



Pengaruh Kualitas Pelayanan, Aksesibilitas, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pasien Klinik Pratama Sentra Medika

Fachturhadi Prasanu¹, Harini Abrilia Setyawati²

^{1,2}Universitas Putra Bangsa

*fachturhadiprasanu@gmail.com*¹

ARTICLE INFO

Article History:

Received: September 23rd 2023

Accepted: October 9th 2023

Published: October 23rd 2023

Keywords: Service Quality, Accessibility, Company Image, Loyalty of Pasien

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh, Kualitas Pelayanan, Aksesibilitas, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pasien Klinik Pratama Sentra Medika. Populasi dalam penelitian ini adalah Pasien Klinik Pratama Sentra Medika. Penelitian ini mengambil 100 responden menggunakan Teknik Purposive Sampling dengan angket/kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1), Aksesibilitas (X2), Citra Perusahaan (X3), dan Loyalitas Pasien (Y). Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan statistik yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi kalsik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan program SPSS Release 25.0 for Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinearitas, tidak terjadi heterokedastisitas dan model memenuhi asumsi normalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (2) Aksesibilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (3) Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (4) Kualitas Pelayanan, Aksesibilitas, dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Nilai R Square persamaan diatas sebesar 0,626, artinya 62,6% variabel loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, aksesibilitas, dan citra perusahaan sedangkan sisanya 37,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Pendahuluan

Kesehatan merupakan hal yang penting bagi setiap orang sebagai salah satu unsur kesejahteraan. Klinik kesehatan adalah salah satu instansi yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan masyarakat. Dalam dunia kesehatan, terdapat tenaga kesehatan yang bermata pencaharian sebagai dokter, perawat, dan lain-lain. Hal tersebut menyebabkan klinik kesehatan dapat diklasifikasikan sebagai sebuah bisnis yang mencari keuntungan. Pemasaran mengacu pada aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan pembelian atau penjualan produk atau layanan (Twin, 2020).

Pertumbuhan pelayanan kesehatan di Indonesia cukup pesat, demikian dapat dilihat dari berkembangnya klinik- klinik kesehatan umum atau khusus (spesialis). Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis saat ini, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk dapat menjaga kesetiaan pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain (Susanto, 2008) dalam (Wibowo, 2015).

Loyalitas pasien memiliki peran penting bagi perusahaan jasa klinik kesehatan, karena dengan pasien yang loyal terhadap klinik, maka tidak akan berpindah dan akan mempromosikan dan merekomendasikan kepada orang lain. Dengan adanya loyalitas pasien klinik dapat meningkatkan kinerja keuangan serta dapat menjaga kelangsungan hidup klinik. Memiliki konsumen yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan, termasuk perusahaan jasa klinik kesehatan.

Di Kabupaten Kebumen terdapat beberapa klinik kesehatan. Klinik Pratama Sentra Medika adalah sebuah klinik kesehatan milik perorangan di Kebumen yang terletak di Jalan Wadaslintang KM. 5, Mulyosri, Prembun, Kebumen. Lokasi Klinik Pratama Sentra Medika berada di jalan utama penghubung Kabupaten Kebumen dan Kabupaten Wonosobo, khususnya dari daerah Prembun, Wadaslintang, dan Wonosobo. Dengan hanya adanya satu jalur utama menuju lokasi klinik, tidak sedikit pasien yang berasal dari luar kabupaten.

Tabel 1. Jumlah Pasien Klinik Pratama Sentra Medika pada 6 Bulan 2022

No	Bulan	Jumlah Pasien
1	April	1217 pasien
2	Mei	1670 pasien
3	Juni	1198 pasien
4	Juli	1416 pasien
5	Agustus	1417 pasien
6	September	1518 pasien

Sumber: Klinik Pratama Sentra Medika (2022)

Tabel 1 menunjukkan bahwa kunjungan pasien pada Klinik Pratama Sentra Medika stabil diatas seribu pasien dan sempat mengalami peningkatan pada bulan Juni hingga September, sehingga bisa dikatakan loyalitas pasien klinik baik.

Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien, maka dari itu tujuannya dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas pasien pada penggunaan jasa pelayanan kesehatan di Klinik Pratama Sentra Medika. Untuk mengetahui hal tersebut, peneliti melakukan observasi terhadap 30 responden secara acak melalui wawancara. Hasil yang diperoleh adalah terdapat 11 (36,7%) orang responden loyal karena kualitas layanan yang baik, 9 (30%) orang responden loyal karena aksesibilitas yang mudah, 8 (26,7%) orang responden loyal karena citra perusahaan yang baik, dan 2 (6,7%) orang responden loyal karena fasilitas yang terdapat pada klinik kesehatan.

Semakin tinggi frekuensi pembelian ulang seorang pasien menunjukkan semakin tingginya tingkat loyalitas pelanggan tersebut (Setiawan, 2011). Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan, karena setiap pelanggan dapat memberikan keuntungan material dan nonmaterial kepada perusahaan (As'ad, 2013).

Klinik Pratama Sentra Medika memiliki visi untuk memberikan pelayanan kesehatan yang profesional, berkualitas, dan terjangkau kepada seluruh lapisan masyarakat, terutama di area Kebumen Timur. Dalam rangka mewujudkan visi tersebut, klinik ini mengutamakan pelayanan kesehatan sebagai bagian dari ibadah dan dakwah, dengan fokus pada integritas dan keunggulan dalam memberikan perawatan. Klinik Pratama Sentra Medika juga berusaha menjadi klinik percontohan di wilayah lokal dan regional, dengan membangun

sumber daya manusia yang unggul, kompeten, dan berakhlakul karimah. Mereka menjamin pelayanan kesehatan yang lengkap dan modern melalui sarana prasarana yang memadai. Selain itu, klinik ini memberikan pelayanan secara komprehensif dan holistic sesuai dengan nilai-nilai budaya klinik, sehingga masyarakat merasa terlayani dengan baik. Selain fokus pada kualitas pelayanan, klinik ini juga berkomitmen untuk menjadi Green Hospital dengan mengimplementasikan praktik ramah lingkungan.

Hasil penelitian Kristanti (2019) "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan aksesibilitas Terhadap Loyalitas Pasien di Ruang Cempaka Rumah Sakit Mitra Keluarga Surabaya" menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Akan tetapi pada penelitian Utami (2020) "Faktor Penentu Loyalitas Pasien di Rumah Sakit" menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien yang di mediasi oleh kepuasan pasien.

Aksesibilitas merupakan komponen penting dalam dunia kesehatan. Aksesibilitas yang mudah membuat masyarakat mudah dalam mendapatkan pelayanan kesehatan dengan baik dan cepat. Leksono, dkk (2010) dalam Kristanti (2019) mengatakan aksesibilitas merupakan suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan pencapaian lokasi dan hubungannya satu sama lain, mudah atau sulitnya lokasi tersebut dicapai melalui transportasi.

Klinik Pratama Sentra Medika memiliki aksesibilitas yang baik untuk masyarakat yang membutuhkan pelayanan kesehatan di daerah tersebut. Terletak di Jalan Wadaslintang, Mulyosri, Prembun, Kebumen, klinik ini memiliki lokasi strategis yang berbatasan langsung dengan Wonosobo dan Purworejo. Meskipun hanya terdapat satu jalur utama, akses ke klinik ini dapat dilakukan dengan mudah melalui angkutan umum seperti angkot dan bis. Hal ini memudahkan pasien untuk mencapai klinik dan mendapatkan perawatan yang dibutuhkan tanpa kesulitan transportasi. Dengan aksesibilitas yang baik dan adanya fasilitas transportasi umum yang tersedia, Klinik Pratama Sentra Medika siap memberikan pelayanan kesehatan yang profesional dan berkualitas kepada masyarakat sekitar.

Sebuah citra perusahaan juga diduga dapat mempengaruhi loyalitas pasien. Citra perusahaan adalah suatu gambaran atau persepsi dari masyarakat mengenai baik atau buruknya suatu perusahaan. Citra perusahaan yang baik berguna untuk menempatkan perusahaan pada kedudukan yang baik di masyarakat dan untuk menanamkan pengaruh yang positif dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan. Citra klinik yang baik akan membantu memperkuat niat pasien untuk memilih sebuah klinik. Marilees dan Fry (2002) menemukan bahwa citra memiliki efek langsung pada loyalitas.

Klinik Pratama Sentra Medika memiliki citra perusahaan yang baik dengan banyak pengunjung yang datang. Klinik ini dikenal sebagai tempat yang menyediakan pelayanan kesehatan profesional dan berkualitas tinggi. Kualitas pelayanan yang unggul dan komprehensif, sesuai dengan nilai-nilai budaya klinik, telah menarik banyak pengunjung untuk mendapatkan perawatan di sana. Citra perusahaan yang positif ini juga didukung oleh reputasi klinik sebagai klinik percontohan di wilayah lokal dan regional. Keberadaan sumber daya manusia yang unggul, kompeten, dan berakhlakul karimah juga telah meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap klinik ini. Dengan banyaknya pengunjung yang datang, Klinik Pratama Sentra Medika terus mempertahankan dan meningkatkan standar pelayanan mereka untuk memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat dengan lebih baik.

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Aksesibilitas, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pasien Klinik Pratama Sentra Medika".

Kajian Teori dan Telaah Literatur

Loyalitas Pasien

Penelitian ini menggunakan Loyalitas Pengunjung sebagai variabel dependen. Menurut Tjiptono (2006) loyalitas merupakan sebuah komitmen dan kesan positif pelanggan terhadap merek, toko, pemasok maupun jasa dan dapat tercermin melalui pembelian ulang yang konsisten. Menurut Ellynia (2020) pelanggan yang loyal adalah individu yang melakukan pembelian kembali secara teratur, kebal terhadap setiap persuasi pesaing, dan bahkan bersedia merekomendasikan produk yang bersangkutan kepada orang lain.

Penelitian ini dibatasi oleh indikator yang dikemukakan oleh Griffin (2005), menyatakan indikator loyalitas pengunjung terdiri dari:

- a. Makes Regular Repeat Purchases
- b. Purchases Across Product and Services Line
- c. Refers Other
- d. Demonstrates An Immunity To Be The Full Of The Competition

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2007) menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Mansur (2008) mengatakan bahwa Kualitas pelayanan dapat dinilai dari banyak faktor yang berhubungan, dimana kualitas pelayanan dapat dinilai dari persepsi konsumen dalam menikmati barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga yang dirasakan oleh konsumen adalah keinginan yang selalu terpenuhi dan harapan terhadap performa barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen dapat diterima. Seperti yang dikatakan Lewis dan Booms (2011), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan.

Penelitian ini dibatasi oleh indikator dari variabel kualitas pelayanan menurut Hardiyansyah (2011):

- a. Tangibles (berwujud)
- b. Reliability (kehandalan)
- c. Responsiveness (ketanggapan)
- d. Assurance (jaminan dan kepastian)
- e. Empathy (empati)

Aksesibilitas

Menurut Sukoco (2016) aksesibilitas pelayanan kesehatan adalah kemampuan setiap orang dalam mencari pelayanan kesehatan sesuai dengan yang mereka dibutuhkan. Penjelasan yang sama dari Frenk (1992) dalam Birawa (2021) menyatakan akses adalah kemampuan masyarakat untuk mencari dan mendapatkan pelayanan. Selain tentang kemampuan seseorang dalam mencari pelayanan kesehatan, aksesibilitas juga tentang kenyamanan dan kemudahan. Seperti yang dikatakan Leksono (2016), aksesibilitas merupakan suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan pencapaian lokasi dan hubungannya satu sama lain, mudah atau sulitnya lokasi tersebut dicapai melalui transportasi.

Menurut Tjiptono (2014) dalam Pranitasari (2020) aksesibilitas dapat diukur dengan 4 indikator, yaitu:

- a. Jarak,
- b. Akses ke tempat lokasi,
- c. Transportasi,
- d. Arus lalu-lintas.

Citra Perusahaan

Citra perusahaan dapat didefinisikan sebagai persepsi terhadap suatu organisasi yang tercermin dalam asosiasi yang tersimpan dalam ingatan konsumen (Asnawi, 2019). Gregory (2011), citra perusahaan merupakan kombinasi dampak terhadap observer dari semua komponen- komponen verbal maupun visual perusahaan baik yang direncanakan ataupun tidak atau dari pengaruh Elemen eksternal lainnya.

Indikator menurut Menurut Shirley Harrison dalam Sella Kurnia Sari (2012:14) mengemukakan bahwa informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat indikator sebagai berikut:

- a. Kepribadian
- b. Reputasi
- c. Nilai
- d. Identitas perusahaan.

Pengembangan Hipotesis Penelitian

Hubungan Variabel Kualitas Layanan Dengan Variabel Loyalitas Pasien

Menurut Tjiptono (2007) menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Yunida (2016) menyatakan ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di RS Amal Sehat Wonogiri. Selain itu pengaruh signifikan anatara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan atau pasien juga ditemukan pada penelitian Widadi (2015) yang dilakukan di Klinik Saraf RSJD Dr R.M. Soedjarwadi. Dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas pasien adalah positif dan signifikan, yang artinya, jika kualitas pelayanan pada konsumen Klinik Pratama Sentra Medika sudah sesuai dengan keinginan konsumen, maka loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika akan semakin meningkat.

H₁: kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika.

Hubungan Variabel Aksesibilitas Dengan Variabel Loyalitas Pasien

Menurut Kristanti (2019) Akses pelayanan kesehatan adalah pelayanan kesehatan itu harus dapat dicapai oleh masyarakat, tidak terhalang oleh keadaan geografis, social, ekonomi, organisasi dan bahasa. Dalam penelitiannya juga disampaikan bahwa aksesibilitas dalam pelayanan kesehatan yaitu keadaan geografis yang dapat diukur dengan jarak, lama perjalanan, jenis transportasi dan atau hambatan fisik lain yang dapat menghalangi seseorang untuk mendapatkan pelayanan kesehatan. Penelitian Kristanti (2019) ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pasien. Kualitas pelayanan dan aksesibilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pasien. Hal ini juga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel aksesibilitas dengan loyalitas pasien adalah positif dan signifikan, yang artinya, jika aksesibilitas pada konsumen Klinik Pratama Sentra Medika mudah dicapai, maka loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika akan semakin meningkat.

H₂: aksesibilitas berpengaruh terhadap loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika.

Hubungan Variabel Citra Perusahaan Dengan Variabel Loyalitas Pasien

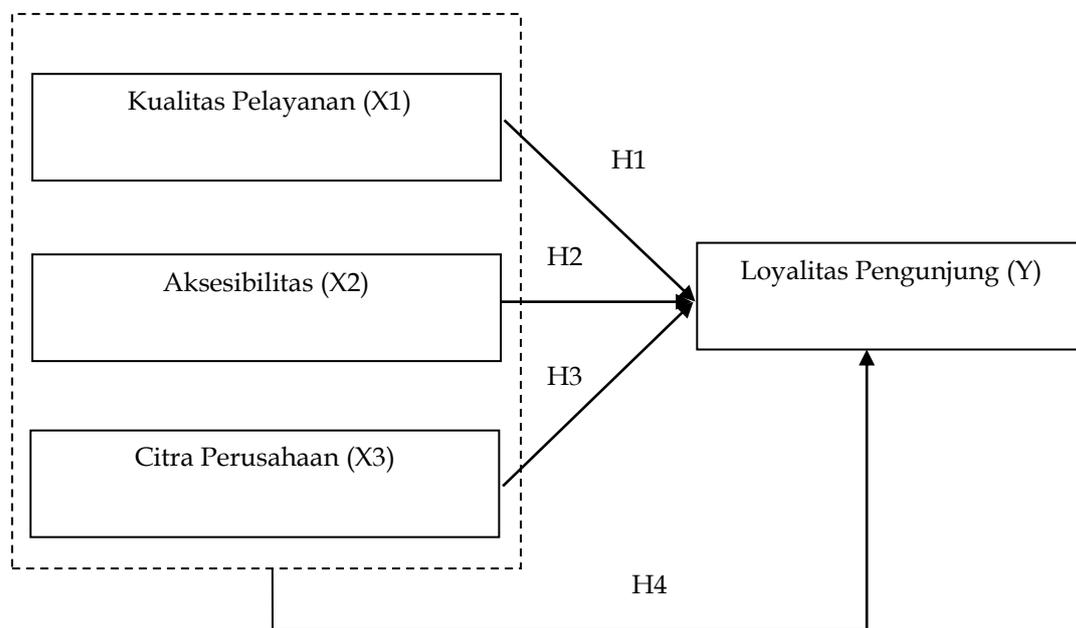
Citra berkaitan dengan reputasi sebuah merk atau perusahaan, citra adalah persepsi konsumen terhadap kualitas yang berkaitan dengan merk atau perusahaan (Widadi, 2015). Citra yang baik akan membentuk pola pikir masyarakat bahwa apabila masyarakat memiliki

kendala kesehatan, masyarakat tidak perlu berpikir dua kali kemana mereka akan mendapatkan layanan kesehatan, karena berdasarkan pengalaman yang mereka alami sendiri atau berdasarkan informasi yang mereka (Yunida, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Yunida (2016) ada pengaruh signifikan antara variabel citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan di RS. Amal Sehat Wonogiri. Citra rumah sakit juga berpengaruh pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr R.M. Soedjarwadi pada penelitian Widadi (2015), sehingga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel citra perusahaan dengan loyalitas pasien adalah positif dan signifikan yang artinya, jika citra perusahaan pada Klinik Pratama Sentra Medika baik dan sesuai dengan keinginan konsumen, maka loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika akan semakin meningkat.

H₃: citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika

H₄: kualitas layanan, aksesibilitas, dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika

Adapun model kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Empiris

Metode Penelitian

Objek dan Subjek Penelitian

Obyek penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Objek penelitian ini adalah loyalitas pasien sebagai variabel terikat (dependent) yang dipengaruhi oleh: kualitas layanan, aksesibilitas dan citra perusahaan sebagai variabel bebas (independent). Subjek penelitian adalah pihak yang dijadikan sumber informasi atau sumber data sebuah penelitian (Sugiyono, 2018). Subjek penelitian ini adalah pasien Klinik Pratama Sentra Medika.

Instrumen atau Alat Pengumpulan Data

Metode yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data survey yaitu dengan metode kuesioner (angket). Setelah data dari penyebaran kuesioner terkumpul, kemudian dilakukan proses scoring yaitu pemberian nilai yang berupa angka pada jawaban untuk memperoleh

data kuantitatif yang diperlukan dalam pengujian hipotesis. Alat yang digunakan adalah skala likert yang telah dimodifikasi. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang.

Instrument dalam penelitian ini adalah skala, kuesioner dan daftar pernyataan. Pengukuran variabel bebas dan variabel terikat dalam kuesioner. Menurut Sugiyono (2008: 134), jawaban setiap item instrumen dapat menggunakan skala likert berupa kata-kata yaitu:

1. STS = Sangat tidak setuju dengan skor 1
2. TS = Tidak setuju dengan skor 2
3. R = Ragu- ragu dengan skor 3
4. S = Setuju dengan skor 4
5. SS = Sangat setuju dengan skor 5

Peneliti kemudian memodifikasi skala likert untuk keperluan analisis kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan penilaian (skor) 1-4 dengan variabel jawaban untuk masing-masing item pernyataan:

1. STS = Sangat tidak setuju dengan skor 1
2. TS = Tidak setuju dengan skor 2
3. S = Setuju dengan skor 3
4. SS = Sangat setuju dengan skor 4

Adapun tidak digunakannya alternatif jawaban netral oleh peneliti didasarkan pada tiga alasan dasar yang dikemukakan oleh Sutrisno Hadi (2004) sebagai berikut:

- a. Kategori netral mempunyai arti ganda sehingga sulit untuk diartikan sebagai sesuai atau tidak sesuai.
- b. Tersedianya jawaban ditengah dapat menimbulkan kecenderungan memilih jawaban yang tengah tersebut bagi subjek yang ragu-ragu atas arah kecenderungan jawabannya.
- c. Maksud kategori jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah untuk melihat kecenderungan pendapat subjek kearah setuju atau tidak setuju. Nilai dari semua jawaban responden merupakan modifikasi dari skala likert juga itu bisa menjawab, sangat setuju=4, setuju=3, tidak setuju=2 dan sangat tidak setuju=1.

Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jawaban kuesioner dari para pasien Klinik Pratama Sentra Medika sebagai data primer. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data atau catatan yang diperoleh dari Klinik Pratama Sentra Medika yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data (Sugiyono, 2010). Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah:

- a. Wawancara
- b. Kuesioner (Angket)
- c. Studi Pustaka

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2013:115), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, yang akan menjadi populasinya adalah pasien Klinik Pratama Sentra Medika.

Menurut Sugiyono (2013:116), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien Klinik Pratama Sentra Medika.

Teknik Pengambilan Sampel

Penulis belum mengetahui berapa jumlah populasinya maka teknik sampling yang digunakan adalah teknik non probability sampling yaitu metode sampling dengan menggunakan metode tidak acak, yang memberi kemungkinan yang sama bagi setiap unsur populasi yang dipilih.

Dalam teknik non probability sampling akan digunakan teknik purposive sampling yaitu pemilihan anggota sampel dengan mempertimbangkan syarat-syarat yang telah ditetapkan dimana sampel dalam penelitian ini adalah pasien Klinik Pratama Sentra Medika. Adapun syarat-syarat yang digunakan dalam menentukan responden adalah sebagai berikut:

1. Memiliki usia minimal 17 tahun.
2. Telah menggunakan jasa Klinik Pratama Sentra Medika.

Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan rumus sebagai berikut menurut Purba (2006) yaitu:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

N : Jumlah sampel

Z : Z score pada tingkat signifikan tertentu

Nilai z: 1,96 dengan tingkat kepercayaan 9,5%

Moe : Margin of Error, dengan tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

$$n = \frac{1,96^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,04$$

Jumlah n sebesar 96,04 sebagai sampel batas minimal. Dengan demikian sampel yang digunakan untuk responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang agar dapat memenuhi syarat pengambilan sampel minimal yaitu sebanyak 96 orang, dan hal ini dilakukan untuk berjaga-jaga terhadap kemungkinan adanya resiko nilai minimal yang akan didapat.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2009:49). Suatu instrumen dinyatakan valid apabila nilai rhitung > rtabel dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Sebaliknya, suatu instrumen dinyatakan tidak valid apabila nilai rhitung < rtabel dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05. Berdasarkan rumus $df = n-2$ atau $(100-2 = 98)$ dengan jumlah sampel (n) sebanyak 100 responden dan tingkat signifikansi

sebesar 0,05 maka besarnya nilai rtabel diperoleh 0,1966. Berikut hasil uji validitas penelitian ini:

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Butir	rhitung	rtabel	Signifikasi	Keterangan
1	0,896	0,1966	0,000	Valid
2	0,889	0,1966	0,000	Valid
3	0,884	0,1966	0,000	Valid
4	0,940	0,1966	0,000	Valid
5	0,884	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Aksesibilitas

Butir	rhitung	rtabel	Signifikasi	Keterangan
1	0,830	0,1966	0,000	Valid
2	0,764	0,1966	0,000	Valid
3	0,830	0,1966	0,000	Valid
4	0,866	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan

Butir	rhitung	rtabel	Signifikasi	Keterangan
1	0,853	0,1966	0,000	Valid
2	0,861	0,1966	0,000	Valid
3	0,785	0,1966	0,000	Valid
4	0,807	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Loyalitas Pengunjung

Butir	rhitung	rtabel	Signifikasi	Keterangan
1	0,902	0,1966	0,000	Valid
2	0,862	0,1966	0,000	Valid
3	0,897	0,1966	0,000	Valid
4	0,869	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel tersebut. Uji reliabilitas butir dilakukan dengan ketentuan, jika nilai hitung Alpa Cronbach > 0,60, maka variabel tersebut reliabel dan sebaliknya jika nilai hitung Alpa Cronbach < 0,60, maka variabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 6. Uji Realibilitas Variabel

Item Variabel	Nilai Cronbach Alpha Minimum	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,60	0,940	Reliabel
Aksesibilitas (X2)	0,60	0,839	Reliabel
Citra Perusahaan (X3)	0,60	0,846	Reliabel
Loyalitas Pengunjung (Y)	0,60	0,901	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi data dipakai. Pengujian dilakukan menggunakan bantuan program SPSS 25.0. Uji asumsi klasik meliputi:

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas.

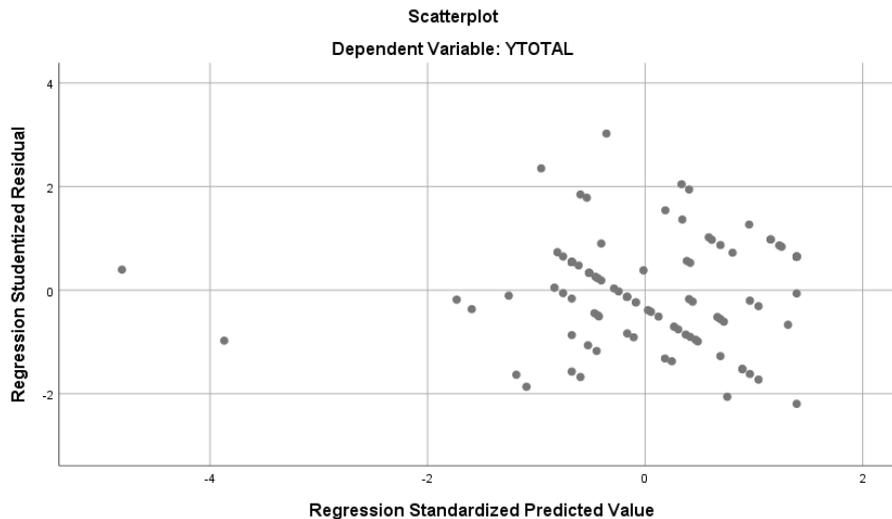
Tabel 7. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Layanan (X1)	0,304	3,291
Aksesibilitas (X2)	0,490	2,039
Citra Perusahaan (X3)	0,279	3,590

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual di satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil analisis diperoleh sebagai berikut:

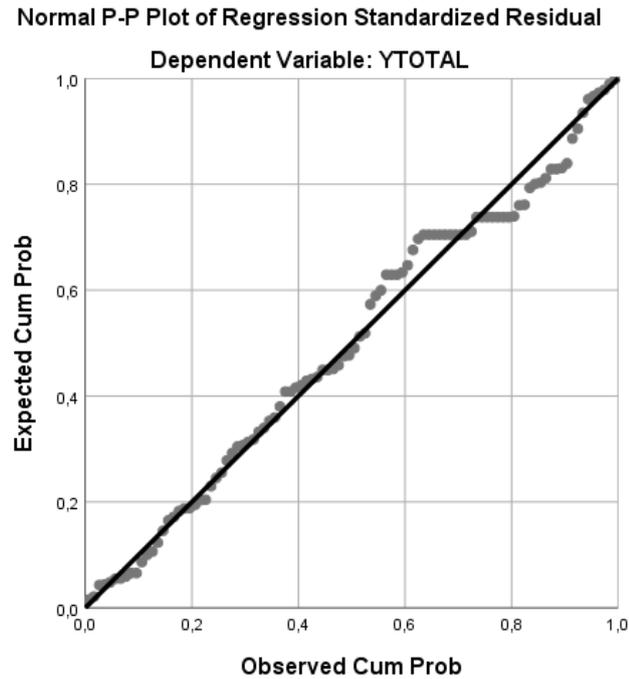


Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Normalitas

Analisis ini untuk menguji apakah data sebuah model regresi, antara variabel dependen dan variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal/mendekati normal. Normalitas dapat di deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik. Jika data (titik) menyebar mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.



Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Gambar 3. Uji Normalitas

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil dari perhitungan regresinya adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,346	1,027		-,337	,737
1 Kualitas Pelayanan (X1)	,130	,089	,163	1,457	,148
Aksesibilitas (X2)	,149	,096	,136	1,547	,125
Citra Perusahaan (X3)	,654	,137	,556	4,774	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung (Y)

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk menguji, signifikansi secara parsial pengaruh variabel bebas. Kriteria pengujian untuk uji t dalam penelitian ini adalah jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$, maka H_a diterima. Dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$, maka H_a ditolak, dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 5%, sehingga dihasilkan angka t_{tabel} sebesar 1,985.

Tabel 9. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 Kualitas Pelayanan (X1)	,130	,089	,163	1,457	,148
Aksesibilitas (X2)	,149	,096	,136	1,547	,125
Citra Perusahaan (X3)	,654	,137	,556	4,774	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung (Y)

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Uji Simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y) dengan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Tabel 10. Uji F(ANOVA)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	344,819	3	114,940	56,248	.000 ^b
1 Residual	196,171	96	2,043		
Total	540,990	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung (Y)

b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan (X3), Aksesibilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Hasil uji R Square analisis program SPSS for Windows version 25.0 dapat diterangkan dengan tabel berikut :

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.626	1.42949

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan (X3), Aksesibilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat loyalitas pasien. Berdasarkan hasil pengujian t, didapatkan nilai thitung sebesar 1,457, yang lebih kecil dari nilai ttabel 1,985, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,148, yang lebih besar dari level signifikansi 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan Klinik Pratama Sentra Medika tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika. Dengan kata lain, tidak ada hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dan tingkat loyalitas pasien. Faktor kualitas pelayanan tidak menjadi faktor penentu utama dalam mempengaruhi tingkat loyalitas pasien. Meskipun kualitas pelayanan dapat dianggap penting, faktor-faktor lain seperti citra perusahaan atau hubungan interpersonal mungkin memiliki pengaruh yang lebih besar dalam mempertahankan loyalitas pasien.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan hubungan positif antara kualitas pelayanan dan tingkat loyalitas pasien, yaitu penelitian terdahulu dari Denik Kristanti, Wasis Budiarto, Nugroho Mardi Wibowo (2019), Margita Enno Yunida, Dr. Tony Wijaya, MM. (2016), dan Rima Hayu Sri Widadi, Farid Wadji (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Hal ini menunjukkan adanya variasi dan konteks yang berbeda dalam studi ini, yang dapat menjadi subjek penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor lain yang memengaruhi loyalitas pasien dalam konteks spesifik.

Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Pasien.

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas terhadap loyalitas pasien. Variabel aksesibilitas terbukti tidak mempengaruhi loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika. Hal tersebut dibuktikan Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka thitung $1,547 < t_{tabel} 1,985$, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,125 > 0,05$. Dengan itu menunjukkan bahwa pasien yang loyal terhadap Klinik Pratama Sentra Medika tidak memperdulikan aksesibilitas dari Klinik Pratama Sentra Medika. Aksesibilitas bukan menjadi pengaruh para pasien Klinik Pratama Sentra Medika untuk tetap berkunjung dan mendapatkan pelayanan kesehatan disana. Dalam konteks spesifik ini, aksesibilitas bukanlah faktor yang signifikan dalam mempengaruhi tingkat loyalitas pasien terhadap Klinik Pratama Sentra Medika. Meskipun aksesibilitas dapat dianggap penting dalam konteks layanan kesehatan, terutama dalam hal akses fisik atau kemudahan mendapatkan perawatan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasien yang loyal terhadap Klinik Pratama Sentra Medika cenderung tidak terlalu memperhatikan faktor aksesibilitas tersebut.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu dari Denik Kristanti, Wasis Budiarto, Nugroho Mardi Wibowo (2019) yang menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pasien.

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pasien. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka thitung $4,774 > t_{tabel} 1,985$, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Terbukti variabel citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Hasil ini menyatakan bahwa semakin baik citra perusahaan yang pasien terima maka loyalitas pasien klinik juga akan meningkat.

Salah satu cara untuk membuat pasien atau pasien loyal terhadap klinik adalah dengan cara menjaga citra perusahaan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya citra perusahaan yang baik, maka terciptalah loyalitas. Setelah pasien loyal dengan produk dan jasa yang diterima, pasien akan membandingkan citra perusahaan Klinik Pratama Sentra Medika dengan citra perusahaan klinik pesaing. Maka dari itu, penting bagi perusahaan untuk selalu menjaga citra perusahaan yang telah di rintis dari awal salah satunya memberikan pelayanan yang terbaik, serta menjaga kepercayaan yang diberikan para pasien dan pasien, ini bertujuan untuk meningkatkan loyalitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rima Hayu Sri Widadi, Farid Wadji (2015) yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas.

Penutup dan Saran

Simpulan

Berdasarkan penelitian di atas tentang pengaruh kualitas pelayanan, aksesibilitas, dan citra perusahaan terhadap loyalitas pengujung Klinik Pratama Sentra Medika dengan responden sebanyak 100 orang responden maka dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika.
2. Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika.
3. Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika.
4. Kualitas pelayanan, aksesibilitas, dan citra perusahaan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien Klinik Pratama Sentra Medika.

Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien dengan artian bahwa pasien tidak melihat dari kualitas pelayanan untuk menjadi loyal terhadap klinik. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya pihak perusahaan bisa mengoptimalkan cara lain untuk meningkatkan loyalitas pasien klinik. Klinik perlu memperhatikan faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan intangible dan pengalaman keseluruhan yang disampaikan kepada pasien. Selain itu, klinik dapat memperluas fokus mereka untuk mempertahankan loyalitas, termasuk faktor-faktor seperti kecepatan pelayanan, konsistensi, pemenuhan janji yang diberikan, tingkat ketanggapan yang baik untuk memenuhi harapan pasien dan memberikan pengalaman positif. Pemberian jaminan dan kepastian kepada pasien mengenai kualitas pelayanan dan pengalaman yang akan mereka terima dapat membangun kepercayaan dan loyalitas. Klinik perlu mengidentifikasi faktor-faktor lain seperti komunikasi yang jelas, keahlian staf medis, atau penanganan keluhan yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan pasien. Meskipun hasil penelitian tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan, klinik harus tetap menunjukkan sikap empati yang baik sebagai bagian dari pelayanan yang komprehensif dan berkualitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya pihak perusahaan atau klinik dapat mengoptimalkan cara lain untuk meningkatkan loyalitas pasien. bahwa aksesibilitas yang dirasakan oleh pasien tidak selalu akan membuat pasien menjadi loyal, itu dikarenakan aksesibilitas yang dirasakan oleh setiap pasien berbeda-beda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap loyalitas pasien. Semakin baik citra rumah sakit di benak pasien maka loyalitas yang diberikan oleh pasien atau pasien akan semakin meningkat, dan sebaliknya jika citra rumah sakit rendah atau kurang baik maka loyalitas pasien akan semakin rendah. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya pihak perusahaan selalu menjaga citra perusahaan yang sudah di rintis dari awal pendirian klinik, salah satunya memberikan pelayanan yang terbaik, serta menjaga kepercayaan yang diberikan para pasien atau pasien Klinik Pratama Sentra Medika. Klinik perlu memastikan bahwa mereka dikenal sebagai perusahaan yang dapat diandalkan, mudah diakses, dan memberikan layanan berkualitas kepada pasien. Serta membangun dan memperkuat identitas perusahaan mereka, Identitas yang jelas, konsisten, dan relevan dengan kebutuhan pasien dapat memberikan kepercayaan dan kepuasan, sehingga meningkatkan loyalitas pasien. Aksesibilitas tidak selalu memiliki pengaruh pada pasien untuk tetap memilih Klinik Pratama Sentra Medika sebagai pilihan jasa layanan kesehatan mereka. Hal ini menunjukkan

Referensi

- Adona, F. (2006). *Citra dan Kekerasan Simbolik dalam Iklan Perusahaan di Televisi*. Padang: Andalas University Press.
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito, P. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ka lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(2), 1653-1664.
- Ananda, F. (2022). Aksesibilitas Layanan Kesehatan Pada Masyarakat Suku Bajo Kelurahan Bajoe Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone= Health Service Accessibility of the Bajo Tribe Local Society, Bajoe Village, Tanete Riattang Timur District, Bone Regency. *Skripsi*. Universitas Hasanuddin.
- Andayani, N. P. S. W., Mulyawan, K. H., & Widarsa, I. K. T. (2017). Analisis Aksesibilitas Pemilihan Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama pada Peserta JKN Mandiri di Kabupaten Badung Tahun 2016 Menggunakan Sistem Informasi Geografis. *Health*, 46.
- As'ad, A. S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit NU Tuban). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 399-406.
- Asnawi, A., Awang, Z., Afthanorhan, A., Mohamad, M., & Karim, F. J. M. S. L. (2019). The influence of hospital image and service quality on patients' satisfaction and loyalty. *Management Science Letters*, 9(6), 911-920.
- Azizah, S. N., Solichin, M. R., & Susilowati, I. (2024). Impact of Innovation Strategy on Performance: A Study of Indonesian SMEs. *Migration Letters*, 21(2), 39-53.
- Birawa, R. A. (2021). Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Preferensi Pelayanan Kesehatan Pelaku Sektor Informal di Era Pandemi Covid-19 di Kota Makassar: The Effect of Accesibility on Health Service Preferences of Informal Sector Actors in the Era of the Covid-19 Pandemic in Makassar City. *Skripsi*. Universitas Hasanuddin.
- Ellynia, A. W., & Widjaja, A. (2020). The Effect of Service Quality on Patient Loyalty (A Study on Inpatients of Regional Public Hospitals in Jakarta, Indonesia). *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 6(1).
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Gregory, R. J. (2010). *Tes Psikologi, Sejarah Prinsip dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Helmy, I., Fitri, A. W., Saputra, D. N., & Amelia, D. (2024). Friendship Knowledge Sharing, Interpersonal Justice and Sustainability Performance: Scale Development and Validation. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(1), e3196-e3196.
- Kristanti, D., Budiarto, W., & Wibowo, N. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Pasien di Ruang Cempaka Rumah Sakit Mitra Keluarga Surabaya. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 3(1), 36-48.
- Laksono, A. D., Mubasyiroh, R., Laksmiarti, R., Suharmiati, E. N., & Sukoco, N. E. (2016). *Aksesibilitas Pelayanan Kesehatan di Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Minor, M., & Mowen, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

- Mulyaningsih, L. A., & Suasana, I. G. A. K. G. (2016). Pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada bank ocbc nisp di denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 1-30.
- Pranitasari, D., & Prawira, S. A. P. A. (2020). Analisa Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta. *Media Manajemen Jasa*, 8(2).
- Purwatiningsih, A. P., Rahmadieni, R. Y., Setyawati, H. A., & Karim, B. A. (2023). Do Gender, Financial Income, And Religiosity Influence Indonesian's Donations?. *International Journal Ihya'Ulum al-Din*, 25(1), 13-32.
- Rahayu, B. S., & Saryanti, E. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelanggan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah. *ADVANCE*, 1(2).
- Rao, P. (1996). Measuring Consumer Perceptions through Factor Analysis. *The Asian Manager*, 9(1), 28-32.
- Rhamdhani, I. M., & Riptiono, S. (2023). The Effects of Religiosity, Trust, Intimacy Toward Commitment and Customer Loyalty at Shariah Microfinance. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 9(2), 492-492.
- Rochmah, T. N., & Permatasari, N. T. Vertical Equity Analysis On Healthcare Utilization. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 1(1), 3843.
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1).
- Warganegara, T. L., & Alviyani, D. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Puspita cabang Kotabumi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 1(2).
- Wibowo, I., & Ananda, S. P. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt Bank Mandiri, Tbk Cabang Jakarta Kelapa Gading Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 3(3).
- Wiwoho, G., & Riptiono, S. (2022). Effects of Subjective Norm, Attitude and Consumer Desire Toward Intention to Purchase Indonesian Herbal. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 19(2), 265-265.
- Yunida, M. E. (2016). Pengaruh citra rumah sakit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(3), 287-297.