3	2
119	1	2	Mahasiswa	1	3	3
120	2	1	Pelajar	1	2	2
121	2	4	Wiraswasta	1	3	1
122	2	3	ibu rumah tangga	2	2	3
123	2	3	ibu rumah tangga	1	3	2
124	2	1	pelajar	1	3	1
125	2	2	Wiraswasta	1	3	2
126	2	1	Pelajar	1	2	2
127	2	4	Wiraswasta	1	3	1
128	2	3	ibu rumah tangga	2	2	3
129	2	3	ibu rumah tangga	1	3	2
130	2	1	pelajar	1	3	1

### Kualitas Pelayanan

No	X 1- 1	X 1- 2	X 1- 3	X1 - To tal	X 2- 1	X 2- 2	X2 - To tal	X 3- 1	X 3- 2	X 3- 3	X3 - To tal	X 4- 1	X 4- 2	X4 - To tal	X 5- 1	X 5- 2	X5 - To tal
1	4	3	4	11	4	3	7	4	3	4	11	4	4	8	4	4	8
2	4	3	3	10	3	3	6	3	4	3	10	4	4	8	4	3	7
3	3	4	3	10	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
4	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
5	3	2	4	9	4	4	8	4	4	4	12	4	3	7	3	4	7
6	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
7	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
9	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
10	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
11	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
12	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
13	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
14	4	4	3	11	3	3	6	3	3	3	9	4	3	7	3	4	7
15	3	3	4	10	3	3	6	3	2	4	9	3	3	6	4	4	8

1 6	3	3	4	10	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	4	4	8
1 7	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
1 8	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
1 9	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
2 0	3	3	3	9	3	3	6	4	4	4	12	4	3	7	4	4	8
2 1	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
2 2	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
2 3	4	3	3	10	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
2 4	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
2 5	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
2 6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
2 7	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
2 8	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
2 9	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
3 0	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
3 1	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
3 2	4	4	4	12	3	3	6	4	4	3	11	3	3	6	3	3	6
3 3	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
3 4	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
3 5	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	4	3	7	3	4	7
3 6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
3 7	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8

38	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	4	3	7	3	3	6
39	4	3	3	10	4	4	8	3	4	4	11	3	3	6	4	4	8
40	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
41	4	4	4	12	3	3	6	4	3	4	11	3	4	7	3	3	6
42	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
43	4	4	4	12	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
44	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
45	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
46	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
47	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
48	4	3	4	11	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
49	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
50	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	4	7
51	4	4	3	11	3	3	6	4	3	3	10	3	3	6	3	3	6
52	3	3	3	9	3	3	6	3	4	4	11	4	3	7	3	3	6
53	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
54	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
55	4	4	4	12	3	4	7	4	4	4	12	4	3	7	4	3	7
56	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
57	3	4	4	11	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
58	3	3	3	9	3	3	6	4	3	3	10	3	3	6	3	4	7
59	3	4	4	11	4	4	8	3	3	3	9	4	4	8	3	3	6

60	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
61	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
62	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
63	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	4	3	7
64	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	3	7
65	3	3	3	9	3	3	6	4	4	3	11	4	3	7	3	3	6
66	4	4	3	11	3	3	6	3	3	3	9	4	3	7	3	3	6
67	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
68	4	4	3	11	3	3	6	4	4	3	11	3	3	6	2	3	5
69	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	3	6
70	4	4	4	12	3	4	7	4	4	4	12	4	3	7	3	3	6
71	4	4	4	12	4	4	8	4	4	3	11	4	4	8	3	4	7
72	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
73	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
74	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
75	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
76	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
77	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
78	4	3	3	10	4	3	7	3	3	3	9	4	4	8	3	3	6
79	4	4	4	12	4	4	8	4	3	4	11	4	4	8	4	4	8
80	4	3	3	10	4	4	8	4	3	4	11	4	4	8	4	3	7
81	3	4	4	11	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8



8 2	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
8 3	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
8 4	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
8 5	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
8 6	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
8 7	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8
8 8	2	1	1	4	3	3	6	1	1	3	5	3	1	4	4	4	8
8 9	3	1	2	6	3	1	4	1	2	3	6	3	4	7	4	4	8
9 0	1	3	3	7	3	4	7	1	2	3	6	3	4	7	2	2	4
9 1	3	2	2	7	4	4	8	4	3	3	10	4	4	8	3	4	7
9 2	2	3	1	6	3	2	5	2	2	3	7	3	2	5	3	3	6
9 3	2	3	1	6	3	4	7	3	2	3	8	3	4	7	3	3	6
9 4	3	1	4	8	3	3	6	1	2	3	6	3	2	5	4	4	8
9 5	3	1	1	5	2	2	4	1	1	2	4	2	1	3	4	3	7
9 6	3	1	2	6	4	2	6	2	1	3	6	4	2	6	2	4	6
9 7	4	4	3	11	3	3	6	3	2	3	8	3	3	6	1	3	4
9 8	4	1	1	6	4	4	8	1	1	2	4	3	1	4	4	3	7
9 9	3	3	3	9	4	4	8	4	3	3	10	4	4	8	3	3	6
1 0 0	3	2	1	6	4	1	5	2	2	4	8	4	2	6	2	1	3
1 0 1	4	1	2	7	2	3	5	2	2	2	6	2	2	4	3	3	6

1 0 2	4	2	1	7	4	3	7	2	2	4	8	4	2	6	2	1	3
1 0 3	3	2	1	6	4	4	8	3	2	3	8	4	4	8	4	1	5
1 0 4	3	1	1	5	4	2	6	1	1	4	6	4	1	5	3	3	6
1 0 5	3	3	1	7	3	2	5	3	1	3	7	3	3	6	4	4	8
1 0 6	2	2	1	5	3	2	5	2	1	3	6	3	3	6	4	4	8
1 0 7	2	1	2	5	2	4	6	2	2	2	6	2	2	4	2	2	4
1 0 8	2	2	1	5	3	3	6	3	3	3	9	3	3	6	3	4	7
1 0 9	1	1	1	3	3	1	4	1	3	2	6	3	1	4	3	3	6
1 1 0	4	3	4	11	4	4	8	4	3	3	10	4	4	8	3	3	6
1 1 1	4	2	1	7	3	4	7	2	4	3	9	3	2	5	1	2	3
1 1 2	1	1	2	4	4	3	7	1	2	3	6	4	1	5	4	4	8
1 1 3	1	3	1	5	1	1	2	1	1	1	3	1	1	2	4	3	7
1 1 4	3	3	2	8	4	4	8	4	3	3	10	4	4	8	2	3	5
1 1 5	1	3	4	8	3	4	7	1	2	3	6	3	1	4	1	4	5
1 1 6	4	2	2	8	4	4	8	4	3	3	10	4	4	8	4	4	8

1 1 7	2	1	1	4	3	2	5	2	2	3	7	3	2	5	3	3	6
1 1 8	4	3	1	8	3	4	7	4	2	3	9	3	4	7	4	4	8
1 1 9	3	2	4	9	3	3	6	2	2	3	7	3	2	5	4	4	8
1 2 0	3	1	1	5	2	2	4	1	1	2	4	2	1	3	4	4	8
1 2 1	4	1	2	7	4	2	6	2	1	4	7	4	2	6	4	4	8
1 2 2	3	3	3	9	3	3	6	3	3	2	8	3	3	6	4	4	8
1 2 3	3	1	1	5	4	4	8	1	1	3	5	4	1	5	3	4	7
1 2 4	4	3	3	10	4	4	8	4	3	4	11	4	4	8	4	4	8
1 2 5	3	2	1	6	4	1	5	2	2	4	8	4	2	6	2	2	4
1 2 6	4	1	2	7	2	4	6	2	2	2	6	2	2	4	3	4	7
1 2 7	3	2	1	6	4	3	7	2	2	3	7	4	2	6	3	3	6
1 2 8	3	2	1	6	4	4	8	3	2	3	8	4	4	8	3	3	6
1 2 9	3	1	1	5	4	2	6	1	1	4	6	4	1	5	4	4	8
1 3 0	3	4	1	8	3	2	5	3	1	3	7	3	3	6	3	4	7

### Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien

No	Z1	Z2	Z3	Z-Total	Y1	Y2	Y3	Y-Total
1	4	4	4	12	4	4	4	12
2	4	4	4	12	4	3	4	11
3	4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	3	3	9	3	3	3	9
5	4	3	4	11	4	3	3	10
6	4	4	4	12	4	4	4	12
7	4	4	4	12	4	4	4	12
8	4	4	4	12	4	4	4	12
9	4	4	4	12	4	4	4	12
10	4	4	4	12	4	4	4	12
11	4	4	4	12	4	4	4	12
12	4	4	4	12	4	4	4	12
13	4	4	4	12	4	4	4	12
14	3	3	3	9	3	3	3	9
15	3	3	3	9	4	3	4	11
16	3	3	3	9	3	3	3	9
17	4	4	3	11	4	3	3	10
18	3	3	3	9	3	3	3	9
19	4	4	4	12	3	3	3	9
20	4	4	4	12	4	4	4	12
21	3	3	3	9	3	3	3	9
22	3	3	3	9	3	3	3	9
23	3	3	3	9	3	3	3	9
24	3	3	3	9	3	3	3	9
25	3	3	3	9	3	3	3	9
26	3	3	3	9	3	3	3	9
27	3	3	3	9	3	3	3	9
28	3	3	3	9	3	3	3	9
29	3	3	3	9	3	3	3	9
30	3	3	3	9	3	3	3	9
31	3	3	3	9	3	3	3	9
32	3	3	3	9	3	3	3	9
33	3	3	3	9	4	3	3	10
34	3	3	3	9	3	3	3	9
35	3	3	4	10	3	3	3	9
36	3	3	3	9	3	3	3	9

37	4	4	4	12	4	4	4	12
38	3	3	3	9	3	4	3	10
39	3	3	3	9	4	3	4	11
40	3	3	3	9	3	3	3	9
41	4	3	4	11	3	3	3	9
42	3	3	3	9	3	3	3	9
43	3	3	3	9	3	3	3	9
44	3	3	3	9	3	3	3	9
45	4	4	4	12	4	4	4	12
46	4	4	4	12	4	4	4	12
47	4	4	4	12	4	4	4	12
48	4	4	4	12	4	4	4	12
49	3	3	3	9	3	3	3	9
50	4	3	3	10	3	3	3	9
51	3	3	3	9	3	3	3	9
52	3	3	3	9	3	3	3	9
53	4	4	4	12	4	4	4	12
54	3	3	3	9	3	3	3	9
55	3	3	3	9	4	3	3	10
56	4	4	4	12	4	4	4	12
57	4	4	4	12	4	4	4	12
58	3	4	4	11	3	3	2	8
59	3	4	4	11	3	4	3	10
60	4	4	4	12	4	4	4	12
61	4	4	4	12	4	4	4	12
62	3	3	4	10	3	3	3	9
63	3	3	4	10	3	4	3	10
64	4	4	4	12	3	3	3	9
65	3	3	3	9	3	2	3	8
66	3	3	4	10	3	3	3	9
67	3	3	4	10	3	3	3	9
68	3	3	3	9	4	4	2	10
69	3	3	3	9	3	2	4	9
70	3	3	3	9	3	3	3	9
71	3	4	4	11	4	3	4	11
72	4	4	4	12	4	4	4	12
73	4	4	4	12	4	4	4	12

74	4	4	4	12	4	4	4	12
75	4	4	4	12	4	4	4	12
76	4	4	4	12	4	4	4	12
77	4	4	4	12	4	4	4	12
78	4	3	3	10	3	3	3	9
79	4	4	4	12	4	3	3	10
80	4	3	4	11	3	3	2	8
81	4	4	4	12	4	4	4	12
82	4	4	4	12	4	4	4	12
83	4	4	4	12	4	4	4	12
84	4	4	4	12	4	4	4	12
85	4	4	4	12	4	4	4	12
86	4	4	4	12	4	4	4	12
87	4	4	4	12	3	4	4	11
88	2	4	4	10	2	3	2	7
89	4	3	4	11	4	2	3	9
90	4	3	2	9	3	3	3	9
91	4	4	3	11	1	3	3	7
92	3	4	4	11	2	4	4	10
93	4	3	3	10	4	4	3	11
94	3	3	4	10	4	4	2	10
95	2	2	2	6	3	2	3	8
96	2	4	4	10	4	4	3	11
97	3	3	4	10	4	3	3	10
98	4	4	3	11	2	2	2	6
99	4	4	4	12	4	3	3	10
100	4	4	4	12	2	2	2	6
101	4	2	4	10	3	4	4	11
102	4	4	3	11	3	3	3	9
103	4	4	4	12	1	3	4	8
104	2	3	4	9	2	3	3	8
105	2	3	4	9	2	3	2	7
106	2	3	4	9	4	2	3	9
107	4	4	4	12	3	3	3	9
108	3	3	3	9	1	3	3	7
109	1	4	3	8	2	3	2	7
110	4	3	4	11	4	3	4	11

111	3	4	3	10	3	3	4	10
112	3	4	4	11	2	2	2	6
113	1	4	4	9	2	4	2	8
114	4	4	3	11	3	3	4	10
115	4	3	2	9	4	3	3	10
116	4	4	3	11	4	4	4	12
117	2	3	3	8	1	4	4	9
118	4	3	3	10	4	2	4	10
119	3	3	4	10	3	4	3	10
120	4	4	1	9	4	4	4	12
121	2	4	2	8	2	4	3	9
122	3	3	4	10	2	3	4	9
123	3	4	3	10	2	3	4	9
124	3	3	3	9	4	2	3	9
125	3	3	3	9	3	3	3	9
126	4	2	4	10	1	3	3	7
127	3	4	3	10	2	4	4	10
128	4	4	4	12	4	3	3	10
129	2	4	2	8	4	4	2	10
130	2	3	3	8	3	2	3	8

### Lampiran 3: Distribusi Frekuensi

#### Frequency Table

**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	49	37.7	37.7	37.7
Valid Perempuan	81	62.3	62.3	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Usia Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 11-16 Tahun	10	7.7	7.7	7.7
Valid 17-39 Tahun	63	48.5	48.5	56.2
Valid 40-59 Tahun	37	28.5	28.5	84.6
Valid 60 tahun Ketas	20	15.4	15.4	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Pekerjaan Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Guru	2	1.5	1.5	1.5
Valid Guru TK	2	1.5	1.5	3.1
Valid Ibu Rumah Tangga	23	17.7	17.7	4.6
Valid Karyawan Swasta	1	.8	.8	22.3
Valid ketua rt	1	.8	.8	23.1
Valid Mahasiswa	5	3.8	3.8	23.8
Valid Nelayan	2	1.5	1.5	27.7
Valid Notaris	1	.8	.8	29.2
Valid Pelajar	9	6.9	6.9	30.0
Valid Pensiunan PNS	1	.8	.8	36.9
Valid Penyuluh Pertanian	2	1.5	1.5	37.7
Valid Petani	7	5.4	5.4	39.2
Valid PNS	7	5.4	5.4	44.6
Valid Sopir	2	1.5	1.5	50.0
Valid Tani	4	3.1	3.1	51.5
Valid Tenaga Kesehatan	2	1.5	1.5	54.6
Valid Tidak Bekerja	2	1.5	1.5	56.2
Valid Wiraswasta	49	37.7	37.7	57.7
Valid Wirausaha	6	4.6	4.6	95.4
				100.0



Total	130	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

**Pendapatan Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp 1.500.000	49	37.7	37.7	37.7
Rp 1.500.000 - 2.500.000	35	26.9	26.9	64.6
Valid Rp 2.500.000-3.500.000	26	20.0	20.0	84.6
> Rp 3.500.000	20	15.4	15.4	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Tingkat Pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD	14	10.8	10.8	10.8
SMP/Sederajat	36	27.7	27.7	38.5
Valid SMA/Sederajat	50	38.5	38.5	76.9
Diploma	7	5.4	5.4	82.3
Sarjana	23	17.7	17.7	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Frekuensi Kunjungan Pasien**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Petama Kali	54	41.5	41.5	41.5
Valid 2 Kali	28	21.5	21.5	63.1
> 2 Kali	48	36.9	36.9	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Frequency Table****Kebersihan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	5	3.8	3.8	3.8
Valid TS	7	5.4	5.4	9.2
S	60	46.2	46.2	55.4
SS	58	44.6	44.6	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Penampilan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	17	13.1	13.1	13.1
TS	13	10.0	10.0	23.1
S	54	41.5	41.5	64.6
SS	46	35.4	35.4	100.0
Total	130	100.0	100.0	

#### Tata Letak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	24	18.5	18.5	18.5
TS	10	7.7	7.7	26.2
S	48	36.9	36.9	63.1
SS	48	36.9	36.9	100.0
Total	130	100.0	100.0	

#### Kemampuan dalam memberikan pelayanan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	.8	.8	.8
TS	5	3.8	3.8	4.6
S	64	49.2	49.2	53.8
SS	60	46.2	46.2	100.0
Total	130	100.0	100.0	

#### Kemampuan dalam memberikan informasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	5	3.8	3.8	3.8
TS	11	8.5	8.5	12.3
S	56	43.1	43.1	55.4
SS	58	44.6	44.6	100.0
Total	130	100.0	100.0	

#### Kecepatan memberikan jasa pada Pasien

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	14	10.8	10.8	10.8
TS	14	10.8	10.8	21.5
S	48	36.9	36.9	58.5
SS	54	41.5	41.5	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Kemampuan dalam menanggapi keluhan pasien**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	13	10.0	10.0	10.0
TS	21	16.2	16.2	26.2
Valid S	51	39.2	39.2	65.4
SS	45	34.6	34.6	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Kemampuan dalam menganggapi masalah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	.8	.8	.8
TS	8	6.2	6.2	6.9
Valid S	70	53.8	53.8	60.8
SS	51	39.2	39.2	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Sikap ramah karyawan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	.8	.8	.8
TS	5	3.8	3.8	4.6
Valid S	56	43.1	43.1	47.7
SS	68	52.3	52.3	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Akurasi pemeriksaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	11	8.5	8.5	8.5
TS	14	10.8	10.8	19.2
Valid S	52	40.0	40.0	59.2
SS	53	40.8	40.8	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Perhatian pelayanan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	3	2.3	2.3	2.3
TS	8	6.2	6.2	8.5
Valid S	58	44.6	44.6	53.1
SS	61	46.9	46.9	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Kemampuan memberikan penjelasan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	3	2.3	2.3	2.3
TS	4	3.1	3.1	5.4
S	58	44.6	44.6	50.0
SS	65	50.0	50.0	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Sesuai dengan harapan pasien**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	3.1	3.1	3.1
TS	10	7.7	7.7	10.8
S	55	42.3	42.3	53.1
SS	61	46.9	46.9	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Minat menggunakan ualng jasa**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	4	3.1	3.1	3.1
S	64	49.2	49.2	52.3
SS	62	47.7	47.7	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Merekomendasikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	3	2.3	2.3	2.3
TS	7	5.4	5.4	7.7
S	55	42.3	42.3	50.0
SS	65	50.0	50.0	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Komitmen**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	5	3.8	3.8	3.8
TS	13	10.0	10.0	13.8
S	54	41.5	41.5	55.4
SS	58	44.6	44.6	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Tidak mudah berpindah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	11	8.5	8.5	8.5
S	68	52.3	52.3	60.8
SS	51	39.2	39.2	100.0
Total	130	100.0	100.0	

**Melakukan komunikasi secara terbuka**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	12	9.2	9.2	9.2
S	66	50.8	50.8	60.0
SS	52	40.0	40.0	100.0
Total	130	100.0	100.0	

## Lampiran 4: Uji Validitas dan Reabilitas

### UJI VALIDITAS

#### Uji Validitas Bukti Fisik $X_1$

		Correlations			
		Kebersihan	Penampilan	Tata Letak	Bukti Fisik
Kebersihan	Pearson Correlation	1	.484**	.487**	.728**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	130	130	130	130
Penampilan	Pearson Correlation	.484**	1	.738**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	130	130	130	130
Tata Letak	Pearson Correlation	.487**	.738**	1	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	130	130	130	130
Bukti Fisik	Pearson Correlation	.728**	.893**	.905**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	130	130	130	130

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

#### Uji Validitas Keandalan $X_2$

		Correlations	
		Kemampuan dalam memberikan pelayanan	Kemampuan dalam memberikan informasi
Kemampuan dalam memberikan pelayanan	Pearson Correlation	1	.491**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	130	130
Kemampuan dalam memberikan informasi	Pearson Correlation	.491**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	130	130
Keandalan	Pearson Correlation	.824**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	130	130

		Correlations	
		Keandalan	
Kemampuan dalam memberikan pelayanan	Pearson Correlation		.824
	Sig. (2-tailed)		.000
	N		130
Kemampuan dalam memberikan informasi	Pearson Correlation		.898**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N		130
Keandalan	Pearson Correlation		1**
	Sig. (2-tailed)		
	N		130

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

**Uji Validitas Daya Tanggap X<sub>3</sub>**

		Correlations	
		Kemampuan dalam menanggapi keluhan pasien	Kemampuan dalam menanggapi masalah
Kemampuan dalam menanggapi keluhan pasien	Pearson Correlation	1	.555**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	130	130
Kemampuan dalam menanggapi masalah	Pearson Correlation	.555**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	130	130
Data Tanggap	Pearson Correlation	.923**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	130	130

		Correlations	
			Data Tanggap
Kemampuan dalam menanggapi keluhan pasien	Pearson Correlation		.923
	Sig. (2-tailed)		.000
	N		130
Kemampuan dalam menanggapi masalah	Pearson Correlation		.758**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N		130
Data Tanggap	Pearson Correlation		1**
	Sig. (2-tailed)		
	N		130

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

**Uji Validitas Jaminan X<sub>4</sub>**

		Correlations		
		Sikap ramah karyawan	Akurasi pemeriksaan	Jaminan
Sikap ramah karyawan	Pearson Correlation	1	.510**	.808**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	130	130	130
Akurasi pemeriksaan	Pearson Correlation	.510**	1	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	130	130	130
Jaminan	Pearson Correlation	.808**	.919**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	130	130	130

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

**Uji Validitas Empati X<sub>5</sub>**

**Correlations**

		Perhatian pelayanan	Kemampuan memberikan penjelasan	Empati
Perhatian pelayanan	Pearson Correlation	1	.594**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	130	130	130
Kemampuan memberikan penjelasan	Pearson Correlation	.594**	1	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	130	130	130
Empati	Pearson Correlation	.899**	.887**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	130	130	130

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

**Uji Validitas Kepuasan Pasien (M)**

**Correlations**

		Sesuai dengan harapan pasien	Minat menggunakan ualng jasa	Merekomendasikan
Sesuai dengan harapan pasien	Pearson Correlation	1	.274**	.425**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000
	N	130	130	130
Minat menggunakan ualng jasa	Pearson Correlation	.274**	1	.314**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000
	N	130	130	130
Merekomendasikan	Pearson Correlation	.425**	.314**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	130	130	130
Kepuasan pasien	Pearson Correlation	.794**	.650**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	130	130	130

**Correlations**

		Kepuasan pasien
Sesuai dengan harapan pasien	Pearson Correlation	.794
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	130
Minat menggunakan ualng jasa	Pearson Correlation	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	130
Merekomendasikan	Pearson Correlation	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	130
Kepuasan pasien	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	130

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

**Uji Validitas Loyalitas Pasien (Y)**

**Correlations**



		Komitmen	Tidak mudah berpindah
Komitmen	Pearson Correlation	1	.349**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	130	130
Tidak mudah berpindah	Pearson Correlation	.349**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	130	130
Melakukan komunikasi secara terbuka	Pearson Correlation	.404**	.487**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	130	130
Loyalitas Pasien	Pearson Correlation	.793**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	130	130

**Correlations**

		Melakukan komunikasi secara terbuka	Loyalitas Pasien
Komitmen	Pearson Correlation	.404	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	130	130
Tidak mudah berpindah	Pearson Correlation	.487**	.755
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	130	130
Melakukan komunikasi secara terbuka	Pearson Correlation	1**	.787**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	130	130
Loyalitas Pasien	Pearson Correlation	.787**	1**
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	130	130

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

**UJI REABILITAS****Reabilitas Variabel Bukti Fisik ( $X_1$ )**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.798	3

**Reabilitas Variabel Kepuasan Pasien (M)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.604	3

**Reabilitas Variabel Keandalan ( $X_2$ )**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.644	2

**Reabilitas Variabel Loyalitas Pasien (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.667	3

**Reabilitas Variabel Daya Tanggap ( $X_3$ )**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.840	3

**Reabilitas Variabel Jaminan ( $X_4$ )**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.641	2

**Reabilitas Variabel Empati ( $X_5$ )**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.745	2

## Lampiran 5: Hasil Analisis Moderated Mediation

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	130	28.00	63.00	45.6154	8.90204
Kepuasan Konsumen	130	13.00	30.00	21.9385	4.52856
Loyalitas Pasien	130	5.00	20.00	13.6308	3.19675
Jenis Kelamin	130	.00	1.00	.5462	.49979
Pendapatan	130	1.00	4.00	2.7385	1.04588
Valid N (listwise)	130				

```

COMPUTE Interaction_1=ZX * W.
EXECUTE.
COMPUTE Interaction_2=ZM * ZV.
EXECUTE.
COMPUTE Interaction_3=ZM * ZW.
EXECUTE.
/* PROCESS for SPSS 2.16.3 */.
/* Written by Andrew F. Hayes */.
/* www.afhayes.com */.
/* Copyright 2012-2016 */.
/* Online distribution other than through */.
/* www.afhayes.com or processmacro.org is not authorized */.
/* Please read the documentation */.
/* available in Appendix A of */.
/* Hayes (2013) prior to use */.
/* www.guilford.com/p/hayes3 */.
/* Documentation available in Appendix A of http://www.guilford.com/p/hayes3
*/.
preserve.
set printback=off.

```

Run MATRIX procedure:

\*\*\*\*\* PROCESS Procedure for SPSS Release 2.16.3 \*\*\*\*\*

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com  
 Documentation available in Hayes (2013). www.guilford.com/p/hayes3

\*\*\*\*\*

Model = 64  
 Y = Y  
 X = X  
 M = M  
 W = W  
 V = V

Sample size  
 130

\*\*\*\*\*

Outcome: M

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	.6661	.4437	11.6811	42.5402	3.0000	126.0000	.0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	.0971	.2954	.3288	.7428	-.4875	.6817
X	.3348	.0369	9.0790	.0000	.2618	.4078
W	1.7757	.6096	2.9131	.0042	.5694	2.9821
int_1	.1565	.0769	2.0353	.0439	.0043	.3087

Covariance matrix of regression parameter estimates

	constant	X	W	int_1
constant	.0873	.0034	-.0524	-.0031
X	.0034	.0014	-.0031	-.0011
W	-.0524	-.0031	.3716	.0150
int_1	-.0031	-.0011	.0150	.0059

Product terms key:

int\_1 X X W

\*\*\*\*\*

Outcome: Y

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	.6905	.4768	5.6076	26.7843	6.0000	123.0000	.0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	13.6014	.2100	64.7815	.0000	13.1858	14.0170
M	.2811	.0748	3.7575	.0003	.1330	.4292
X	.1201	.0392	3.0665	.0027	.0426	.1977
V	-.0928	.1996	-.4649	.6428	-.4878	.3023
int_2	.1197	.0448	2.6752	.0085	.0311	.2083

Covariance matrix of regression parameter estimates

	constant	M	X	V	int_2	W
int_3						
constant	.0441	-.0035	.0022	-.0133	.0009	-.0131
M	-.0035	.0056	-.0022	.0021	-.0007	-.0005
X	.0022	-.0022	.0015	-.0010	-.0002	.0021
V	-.0133	.0021	-.0010	.0398	.0000	-.0025
int_2	.0009	-.0007	-.0002	.0000	.0020	-.0025
W	-.0131	-.0005	.0021	-.0025	-.0025	.1814
int_3	.0014	.0004	-.0008	-.0018	-.0005	-.0050

Product terms key:

	M	X	V
int_2	M	X	V
int_3	M	X	W

\*\*\*\*\* DIRECT AND INDIRECT EFFECTS \*\*\*\*\*

Direct effect of X on Y

Effect	SE	t	p	LLCI	ULCI
.1201	.0392	3.0665	.0027	.0426	.1977

Conditional indirect effect(s) of X on Y at values of the moderator(s):

Mediator	W	V	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
M	-.5462	-1.0459	.0415	.0302	-.0057	.1160
M	-.5462	.0000	.0727	.0316	.0238	.1493
M	-.5462	1.0459	.1039	.0379	.0425	.1928
M	.4538	-1.0459	.0597	.0423	-.0212	.1445
M	.4538	.0000	.1106	.0358	.0450	.1862
M	.4538	1.0459	.1614	.0383	.0905	.2406

Values for quantitative moderators are the mean and plus/minus one SD from mean.

Values for dichotomous moderators are the two values of the moderator.

\*\*\*\*\* ANALYSIS NOTES AND WARNINGS \*\*\*\*\*

Number of bootstrap samples for bias corrected bootstrap confidence intervals:  
5000

Level of confidence for all confidence intervals in output:  
95.00

NOTE: The following variables were mean centered prior to analysis:

X	M	W	V
---	---	---	---

NOTE: All standard errors for continuous outcome models are based on the HC3 estimator

----- END MATRIX -----

restore.

## Lampiran 6: Uji Asumsi Klasik

### MODEL 1

#### Hasil Uji Multikolinieritas Model 1

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			Tolerance
1	(Constant)	-.005	1.440			
	Gender	.517	.401	.081	1.289	.200
	Income	-.087	.188	-.030	-.463	.644
	X	.100	.029	.269	3.448	.001
	Z	.383	.057	.535	6.713	.000
	Interaction2	-.234	.197	-.075	-1.190	.236
	Interaction3	-.036	.198	-.011	-.181	.856

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	VIF	
1	(Constant)	
	Gender	1.065
	Income	1.130
	X	1.647
	Z	1.720
	Interaction2	1.079
	Interaction3	1.059

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Gender	Income	X
1	1	4.776	1.000	.00	.00	.01	.00
	2	1.057	2.125	.00	.00	.00	.00
	3	.860	2.356	.00	.00	.00	.00
	4	.183	5.108	.00	.03	.80	.01
	5	.096	7.060	.00	.76	.00	.02
	6	.014	18.482	.59	.08	.07	.74
	7	.013	19.109	.41	.13	.13	.23

Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Variance Proportions		
		Z	Interaction2	Interaction3
1	1	.00	.00	.00
	2	.00	.28	.56
	3	.00	.65	.38
	4	.01	.01	.05
	5	.04	.04	.00
	6	.05	.00	.00
	7	.90	.01	.00

a. Dependent Variable: Y

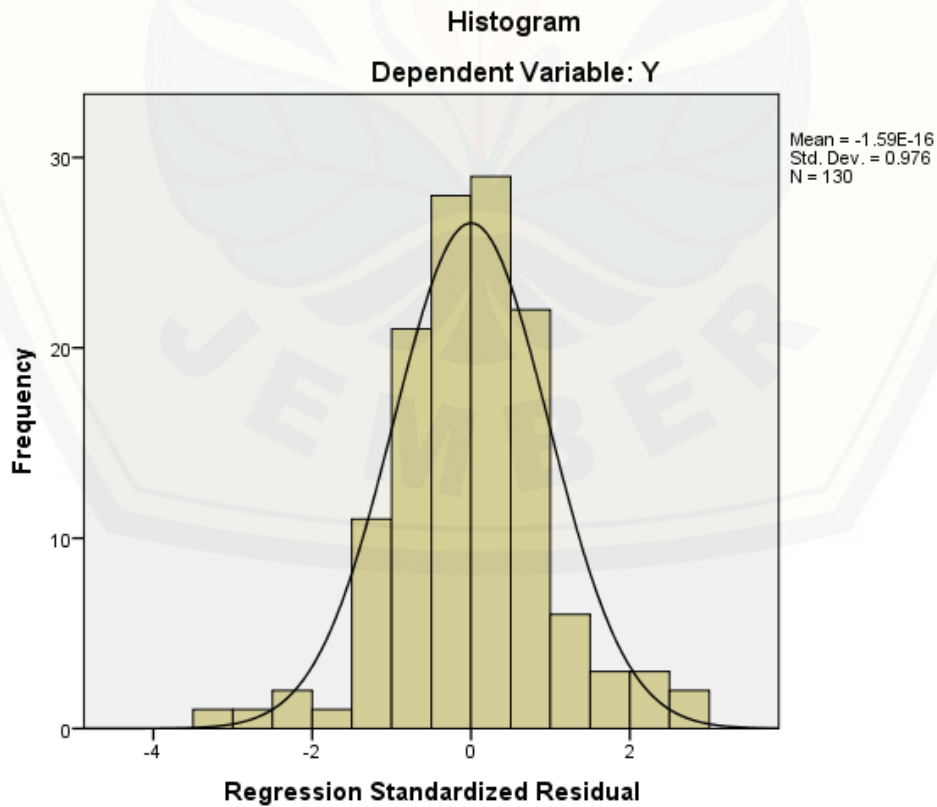
**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9.0915	18.3111	13.5077	2.33853	130
Std. Predicted Value	-1.888	2.054	.000	1.000	130
Standard Error of Predicted Value	.263	.894	.487	.141	130
Adjusted Predicted Value	8.7753	18.3440	13.5111	2.33558	130
Residual	-6.72917	5.95931	.00000	2.13321	130
Std. Residual	-3.080	2.728	.000	.976	130
Stud. Residual	-3.202	2.774	-.001	1.005	130
Deleted Residual	-7.27391	6.30118	-.00339	2.26296	130
Stud. Deleted Residual	-3.331	2.853	-.001	1.020	130
Mahal. Distance	.876	20.610	5.954	4.162	130
Cook's Distance	.000	.119	.009	.019	130
Centered Leverage Value	.007	.160	.046	.032	130

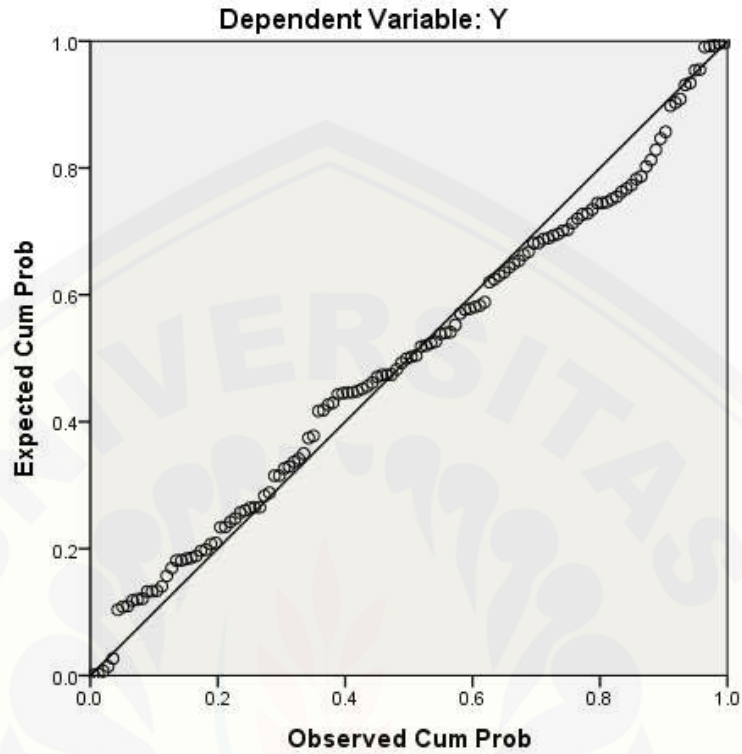
a. Dependent Variable: Y

**Uji Normalitas Model 1**

**Charts**



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

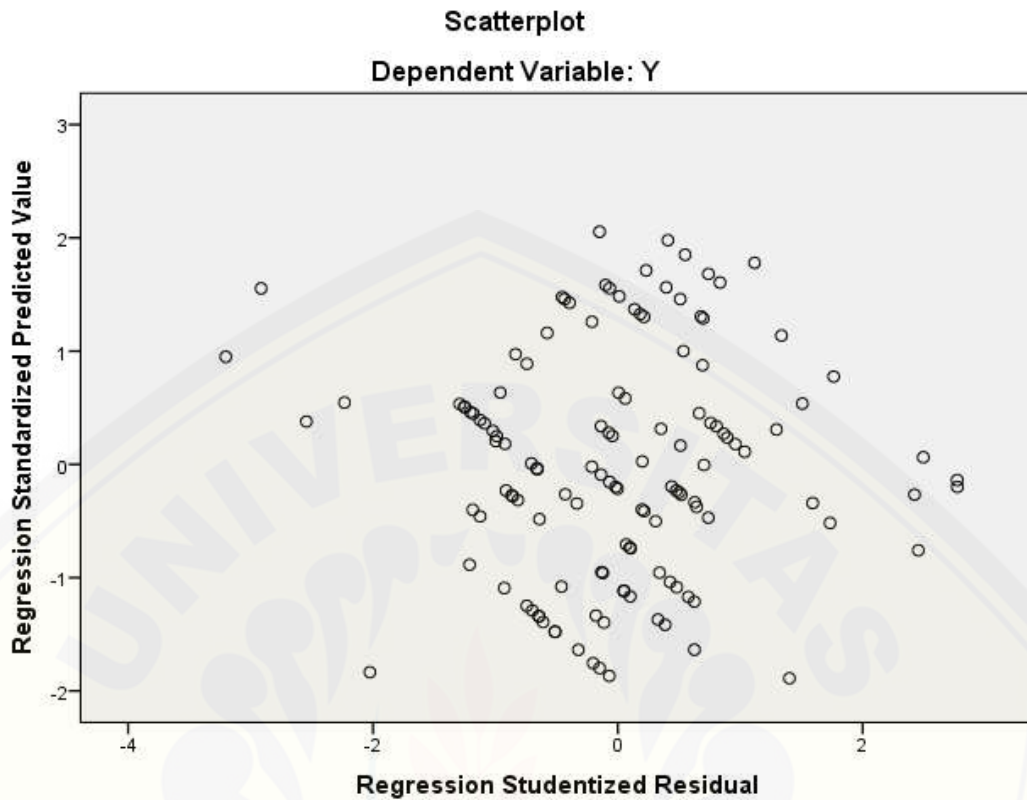
		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13321081
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.875
Asymp. Sig. (2-tailed)		.428

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Uji Heteroskedastisitas Model 1**





**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.204 <sup>a</sup>	.042	-.005	1.43383

a. Predictors: (Constant), Interaction3, Gender, X, Interaction2, Income, Z

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.950	6	1.825	.888	.506 <sup>b</sup>
	Residual	252.871	123	2.056		
	Total	263.821	129			

a. Dependent Variable: absRES\_2

b. Predictors: (Constant), Interaction3, Gender, X, Interaction2, Income, Z

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.334	.945		-.353	.725
Gender	.369	.263	.127	1.400	.164
Income	.187	.123	.142	1.515	.132
1 X	.016	.019	.093	.818	.415
Z	.014	.037	.043	.376	.708
Interaction2	.069	.129	.049	.531	.596
Interaction3	-.011	.130	-.008	-.084	.933

a. Dependent Variable: absRES\_2

NPART TESTS

/K-S(NORMAL)=RES\_2

/MISSING ANALYSIS.

**MODEL 2**

**Hasil Uji Multikolinieritas Model 2**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			Tolerance
(Constant)	8.887	1.877		4.736	.000	
1 Gender	-.808	.617	-.090	-1.310	.193	.999
X	.320	.036	.616	8.916	.000	.997
Interaction1	.282	.304	.064	.926	.356	.998

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model			Collinearity Statistics
			VIF
(Constant)			
1 Gender			1.001
X			1.003
Interaction1			1.002

a. Dependent Variable: Z

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Gender	X	Interaction1
1	1	2.903	1.000	.00	.01	.00	.00
	2	.999	1.705	.00	.00	.00	1.00
	3	.082	5.939	.03	.86	.11	.00
	4	.016	13.607	.97	.13	.88	.00

a. Dependent Variable: Z

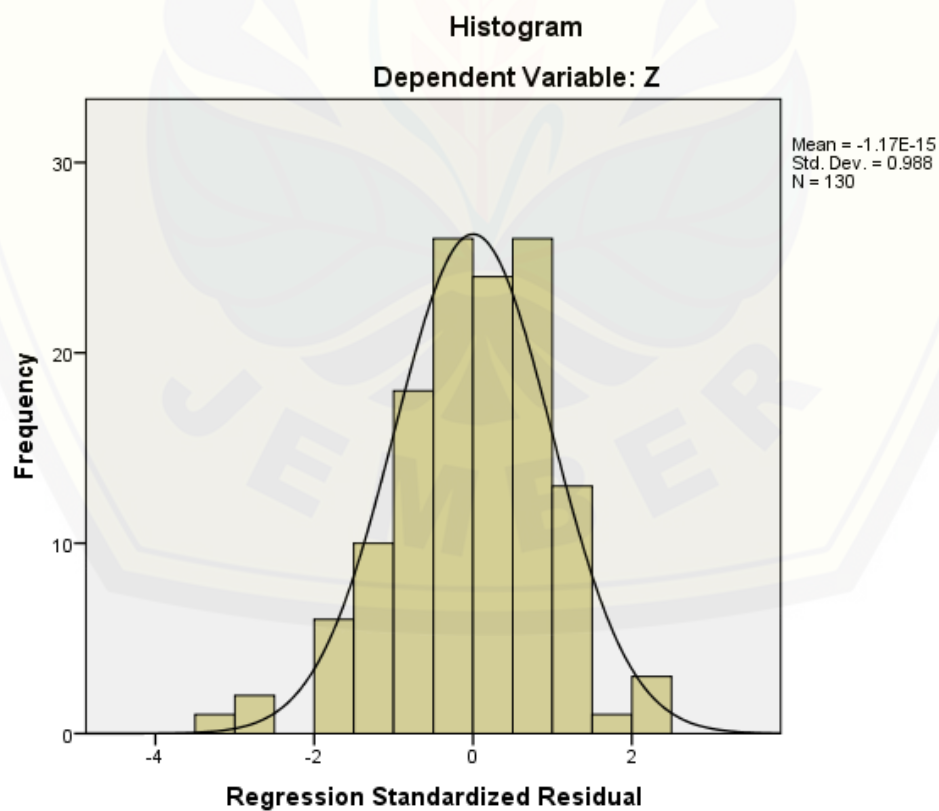
Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	15.5786	27.7891	22.0308	2.79483	130
Std. Predicted Value	-2.309	2.060	.000	1.000	130
Standard Error of Predicted Value	.397	1.066	.586	.160	130
Adjusted Predicted Value	15.3576	28.2902	22.0407	2.79905	130
Residual	-10.97709	8.15955	.00000	3.42387	130
Std. Residual	-3.169	2.355	.000	.988	130
Stud. Residual	-3.236	2.389	-.001	1.006	130
Deleted Residual	-11.44631	8.39755	-.00992	3.54586	130
Stud. Deleted Residual	-3.366	2.436	-.004	1.017	130
Mahal. Distance	.705	11.226	2.977	2.260	130
Cook's Distance	.000	.152	.009	.020	130
Centered Leverage Value	.005	.087	.023	.018	130

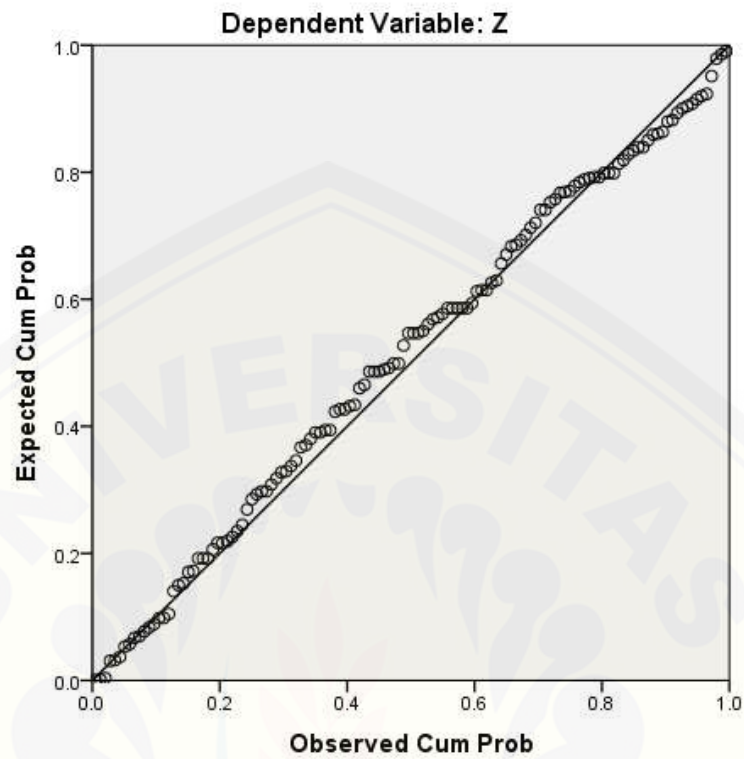
a. Dependent Variable: Z

### Hasil Uji Normalitas Model 2

#### Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



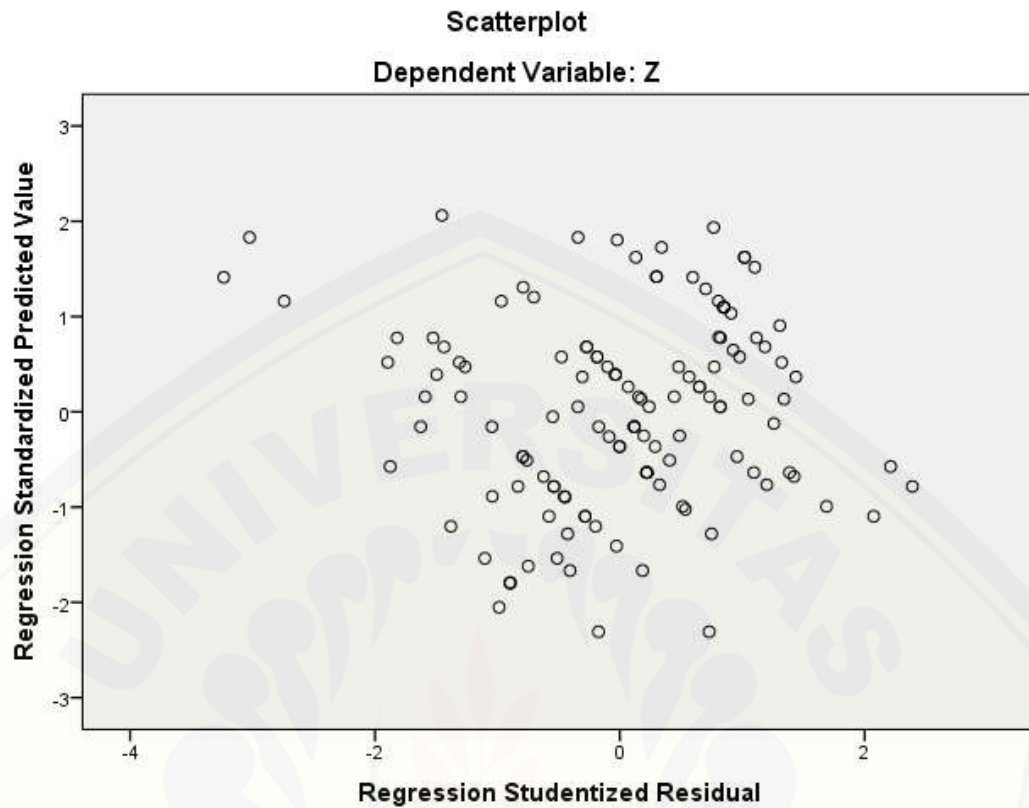
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.42386854
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.044
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.629
Asymp. Sig. (2-tailed)		.823

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Hasil Uji Heterskedasitas Model 2**



**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.147	3	5.716	1.277	.285 <sup>b</sup>
	Residual	564.070	126	4.477		
	Total	581.217	129			

a. Dependent Variable: absRES\_1  
 b. Predictors: (Constant), Interaction1, Gender, X

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.265	1.146		1.104	.272
	Gender	-.075	.377	-.017	-.198	.844
	X	.034	.022	.137	1.555	.122
	Interaction1	.201	.186	.095	1.084	.280

a. Dependent Variable: absRES\_1