

**LOYALITAS PASIEN DI RSUD DR. RS CHASBULLAH ABDUL MAJID KOTA BEKASI  
DITINJAU DARI KEPUASAN PASIEN DENGAN FASILITAS RUMAH SAKIT  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**Ajat Sudrajat**

Universitas Bina Sarana Informatika

[a.sudrajat.aut@bsi.ac.id](mailto:a.sudrajat.aut@bsi.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) Kepuasan Pasien mempengaruhi Loyalitas Pasien secara positif, 2) Fasilitas Rumah Sakit memediasi pengaruh Kepuasan Pasien, 3) Fasilitas Rumah Sakit memediasi Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien, Teknik pengambilan sampel menggunakan *Proporsionate Random Sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang Kepuasan Pasien, Fasilitas Rumah Sakti dan Loyalitas Pasien kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* menggunakan aplikasi Smart PLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan Dari hasil uji *inner weight* diperoleh hasil tidak signifikan Pengaruh Fasilitas Rumah Sakit (Z) terhadap Loyalitas Pasien (Y): Koefisien jalur = 15.172 dan *P-Values* = 0,073 (> 0.05), artinya, tidak ada pengaruhnya Fasilitas Rumah Sakit terhadap Loyalitas Pasien adalah positif dan tidak signifikan. Dari hasil uji *inner weight* diperoleh hasil signifikan: Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Fasilitas Rumah Sakti (Z) Koefisien jalur = 29,128 dan *P-Values* = 0.000 (< 0.05), artinya, adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Fasilitas Rumah Sakit adalah positif dan signifikan. Dari hasil uji *inner weight* diperoleh hasil signifikan: Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pasien (Y) Koefisien jalur = 1.812 dan *P-Values* = 0.00 (< 0.05), artinya, adanya Kualitas Pelayanan (X) terhadap Lolatas Nasaabah (Y) adalah positif dan signifikan. Dari hasil uji *inner weight* diperoleh hasil signifikan: Pengaruh Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pasien (Y) dengan Fasilitas Rumah Sakit (Z) sebagai variable intervening *P-Values* = 0.075 (> 0.05), artinya, tidak adanya pengaruh Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pasien (Y) dengan Fasilitas Rumah Sakit (Z) sebagai variable intervening.

**Kata Kunci:** Loyalitas Pasien, Kepuasan dan Fasilitas Rumah Sakit

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global berdampak pada tingkat daya saing sektor jasa, sehingga semua penyedia jasa harus memperhatikan mutu produk atau jasa yang ditawarkannya. Mengenai gagasan pelayanan, masing-masing institusi memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri dalam hal fasilitas, gagasan, bahkan perawatan pasien. Ini akan diperhitungkan oleh pasien; Semakin tinggi tingkat kualitas layanan, semakin tinggi peringkat pasien, semakin nyaman dan puas pasien, yang akan menumbuhkan loyalitas pasien.

Rumah Sakit merupakan salah satu lembaga yang bergerak dibidang pelayanan jasa kesehatan dengan tanggung jawab memberikan pengobatan, memberikan perawatan, mengusahakan kesembuhan dan kesehatan pasien, serta mengupayakan pendidikan hidup sehat bagi masyarakat. Jasa pelayanan rumah sakit sangat diperlukan oleh setiap orang untuk kesehatannya, maka setiap orang mengharapkan kualitas pelayanan yang baik dapat menumbuhkan dan mempengaruhi keputusan dan kepercayaan pasien demi memberi kepuasan pasien untuk menggunakan jasa layanan kesehatan Rumah sakit merupakan institusi pelayanan jasa kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat (Suratriadi)

Menciptakan kepuasan pasien merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk menjaga kualitas perusahaan karena kepuasan pasien merupakan salah satu tonggak keberhasilan suatu usaha. Rumah sakit dapat meningkatkan keuntungan dan memperluas pangsa pasar mereka dengan meningkatkan kepuasan pasien. Pasien jauh lebih mungkin menggunakan layanan rumah sakit lagi dan merujuk teman dan keluarga mereka

ketika mereka senang dengan perawatan yang mereka terima selama proses transaksi dan barang yang mereka peroleh.

Rumah sakit adalah jenis organisasi perawatan kesehatan yang bekerja untuk memantapkan dirinya sebagai tujuan bagi pasien yang mencari perawatan tingkat rendah dari tempat-tempat seperti Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas), dokter independen, dan rumah sakit lainnya. Oleh karena itu rumah sakit harus terus memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada mereka yang membutuhkan sebagai salah satu tujuan pelayanan kesehatan rujukan. Agar penerima layanan di bidang kesehatan terus meningkat dan pada akhirnya mencapai tujuan organisasi untuk menawarkan layanan yang hebat dan berkualitas tinggi, layanan kesehatan selalu dibutuhkan.

Selain kualitas pelayanan faktor fasilitas juga berkaitan dengan kepuasan konsumen, karena fasilitas mempunyai peranan penting yang berkaitan dengan persepsi konsumen yang diperoleh dari interaksi konsumen dengan fasilitas yang disediakan. (Sumayang, 2003) menjelaskan bahwa fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Salah satu indikator yang mengenai fasilitas fisik baik tidaknya kualitas suatu jasa dan erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan, dengan adanya fasilitas yang baik maka konsumen akan tertarik dengan jasa yang ditawarkan dan melakukan pembelian jasa yang ditawarkan tersebut. Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain: kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan, kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan dan kelengkapan alat yang digunakan. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa yang diminta pelanggan (Tjiptono, 2000).

Jika terdapat hubungan positif antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan, maka kepuasan pelanggan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan variabel endogen yang disebabkan oleh kombinasi kepuasan pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan pelanggan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

*Customer loyalty* (Griffin, 2005) merupakan suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang pasien karena komitmen pada suatu layanan rumah sakit. Sebenarnya ada banyak faktor yang mempengaruhi suatu pasien untuk loyal atau tidak, antara lain faktor harga/ tarif. Seseorang tentu akan memilih rumah sakit yang menurutnya menyediakan alternatif harga/tarif paling bersaing diantara pilihan-pilihan yang ada. Selain itu juga faktor kebiasaan, seseorang yang telah terbiasa menggunakan suatu pelayanan rumah sakit tertentu maka kemungkinan untuk berpindah ke pilihan yang lain akan semakin kecil.

Loyalitas terhadap pendekatan pengkondisian instrumental adalah salah satu pengukurannya. Menurut teori pengkondisian instrumental, pembelian reguler dari waktu ke waktu menunjukkan loyalitas merek. Keteraturan dan konsistensi perilaku pembelian pelanggan terhadap merek tertentu dapat digunakan untuk menentukan apakah mereka adalah pelanggan setia atau tidak dengan mencerminkan penguatan atau stimulus yang kuat dalam perilaku pembelian mereka. pengukuran berdasarkan perilaku masa lalu di bawah tekanan. Kelemahan dari strategi ini adalah hanya mempertimbangkan aktivitas sebelumnya, sedangkan loyalitas juga memprediksi pola pembelian di masa mendatang. Pendekatan langsung untuk menentukan loyalitas adalah pengukuran perilaku, khususnya untuk perilaku kebiasaan (*habitual behavior*). Pembelian pelanggan digunakan untuk mengukur loyalitas pasien.

Loyalitas pasien secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas pasien merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan pasien dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit, serta untuk tetap menjadi pasien dari rumah sakit tersebut. Loyalitas adalah bukti pasien yang selalu menjadi pelanggan, yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas rumah sakit itu. Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa masing-masing pasien

mempunyai dasar loyalitas yang berbeda, hal ini tergantung dari obyektivitas mereka masing-masing (Suratriadi). Loyalitas pasien tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pasien baru. Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas pasien akan membawa profit pada pelayanan rumah sakit. Dalam jangka panjang, memperbaiki loyalitas umumnya akan lebih profitabel yaitu pasien bersedia membayar harga lebih tinggi, penyediaan layanan yang lebih murah dan bersedia merekomendasikan ke pasien yang baru (Beerli et.al, 2004). Loyalitas konsumen secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan konsumen terhadap suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut (Nasution & Frimayasa, 2022). Rumah sakit harus meningkatkan kepuasan pasien secara keseluruhan dan mempertahankan tingkat ini dari waktu ke waktu untuk meningkatkan loyalitas. Kepuasan pasien dipengaruhi oleh apa yang dia terima dari rumah sakit terhadap apa yang dia lakukan dengan transaksi atau perikatan tersebut. Secara umum, membangun loyalitas pasien dianggap sebagai tugas mendasar bagi administrator rumah sakit. Kepuasan diidentifikasi sebagai hal yang menentukan besarnya komitmen seseorang pada suatu hubungan yang berpengaruh pada loyalitas. Memberikan layanan terhadap konsumen dapat terjadi dengan adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan, hal tersebut merupakan suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (Ratminto dan Winarsih, 2005).

Menurut (Tjiptono, 2014), fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa di tawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan elemen utama dari sebuah usaha jasa, oleh karena itu kondisi interior serta kebersihan harus dipertimbangkan oleh pihak perusahaan demi tercapainya suatu kepuasan terhadap pihak konsumen. (Kotler, 2012), mendefinisikan fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan (Frimayasa & Lawu, 2019). Segala sesuatu yang memudahkan pelanggan untuk memanfaatkan layanan yang ditawarkan oleh RSUD dr. RS Chasbullah Abdul Majid Kota Bekasi disebut sebagai fasilitas.

### **3. METODE PENELITIAN**

Menurut (Sugiyono, 2017), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan penulis adalah *explanatory research*. Penelitian eksplanatori ( *explanatory research* ) adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya (Umar, 2002).

### **4. PEMBAHASAN**

#### **Uji Validitas**

#### **Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)**

#### *Loading Factor*

**Outer Loadings**

	FASILITAS RU...	KUALITAS PEL...	LOYALITAS PA...
FS1	0.801		
FS2	0.912		
FS3	0.907		
FS4	0.888		
FS5	0.825		
KL10		0.890	
KL2		0.744	
KL3		0.763	
KL5		0.868	
KL6		0.805	
KL7		0.867	
KL8		0.898	
KL9		0.868	
LS1			0.771
LS3			0.896
LS4			0.819
LS5			0.876
LS6			0.907
LS7			0.873

Sumber : data diolah SmartPLS 2022

Tabel *outer loading* di atas mengilustrasikan bahwa semua *loading factor* memiliki nilai lebih dari 0,70. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semua indikator memenuhi validitas konvergen.

Suatu penelitian dikatakan memenuhi kriteria validitas konvergen jika semua *outer loading* dari indikator yang digunakan dalam suatu konstruk signifikan secara statistik untuk membuktikan kesinambungan model dan standar yang digunakan untuk *outer loading* adalah 0,7. Setiap indikator memenuhi kriteria validitas konvergen, seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

**Construct Reliability and Validity**

Matrix	Cronbach's A	Average Variance Extracted ...	Copy to Clip
Average Variance Extracted (AVE)			
FASILITAS RUMAH SAKIT		0.753	
KUALITAS PELAYANAN		0.705	
LOYALITAS PASIEN		0.737	

Tabel di atas menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model memiliki nilai AVE lebih besar dari 0,5. Hasil ini menunjukkan bahwa data penelitian ini memenuhi syarat validitas konvergen kedua. Dengan menggabungkan pemeriksaan outer loading dan uji AVE (average variance extract), ditetapkan bahwa penelitian ini memiliki validitas konvergen dan memenuhi kriteria untuk melanjutkan ke jenjang berikutnya yaitu uji *Discriminant Validity*.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas alat ukur dalam penelitian. Menurut (Abdillah dan Jogiyanto, 2015), suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha > 0,50 dan nilai *Composite reliability* >0,70.

**Cronbach's Alpha dan Composite Reliability**

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
FASILITAS RUMAH SAKIT	0.917	0.938
KUALITAS PELAYANAN	0.940	0.950
LOYALITAS PASIEN	0.928	0.944

Sumber : data diolah SmartPLS 2022

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel dikatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha >0,50 dan *Composite Reliability* >0,70.

### Pemaknaan R<sup>2</sup> dan Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian model struktural atau Inner Model dilakukan untuk melihat keterkaitan satu variabel dengan variabel lain yang ditetapkan dalam hipotesis dalam suatu penelitian. R<sup>2</sup> untuk variabel dependen dan koefisien jalur untuk uji signifikansi antar variabel model struktural digunakan untuk mengevaluasi model struktural dalam PLS.

Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan meliha nilai R-square yang merupakan *uji goodness-fit model*.

### R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjusted
LOYALITAS PASIEN	0.942	0.941

Sumber : data diolah SmartPLS 2022

Tabel di atas menunjukkan nilai *R-Square* untuk variabel Loyatalitas Pasien diperoleh nilai sebesar 0,941. Hasil ini menunjukkan bahwa 94,1% variabel Loyalitas Pasien dapat dipengaruhi oleh Kualitas Layanan dan Fasilitas Rumah Sakit, sedangkan 5,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang diteliti.

### F-Square

Pengertian *effect size (F-Square)* adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Perubahan niali saat variabel

eksogen tertentu dihilangkan dari model, dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel yang dihilangkan memiliki dampak substantif pada konstruk endogen (Juliandi, 2018, hal 82).

Kriteria F-Square menurut cohen (Juliandi et al., 2014) adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai  $F^2 = 0.02$  → Efek yang kecil dari variabel eksogen terhadap endogen
2. Jika nilai  $F^2 = 0.15$  → Efek yang sedang/moderat dari variabel eksogen terhadap endogen.
3. Jika nilai  $F^2 = 0.35$  → Efek yang besar dari variabel eksogen terhadap endogen. =  $0.35$  → Efek yang besar dari variabel eksogen terhadap endogen.

#### f Square

	FASILITAS RUMAH SAKIT	KUALITAS PELAYANAN	LOYALITAS PASIEN
FASILITAS RUMAH SAKIT			0.037
KUALITAS PELAYANAN	3.969		2.677
LOYALITAS PASIEN			

Sumber : data diolah SmartPLS 2022

Kesimpulan nilai *F-Square* dapat dilihat pada tabel diatas adalah sebagai berikut:

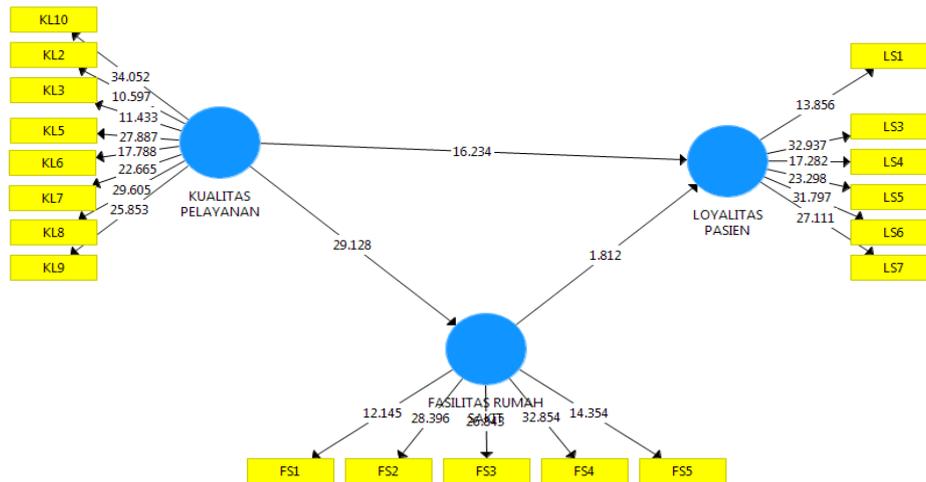
1. Pengaruh variabe Fasilitas Rumah Sakti terhadap Loyalitas Pasien memiliki nilai  $F^2 = 0.037$  maka efek kecil dari variabel eksogen terhadap endogen.
2. Pengaruh variabel Kualitas Layanan terhadap Fasilitas memiliki  $F^2 = 3.969$  maka efek yang besar dari variabel eksogen terhadap endogen.
3. Pengaruh variabel Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pasien memiliki  $F^2 = 2,677$  maka efek yang besar dari variabel eksogen terhadap endogen.

#### Direct Effect

Tujuan analisis *direct effect* (pengaruh langsung) berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen) (Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, 2015). Kriteria untuk pengujian hipotesis pengaruh langsung (*direct effect*) (Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, 2015) yaitu :

1. **Koefisien jalur (*path coefficient*)**
  - Jika pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain adalah searah dan koefisien rute memiliki nilai positif, maka ketika nilai suatu variabel bertambah atau berkurang, demikian juga nilai variabel lainnya.
  - Jika koefisien jalur (*path koefisien*) bernilai negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya adalah berlawanan; jika nilai suatu variabel naik atau naik, maka nilai variabel lain turun atau naik.
2. **Nilai probabilitas/signifikansi (*P-Value*):**
  - a. Jika nilai *P-Values*  $< 0.05$ , maka signifikan
  - b. Jika nilai *P-Values*  $> 0.05$ , maka tidak signifikan

#### Structural Model



Sumber : data diolah SmartPLS 2022

**Path Coefficients**

	Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Corrected	Samples	Copy to Clipboard
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics ( O...	P Values
FASILITAS RUMAH SAKIT -> LOYALITAS PASIEN	0.104	0.092	0.057	1.812	0.073
KUALITAS PELAYANAN -> FASILITAS RUMAH SAKIT	0.894	0.893	0.031	29.128	0.000
KUALITAS PELAYANAN -> LOYALITAS PASIEN	0.877	0.885	0.054	16.234	0.000

Sumber : data diolah SmartPLS 2022

Terlihat dari koefisien jalur pada tabel di atas bahwa tidak semua nilai koefisien jalur bernilai positif (terlihat pada sampel asli). Nilai pengaruh langsung pada tabel di atas sampai pada kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Fasilitas Rumah Sakit (Z) terhadap Loyalitas Pasien (Y): Koefisien jalur = 15.172 dan *P-Values* = 0,073 (> 0.05), artinya, tidak ada pengaruhnya Fasilitas Rumah Sakit terhadap Loyalitas Pasien adalah positif dan tidak signifikan.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Fasilitas Rumah Sakti (Z) Koefisien jalur = 29,128 dan *P-Values* = 0.000 (< 0.05), artinya, adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Fasilitas Rumah Sakit adalah positif dan signifikan.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pasien (Y) Koefisien jalur = 1.812 dan *P-Values* = 0.00 (< 0.05), artinya, adanya Kualitas Pelayanan (X) terhadap Lolatas Nasaabah (Y) adalah positif dan signifikan.

Indirect effects adalah pengaruh tidak langsung dari sebuah konstruk atau variabel latent exogen terhadap variabel latent endogen melalui sebuah variabel perantara endogen. Seperti dalam model path dalam penelitian ini, yaitu misalnya pengaruh tidak langsung X1 terhadap Z melalui Y dan pengaruh tidak langsung X2 terhadap Z melalui Y

**Total Indirect Effects**

	Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Corrected	Samples	Copy to Clipboard
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics ( O...	P Values
FASILITAS RU...					
KUALITAS PEL...					
KUALITAS PEL...	0.093	0.082	0.052	1.796	0.075

Sumber : data diolah SmartPLS 2022

## 5.KESIMPULAN

1. Dari hasil uji *inner weight* diperoleh hasil tidak signifikan Pengaruh Fasilitas Rumah Sakit (Z) terhadap Loyalitas Pasien (Y): Koefisien jalur = 15.172 dan *P-Values* = 0,073 (> 0.05), artinya, tidak ada pengaruhnya Fasilitas Rumah Sakit terhadap Loyalitas Pasien adalah positif dan tidak signifikan.
2. Dari hasil uji *inner weight* diperoleh hasil signifikan: Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Fasilitas Rumah Sakit (Z) Koefisien jalur = 29,128 dan *P-Values* = 0.000 (< 0.05), artinya, adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Fasilitas Rumah Sakit adalah positif dan signifikan.
3. Dari hasil uji *inner weight* diperoleh hasil signifikan: Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pasien (Y) Koefisien jalur = 1.812 dan *P-Values* = 0.00 (< 0.05), artinya, adanya Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pasien (Y) adalah positif dan signifikan.
4. Dari hasil uji *inner weight* diperoleh hasil signifikan: Pengaruh Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pasien (Y) dengan Fasilitas Rumah Sakit (Z) sebagai *variable intervening* *P-Values* = 0.075 (> 0.05), artinya, tidak adanya pengaruh Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pasien (Y) dengan Fasilitas Rumah Sakit (Z) sebagai *variable intervening*.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdillah, Willy & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Andi Offset
- [2] Frimayasa, A., & Lawu, S. H. (2019). PENGARUH FASILITAS TEMPAT WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA DUNIA FANTASI (DUFAN) TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL JAKARTA. *Managerial*, 2(2).
- [3] Ghozali, Imam dan Hengki Latan. 2015. *Partial Least Square “Konsep, Teknik dan Aplikasi” menggunakan program smartPLS 3.0*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [4] Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*. Jakarta: Rajawali
- [5] Nasution, I. H., & Frimayasa, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia KCP Kota Wisata Kabupaten Bogor. *Jurnal Portofolio: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 123–132.
- [6] Sumayang, Lalu. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- [7] Supranto. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta
- [8] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- [9] Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia. 2000. *Total Quality Management*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- [10] Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- [11] Umar, Husein. 2002. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam pemasaran*. edisi II, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [12] Umar, Husein, 2002, “Metodologi Penelitian”, Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.