

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA KLINIK IBUNDA)**

SKRIPSI



OLEH

RAMADHAN IZZUDDIN ROBBANI

NIM: 16510147

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA KLINIK IBUNDA)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



OLEH

RAMADHAN IZZUDDIN ROBBANI

NIM: 16510147

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA KLINIK IBUNDA)**

SKRIPSI

Oleh

RAMADHAN IZZUDDIN ROBBANI

NIM : 16510147

Telah disetujui tanggal 8 Juni 2021

Dosen Pembimbing,



Dr. Lailatul Farida, S.sos., M.AB

NIP 19791010 20180201 2 192

Mengetahui :

Ketua Jurusan,



Drs. Agus Sucipto, M.M., CRA

NIP 19670816200312 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA KLINIK IBUNDA)

SKRIPSI

Oleh
RAMADHAN IZZUDDIN ROBBANI
NIM: 16510147

Telah Di Pertahankan di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Diterima Sebagai
Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada tanggal 28 Juni 2021


Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan


1. Ketua Penguji
Alivia Rachma Amin., SE., M.Sc

: ()

2. Sekretaris/Pembimbing
Dr. Lailatul Farida, S.sos., M.AB
NIP. 19791010 20180201 2 192

: ()

3. Penguji Utama
Fani Firmansyah, SE., M.M
NIP. 19770123 200912 1 001

: ()

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,

Dr. Agus Sucipto, M.M., CRA
NIP. 19670816 200312 1 001



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ramadhan Izzuddin Robbani
NIM : 16510147
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA KLINIK IBUNDA)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 25 Juli 2021

Hormat saya,



Ramadhan Izzuddin R

NIM: 16510147

PERSEMBAHAN

Dengan kesadaran dan kerendahan dari penulis, karya sederhana ini
dipersembahkan kepada :

Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan baik dan juga tidak
pernah berhenti untuk selalu mendoakan yang terbaik

MOTTO

“Don’t Let Your Dream Be Dream”
(Penulis)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Klinik Ibunda)” dapat terselesaikan.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, ucapan terima kasih penulis dihaturkan kepada:

1. Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Drs. Agus Sucipto, MM., CRA selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Lailatul Farida, S.sos., M.AB. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Rekan-rekan mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2016 yang pernah menjadi partner saat pembelajaran di ruang kelas.
7. Terima kasih kepada Klinik Ibunda Banjarnegara, Jawa Tengah yang telah bersedia menjadi objek penelitian.
8. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal 'Alamin...

Malang, 25 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Hasil Penelitian-Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teori	18
2.2.1 Kualitas Pelayanan	18
2.2.2 Kepuasan Pelanggan	21
2.2.3 Loyalitas Pelanggan	26
2.3 Kerangka Teoritik.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	35
3.2 Lokasi Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Responden Penelitian.....	37
3.5 Data dan Jenis Data	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.7 Definisi Operasional Variabel (DOV)	39
3.8 Skala Pengukuran	42
3.9 Analisis Instrumen Data	43
3.9.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
3.9.2 Uji Hipotesis.....	44

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	50
4.2 Karakteristik Responden.....	55
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.3 Analisis dan Olah Statistik.....	57
4.3.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrument	57
4.3.2 Uji Regresi Linear Sederhana	59
4.3.3 Uji Regresi Liner Berganda (Uji Hipotesis 2 dan 3).....	62
4.4 Pembahasan	66
BAB V PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Persamaan dan perbedaan/keterbaruan	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4 Uji Validitas	57
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.6 Uji Regresi Linier Sederhana.....	59
Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	59
Tabel 4.8 Uji F	60
Tabel 4.9 Uji T	61
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	62
Tabel 4.11 Uji T	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikiran.....	32
Gambar 4.1 Pengujian Hipotesis.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Dokumentasi

Lampiran 3 Bukti Konsultasi

ABSTRAK

Robbani, Ramadhan Izzuddin. 2021. SKRIPSI. Judul: “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Klinik Ibunda)”

Pembimbing : Dr. Lailatul Farida, S.sos., M.AB

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

Seiring berkembangnya zaman mengakibatkan persaingan bisnis yang semakin ketat termasuk dalam bidang kesehatan. Pertumbuhan dan peningkatan jasa pelayanan yang bergerak dalam bidang kesehatan telah menjadi hal yang selalu diperhatikan oleh masyarakat. Kebutuhan jasa pelayanan kesehatan sangat penting untuk menunjang kesehatan serta keberlangsungan hidup di masa yang akan datang. Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang merasa terpuaskan nilai pribadinya akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali menjadi tidak loyal karena kualitas pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang menurun dari yang diharapkan pelanggan

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 orang. Sampel yang digunakan sebanyak 30 orang. Pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path*) yaitu suatu teknik pengembangan dari regresi linier ganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan klinik Ibunda Banjarnegara, Jawa Tengah.

ABSTRACT

Robbani, Ramadhan Izzuddin. 2021. *THESIS*. Title: "Analysis of the Effect of Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediation Variable (Study at Mother's Clinic)"

Supervisor : Dr. Lailatul Farida, S.sos., M.AB

Keywords : Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

Along with the development of the times resulted in increasingly fierce business competition, including in the health sector. The growth and improvement of services engaged in the health sector has always been considered by the community. The need for health services is very important to support health and survival in the future. Service quality is the main factor that affects customer loyalty, because customers who feel satisfied with their personal values will have high loyalty to the company. Customers often become disloyal because of poor service quality or decreased service quality than expected by customers.

This study aims to prove the effect of service quality on customer satisfaction through customer satisfaction as a mediating variable. This study uses a quantitative research type method. The population in this study were 30 people. The sample used was 30 people. Collecting data using observation and interview methods. The data analysis used in this research is path analysis, which is a development technique of multiple linear regression.

The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality and customer satisfaction have a positive and significant influence on customer loyalty. Customer satisfaction can mediate the relationship between service quality and customer loyalty at Ibunda Banjarnegara clinic, Central Java.

مستخلص البحث

رباني, رمضان عز الدين. ٢٠٢١. بحث جامعي. الموضوع: تحليل تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء مع رضا العميل كمتغير وساطة (دراسة في عيادة الأم)

المشرفة : دكتور ليلة الفريدة.

الكلمات الرئيسية: جودة الخدمة, ولاء العميل, رضا العميل.

جنباً إلى جنب مع تطور العصور أدى إلى منافسة تجارية شرسة على نحو متزايدة ، بما في ذلك على قطاع الصحة. لطالما نظر المجتمع في نمو وتحسين الخدمات العاملة في قطاع الصحة. الحاجة إلى الخدمات الصحية مهمة للغاية لدعم الصحة والبقاء على قيد الحياة في المستقبل. جودة الخدمة هي العامل الرئيسي الذي يؤثر على ولاء العملاء ، لأن العملاء الذين يشعرون بالرضا عن قيمهم الشخصية سيكون لديهم ولاء كبير للشركة. غالباً ما يصبح العملاء غير مخلصين بسبب رداءة جودة الخدمة أو انخفاض جودة الخدمة عما يتوقعه العملاء.

تهدف هذه الدراسة إلى إثبات تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء من خلال رضا العميل كمتغير وسيط. تستخدم هذه الدراسة طريقة نوع البحث الكمي. كان عدد السكان في هذه الدراسة ٣٠ شخصاً. كانت العينة المستخدمة ٣٠ شخصاً أيضاً. جمع البيانات باستخدام طرق الملاحظة والمقابلة. تحليل البيانات المستخدم في هذا البحث هو تحليل (المسار) ، وهو أسلوب تطوير الانحدار الخطي المتعدد.

أظهرت النتائج أن جودة الخدمة كان لها تأثير إيجابي وهام على رضا العملاء. جودة الخدمة ورضا العملاء لهما تأثير إيجابي وهام على ولاء العملاء أيضاً. يمكن أن يتوسط رضا العملاء العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في عيادة ايوندا بنجرناغارا، جاوا الوسطى.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya jaman mengakibatkan persaingan bisnis yang semakin ketat termasuk dalam bidang kesehatan (rumah sakit). Oleh karena itu dibutuhkan pemasaran rumah sakit untuk mempromosikan dan mengelola rumah sakit agar tetap maju dan berkembang.

Aspek yang sangat penting dan selalu diperhatikan dalam kehidupan manusia antara lain adalah kesehatan. Setiap orang melakukan berbagai cara untuk memperoleh kesehatan yang layak. Seseorang yang menderita sakit biasanya selalu berusaha untuk mengatasi dan mengobati penyakit yang dideritanya hingga sembuh. Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis. Pasar menjadi semakin luas dan peluang tersedia dimana-mana, namun sebaliknya persaingan semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif (*value*) bisnisnya agar mampu bersaing dengan cepat dan benar. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan dari pesaingnya.

Pelayanan di bidang kesehatan merupakan salah satu bentuk pelayanan yang paling banyak dibutuhkan dan dirasakan oleh masyarakat. Salah satu sarana pelayanan kesehatan yang mempunyai peran sangat penting dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat adalah Klinik. Klinik adalah fasilitas

pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan dan menyediakan pelayanan medis dasar dan atau spesialisik, diselenggarakan oleh lebih dari satu jenis tenaga kesehatan dan dipimpin oleh seorang tenaga medis (Permenkes RI No.9, 2014).

Pertumbuhan dan peningkatan jasa pelayanan yang bergerak dalam bidang kesehatan telah menjadi hal yang selalu diperhatikan oleh masyarakat. Kebutuhan jasa pelayanan kesehatan sangat penting untuk menunjang kesehatan serta keberlangsungan hidup di masa yang akan datang. Klinik merupakan salah satu bentuk organisasi yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan dimana salah satu upaya yang dilakukannya adalah menjadi tujuan rujukan dan memberikan solusi untuk kesehatan, maka Klinik perlu menjaga kualitas layanannya terhadap masyarakat yang membutuhkan.

Kualitas pelayanan kesehatan adalah tingkat kesempatan pelayanan kesehatan, yang disatu pihak dapat menimbulkan kepuasan pada setiap pasien sesuai dengan kepuasan rata-rata penduduk, serta di lain pihak tata cara penyelenggaraannya sesuai dengan standar dan kode etik yang telah ditetapkan (Sulistyo, 2005: 27). Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja / hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas (Supranto 2006: 233).

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang merasa terpuaskan nilai pribadinya

akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali menjadi tidak loyal okarena kualitas pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang menurun dari yang diharapkan pelanggan. Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hygid Starini (2013) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel mediasi (Studi pada Toko Basuki Jaya Yogyakarta) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan terdapat hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Dwi Aryani (2010) tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan menyatakan bahwa pemberian kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Meskipun demikian terdapat pula hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Ismi (2010) tentang analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode *servqual* yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menurut Kotler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang di harapkan. Perusahaan berupaya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dengan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan agar pelanggan merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali. Apabila pelanggan telah berubah menjadi konsumen yang loyal karena

merasa puas kebutuhannya telah terpenuhi maka konsumen tidak akan pindah keperusahaan lain.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan dan mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Manfaat dari loyalitas pelanggan adalah berkurangnya pengaruh serangan kompetitor dari perusahaan sejenis, tidak hanya berkompetisi dalam hal produk namun juga berkompetisi dalam hal persepsi, selain itu pelanggan yang loyal akan mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produknya (Lovelock & Wirtz, 2011: 338). Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, kepuasan dan loyalitas pelanggan saling berhubungan, yang artinya bila ada usaha dari perusahaan untuk meningkatkan kepuasan para pelanggannya maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat dan begitu juga sebaliknya, jadi dalam hal ini kepuasan pelanggan menjadi penyebab terjadinya loyalitas pelanggan. Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Trisno Musanto (2004) tentang faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan : studi kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rachmad Hidayat (2009) tentang pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan

secara langsung terhadap loyalitas namun kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Berdasarkan rekapitulasi data dari puskesmas tahun 2016, jumlah penduduk di Kabupaten Banjarnegara adalah 1.014.104 jiwa meningkat 0,54% dibanding tahun 2015 yaitu 1.008.622 jiwa. Distribusi penduduk menurut jenis kelamin dan umur di Kabupaten Banjarnegara pada tahun 2016, dengan jumlah penduduk total sebesar 1.008.622 jiwa, yang terdiri dari 505.663 laki-laki dan 508.441 perempuan.

Bertambahnya jumlah penduduk membuat penyedia pelayanan kesehatan di Kabupaten Banjarnegara harus mempertahankan dan menambah kualitas pelayan. Terdapat 49 unit penyedia pelayanan kesehatan di kabupaten Banjarnegara dengan konsumen (pasien) yang berbeda-beda membuat penyedia pelayanan harus mempertahankan dan menambah kualitas pelayanan pada klinik ibunda. Maka peneliti tertarik untuk meneliti kualitas pelayanan yang ada di klinik ibunda seiring dengan pertumbuhan yang ada di klinik ibunda.

Pada tahun 2007 berdirilah sebuah perusahaan yaitu Klinik Ibunda yang berlokasi di Jl. Pramuka, No. 392 Purwareja Klampok, Banjarnegara, Jawa Tengah yang mana klinik ini merupakan suatu badan usaha yang khusus bergerak dalam bidang pelayanan kesehatan yang selalu berusaha mengedepankan pelayanan terbaik bagi para pelanggannya dengan memiliki slogan bekerja dengan penuh cinta dan bekerja dengan penuh citra. Saat ini konsumen (pasien) yang berobat di Klinik Ibunda dalam 30 hari mencapai 789 dengan memiliki 8 orang dokter dan 18 kasur rawat inap.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Dr Ismuhartinah selaku Wakil Direktur dari Klinik Ibunda, beliau menuturkan bahwa Klinik Ibunda dalam waktu dekat akan segera membuka cabang, namun ditengah kabar baik tersebut beliau juga menuturkan bahwa ada beberapa permasalahan yang juga sedang dihadapi dalam kualitas layanan diantaranya masih banyak antrian ketika pasien ingin berobat, team yang kurang antusias pada saat pasien ingin berobat, dokter datang kurang tepat waktu dan kurang tepat dalam mendiagnosa. dari permasalahan yang ada, peneliti tertarik unuk meneliti perusahaan ini. Peneliti juga mendapatkan keterangan yang di peroleh dari pelanggan Klinik Ibunda, beliau menuturkan bahwa hanya 1 dokter yang sudah baik sehingga hal tersebutlah yang membuat beliau selalu mempercayakan urusan kesehatannya kepada Klinik Ibunda, tidak jarang juga beliau merekomendasikan Klinik Ibunda kepada para kerabat ataupun kenalan. Namun peneliti juga menemukan bahwa terdapat pelanggan yang menuturkan bahwa beliau tidak merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh Klinik Ibunda dan ingin berpindah ke klinik yang lainnya.

Dewasa ini persoalan mengenai Kualitas Pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk terus dikaji guna mengetahui dan menjebatani antara pendapat para pelanggan terhadap kualitas pelayanan dari suatu tempat penyedia jasa pelayanan yang dalam hal ini yaitu Klinik Ibunda guna adanya evaluasi dan perbaikan agar terciptanya kualitas pelayanan yang baik sesuai harapan dari para pelanggan yang nantinya akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan akan memberikan dampak berupa terciptanya pelanggan yang loyal.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Di Klinik Ibunda)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Ibunda?
2. Apakah Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Klinik Ibunda?
3. Apakah Kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Ibunda.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Klinik Ibunda.
3. Untuk mengetahui Kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi peneliti maupun orang lain. Hasil penelitian ini diharapkan mendapatkan manfaat dalam berbagai hal, anatara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi bagi keberlanjutan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran dan dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya terkait variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Ibunda.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi bagi pengambilan keputusan di lapangan dalam dunia pemasaran bidang jasa, khususnya terkait kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga membuat perusahaan memiliki tata kelola pelayanan yang baik.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian-Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh (2017) dengan Judul Penelitian Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel *Intervening*, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dan pengaruh kepuasan nasabah memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dan mendapati hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah, kemudian kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI, untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI, dan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI, kemudian terdapat pengaruh antara kualitas

layanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIPUI dan terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIPUI.

Kemudian Penelitian yang dilakukan oleh Fitria Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari (2015) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa perspektif islam terhadap kepuasan pelanggan hotel Grand Kalimas di Surabaya, untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa perspektif islam terhadap loyalitas pelanggan hotel Grand Kalimas di Surabaya dan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di hotel Grand Kalimas di Surabaya dan mendapati hasil yang menyatakan bahwa kualitas jasa perspektif islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel Grand Kalimas, kemudian kualitas jasa perspektif islam berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel Grand Kalimas dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel Grand Kalimas.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Aryawan Tri Rahaja dan Imron Khasanah (2015) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada nasabah PT. *Prudential Life Assurance* Semarang). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dengan kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan

mendapati hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Shofiyyudin As'd dan Noermijati yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit NU Tuban) (2013), penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada pasien rawat inap Rumah Sakit NU Tuban dan mendapati hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani Ramenusa (2013) yang berjudul Kualitas Layanan dan kepuasan pelanggan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada PT.DGS Manado. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pelanggan, kemudian pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kemudian kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Table 2.1 Hasil penelitian-penelitian terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh (2017), Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel <i>Intervening</i>	Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dan pengaruh kepuasan nasabah memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah - Kepuasan nasabah berpengaruh berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah - Kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah
2.	Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010), Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> - Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan - Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan - Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pengaruh antara kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI - Terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIPUI - Terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIPUI

3.	Fitria Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari (2015), Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya	<ul style="list-style-type: none"> - Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa perspektif islam terhadap kepuasan pelanggan hotel Grand Kalimas di Surabaya - Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa perspektif islam terhadap loyalitas pelanggan hotel Grand Kalimas di Surabaya - Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di hotel Grand Kalimas di Surabaya 	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas jasa perspektif islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel Grand Kalimas - Kualitas jasa perspektif islam berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel Grand Kalimas - Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel Grand Kalimas.
4.	Aryawan Tri Rahaja dan Imron Khasanah (2015), Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada nasabah PT. Prudential Life Assurance Semarang)	<ul style="list-style-type: none"> - Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan - Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dengan kepuasan pelanggan - Untuk mengetahui nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan - Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5.	Achmad Shofiyyudin As'd dan Noermijati (2013), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit	<ul style="list-style-type: none"> - untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada pasien rawat inap Rumah Sakit NU Tuban 	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan - Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

	NU Tuban)		
6.	Oktaviani Ramenusu (2013), Kualitas Layanan dan kepuasan pelanggan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada PT.DGS Manado	<ul style="list-style-type: none"> - Untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pelanggan - Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan - Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan - Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan - Kepuasan pelanggan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Sumber: Data diolah, 2021

Untuk mengetahui persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan

No	Persamaan	Perbedaan
1.	<ul style="list-style-type: none"> - Meneliti kualitas layanan terhadap kepuasan. - Meneliti pengaruh kepuasan terhadap loyalitas. - Meneliti kepuasan memidiasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas.menggunakan penelitian kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian sebelumnya meneliti pada tahun 2017. - Penelitian sebelumnya meneliti pada 5 Bank Syariah yang berada diindonesia. - Kuesioner didistribusikan melalui onlin dan fisik. - Sampel terdiri dari 100 responden.
2.	<ul style="list-style-type: none"> - Meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. - Meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. - Meneliti pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2010. - Penelitian sebelumnya meneliti pada mahasiswa fakultas FISIP UI. - Jumlah responden 130 mahasiswa.
3.	<ul style="list-style-type: none"> - Meneliti kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan. - Meneliti kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan. - Meneliti pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2015. - Penelitian sebelumnya dilakukan pada pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya.

4.	<ul style="list-style-type: none"> - Meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2015 - Penelitian sebelumnya meneliti pada nasabah PT. Prudential Life Assurance Semarang - Meneliti pengaruh kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. - Meneliti pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.
5.	<ul style="list-style-type: none"> - Meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. - Meneliti pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2013. - Penelitian sebelumnya meneliti pada pasien rawat inap di rumah sakit NU Tuban. - Meneliti pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
6.	<ul style="list-style-type: none"> - Ingin mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan - Ingin mengetahui pengaruh kepuasa pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Waktu Penelitian dilakukan pada 2013. - Tempat penelitian dilakukan di PT. DG Manado. - Sampel yang digunakan sebanyak 89 responden.

Sumber: Data diolah, 2021

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Kualitas Pelayanan

2.2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (1997) Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Berarti citra kualitas yang baik bukan dilihat pada persepsi pihak perusahaan atau penyedia jasa, melainkan pada persepsi para pelanggan. Sedangkan menurut Krajewski dan Ritzman (1990) membedakan pengertian kualitas menurut pandangan produsen dan konsumen, menurut pandangan produsen, kualitas adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dalam hal ini produsen memberikan toleransi tertentu yang dispesifikasikan untuk atribut-atribut kritis dari setiap bagian yang dihasilkan dan dari sudut pandang konsumen kualitas adalah nilai (*value*), yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa menyediakan tujuan yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar konsumen dalam menilai kualitas yang meliputi perangkat keras yang berupa wujud fisik atau peralatan, pendukung produk dan jasa dan kesan secara psikologis.

Menurut Supranto (2006) kualitas pelayanan adalah sebuah kata bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik, sedangkan menurut Gronroos (dalam Ratminto, 2005) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat antara interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

2.2.1.2 Tujuan dan Fungsi Pelayanan

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

2.2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) dibagi menjadi lima dimensi diantaranya adalah :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*Assurance*)

Menurut Kotler (2001) *Assurance* yaitu hal yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan sedangkan menurut Rangkuti (2002) *Assurance* yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

5. Empati (*Emphaty*)

Menurut Kotler (2001) empati yaitu menunjuk pada syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi kepada pelanggan sedangkan menurut Rangkuti (2002) empati adalah rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi.

2.2.1.4 Kualitas Pelayanan Dalam Islam

Dalam perspektif islam kita diajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan pada usaha yang dijalankan jangan memberikan yang buruk dan tidak berkualitas, melainkan harus yang baik dan berkualitas. Hal ini seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 159 dan Al-Baqarah ayat 267 yang artinya "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan takad, maka

bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya” (QS :3 : 159).

Hai orang-orang yang beriman, maafkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji”. (QS : 2: 267)

2.2.2 Kepuasan Pelanggan

2.2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan menurut Kotler (2005) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan anantara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Engel (2001) Kepuasan Pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedang ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan (Tjiptono,2000:146).

2.2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kotler (1997) menjelaskan: *“The company can increase customer satisfaction by lowering its price, or increasing its service and product quality”*. Maksudnya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan jalan

menjualm produk dengan harga memadai, atau meningkatkan layanan dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Secara implisit pernyataan diatas menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah :

1. Harga

Harga merupakan keputusan yang paling mendasar diantara program-program pemasaran yang lain, karena setiap produk maupun jasa mempunyai harga. Harga juga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan seara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang di inginkan pelanggan, sehingga mempunyai harapan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya.

2.2.2.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2001) kepuasan pelanggan saat ini sangat penting, karena daya persuasif *Word of Mouth* pelanggan merupakan strategi untuk menarik pelanggan baru, reduksi sensitivitas harga pelanggan yang merasa puas dan loyal terhadap suatu perusahaan cenderung lebih jarang memperhatikan harga untuk

setiap pembelian individualnya. Dalam banyak kasus kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga, pelayanan dan kualitas. Kepuasan pelanggan sebagai indikator kesuksesan berbisnis di masa depan. Pada hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu yang cukup lama sebelum dapat memperlihatkan reputasi atas layanan prima.

2.2.2.4 Strategi Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa strategi kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Tjiptono (2001).

1. Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing*

Strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, penjual menjalin kemitraan dengan pembeli secara terus-menerus.

2. Strategi *superior customer service*

Strategi ini menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang gigih agar tercipta suatu pelayanan yang superior.

3. Strategi *unconditional guarantees* atau *extra ordinary guarantees*

Strategi ini adalah komitmen untuk memberikan kepuasan pada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Garansi atau jaminan dirancang untuk meringankan resiko/kerugian pelanggan, dalam hal pelanggan tidak puas terhadap barang atau jasa yang telah dibayarnya.

4. Strategi penanganan keluhan yang efisien

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seseorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas.

5. Strategi peningkatan kinerja perusahaan

Hal ini meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, memberikan pelatihan karyawan dan pihak manajemen.

6. Menerapkan *Quality Function Development (QFD)* 35

QFD merupakan praktik merancang suatu proses bagi tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD berusaha menerjemakan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan perusahaan. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan pelanggan dalam mengembangkan produk sedini mungkin.

2.2.2.5 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Setelah melakukan pembelian, pelanggan akan mengalami tahap purna beli, dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau tidak puas tertentu yang akan berpengaruh pada perilaku konsumen berikutnya. Jika konsumen merasa puas maka akan memperlihatkan perilaku berikutnya yaitu dengan melakukan pembelian ulang.

Menurut Kotler (2005) ada empat alat untuk melacak dan mengukur kepuasan pelanggan, sebagai berikut :

1. Sistem keluhan dan saran
2. Survey kepuasan pelanggan

3. Belanja siluman
4. Analisis pelanggan yang hilang

Menurut Tjiptono (2000) konsumen yang merasa tidak puas akan berinteraksi dengan tindakan yang berbeda, ada yang mendiamkan saja dan ada pula yang melakukan *complain*. Berkaitan dengan hal tersebut ada tiga kategori tanggapan atau *complain* terhadap ketidakpuasan, yaitu sebagai berikut :

1. *Voice Response*

Usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan atau memberitahu kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan.

2. *Private Response*

Tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa, atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen dan sebagainya. Terciptanya kepuasan konsumen adalah salah satu upaya dari perusahaan untuk dapat terus bertahan dan memenangkan persaingan dalam pasar yang ada. Dengan terciptanya kepuasan konsumen akan semakin mempererat hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.

2.2.2.6 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2005) gerakan akan kampanye pelanggan dilandasi pula pada gagasan bahwa pelanggan yang puas cenderung lebih loyal, tidak mudah tergoda atau beralih ke pemasok yang menawarkan harga lebih murah dan berpotensi untuk menyebarkan pengalaman profit-nya kepada orang lain.

Menurut Kotler (2003), ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah sebagai berikut :

- a. Menjadi lebih setia dan menjadi pelanggan yang loyal
- b. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa baru untuk menyempurnakan produk yang ada
- c. Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan
- d. Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan

2.2.2.7 Kepuasan Pelanggan Dalam Islam

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qana'ah. Kepuasan dalam Islam (qana'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniyah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen Muslim bersikap adil. (Muflih, 2006: 87). Konsep kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur (Zulfa, 2010: 192).

Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut (Muflih, 2006: 12).

- a. Barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal.
- b. Dalam mengonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebihan.
- c. Tidak mengandung riba.

2.2.3 Loyalitas Pelanggan

2.2.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2001:603) Loyalitas adalah kepatuhan dan kesetiaan. Hurriyati (2005:35) menyatakan bahwa loyalitas

pelanggan (customer loyalty) merupakan dorongan yang sangat penting untuk menciptakan penjualan. Loyalitas adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk jasa yang disukai secara konsisten dimasa mendatang, sehingga menimbulkan pembelian merek atau rangkaian merek yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi untuk menyebabkan perilaku beralih merek (Oliver 1999 dalam Tjiptono, 2005).

Menurut Tjiptono (2000: 24) loyalitas pelanggan adalah: Suatu hubungan antara perusahaan dan pelanggan di mana terciptanya suatu kepuasan sehingga memberikan dasar yang baik untuk melakukan suatu pembelian kembali terhadap barang yang sama dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut. Menurut Reichheld dan Sasser (1990), loyalitas pelanggan memiliki korelasi yang positif dengan performa bisnis (Beerli dkk., 2004). Menurut Castro dan Armario (1999), loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pelanggan baru (Beerli dkk., 2004).

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai keinginan yang kuat dari pelanggan untuk membeli kembali produk atau jasa dan tidak akan berpindah ke perusahaan lain (Oliver, 1999). Menurut Griffin (2003), loyalitas pelanggan merupakan tolak ukur yang terkait dengan pembelian ulang. Menurut Mardalis (2005), loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah kualitas pelayanan.

2.2.3.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan

1. Loyalitas meningkatkan pembelian pelanggan, memperlihatkan bahwa pelanggan cenderung berbelanja lebih setiap tahunnya dari suatu provider yang memiliki hubungan khusus dengan para pelanggan tersebut. Pada saat para pelanggan mempersepsikan nilai produk dan jasa sebuah perusahaan berada pada tingkat tinggi, mereka cenderung membeli kembali dari penyedia jasa yang sama untuk menangkal resiko yang mungkin jika mereka berpinda ke pemasok atau penyedia jasa yang lain (Tjiptono, 2004:127).
2. Loyalitas pelanggan menurunkan biaya yang ditanggung perusahaan untuk melayani pelanggan. Sebuah organisasi mengeluarkan sejumlah biaya awal dalam usahanya menarik pelanggan baru. Dalam jangka pendek, biaya-biaya itu sering kali melebihi revenue yang diperoleh dari pelanggan (Tjiptono, 2004: 131), oleh karena itu memperoleh loyalitas pelanggan berarti membantu menurunkan biaya-biaya terkait penjualan pada pemesanan itu, yang menghasilkan profit margin yang lebih tinggi.
3. Loyalitas pelanggan meningkatkan komunikasi yang positif dari mulut ke mulut. Para pelanggan yang puas dan loyal kemungkinan besar memberikan rekomendasi sangat positif dari mulut ke mulut. Bentuk komunikasi ini dapat terbukti membantu bagi para pelanggan baru yang berusaha untuk mengevaluasi derajat resiko yang dilibatkan dalam keputusan untuk membeli. Oleh karena itu, suatu rekomendasi berfungsi sebagai suatu pendukung pemasaran dan membantu menurunkan pengeluaran perusahaan untuk menarik pelanggan baru

4. Retensi Karyawan

Karyawan pada bisnis sering dipengaruhi oleh interaksi harian mereka dengan pelanggan perusahaan, karena orang cenderung atau lebih suka bekerja dengan perusahaan atau organisasi agar pelanggannya puas dan loyal (Tjiptono, 2004: 134), maka perusahaan yang menunjukkan pelanggan dengan loyalitas dan tingkat kepuasan yang tinggi cenderung memiliki tingkat pergantian staf yang lebih rendah.

2.2.3.3 Pengukuran Loyalitas

Menurut Griffin (2005:31) loyalitas pelanggan tampaknya merupakan ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan. Berbeda dari kepuasan, yang merupakan sikap, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembeli. Pelanggan yang loyal adalah orang yang:

1. Melakukan pembelian berulang yang teratur

Pelanggan yang loyal adalah mereka yang melakukan pembelian barang ataupun jasa secara teratur bahkan mereka akan tetap membeli meskipun harganya mengalami kenaikan.

2. Membeli antar lini produk dan jasa

Pelanggan yang loyal bukan hanya membeli satu jenis produk atau jasa yang digunakannya kepada orang lain baik kepada teman maupun saudara. Mereka selalu berusaha mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk atau jasa yang sama dengan selalu menceritakan kelebihan produk atau jasa yang dia gunakan sampai orang tersebut mencoba menggunakannya.

3. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing

Para pelanggan yang loyal selalu menolak apabila ditawari produk atau jasa dari perusahaan lain (pesaing). Mereka sudah memiliki kecintaan tersendiri terhadap produk atau jasa yang telah digunakan.

Dick & Basu (1994) dalam Tjiptono (2007) menjelaskan loyalitas mencakup dua komponen yang penting, yaitu berupa loyalitas sebagai perilaku dan loyalitas sebagai sikap. Kombinasi dari dua komponen tersebut akan menghasilkan empat jenis situasi kemungkinan loyalitas yaitu sebagai berikut :

1. *No Loyalty*

Hal ini dapat terjadi bila sikap dan perilaku pembelian ulang pelanggan sama-sama lemah, maka loyalitas tidak terbentuk.

2. *Spurious Loyalty*

Keadaan seperti ini ditandai dengan pengaruh non sikap terhadap perilaku, seperti norma subjektif dan faktor situasional. Situasi semacam ini dapat dikatakan pula inertia, dimana konsumen sulit membedakan berbagai merk dalam kategori produk dengan tingkat keterlibatan rendah, sehingga pembelian ulang dilakukan atas dasar situasional, seperti *familiarity* (dikarenakan penempatan produk yang strategis pada rak pajangan, lokasi outlet di pusat perbelanjaan).

3. *Latent Loyalty*

Situasi latent loyalty terermi bila sikap yang kuat disertai pola pembelian ulang yang lemah. Situasi yang menjadi perhatian besar para pemasar ini disebabkan pengaruh faktor-faktor non sikap yang sama kuat atau bahkan cenderung lebih kuat daripada faktor sikap dalam menentukan pembelian ulang.

4. *Loyalty*

Situasi ini merupakan situasi yang ideal yang paling diharapkan para pemasar. Di mana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten.

2.2.3.4 Loyalitas Pelanggan Dalam Islam

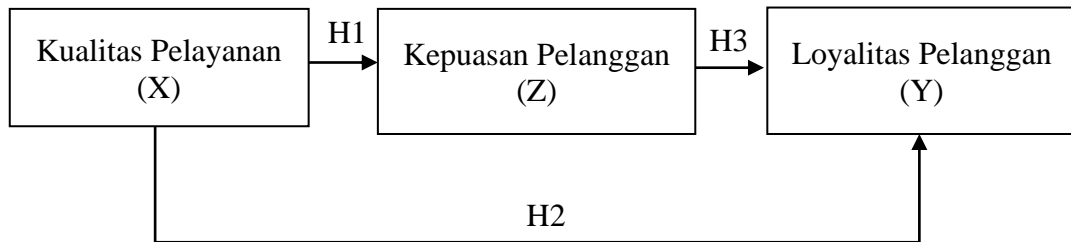
Di dalam islam Loyalitas disebut dengan al-wala'. Secara etimologi, al-wala' memiliki beberapa makna, antara lain mencintai, menolong, mengikuti, dan mendekat kepada sesuatu. Konsep loyalitas dalam Islam atau al-wala' adalah ketundukan mutlak kepada Allah SWT dalam wujud menjalankan syariah Islam sepenuhnya (Zulfa, 2010: 192). Loyalitas pelanggan dalam Islam terjadi apabila aktivitas muamalah itu dapat memberi manfaat yang saling menguntungkan kedua belah pihak, karena terpenuhinya kewajiban serta hak masing-masing melalui penerapan nilai-nilai Islam (Zulfa, 2010: 187).

2.3 Kerangka Teoritik

Menurut (Fandy Tjiptono, 1998), Pelanggan yang merasa puas merupakan suatu modal bagi perusahaan untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan. Terciptanya kepuasan pelanggan mempunyai manfaat seperti memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang oleh pelanggan, terciptanya loyalitas dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Sebelum perusahaan mencapai tahap kepuasan dan loyalitas pelanggan harus menciptakan kualitas pelayanan terlebih dahulu, oleh karena itu perlu membandingkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan lain. Dengan kata lain perusahaan harus lebih memonitor pelayanan oleh para pesaing, agar

perusahaan tersebut lebih memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sehingga meniptakan loyalitas pelanggan.

Gambar 2.1
Kerangka Pikiran



Keterangan :

Variabel independent (X) = Kualitas Pelayanan

Variabel Mediasi (M) = Kepuasan Pelanggan

Variabel Dependen (Y) = Loyalitas Pelanggan

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang di terimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan benar-benar merasa puas, mereka akan membeli ulang atau merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani (2010) tentang “pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas

pelanggan” menyatakan bahwa pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Ibunda.

2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap

Loyalitas Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif terhadap pelayanan dan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Hygid Starini (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu jasa, pelanggan akan mengembangkan suatu pengharapan atau keyakinan mengenai suatu kualitas yang akan di bandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya. Ketika suatu pengharapan tersebut dapat terpenuhi oleh pihak penyedia suatu jasa maka akan timbul rasa puas, dan rasa puas inilah yang akan membuat pembelian berulang atau menggunakan suatu jasa secara berulang sehingga berkembang menjadi loyalitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zakiy mengenai “pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*” menyatakan bahwa berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

H2 : Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Klinik Ibunda.

2.4.3 Kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zakiy mengenai “pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*” menyatakan bahwa berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

H3 : Kepuasan pelanggan berpengaruh dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dimana metode penelitian yang menggunakan proses data-data yang berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti (Kasiram, 2008).

Sedangkan peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*path*) yaitu suatu teknik pengembangan dari regresi linier ganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y serta dampaknya terhadap Z . “Analisis jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung” (Jonathan, 2007).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat penelitian berlangsung, dalam penelitian ini lokasi penelitian di Klinik ibunda Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah. Klinik ibunda merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa kesehatan. Adapun untuk lokasi penelitian berada di Jl Pramuka, Dusun Gembong, Kec Purworejo Klampok, Banjarnegara, Jawa Tengah

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda yang lain (Supriyanto dan Maharani 2013: 35).

Berkaitan dengan batasan, populasi dapat dibedakan atas 2 hal yaitu :

1. Populasi terbatas, yaitu populasi yang memiliki batas kuantitatif secara jelas karena memiliki karakteristik yang terbatas.
2. Populasi tidak terbatas atau populasi tak terhingga yaitu populasi yang tidak ditemukan batas-batasnya sehingga tidak dapat dinyatakan dalam bentuk jumlah secara kuantitatif.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pihak konsumen Klinik Ibunda Kabupaten Banjarnegara yang berjumlah 30 orang.

3.3.2 Sampel

Supriyanto (2013: 35) mengatakan 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, maka peneliti bisa menggunakan sampel. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang dianggap mewakili populasi karena memiliki ciri atau karakter yang sama. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah pihak konsumen Klinik Ibunda Kabupaten Banjarnegara yang berjumlah 30 orang.

3.4 Responden Penelitian

Responden penelitian yaitu pihak konsumen Klinik Ibunda Kabupaten Banjarnegara, peneliti akan mengambil data dengan cara kuisisioner menggunakan skala likert dan juga melakukan wawancara. Dengan penyebaran angket dan wawancara ini harapannya peneliti dapat mengetahui seberapa berpengaruh promosi melalui sosial media terhadap keputusan pembelian konsumen.

3.5 Data dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari lapangan (*enumerator*) yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara, dan kuisisioner (Supriyanto & Masyhuri, 2010:191). Data primer penelitian ini berupa data hasil observasi dan kuisisioner kepada pihak konsumen dari Klinik Ibunda di Kabupaten Banjarnegara.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari penelusuran buku-buku dan artikel-artikel yang berkaitan dengan penelitian ini yang memberikan penjelasan mendalam mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah buku-buku, skripsi, tesis, dan disertasi serta artikel ilmiah dan tulisan di internet yang terkait dengan penelitian ini (Soekanto, 1986:52). Peneliti mengambil data sekunder berupa gambaran umum perusahaan, metode

penjualan yang digunakan dan informasi lain yang relevan guna mendukung penelitian ini.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu hal yang penting dalam penelitian, karena metode ini merupakan strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan, untuk mendapatkan data dalam penelitian ini dibutuhkan beberapa metode antara lain:

1. Metode observasi

Observasi merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian kuantitatif. Observasi ialah metode atau cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung. Metode ini dilakukan untuk melihat secara langsung keadaan di lapangan agar peneliti memperoleh gambaran yang luas dalam permasalahan yang diteliti (Basrowi Dan Suwandi, 2008: 93).

Metode observasi ini peneliti gunakan agar dapat melihat adanya gambaran dan jawaban mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampak loyalitas pelanggan di Klinik Ibunda Kabupaten Banjarnegara.

2. Metode wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada hampir semua penelitian kuantitatif. Menurut Moleong (2005) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan seseorang yang memberikan jawaban atau biasa disebut narasumber. Sedangkan Haris (2010: 119)

mengutip pendapat Stewart Dan Cash, wawancara diartikan sebagai sebuah interaksi yang di dalamnya terdapat pertukaran atau berbagi aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, motif dan informasi. Wawancara bukanlah suatu kegiatan salah seseorang memulai pembicaraan dan yang lain hanya mendengarkan. Maksudnya, dalam melakukan wawancara antara pewawancara dan narasumber harus saling percaya dan tidak ada kebohongan. Jawaban yang diberikan narasumber harus mampu dipertanggung jawabkan kebenarannya dan jawaban narasumber merupakan informasi yang berguna bagi pewawancara. Metode ini peneliti lakukan untuk memperoleh data mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampak loyalitas pelanggan di Klinik Ibunda Kabupaten Banjarnegara.

3.7 Definisi Operasional Variabel (DOV)

Untuk memudahkan dan menghindari kekeliruan atau kesalahpahaman dalam menafsirkan pengertian atau makna dari penelitian ini, maka penulis menegaskan istilah-istilah sebagai berikut :

1. Variabel Dependen (Dependent Variable) variabel yang tercakup dalam hipotesis yang ditentukan dan dipengaruhi oleh variabel lainnya.
2. Variabel Independent yaitu variabel bebas atau penjelasan yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya variabel terpengaruh.
3. Variabel *Intervening* adalah variabel yang bersifat menjadi perantara (mediasi) dari hubungan variabel penjelas ke variabel terpengaruh (Supriyanto dan Maharani, 2013:30).

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Item
Kualitas pelayanan (X) Kotler (2005)	Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat di tawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun	<i>tangibles</i> (bukti fisik)	<ol style="list-style-type: none"> 1. klinik ibunda memiliki peralatan pelayanan yang memadai 2. klinik ibunda memiliki fasilitas fisik yang memadai seperti gedung, tempat parkir dan toilet
		<i>reliability</i> (kehandalan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. prosedur pelayanan klinik ibunda tidak berbelit-belit 2. pelayanan yang diberikan klinik ibunda sangat cepat dan tepat. 3. pegawai memberi tanggapan dan perhatian yang baik dan cepat terhadap keluhan pelanggan.
		<i>responsivene</i> (daya tanggap)	<ol style="list-style-type: none"> 1. pelayanan yang diberikan klinik ibunda dimulai tepat waktu 2. pegawai memberi tanggapan dan perhatian yang baik dan cepat terhadap keluhan pelanggan
		<i>assurance</i> (jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. klinik ibunda memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan yang dilakukan pada hasil kinerja karyawan.. 2. pegawai memiliki sifat sopan, jujur dan dapat dipercaya.

		<i>emphaty</i> (empati)	<ol style="list-style-type: none"> 1. klinik ibunda memberikan kemudahan pelayanan dalam akses pelayanan kesehatan 2. pegawai tidak membiarkan pelanggan menunggu antrian terlalu lama.
Kepuasan Pelanggan (M) Kotler (2005)	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.	kesesuaian harapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang diberikan klinik ibunda sesuai dengan keinginan pelanggan. 2. pelayanan yang diberikan klinik ibunda melebihi dengan harapan pelanggan.
		persepsi kinerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja pelayanan klinik ibunda secara keseluruhan lebih baik dibanding pelayanan \klinik lainnya. 2. pegawai klinik ibunda memiliki pengetahuan yang luas tentang informasi kesehatan yang dibutuhkan pelanggan.
		harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. harga jasa kesehatan yang diberikan klinik bunda tergolong terjangkau 2. harga jasa kesehatan yang diberikan klinik ibunda tergolong murah dibanding dengan klinik lainnya.
Loyalitas Pelanggan (Z) Griffin (2005)	Loyalitas adalah situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang	pembelian ulang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu menggunakan jasa kesehatan dari Klinik Ibunda. 2. Menggunakan jasa kesehatan Klinik ibunda secara teratur.
		membeli antar lini produk dan jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan jasa kesehatan dari Klinik Ibunda untuk segala kebutuhan.

	konsisten (Tjiptono, 2008)	mereferensikan kepada orang lain	1. Berusaha mengajak orang lain untuk menggunakan jasa Kesehatan dari Klinik Ibunda. 2. Berusaha Merekomendasikan jasa Kesehatan Klinik Ibunda kepada orang lain.
		menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing	jasa kesehatan yang diberikan oleh klinik ibunda lebih baik dari klinik lainnya. tidak akan berpindah menggunakan jasa kesehatan dari klinik ibunda meskipun klinik lain menawarkan harga yang lebih murah.

Sumber : Data diolah, 2021

3.8 Skala Pengukuran

Menurut Sekaran (2003) dalam Supriyanto dan Maharani (2013:41) menjelaskan bahwa skala adalah suatu instrumen mekanisme untuk membedakan individu yang terkait dengan variabel minat yang kita pelajari. Skala pengukuran adalah serangkaian aturan yang dibutuhkan untuk menguantitatifkan data dari pengukuran suatu variabel.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert.

Jawaban dari responden dibagi dalam lima kategori penilaian yaitu:

Sangat setuju = 5

Setuju = 4

Cukup setuju = 3

Tidak setuju = 2

Sangat tidak setuju = 1

Dalam skala likert, skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat pernyataan dan pertanyaan (Sugiyono, 2008: 86).

3.9 Analisis Instrumen Data

3.9.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Hadi (Supriyanto dan Maharani, 2013:47), validitas dibatasi sebagai tingkat kemampuan suatu instrumen untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrumen tersebut. Instrumen yang valid berarti instrumen mampu mengukur tentang apa yang diukur. Besar tidaknya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Valid tidaknya suatu item dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment* (r hitung), dimana r hitung dapat dicapai dengan rumus (Arikunto dalam Supriyanto dan Maharani, 2013).

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

n = Banyaknya sampel

X = Skor item X

$Y = \text{Skor total item } X$

$r = \text{Koefisien korelasi}$

Instrumen dikatakan valid apabila koefisien korelasinya $\geq 0,3$ dengan $\alpha = 0,05$

2. Uji Reliabilitas

Arikunto (Supriyanto dan Maharani, 2013:49) menyatakan bahwa realibilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana instrument dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach*:

$$r_{11} = [k - 1] [1 - \Sigma \sigma b^2 : \sigma t^2]$$

Keterangan :

$r = \text{Koefisien reabilitas}$

$k = \text{Jumlah pertanyaan}$

Instrumen dapat dikatakan reliable apabila nilai koefisien alphanya $\geq 0,6$.

3.9.2 Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis Regresi Sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Dalam model regresi, variabel independen menerangkan variabel dependennya. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antara variabel bersifat linier, dimana perubahan pada variabel X akan diikuti oleh perubahan pada variabel Y secara tetap. Sementara pada hubungan non linier, perubahan variabel X tidak diikuti dengan perubahan variabel Y secara proporsional. seperti pada model kuadratik, perubahan X diikuti oleh kuadrat dari variabel

X. Hubungan demikian tidak bersifat linier. Secara matematis model analisis regresi linier sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y = A + BX + e$$

Keterangan:

Y adalah variabel dependen atau respon A adalah *intercept* atau konstanta

B adalah koefisien regresi atau *slope* e adalah residual atau *error*

Secara praktis analisis regresi linier sederhana memiliki kegunaan sebagai berikut:

- Model regresi sederhana dapat digunakan untuk *forecast* atau memprediksi nilai Y. Namun sebelum melakukan *forecasting*, terlebih dahulu harus dibuat model atau persamaan regresi linier. Ketika model yang fit sudah terbentuk maka model tersebut memiliki kemampuan untuk memprediksi nilai Y berdasarkan variabel Y yang diketahui. Katakanlah sebuah model regresi digunakan untuk membuat persamaan antara pendapatan (X) dan konsumsi (Y). Ketika sudah diperoleh model yang fit antara pendapatan dengan konsumsi, maka kita dapat memprediksi berapa tingkat konsumsi masyarakat ketika kita sudah mengetahui pendapatan masyarakat.
- Mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Misalkan kita memiliki satu serial data variabel Y, melalui analisis regresi linier sederhana kita dapat membuat model variabel- variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel Y. Hubungan antara variabel dalam analisis regresi bersifat kausalitas atau sebab akibat. Berbeda halnya dengan

analisis korelasi yang hanya melihat hubungan asosiatif tanpa mengetahui apa variabel yang menjadi sebab dan apa variabel yang menjadi akibat.

2. Uji koefisien determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013), Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar R^2 (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Menurut Ghozali (2013), Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3. Uji statistik t (uji parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam pengolahan data menggunakan program komputer pengaruh secara individual ditunjukkan dari nilai signifikan uji t. Jika nilai signifikan uji $t < 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara individual masing-masing variabel. Nilai t dapat dihitung dengan rumus :

$$t \text{ hitung} = \frac{b}{\delta b}$$

Dimana:

b : Koefisien regresi variabel Independen

δ : Devinisi standar koefisien regresi variable independent

4. Uji analisis jalur (*path analysis*)

Untuk menjawab permasalahan pertama digunakan analisis deskriptif dengan menggunakan distribusi frekuensi. Sedangkan untuk menjawab pertanyaan berikutnya disesuaikan dengan model hipotesis, dimana untuk menguji hipotesis penelitian ini digunakan teknik analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk menganalisis pola hubungan diantara variabel. Model ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat (Supriyanto dan Maharani, 2013:74). Model ini diolah dengan paket program komputer, sub program SPSS, dengan ketentuan uji F pada Alpha = 0,05 atau $p \leq 0,05$ yang dimunculkan dalam kode (Sig. F) untuk melihat signifikansi pengaruh tidak langsung dari variabel variabel bebas terhadap variabel tergantungnya digunakan uji T pada taraf signifikansi Alpha = 0,05 atau $p \leq 0,05$ yang dimunculkan dalam kode (Sig. T) (Supriyanto dan Maharani, 2013:233).

Untuk hipotesis ini digunakan analisis jalur, sehingga dapat dilakukan estimasi besarnya hubungan kausal, antar sejumlah variabel dan hirarki kedudukan masing-masing variabel dalam serangkaian jalur-jalur hubungan kausal, baik langsung maupun tidak langsung (Hasan dalam Supriyanto dan Maharani, 2013:233).

Pemeriksaan terhadap asumsi yang mendasari *Asumsi Path* adalah :

1. Hubungan antar variabel bersifat linier dan adaptif.

2. Hanya model rekursi yang dapat dipertimbangkan yaitu hanya system casual satu arah. Sedangkan model mengandung casual respirokal tidak dapat dilakukan dengan *analisis path*.
3. Variabel endogen setidaknya dalam ukuran *interval*.
4. Observed variabel diukur tanpa kesalahan (instrumen pengukuran valid dan *reliable*).
5. Model yang dianalisis diidentifikasi dengan benar berdasarkan teori-teori dan konsep- konsep yang relevan.
 - a. Pendugaan parameter atau perhitungan koefisien path
 - b. Pemeriksaan validitas model
 - c. Terdapat dua indikator validitas model dalam *analysis path*, yaitu koefisien determinasi dan *trimming theory*, yaitu :

- Koefisien determinasi total

Total keragaman data yang dijelaskan oleh model diukur dengan:

$$R^2_m = 1 - P^2_{e_1} P^2_{e_2} \dots P^2_{e_p}$$

Dalam hal ini interpretasi terhadap R^2_m sama dengan interpretasi koefisien determinasi R^2 pada analisis regresi.

- Trimming Theory

Uji validasi koefisien path pada setiap jalur untuk pengaruh langsung adalah sama dengan regresi, menggunakan nilai p dan unit t, yaitu pengujian koefisien regresi variabel dilakukan secara parsial berdasarkan teori trimming, maka jalur-jalur yang non

signifikan dibuang sehingga model yang didukung oleh data *empiric*.

- d. Interpretasi hasil analisis dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :
- Dengan memperhatikan hasil validitas model.
 - Menghitung pengaruh total dari setiap variabel yang mempunyai pengaruh kausal ke variabel endogen.

Bila analisis path telah dilakukan berdasarkan sampel, maka dapat dimanfaatkan untuk sebagai berikut (Supriyanto dan Maharani, 2013:75) :

1. Menjelaskan permasalahan yang diteliti atau fenomena yang dipelajari.
2. Prediksi nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen.
3. Faktor determinan, yaitu penentuan variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel dependen.
4. Melihat pengaruh langsung maupun tidak langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen (melihat jalur).
5. Pengujian model dengan metode teori *trimming*.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Didirikan pada tahun 2007, dengan 5 orang dan bangunan 1 lantai. Berlokasi di Jl. Pramuka, No. 392 Purwareja Klampok, Banjarnegara, Jawa Tengah. Klinik ibunda mempunyai visi menjadi pelayanan kesehatan pilihan pertama bagi seluruh masyarakat dunia. Klinik Ibunda merupakan suatu badan usaha yang khusus bergerak dalam bidang pelayanan kesehatan. dengan berbekal kematangan, pengalaman dan kepuasan pelayanan yang diberikan Klinik Ibunda telah bertahan lebih dari 12 tahun, untuk menyediakan pelayanan kesehatan kepada masyarakat. klinik ibunda akan terus berusaha tampil profesional, karena itu kami terus melakukan penyempurnaan baik dari sisi manajemen dan pelayanan lainnya. Klinik ibunda selalu senantiasa mempertahankan kredibilitas melalui pelayanan yang memuaskan dan kepercayaan yang selalu terjaga. kegiatan yang dilakukan oleh klinik ibunda bertujuan untuk mempermudah masyarakat umum dalam mendapatkan pelayanan kesehatan. selain mudah, klinik ibunda juga memberikan pelayanan yang berkualitas serta sesuai dengan standard pelayanan kesehatan.

Klinik ibunda mempunyai fasilitas diantaranya. Ruang pemeriksaan dan registrasi memudahkan pasien pada saat berobat. Ambulance 24 jam untuk memudahkan pasien yang membutuhkan pertolongan gawat darurat. Kamar Inap Vip class, kelas 1 dan kelas 3 memberikan kamar yang nyaman untuk pasien sehingga membuat pasien segera sembuh. ruang pemeriksaan gigi, Ruang Laboratorium, Ruang Bersalin dan

Ruang Unit gawat darurat. Semua fasilitas yang Klinik Ibunda berikan untuk membantu dan memudahkan para pasien untuk berobat dan sehat kembali.

Klinik Ibunda melayani Rawat inap, rawat jalan, Unit gawat darurat 24 jam, Pelayanan BPJS/ASKES, Pemeriksaan kandungan, Pelayanan KB, Konsultasi kesehatan, Operasi Kecil, Laboratirium, Poli gigi, Nebulizer, Persalinan, Khitan, Ambulance. Dengan Keunggulan Letak strategi, Jam buka lebih panjang, Alur pendaftaran mudah dipahami, tersedia area bermain anak, Ruangan yang bersih dan nyaman, disediakan media bacaan dan televisi, Bisa mendaftar melalui telephone/sms/wa, Berobat dengan paket hemat.

Adapun Klinik ibunda memiliki beberapa karyawan (team) berserta tugasnya sebagai berikut:

5. Direktur PT

Tugas direktur utama adalah menyusun, mengomunikasikan, dan menerapkan visi, misi, serta arah yang akan ditempuh perusahaan kepada para karyawannya. Direktur perusahaan wajib memastikan bahwa setiap karyawannya (team) telah memahami betul tujuan yang hendak dicapai perusahaan.

6. Direktur Klinik

Tugas pokok bertanggung jawab atas semua yang berhubungan dengan revenue ataupun operasional Klinik.

- Memiliki wewenang dan Tanggung Jawab Langsung
- Menyusun kebijakan perusahaan
- Merencanakan anggaran tahunan perusahaan.

7. Tim PMKP

Tim PMKP bertugas melakukan koordinasi mulai dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan monitoring kegiatan peningkatan mutu dan keselamatan pasien di klinik ibunda.

8. Manager operasional

Manajer operasional memiliki pengertian sebagai seseorang yang memiliki peranan untuk mengatur proyek terkait operasional perusahaan.

- Mengarahkan dan mengelola tim operasional.
- Menekan biaya pengeluaran perusahaan.
- Meningkatkan efektivitas operasional

5. Teknologi dan informasi

- Memastikan komputer yang digunakan oleh karyawan atau user dapat berfungsi dengan normal.
- Memastikan komputer tidak hanya berfungsi namun juga terhubung dengan jaringan sehingga bisa digunakan untuk kebutuhan berkomunikasi sebagaimana mestinya.
- Memperbaiki jaringan komputer yang bermasalah

6. Pengelola cabang

Seorang Pemimpin Cabang bertanggung jawab untuk mengoordinasi dan mengawasi semua operasi cabang, termasuk perekrutan staf, pelatihan, dan pengawasan. Mereka datang dengan strategi yang tepat untuk meningkatkan tingkat produktivitas dan kinerja untuk mencapai target keuangan cabang.

7. Supervisor

- Terlaksananya kegiatan operasional klinik dan apotek yang sesuai SOP

- Terlaksannya program kerja
- Terlaksannya pelaporan dengan dinas terkait

8. Unit Rawat Inap

- Terlaksananya jobdesk masing-masing anggota
- Terlaksananya kerja team yang sesuai prosedur
- Tercapainya tindakan yang akurat

9. Unit Rawat Jalan

- Terlaksananya jobdesk masing-masing anggota
- Terlaksananya prosedur kerja yang sesuai
- Tercapainya kelancaran pelayanan di rawat jalan

10. Unit farmasi

- Terlaksanakanya pelayanan resep yang sesuai SOP
- Terlengkapinya data resep pada buku log resep
- Tertata dengan rapih obat dan alkes sesuai tempat penyimpananya
- Terdata dalam excel barang datang baik obat maupun alkes

11. Unit gawat darurat

- Terlaksananya jobdesk masing-masing anggota
- Terlaksananya prosedur kerja yang sesuai
- Tercapainya kelancaran pelayanan di UGD

12. Keperawatan

- Terlaksananya dengan baik jobdesk masing-masing tenaga Kesehatan
- Terlaksananya SOP dan kedisiplinan masing-masing tenaga kesehatan
- Tercapainya kelancaran pelayanan di semua bidang

13. Poli gigi

- Terlaksananya jobdesk masing-masing anggota
- Terlaksananya prosedur kerja yang sesuai
- Tercapainya kelancaran pelayanan di poli gigi

14. Laboratorium

- Terkendalinya hasil kalibrasi dan peralatan yang stabil
- Terkendalinya perlengkapan inventaris dan alkes di lingkup laboratorium
- Termonitoringnya peralatan laboratorium yang stabil

15. Sarana dan prasarana

- Terlaksananya jobdesk masing-masing anggota
- Terlaksananya prosedur kerja yang sesuai
- Terciptanya lingkungan klinik dan apotek yang bersih, rapih dan nyaman

Klinik ibunda juga mempunyai produk utama dan pilihan sebagai berikut:

1. Pemeriksaan kandungan
2. Pelayanan KB
3. Konsultasi Kesehatan
4. Operasi Kecil
5. Laboratirium
6. Poli gigi dan Nebulizer
7. Persalinan
8. Khitan
9. Ambulance
10. *Home Care*

4.2 Karakteristik Responden

Gambaran umum responden ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dari responden. Penggolongan responden didasarkan pada jenis kelamin, usia, jenis dan pekerjaan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan pada 10 maret 2020 - 18 Maret 2020 terhadap 30 responden melalui penyebaran kuesioner, maka karakteristik responden dapat digambarkan sebagai berikut

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Analisis terhadap responden menurut jenis kelamin dilakukan untuk mengetahui proporsi jenis kelamin responden. Berikut adalah komposisi jenis kelamin responden

Tabel 4.1
Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase(%)
Laki-laki	11	36,7
Prempuan	19	63,3
Total	30	100

Sumber : data diolah, 2021

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur merupakan hal yang penting untuk diketahui oleh perusahaan dalam memasarkan produknya (pelayanan). Pertambahan usia akan menyebabkan perubahan kebutuhan hidup. Faktor usia dapat mempengaruhi selera seseorang terhadap suatu produk atau jasa. Adapun klasifikasi responden berdasarkan tingkat umur pada Klinik ibunda di Kabupaten Banjarnegara, dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.2
Responden berdasarkan usia

Usia	Frekuensi	Presentase(%)
18-25 tahun	8	26,7
26-35 tahun	13	43.3
>35 tahun	9	30
Total	30	100

Sumber : data diolah, 2021

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pola pembelian seseorang. Semakin baik pekerjaan seseorang, semakin baik pula tingkat kesejahteraan dan tingkat konsumsinya. Hal ini sesuai dengan pendapat Simamora (2000) yang menyatakan bahwa pekerjaan seseorang akan mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Adapun klasifikasi responden berdasarkan pekerjaannya pada Klinik ibunda di Kabupaten Banjarnegara, dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.3
Responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase(%)
Pegawai Negeri	5	16,7
Wiraswasta	4	13,3
Mahasiswa	5	16,7
Lain-lain	16	53,3
Total	30	100

Sumber: data diolah, 2021

4.3 Analisis dan Olah Statistik

4.3.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrument

Uji validitas dan reliabilitas instrumen menggunakan program SPSS dengan responden sebanyak 30 orang.

a. Uji Validitas

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara statistik yaitu menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan metode *product moment pearson correlation*. Data dinyatakan valid jika nilai r hitung yang merupakan nilai item dari *Corrected Item-Total Correlation* > dari r tabel pada signifikansi 0,05 (5%). Berikut ini disajikan validitas dari masing-masing variabel pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R tabel 5% (30)	Ket.
Kualitas Pelayanan (X)	X1	0.364	0.361	Valid
	X2	0.451	0.361	Valid
	X3	0.591	0.361	Valid
	X4	0.656	0.361	Valid
	X5	0.682	0.361	Valid
	X6	0.653	0.361	Valid
	X7	0.438	0.361	Valid
	X8	0.431	0.361	Valid
	X9	0.456	0.361	Valid
	X10	0.417	0.361	Valid
Kepuasan Pelanggan (Z)	M1	0.492	0.361	Valid
	M2	0.537	0.361	Valid
	M3	0.681	0.361	Valid
	M4	0.830	0.361	Valid
	M5	0.719	0.361	Valid
	M6	0.462	0.361	Valid

	M7	0.549	0.361	Valid
	M8	0.647	0.361	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y1	0.700	0.361	Valid
	Y2	0.605	0.361	Valid
	Y3	0.529	0.361	Valid
	Y4	0.676	0.361	Valid
	Y5	0.755	0.361	Valid
	Y6	0.486	0.361	Valid

Sumber : SPSS Software

Dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki *corrected itemtotal correlation* (r-hitung) > r-tabel yaitu 0.361. Ini berarti seluruh item masing masing yang ada dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Alat ukur yang akan digunakan adalah *cronbach alpha* melalui program komputer SPSS. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60 (Bhuono Agung Nugroho, Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS, h.72).

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Kritis	Ket.
Kualitas Pelayanan	0.693	> 0.6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.773	> 0.6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0.692	> 0.6	Reliabel

Sumber : SPSS Software

Berdasarkan pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* pada masing-masing variabel > 0.60 sehingga seluruh data yang dihasilkan dinyatakan reliabel. Setelah diuji validitas dan reliabilitas, data tersebut kemudian siap digunakan untuk proses analisis regresi dan uji statistik berikutnya.

4.3.2 Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi sederhana bertujuan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini hasil perhitungan dari uji regresi sederhana

Tabel 4.6
Uji Regresi Sederhana Metode Enter

<i>Model</i>	<i>Variables Entered</i>	<i>Variables Removed</i>	<i>Method</i>
1	Kualitas Layanan ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
- b. All requested variables entered.

Tabel 4.6 di atas menunjukkan tentang variable yang dimasukkan serta metode yang di gunakan. Dalam hal ini variabel yang dimasukkan adalah variabel kualitas pelayanan sebagai variable independent, kepuasan pelanggan sebagai variabel dependent dan metode yang digunakan adalah metode enter.

Tabel 4.7
Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.540 ^a	.291	.266	2.22148

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Tabel 4.7 diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0.291. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (*R Square*) yaitu sebesar 0.291, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variable bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel mediasi (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 29.1%.

Tabel 4.8

Uji F

ANOVA^a

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 Regression	56.787	1	56.787	11.507	.002 ^b
Residual	138.180	28	4.935		
Total	194.967	29			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

b. *Predictors:* (*Constant*), Kualitas Layanan

Dari output tersebut dapat diketahui bahwasannya nilai F hitung = 11.507 yakni lebih besar jika dibandingkan dengan F tabel sebesar 3.98, dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kepuasan pelanggan atau dengan kata lain ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (M)

Tabel 4.9
Uji t
Coefficients^a

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	8.523	7.041		1.211	.236
1 Kualitas Layanan	.576	.170	.540	3.392	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Diketahui nilai constant (a) sebesar 8.523, sedangkan nilai kualitas pelayanan (b / koefisien regresi) sebesar 0.576, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$M = a + bX$$

$$M = 8.523 + 0.576X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

- Konstanta sebesar 8.523, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 8.523.
- Koefisien regresi X sebesar 0.576 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas layanan, maka nilai kepuasan pelanggan bertambah sebesar 0.576. koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variable X terhadap Z adalah positif.

Berdasarkan nilai t : diketahui nilai T hitung sebesar 3.392 > Ttabel 2.052, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan (Z)

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Ibunda diterima.

4.3.3 Uji Regresi Liner Berganda (Uji Hipotesis 2 dan 3)

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerangkan variasi variabel independen. Berikut ini hasil perhitungan dari uji determinasi.

Tabel 4.10
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.702 ^a	.493	.456	1.31957

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan

Pada tabel tersebut nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan *R square* sebesar 0.493, yaitu 49.3% dari loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sedangkan sisanya sebesar 50.7% diterangkan oleh variabel lain.

b. Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen

Tabel 4.11
Uji t
Coefficients^a

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	2.518	4.290		.587	.562
1 Kualitas Layanan	.257	.120	.349	2.147	.041
Kepuasan Pelanggan	.310	.112	.449	2.762	.010

a. *Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan*

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa Berdasarkan tabel diatas dapat bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung sebesar 2.147, lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2.052 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai signifikansi 0.041, lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya, koefisien variabel kualitas layanan yang bernilai positif sebesar 0,257. Sehingga kualitas layanan berpengaruh signifikan secara positif terhadap loyalitas pelanggan diterima.

kemudian variabel kepuasan pelanggan memiliki t hitung sebesar 2.762, lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2.052 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai signifikansi 0.010, lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya, koefisien variabel kepuasan pelanggan yang bernilai positif sebesar 0,310. Sehingga kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara positif terhadap loyalitas pelanggan diterima.

H2: Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Klinik Ibunda sehingga diterima

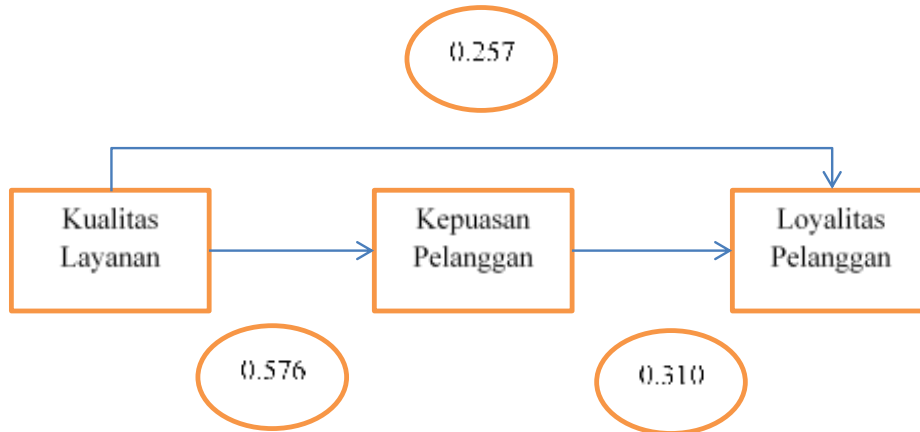
c. Uji Hipotesis (Uji Analisis Jalur)

Pengujian variabel intervening menggunakan path analysis atau sering disebut analisis jalur. Analisis jalur digunakan untuk menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui apakah variabel kepuasan pelanggan merupakan variabel yang dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan penjualan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uji t yang tampak pada tabel 4.9 nilai *unstandardized beta* kualitas pelayanan sebesar 0.576 dan signifikan pada 0.002 yang berarti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien *unstandardized beta* 0.576 merupakan nilai path atau jalur p1.

Berdasarkan pada uji t pada tabel 4.11 nilai *unstandardized beta* kualitas pelayanan sebesar 0.257 dan signifikan pada 0.041 yang berarti kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, nilai *unstandardized beta* 0.257 merupakan nilai p2.

Serta, nilai *unstandardized beta* kepuasan pelanggan sebesar 0.310 dan signifikan pada 0.010 yang berarti kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, nilai *unstandardized beta* 0.310 merupakan nilai p3.



Berikut hasil interpretasi dari hasil analisis jalur dapat terlihat pada gambar diatas

Pada model jalur, penelitian ini akan menjelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung variabel *exogenous* terhadap variabel *endogenous*.

- Pengaruh langsung : 0.257
- Pengaruh Tidak Langsung

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, digunakan uji *Sobel Test* pada *strategi Product of coefficient*. *Sobel Test* merupakan uji untuk mengetahui apakah hubungan yang melalui sebuah variabel mediasi secara signifikan mampu sebagai mediator dalam hubungan tersebut

$$z = \frac{\frac{ab}{\sqrt{(b^2SEa^2) + (a^2SEb^2)}}}{\frac{0,576 \times 0,310}{\sqrt{(0,310^2 \cdot 0,170^2) + (0,576^2 \cdot 0,112^2)}}}$$

$$z = \frac{0.1785600}{\sqrt{(0.0961000 \cdot 0.0289000) + (0.3317760 \cdot 0.0125440)}}$$

$$z = \frac{0.1785600}{\sqrt{0.0027773 + 0.0041618}}$$

$$z = \frac{0.1785600}{\sqrt{0.0069391}}$$

$$z = \frac{0.1785600}{0.083301189}$$

$$z = 2.143546826.$$

Oleh karena t hitung = 2.143546826 lebih besar dari t tabel dengan tingkat signifikansi 0.05 yaitu sebesar 2.052 maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi signifikan yang berarti ada pengaruh mediasi.

Hasil analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

H3: kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Klinik ibunda sehingga diterima.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis secara parsial (uji t), diperoleh tingkat signifikansi variabel kualitas pelayanan 0.002 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05. Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan atau kualitas pelayanan naik maka kepuasan pelanggan juga ikut meningkat sebesar 0.576 sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima, karena didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan Aryani (2010) bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.4.2 Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis secara parsial (uji t), diperoleh tingkat signifikansi variabel kualitas pelayanan 0.041 yang artinya nilai tersebut ternyata lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05. Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel loyalitas pelanggan atau variabel kualitas pelayanan meningkat maka variabel loyalitas pelanggan juga ikut meningkat sebesar 0.257 sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima, karena didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan Starini (2013) bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil perhitungan uji hipotesis secara parsial (uji t), diperoleh tingkat signifikansi variabel kepuasan pelanggan 0.010 yang artinya nilai tersebut ternyata lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05. Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel kepuasan pelanggan dengan variabel loyalitas pelanggan atau variabel kepuasan pelanggan meningkat maka variabel loyalitas pelanggan juga ikut meningkat sebesar 0.310 sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima, karena didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kepuasan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Zakiy (2017) Hasil penelitian

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4.4.3 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*

Berdasarkan hasil pengujian analisis jalur (*path analysis*) diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari pengujian kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Hasil pengujian menunjukkan memiliki t hitung = 2.143546826 lebih besar dari t tabel dengan tingkat signifikansi 0.05 yaitu sebesar 2.052 maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi signifikan yang berarti ada pengaruh mediasi. Berdasarkan pada penelitian ini kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Zakiy (2017) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi di Klinik Ibunda” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan untuk dapat menjaga dan terus meningkatkan kualitas pelayanan khususnya terhadap pasien yang loyal dengan sebaik mungkin untuk kemajuan perusahaan dan membuat masyarakat atau calon konsumen menambah minat untuk berobat di klinik ibunda.

2. Bagi Peneliti

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel karena semakin banyak sampel semakin bagus, dengan keterbatasan penelitian ini dilaksanakan saat pandemi sehingga mendapatkann sampel yang terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Volume 17 Nomor 2, hlm.114-126.
- As'ad, Achmad Shofiyyuddin dan Noermijati. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit NU Tuban)*. Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 11 Nomor 3. ISSN 1693-5241.
- Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- Fandi Tjiptono. 2001. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*, Majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Ismi Munajilah. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan dengan Metode Serqual. *Jurnal Jurusan Teknologi industri Pertanian- Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Bramawijaya*.
- Jonathan Sarwono, 2007 *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi Offset
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari Principles of Marketing 9e)*. Jakarta : Penerbit PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2004). *Marketing Insight from A to Z: 80 Konsep yang Harus Dipahami Oleh Setiap Manajer*. Dialih bahasakan oleh: Anies Lastiati. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Lexy J, Moleong. 2005. *Metodelogi Penilitia Kualitatif*. Bandung : Remaja Roesdakarya.
- Musanto, Trisno. 2004. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan loyalitas pelanggan : Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen. Vol. 6 No.2: 123-136*.
- Raharja, Aryawan Tri dan Imron Khasanah. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada nasabah PT. Prudential Life Assurance Semarang)*. Diponegoro Journal of Management Volume 4 Nomor 1, hlm. 1-12. ISSN 2337-3792.

- Ratnasari, RirinTri. Adistiari Prayoga, and Nisful Laila. 2012. *Measuring customer service quality based on fatanah implementation*. Proceedings of 2nd Global Islamic Marketing Conference (GIMC). Abu Dhabi.
- Remenus Oktaviani. 2013. *Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. DGS Manado*. Jurnal EMBA Vol 1 No. 3 September 2013. ISSN 2303-1174.
- Salma, Fitria Solahika dan Ririn Tri Ratnasari. 2015. *Pengaruh kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya*. JESTT Vol. 2 No 4.
- Slistyawati, Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Semiari. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol 4 No.8.
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabet
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : untuk menaikkan pangsa pasar*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Supriyanto, Achmad Sani. dan Masyhuri Machfudz. 2010. *Metodologi Riset: Manajemen Sumberdaya Manusia*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Supriyanto dan Maharani. (2013). *Metode Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*, Malang: UIN-Maliki Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Offset
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Bandung: CV Alfabeta.
- Zakiy Muhammad dan Evrita Putri Azzahroh. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3 No 1.
- Zeitahml, VA. 1998. *Consumer Perception of Price, Quality and Service, A Means Model and Syntesis of Exidence*. Journal of Marketing. Vol 52. July. P.2-22.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (Di Klinik ibunda)

No. Responden..... (Diisi Peneliti)

Assalamualaikum Wr.Wb

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya, Ramadhan Izzudin Robbani mahasiswa S1 Jurusan manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir skripsi saya. Apabila anda berusia minimal 18 tahun, mohon kesediaannya untuk meluangkan waktu mengisi daftar pertanyaan di bawah ini dengan jujur dan benar. Data yang saya peroleh hanya akan digunakan untuk keperluan menyusun tugas akhir skripsi saya. Atas kesediaan Bapak/Ibu dalam menjawab kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya

Peneliti

Ramadhan Izzudin Robbani

A. Petunjuk Pengisian

Mohon mengisi kuesioner ini dengan cara memberikan tanda (√) pada lembar pilihan berikut, yaitu dengan memilih alternatif jawaban yang tersedia.

Akan ada lima alternatif jawaban yang tersedia, yaitu :

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Netral (N) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

B. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

2. Usia anda saat ini :

- 18-26 tahun
- 27-35 tahun
- 36-44 tahun
- 45 tahun

C. Kuesioner Pernyataan

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		5	4	3	2	1
		SS	S	N	TS	STS
KUALITAS PELAYANAN (X)						
<i>Tangible</i> (bukti fisik)						
	Klinik ibunda memiliki fasilitas fisik yang memadai seperti gedung, tempat parkir dan toilet.					
	Klinik ibunda memiliki peralatan pelayanan yang memadai					

<i>Reliability</i>						
	Prosedur pelayanan klinik ibunda tidak berbelit-belit					
	Hasil pelayanan cepat dan tepat sesuai jadwal					
Responsive						
	Pelayanan diklinik ibunda dimulai tepat waktu					
	Pegawai memberi tanggapan dan perhatian yang baik dan cepat terhadap keluhan pelanggan					
Assurance						
	Klinik ibunda memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada hasil kinerja pegawai					
	Pegawai memiliki sikap sopan, ramah, jujur dan dapat dipercaya.					
Emphaty						
	Klinik Ibunda memberikan kemudahan dalam hal pelayanan					
	Pegawai tidak membiarkan pelanggan menunggu antrian terlalu lama					
Kepuasan Pelanggan (M)						
	Pelayanan yang diberikan oleh klinik ibunda sesuai dengan keinginan pelanggan.					
	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Klinik ibunda melebihi harapan pelanggan					
	Kinerja pelayanan klinik ibunda yang diterima oleh pelanggan sangat baik					

	Kinerja pelayanan klinik ibunda secara keseluruhan lebih baik dibandingkan dengan jasa pelayanan klinik lain					
	Pegawai klinik ibunda memiliki pengetahuan yang sangat luas tentang informasi kesehatan yang dibutuhkan pelanggan					
	Pegawai klinik ibunda cepat dalam memberikan pelayanan.					
	Harga jasa kesehatan diklinik ibunda sangat terjangkau					
	Harga jasa kesehatan diklinik ibunda murah dibanding dengan klinik lainnya.					
Loyalitas Pelanggan (Y)						
	Saya selalu menggunakan jasa kesehatan dari klinik ibunda					
	Saya menggunakan jasa kesehatan dari klinik ibunda secara teratur.					
	Saya menggunakan jasa kesehatan dari klinik ibunda untuk segala kebutuhan					
	Saya berusaha mengajak orang lain untuk menggunakan jasa					

kesehatan dari klinik ibunda.					
Saya berusaha merekomendasikan jasa kesehatan dari klinik ibunda kepada orang lain.					
Jasa kesehatan yang diberikan oleh klinik ibunda lebih baik dari klinik lainnya.					
Saya tidak akan berpindah menggunakan jasa kesehatan dari klinik ibunda meskipun jasa klinik lainnya menawarkan tarif yang lebih murah.					

Lampiran 2 Dokumentasi

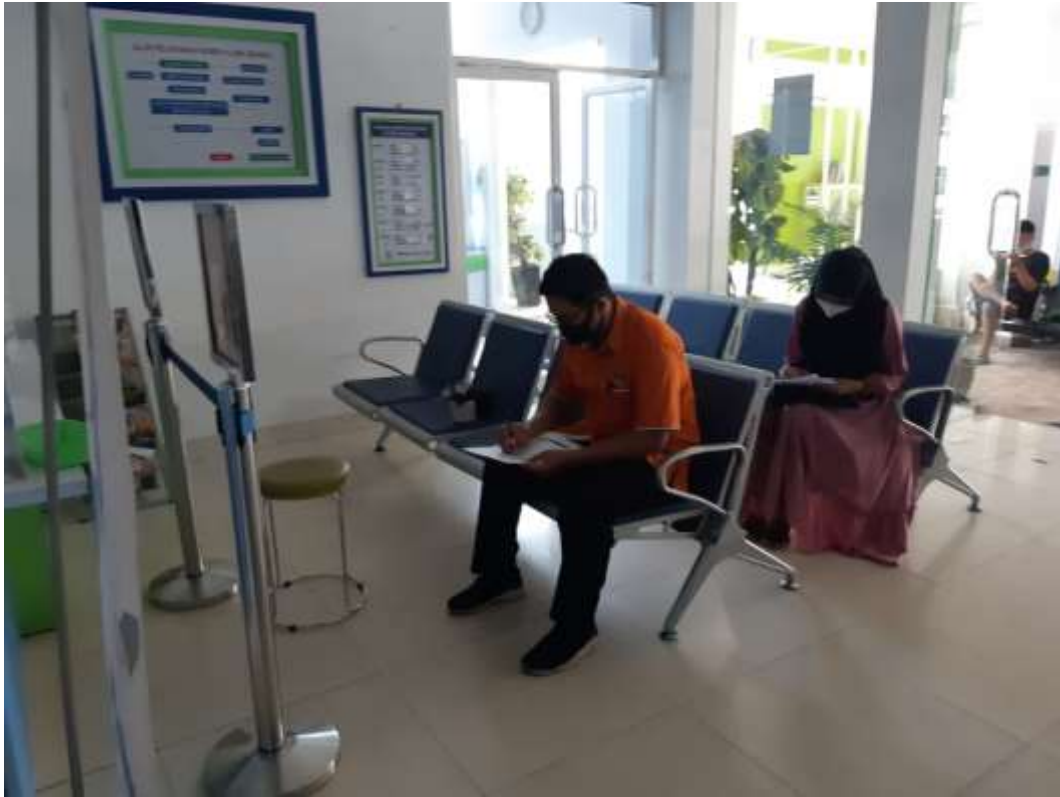
1. Klinik & Apotek Ibunda Tampak Depan



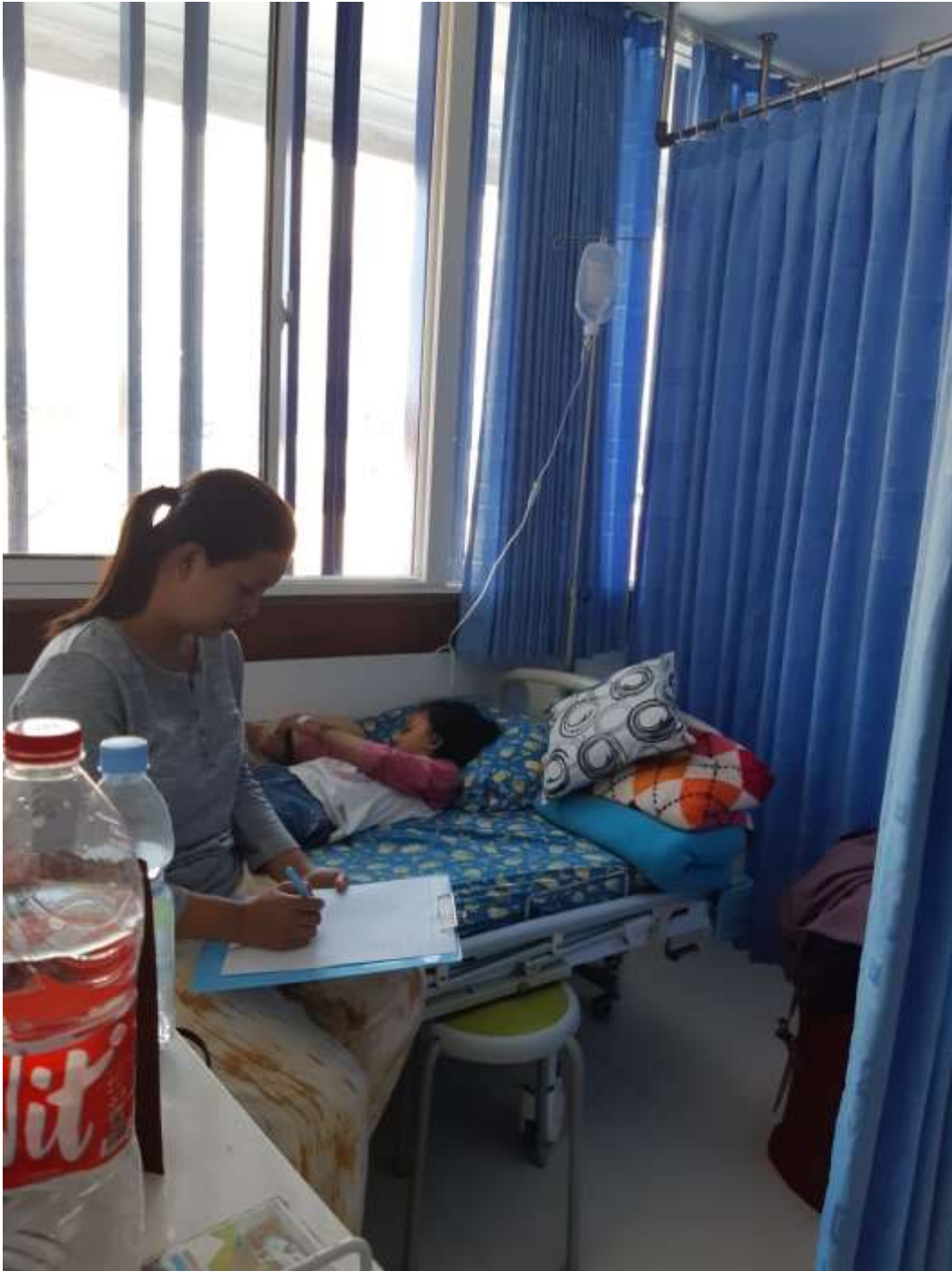
2. Klinik & Apotek Ibunda Tampak Dalam



3. Ruang Tunggu Klinik & Apotek Ibunda



4. Ruang Pemeriksaan Klinik & Apotek Ibunda



Lampiran 3 Bukti Konsultasi

BUKTI KONSULTASI

Nama : Ramadhan Izzuddin Robbani
NIM/ Jurusan : 16510147/ Manajemen
Pembimbing : Dr. LAILATUL FARIDA S, SOS., MAB
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA KLINIK IBUNDA).

No	Tanggal	Materi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	20 januari 2020	Bimbinga Judul dan proposal	1. 
2.	25 januari 2020	Bimbingan Bab 1 dan Revisi	2. 
3.	25 Oktober 2020	Bimbingan Bab II dan III	3. 
4.	30 Oktober 2020	Revisi Bab II dan III	4. 
5.	02 November 2020	Acc Proposal	5. 
6.	26 November 2020	Ujian Seminar Proposal	6. 
7.	18 Maret 2021	Bimbingan Bab IV	7. 
8.	22 Maret 2021	Revisi Bab IV	8. 
10.	13 April 2021	Bimbingan Bab V	9. 
12	08 Juni 2021	Bimbingan keseluruhan dan Acc sidang skripsi	10. 

Yogyakarta, 07 Juni 2020
Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Agus Sucipto, M.M., CRA
NIP. 19670816 200312 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, SE., M.SA
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Ramadhan Izzuddin Robbani
NIM : 16510147
Handphone : 082214753435
Konsentrasi : Pemasaran
Email : rama.deir@gmail.com
Judul Skripsi : "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Klinik Ibunda)"

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
25%	27%	7%	15%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 30 Juli 2021
UP2M

Zuraidah, SE., M.SA
NIP 197612102009122 001

SKRIPSI

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

27%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	3%
2	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	2%
3	123dok.com Internet Source	2%
4	repository.widyatama.ac.id Internet Source	2%
5	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	2%
6	journal.unla.ac.id Internet Source	2%
7	media.neliti.com Internet Source	1%
8	studentjournal.petra.ac.id Internet Source	1%
9	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%

10	theorymanajemendanorganisasi.blogspot.com Internet Source	1%
11	journal.unnes.ac.id Internet Source	1%
12	jurnal.unigo.ac.id Internet Source	1%
13	libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id Internet Source	1%
14	ejournal3.undip.ac.id Internet Source	1%
15	Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung Student Paper	1%
16	burhanvirgo.blogspot.com Internet Source	1%
17	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
18	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
19	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
20	moam.info Internet Source	1%
21	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%

22

www.scribd.com

Internet Source

1%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches 1%
