
STUDI PADA LOYALITAS PASIEN RUMAH SAKIT SWASTA DI JAKARTA UTARA

Aron Arnaldo

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
aron.117222014@stu.untar.ac.id

Keni

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
keni@fe.untar.ac.id (*corresponding author*)

Masuk: 03-10-2024, revisi: 05-11-2024, diterima untuk diterbitkan: 06-11-2024

Abstract: This study aims to examine the influence of service quality and service innovation on patient loyalty in hospitals, with patient satisfaction serving as a mediating variable. This research aimed to examine whether: 1) service quality has a significant effect on patient satisfaction, 2) service innovation has a significant effect on patient satisfaction, 3) service quality significantly impacts patient loyalty, 4) service innovation significantly impacts patient loyalty, 5) patient satisfaction significantly affects patient loyalty, 6) patient satisfaction mediates the relationship between service quality and patient loyalty, and 7) patient satisfaction mediates the relationship between service innovation and patient loyalty. A purposive sampling technique was employed, resulting in a sample of 150 respondents, and the analysis was conducted using PLS-SEM to test the hypotheses. The findings indicate that both service quality and service innovation significantly affect patient satisfaction, that patient satisfaction has a significant effect on patient loyalty, and that patient satisfaction significantly mediates the relationship between service quality and patient loyalty. However, patient satisfaction does not significantly mediate the relationship between service innovation and patient loyalty.

Keywords: Service Quality, Service Innovation, Patient Loyalty, Patient Satisfaction

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap loyalitas pasien di rumah sakit, dengan kepuasan pasien sebagai variabel mediasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah: 1) kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, 2) inovasi layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, 3) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, 4) inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, 5) kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, 6) kepuasan pasien memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pasien, dan 7) kepuasan pasien memediasi hubungan antara inovasi layanan dan loyalitas pasien. Teknik purposive sampling digunakan, menghasilkan sampel sebanyak 150 responden, dan analisis dilakukan menggunakan PLS-SEM untuk menguji hipotesis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas layanan maupun inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, bahwa kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, dan bahwa kepuasan pasien secara signifikan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pasien. Namun, kepuasan pasien tidak memediasi secara signifikan hubungan antara inovasi layanan dan loyalitas pasien.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Inovasi Layanan, Loyalitas Pasien, Kepuasan Pasien

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Loyalitas pasien merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan jangka panjang suatu rumah sakit. Namun, mempertahankan loyalitas pasien di sektor kesehatan memiliki

tantangan tersendiri, berbeda dengan industri lainnya. Rumah sakit tidak dapat secara mudah menawarkan potongan harga atau layanan spesifik seperti di industri komersial lainnya (Liu et al., 2021). Tantangan ini diperbesar dengan adanya produk substitusi, seperti layanan telemedicine dan pengobatan tradisional, yang dapat menggantikan layanan rumah sakit pada tahap awal pengobatan (CNBC Indonesia, 2024). Selain itu, persaingan antar rumah sakit di Indonesia terus meningkat, terutama sejak 2009, yang membuat masyarakat memiliki lebih banyak pilihan dalam memilih layanan kesehatan (CNBC Indonesia, 2023).

Meskipun terdapat tren positif dalam beberapa indikator pelayanan kesehatan, banyak rumah sakit masih menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas layanan mereka. Penurunan dalam penilaian layanan "sangat baik" yang dilaporkan beberapa rumah sakit menunjukkan bahwa masih banyak pasien yang belum merasa puas dengan layanan yang diberikan. Kondisi ini tentu berdampak negatif terhadap loyalitas pasien dan keberlangsungan operasional rumah sakit.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan dan inovasi layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Menurut Keni dan Sandra (2021), kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pasien, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan loyalitas. Demikian pula, penelitian Prasetya (2023) menyimpulkan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, dan kepuasan tersebut memediasi pengaruh inovasi terhadap loyalitas pasien. Inovasi ini dapat berupa pengembangan teknologi, metode baru, atau pendekatan lain yang lebih efisien dan efektif untuk meningkatkan pengalaman pasien (Lopez et al., 2023).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap loyalitas pasien, serta menilai peran kepuasan pasien sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi manajemen rumah sakit dalam meningkatkan strategi layanan mereka.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan serta loyalitas pasien di rumah sakit, serta menguji peran kepuasan pasien sebagai mediasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Expectation Confirmation Theory

Menurut Oliver (1980), teori konfirmasi ekspektasi menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terkait dengan perbandingan antara kinerja produk dan ekspektasi mereka. AlOmari dan Hamid (2022) menyimpulkan bahwa penilaian pelanggan terhadap layanan juga berdasarkan perbandingan ini. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan serta melihat kesesuaian kualitas layanan dengan ekspektasi pelanggan.

Kualitas Layanan

Melalui penelitiannya, Mahsyar dan Surapati (2020) mendefinisikan kualitas layanan sebagai perbandingan antara persepsi pelanggan atas layanan yang diterima dan ekspektasi mereka. Wilson, Keni, dan Tan (2019) mendukung pandangan ini, menyatakan bahwa kualitas layanan mencerminkan kesesuaian antara layanan perusahaan dan harapan pelanggan. Sementara itu, Elizar, Indrawati, dan Syah (2020, p. 106) menggambarkan kualitas layanan sebagai persepsi evaluatif pelanggan terhadap layanan yang diterima.

Berdasarkan definisi ini, penelitian ini mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian pelanggan terhadap layanan yang dirasakan berdasarkan ekspektasi mereka. Berdasarkan teori Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas layanan dapat diukur dengan lima dimensi: *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* (Kurniasari & Sugiyanto, 2020).

Inovasi Layanan

Simanjuntak dan Margono (2022, p. 231) berpendapat bahwa *“Service innovation can be defined as a process containing new concepts and behavior production, development and implementation.”* Inovasi layanan adalah proses menciptakan dan mengembangkan layanan baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara lebih baik. Dayatet al. (2023, h. 66) menyatakan bahwa *“Service innovation refers to the development and implementation of new or improved services that better meet the needs and wants of customers.”* Poi dan Azuma (2022, p. 196) mendefinisikan inovasi layanan bahwa *“Service innovation is the act of offering new or improved service designed for customer optimum satisfaction.”*

Berdasarkan definisi di atas, penelitian ini mendefinisikan inovasi layanan sebagai proses pengembangan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pada sektor layanan kesehatan, inovasi ini bisa mencakup upaya untuk mengurangi waktu tunggu atau meningkatkan efisiensi proses administrasi.

Kepuasan Pasien

Nguyen, Ho, dan Ngo (2024, p. 3) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah *“... the degree to which post-purchase perceptions of a service or product align with its actual characteristics.”* Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana persepsi pelanggan setelah menerima layanan sesuai dengan harapan mereka. Bramasta dan Keni (2024) menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah kepuasan yang dirasakan setelah menerima layanan secara menyeluruh. Taufik et al. (2022, p. 70) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai *“... a customer’s commitment about the review point of view because of the mismatch of expectations before and after using the product.”*

Berdasarkan definisi ini, penelitian ini mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai kesesuaian antara ekspektasi pelanggan dan layanan yang diterima setelah pengalaman layanan yang menyeluruh. Menurut Wibowo dan Agustini (2020), dimensi kepuasan mencakup kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan, dan harapan pelanggan.

Loyalitas Pasien

Aulia dan Purnomo (2023, p. 27) menyatakan, *“Customer loyalty is measured by how often consumers make repeat purchases and even recommend them to others.”* Loyalitas pelanggan tercermin dari frekuensi pembelian berulang dan rekomendasi kepada orang lain. Kawi dan Keni (2024) menyimpulkan loyalitas sebagai keinginan untuk menggunakan layanan yang sama di masa depan. Nguyen et al. (2024, p. 3) juga berpendapat bahwa loyalitas pelanggan adalah *“... the repeated purchase of a variety of items from a single vendor, the willingness to refer the provider to various clients, and a long-term perception of the brand as a viable option.”*

Berdasarkan definisi ini, loyalitas pelanggan adalah keinginan untuk terus menggunakan layanan yang sama, merekomendasikannya kepada orang lain, dan mempersepsikan layanan tersebut sebagai pilihan jangka panjang.

Kaitan antar Variabel

Kaitan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pasien

Meywati, Handaru, dan Wiralaga (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Shafiq et al. (2023) juga menyimpulkan hal serupa dalam konteks belanja online. Berbagai layanan yang diterima pasien, termasuk proses administrasi dan informasi, dapat memengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan. Dari penjelasan di atas, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Kaitan antara Inovasi Layanan dan Kepuasan Pasien

Meywati et al. (2021) menyatakan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Easa dan Bazzi (2020) menunjukkan bahwa inovasi layanan juga berpengaruh positif terhadap kepuasan siswa. Inovasi dapat meningkatkan nilai tambah pada layanan, memberikan solusi lebih baik untuk pasien, dan meningkatkan kepuasan.

H2: Inovasi layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Kaitan antara Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien

Menurut Meywati et al. (2021). Easa dan Bazzi (2020) serta Shafiq et al. (2023) juga menegaskan bahwa kepuasan berhubungan dengan loyalitas pelanggan di berbagai konteks. Pasien yang puas cenderung kembali memilih layanan yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain.

H3: Kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.

Kaitan antara Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien

Meywati et al. (2021) dan Satti et al. (2020) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Aladwan et al. (2021) juga menunjukkan hal serupa di Yordania. Rumah sakit yang meningkatkan kualitas layanan dapat membangun loyalitas pasien.

H4: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.

Kaitan antara Inovasi Layanan dan Loyalitas Pasien

Meywati et al. (2021) menemukan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien di Jakarta. Hal serupa ditunjukkan oleh Fahmi et al. (2020) untuk pasien rawat jalan di Banyuwangi, dan Prasetya (2023) dalam konteks pelanggan produk pertanian di Bali. Dengan menawarkan inovasi dalam layanan medis dan non-medis, rumah sakit dapat meyakinkan pasien tentang komitmen mereka terhadap kualitas, sehingga meningkatkan loyalitas pasien.

H5: Inovasi layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.

Kaitan antara Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien

Satti et al. (2020) menemukan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dalam industri perhotelan di Pakistan. Aladwan et al. (2021) dan Febrianti dan Keni (2020) juga menunjukkan bahwa kepuasan pasien memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pasien, serta produk makanan dan minuman di Jakarta. Pasien yang merasa menerima layanan kesehatan berkualitas cenderung merasa puas dan lebih mungkin merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

H6: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien.

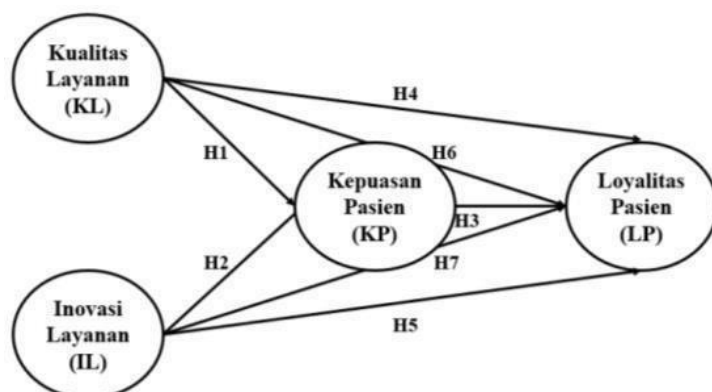
Kaitan antara Inovasi Layanan dan Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien

Simanjuntak dan Margono (2022) menemukan bahwa kepuasan pasien memediasi pengaruh inovasi layanan terhadap loyalitas pasien di Jakarta. Jaya et al. (2021) dan Prasetya (2023) juga menunjukkan hal serupa dalam konteks perusahaan keuangan dan produk pertanian. Inovasi yang diterapkan rumah sakit mencerminkan komitmen dalam melayani pasien, yang meningkatkan kecenderungan pasien untuk merasa puas dan tetap memilih rumah sakit tersebut.

H7: Inovasi layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien.

Berdasarkan hubungan antar variabel yang telah dijelaskan dalam hasil penelitian terdahulu, berikut adalah model penelitian yang dikembangkan:

Gambar 1
Model Penelitian



Sumber: Peneliti (2024)

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif cross-sectional yang dilaksanakan pada periode Maret hingga Oktober 2024. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan baik secara daring (*Google Form*) maupun langsung di rumah sakit. Responden penelitian ini adalah pasien rumah sakit yang dipilih menggunakan teknik non-probability purposive sampling, dengan total 150 responden yang memenuhi kriteria. pengukuran objek penelitian diukur menggunakan skala Likert lima poin dengan 1 menunjukan “sangat tidak setuju” dan 5 menunjukan “sangat setuju”.

Hasil pengolahan data kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan (62,67%) dengan rentang usia 35-49 tahun (83,33%) dan bekerja sebagai pedagang (40,67%). Sebagian besar responden telah melakukan kunjungan ke rumah sakit sebanyak 2 hingga 5 kali (45,33%) dan menggunakan layanan rawat jalan (55,3%). Faktor utama yang menjadi alasan responden memilih rumah sakit tersebut adalah lokasi (17,33%). Berdasarkan acuan dari Hair et al. (2019), ukuran sampel minimum dalam penelitian ini adalah 145 responden, yang dihitung berdasarkan jumlah indikator (29 indikator) dikali 5, sehingga jumlah sampel sebanyak 150 responden telah memenuhi syarat minimum penelitian.

Tabel 1
Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel	Item	Sumber
Kualitas Layanan	14 item	Martono dan Keni (2023)
Inovasi Layanan	5 item	Meywati et al. (2021) ; Delafrooz et al. (2013)
Kepuasan Pasien	5 item	Lelasari dan Bernarto (2023) ; Wibisono dan Keni (2022)
Loyalitas Pasien	5 item	Keni dan Clarissa (2024) ; Lelasari dan Bernarto (2023)

Sumber: Peneliti (2024)

Penelitian ini menggunakan metode PLS-SEM yang dianalisis dengan *software* SmartPLS. meliputi pengujian *outer model* dan *inner model*. Pada analisis *outer model*, semua indikator dalam model penelitian memenuhi persyaratan dengan nilai loading factor > 0,7 menunjukkan bahwa indikator dalam penelitian ini bersifat valid. Hasil analisis validitas konvergen, dengan nilai *loading factor* lebih dari 0,7 dan nilai AVE lebih dari 0,5 (Hair et al., 2019), serta validitas diskriminan yang didasarkan pada kriteria nilai *Heterotrait-Monotrait* (HTMT) kurang dari 0,9, menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model memiliki validitas yang memadai. Selain itu, nilai reliabilitas, yang ditunjukkan oleh nilai *composite reliability* > 0,7 dan nilai *Cronbach's alpha* > 0,6 Hair et al. (2019) menunjukkan bahwa seluruh variabel dapat dipercaya dan diandalkan, memenuhi syarat minimum untuk metode pengukuran yang digunakan.

HASIL DAN KESIMPULAN**Tabel 2****Hasil Pengujian Hipotesis**

Variabel	Hipotesis	Path coefficient	t-statistics	p-value
H1	Kualitas Layanan -> Kepuasan Pasien	0,546	5,608	0,000
H2	Inovasi Layanan -> Kepuasan Pasien	0,231	2,047	0,020
H3	Kepuasan Pasien -> Loyalitas Pasien	0,414	3,060	0,001
H4	Kualitas Layanan -> Loyalitas Pasien	0,298	2,427	0,008
H5	Inovasi Layanan -> Loyalitas Pasien	0,250	2,512	0,006
H6	Kualitas Layanan -> Kepuasan Pasien -> Loyalitas Pasien	0,226	2,640	0,004
H7	Inovasi Layanan -> Kepuasan Pasien ->Loyalitas	0,096	1,619	0,053

Sumber: Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat dilihat bahwa enam variabel penelitian diterima, sementara satu variabel ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, inovasi layanan, dan kepuasan pasien berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pasien. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, didukung oleh penelitian Meywati et al. (2021) dan Shafiq et al. (2023). Kualitas layanan yang baik, seperti fasilitas yang lengkap dan perhatian karyawan, dapat meningkatkan kepuasan pasien.

Inovasi layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, sesuai dengan temuan Meywati et al. (2021) dan Easa dan Bazzi (2020). Inovasi seperti pendaftaran online dan sistem antrean berbasis teknologi meningkatkan efisiensi dan kemudahan bagi pasien.

Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, yang didukung oleh penelitian Meywati et al. (2021). Pasien yang puas cenderung untuk memilih dan merekomendasikan rumah sakit.

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian Satti et al. (2020) dan Aladwan et al. (2021). Inovasi layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, yang ditemukan oleh Meywati et al. (2021) dan Fahmi et al. (2020), meningkatkan kepercayaan pasien terhadap rumah sakit.

Kepuasan pasien memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pasien, sejalan dengan temuan Satti et al. (2020).

Namun, kepuasan pasien tidak memediasi secara signifikan pengaruh inovasi layanan terhadap loyalitas pasien. Hasil tersebut mengimplikasikan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh pasien terhadap inovasi layanan rumah sakit tidak memotivasi pasien untuk kembali memilih rumah sakit tersebut. Hal ini mungkin disebabkan oleh kenyataan bahwa kepuasan yang mendorong kesetiaan pelanggan lebih berasal dari pengalaman langsung terhadap kualitas layanan, sementara inovasi yang diterapkan oleh rumah sakit mungkin tidak dirasakan oleh semua pasien, terutama bagi mereka yang memiliki keluhan yang berbeda-beda.

Berdasarkan Tabel 2, hasil analisis menunjukkan *p-value* sebesar 0,053, yang berselisih 0,003 dengan nilai signifikansi penelitian ini, yaitu sebesar 0,05. Dengan demikian, pengujian ini dapat menunjukkan hasil yang berbeda jika ukuran sampel lebih besar atau jika diteliti secara spesifik terhadap pasien yang sudah merasakan inovasi layanan rumah sakit.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pasien rumah sakit, diperoleh beberapa kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien. Selain itu, inovasi layanan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, sementara kualitas layanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

pasien. Inovasi layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Kepuasan pasien dapat memediasi pengaruh positif kualitas layanan terhadap loyalitas pasien, tetapi tidak memediasi pengaruh positif inovasi layanan terhadap loyalitas pasien.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokusnya yang hanya mencakup empat variabel, tanpa mempertimbangkan faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan faktor lain, seperti *perceived waiting time* (Wulandari & Keni, 2024), serta *perceived value* dan *social media marketing* (Cynthia & Keni, 2023).

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi rumah sakit untuk meningkatkan pelatihan karyawan dalam keterampilan komunikasi dan penanganan keluhan pasien. Penerapan teknologi *telemedicine* dan aplikasi *mobile* untuk pendaftaran juga diharapkan dapat meningkatkan aksesibilitas layanan. Selain itu, memperkuat interaksi antara karyawan dan pasien penting untuk memenuhi ekspektasi pasien dan meningkatkan reputasi rumah sakit.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Hasil penelitian ini memberikan implikasi manajerial bagi rumah sakit untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pasien. Pertama, penting bagi rumah sakit untuk memberikan pelatihan berkelanjutan kepada karyawan, terutama petugas medis, dalam keterampilan komunikasi dan penanganan keluhan pasien, agar pasien merasa dihargai. Selain itu, implementasi sistem pendukung layanan seperti *telemedicine* dan aplikasi *mobile* dapat mempermudah akses bagi pasien serta memungkinkan pengumpulan data pengalaman pasien secara *real-time*. Terakhir, memperkuat interaksi antara karyawan dan pasien serta memastikan layanan yang diberikan memenuhi ekspektasi akan berdampak positif terhadap reputasi rumah sakit, menjadikannya pilihan utama dalam perawatan berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- AlOmari, F. & Hamid, A. B. A. (2022). Strategies to Improve Patient Loyalty and Medication Adherence in Syrian Healthcare Setting: The Mediating Role of Patient Satisfaction. *PLoS ONE*, 17(11), 1-27. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0272057>
- Aladwan, M. A., Salleh, H. S., Anuar, M. M., Alhwadi, H., & Almomani, I. (2021). The Relationship among Service Quality, Patient Satisfaction and Patient Loyalty: Case Study in Jordan Mafrq Hospital. *Linguistics and Culture Review*, 5(S3), 27-40. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS3.1368>
- Aulia, N. & Purnomo, B. B. (2023). The Influence of E-Service Quality and Service Innovation on User Loyalty in the Livin' by Mandiri Application with User Satisfaction as An Mediating Variable (Study of Livin' by Mandiri Users in Pontianak City. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 1(3), 25-43. <https://doi.org/10.54783/jemba.v1i3.16>
- Bougie, R. & Sekaran, U. (2020). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach (8th ed.)*. John Wiley & Sons.
- Bramasta, A. A. & Keni, K. (2024). Studi Mengenai Kepuasan Pasien Rawat Inap di Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(2), 443-454. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i2.29692>
- CNBC Indonesia. (2023). *Rumah Sakit Umum di RI Meningkat, Paling Banyak Punya Swasta*. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230214075125-128-413532/rumah-sakit-umum-di-ri-meningkat-paling-banyak-punya-swasta>, diakses pada tanggal 21 Agustus 2024.
- CNBC Indonesia. (2024). *Jokowi: 1 Juta Warga Indonesia Masih Berobat ke Luar Negeri*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240424101827-33-532905/jokowi-1-juta-warga-indonesia-masih-berobat-ke-luar-negeri>, diakses pada tanggal 20 Agustus 2024.

- Cynthia, C. & Keni, K. (2023). Brand Experience, Perceived Value, and Social Media Marketing to Predicate Brand Loyalty. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(1), 402-408. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.11.402-408>
- Dayat, M., Sudarmiatin, S., Soetjipto, B. E., & Wardoyo, C. (2023). Systematic Literature Review: "Service Innovation and Customer Experience". *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(2), 66-83. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i2.1383>
- Delafrooz, N., Taleghani, M., & Taghineghad, M. (2013). The Impact of Service Innovation on Consumer Satisfaction. *International Journal of Marketing and Technology*, 3(5), 127- 144.
- Easa, N. F. & Bazzi, A. M. (2020). COVID-19 and Lack of Socialization: Does Service Innovation Become an Imperative for Universities? *International Journal of Disruptive Innovation in Government*, 1(2), 82-103. <https://doi.org/10.1108/IJDIG-11-2020-0006>
- Elizar, C., Indrawati, R., & Syah, T. Y. R. (2020). Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust, and Customer Loyalty in Service of Paediatric Polyclinic Over Private H Hospital of East Jakarta, Indonesia. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(2), 105-111.
- Fahmi, A., Qomariah, N., & Cahyono, D. (2020). Effect of Service Quality and Service Innovation of Patient Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Engineering Research & Technology*, 9(6), 1085-1090.
- Febrianti, I. N. & Keni. (2020). Pengaruh Experiential Marketing dan Service Quality terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 56-61. <http://dx.doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10400>
- Ghozali, I. & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education.
- Jaya, A. I., Manggabarani, A. S., & Yuliniar. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Pegadaian Melalui Kepuasan sebagai Variabel Interven. Dalam *Prosiding Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 365-378.
- Kawi, J. S. & Keni, K. (2024). Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(2), 407-418. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i2.29670>
- Keni & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Experience dan Service Quality terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 191-204. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11196>
- Keni, K. & Clarissa, S. (2024). Factors Affecting Brand Loyalty at Hotpot Restaurant in Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 28(2), 365-386. <https://doi.org/10.24912/jm.v28i2.1783>
- Kurniasari, F. & Sugiyanto, E. (2020). Dimensi Kualitas Pelayanan sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal*, 3(2), 112-125. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.5372>
- Lelasari, N. & Bernarto, I. (2023). The Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty of BCA Mobile Banking. *Jurnal Manajemen*, 27(1), 169-190. <http://dx.doi.org/10.24912/jm.v27i1.1121>
- Liu, S., Li, G., Liu, N., & Hongwei, W. (2021). The Impact of Patient Satisfaction on Patient Loyalty with the Mediating Effect of Patient Trust. *The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing*, Volume 58, 1-11.

- Lopez, D., & Oliver, M. (2023). Integrating Innovation into Business Strategy: Perspectives from Innovation Managers. *Sustainability* 2023, 15(8), 1-28. <https://doi.org/10.3390/su15086503>
- Mahsyar, S. & Surapati, U. (2020). Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(1), 204-211.
- Martono & Keni. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Store Atmosphere, dan Price Fairness terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Keramik dan Bangunan Tanjungpinang. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(5), 1072-1084. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i5.26507>
- Meywati, N., Handaru, A. W., & Wiralaga, H. K. (2021). The Influence of Innovation Strategies and Services Quality on Customer's Satisfaction and Loyalty during Covid- 19 Pandemic. *The International Journal of Social Sciences World*, 3(2), 64–73.
- Musyaffi, A., Khairunnisa, H., & Respati, D. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*. Pascal Books.
- Nguyen, H. M., Ho, T. K. T., & Ngo, T. T. (2024). The Impact of Service Innovation on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: A Case in Vietnamese Retail Banks. *Future Business Journal*, 10(61), 1-15
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Poi, G. & Azuma, J. (2022). Service Innovation and Customer Satisfaction of Telecommunication Firms in Port Hartcourt, Rivers State, Nigeria. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 7(3), 191-208. <https://doi.org/10.46827/ejmms.v7i3.1507>
- Prasetya, D. M. J. (2023). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Inovasi Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Pertanian. Dalam *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan*, 307-317. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.136>
- Satti, Z. W., Babar, S. F., Parveen, S., Abrar, K., & Shabbir, A. (2020). Innovations for Potential Entrepreneurs in Service Quality and Customer Loyalty in The Hospitality Industry. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(3), 317-328. <https://doi.org/10.1108/APJIE-08-2019-0063>
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Shafiq, M. A., Khan, M. M. A., Ali, M. S., & Asim, S. (2023). Assessment of Service Quality and Innovation in Developing Customer Loyalty; The mediating role of Customer Commitment and Satisfaction. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 11(1), 243-257. <https://doi.org/10.52131/pjhss.2023.1101.0346>
- Simanjuntak, R. & Margono, H. (2022). Analysis of Learning and Growth, Business Processes, Costs and Service Innovation on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as An Intervening Variable. *Majalah Ilmiah Bijak*, 19(2), 230-241. <https://doi.org/10.31334/bijak.v19i2.2424>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Taufik, A., Santoso, S., Fahmi, M. I., Restuanto, F., & Yamin, S. (2022). The Role of Service and Product Quality on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 68-82. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.68-82>

- Wibisono, K. & Keni, K. (2023). Pengaruh Perceived Value, Customer Satisfaction, dan Brand Association terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(4), 750-759. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i4.25360>
- Wibowo, K. A. L. & Agustini, M. Y. D. H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Ideo Photography di Semarang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan*, 3(1), 1-13. <https://doi.org/10.24167/jemap.v3i1.2473>
- Wilson, N., Keni, & Tan, P. H. P. (2019). The Effect of Website Design Quality and Service Quality on Repurchase Intention in the E-Commerce Industry: A Cross-Continental Analysis. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 21(2), 187-222. <http://doi.org/10.22146/GAMAIJB.33665>
- Wulandari, D. A. & Keni. (2024). Peranan Perceived Service Quality dan Perceived Waiting Time dalam Meningkatkan Kepuasan Pasien dan Intensi Berkunjung Kembali di Rumah Sakit Umum Daerah. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(1), 213-227. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i1.28419>