

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PASIEN KLINIK KESEHATAN KOPERASI KARYAWAN PLN BATAM

Bunga Divi Iswara, Triana Ananda Rustam

Universitas Putera Batam

ARTICLE INFO

Keywords: *Patient Loyalty , Service, Facilities, Health Clinic, Kopkar State Electricity Company Batam.*

Kata kunci: Loyalitas Pasien, Pelayanan, Fasilitas, Klinik Kesehatan, PLN Kopkar Batam

Corresponding author:

Bunga Divi Iswara

pb170910307@upbatam.ac.id

Abstract: *This research aimed to find out the effect of the facilities, service, and both of them simultaneously on patient loyalty at the health clinic of the State Electricity Company Batam cooperative. This study used a quantitative research design with a total population and sample was 148 patients who visited the Health Clinic of the State Electricity Company Batam City Employees Cooperative. The data analysis techniques applied in this study were the data quality test, classical assumption test, influence test, and hypothesis test which will be assisted by the application of SPSS version 25. This study found that: (1) The facility variable has a positive and significant impact on patient loyalty at the State Electricity Company Batam employee cooperative health clinic. The more complete the facilities provided meant that the loyal patients would check themselves, (2) The service variable has a positive and significant effect on patient loyalty at the State Electricity Company Batam employee cooperative health clinic. The greater the opportunity for service indicators, the patient would be loyal to visit or health control, and (3) The service and facility variables simultaneously affect patient loyalty significantly and positively at the State Electricity Company Batam employee cooperative health clinic.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, pelayanan, dan keduanya secara simultan terhadap loyalitas pasien di poliklinik kesehatan koperasi PLN Batam. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan jumlah populasi dan sampel sebanyak 148 pasien yang berkunjung ke Klinik Kesehatan Koperasi Pegawai Perusahaan Listrik Negara Kota Batam. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis yang akan dibantu dengan aplikasi SPSS versi 25. Penelitian ini menemukan bahwa: (1) Variabel fasilitas berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien di poliklinik kesehatan koperasi pegawai PLN Batam. Semakin lengkap fasilitas yang diberikan berarti pasien yang setia akan memeriksakan diri, (2) Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien pada klinik kesehatan koperasi pegawai PT PLN Batam. Semakin besar peluang indikator pelayanan maka pasien akan loyal berkunjung atau kontrol kesehatan, dan (3) Variabel pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pasien pada klinik kesehatan koperasi pegawai PLN Batam

PENDAHULUAN

Peningkatan bidang usaha terjadi dimana-mana termasuk di Kota Batam. Peningkatan ini terjadi karena muncul berbagai sektor bidang usaha baru, yang menyebabkan semakin meningkat pula tingkat persaingan antar suatu bisnis yang satu dengan yang lainnya. Untuk itu agar perusahaan dapat bertahan ditengah ketatnya persaingan, setiap badan usaha perlu menghadirkan daya unggul usahanya yang berkompetitif. Kemajuan dunia usaha/bisnis tidak hanya meningkatkan ketatnya persaingan, tetapi juga menciptakan dampak positif yaitu meningkatkan taraf hidup lingkungan bermasyarakat yang ada didalamnya.

Loyalitas pasien merupakan awal dari peluang bagi suatu bidang usaha salah satunya pada sektor klinik kesehatan. Hal tersebut disebabkan karena dengan kelayakan pasien atas suatu tempat yang dipakai jasanya, akan memberikan informasi-informasi mengenai kelebihan yang ada didalam tempat ataupun klinik kesehatan tersebut. Oleh karenanya dalam menghadapi persaingan perusahaan memiliki keahlian untuk meraih loyalitas pasien. Loyalitas bisa berupa kesetiaan pada orang, pekerjaan, maupun produk. Kecenderungan yang terjadi pada pelanggan ialah loyalitas pada produk tersebut yang bisa berupa barang atau jasa. Loyalitas pada produk barang bisa diwujudkan pada produk atau pelayanan jasa atas suatu tempat usaha. Loyalitas ialah komitmen seseorang untuk selalu membeli sebuah jasa dengan terus menerus diwaktu yang akan datang. Loyalitas pasien ini berdampak pada factor-faktor yang mempengaruhi.

Klinik kesehatan ialah suatu bidang usaha dalam bidang jasa layanan kesehatan. Untuk dapat mendapatkan loyalitas atas jasa pelayanan kesehatan pada suatu klinik kesehatan, maka perlu melaksanakan beberapa usaha untuk mendorong ketertarikan pelanggan ataupun konsumen yang dalam hal ini adalah pasien. Klinik kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam berperan penting untuk memenuhi perubahan kesehatan bagi kehidupan di masyarakat, maupun karyawan perusahaan. Klinik yang merupakan fasilitas kesehatan yang bekerja sama dengan perusahaan PLN Batam yang harus memenuhi kualitas pelayanan pasien.

Faktor yang dapat menciptakan adanya loyalitas pasien terhadap suatu klinik salah satunya ialah dengan kualitas layanan yang baik. Dimana apabila kualitas layanan jasa dari suatu klinik kesehatan baik maka dapat membuat konsumen atau pasien merasa nyaman dan akan memicu untuk menggunakan tempat atau jasa layanan klinik kesehatan tersebut kembali. Kualitas pelayanan sendiri mengacu pada dua hal yaitu timbal balik atas layanan yang diberikan oleh jasa yang diterima. (Zheithami, 87) menjelaskan kualitas layanan sangat mempengaruhi dalam suksesnya suatu klinik tersebut yakni kualitas pelayanan yang baik, dan sarana fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan pasien.

Faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau pasien terhadap suatu klinik kesehatan adalah kelengkapan fasilitas yang memadai. Fasilitas yang lengkap juga sangat penting yang dirasa secara langsung yang disediakan oleh Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam. Fasilitas tersebut dapat berupa alat medis atau non-medis, yang dalam hal ini perlu dipersiapkan dengan maksimal guna dapat menunjang kebutuhan pasien yang juga dapat memberikan dampak positif atas kinerja tenaga kerja kesehatan yang ada pada klinik tersebut.

Fasilitas yang tersedia pada klinik kesehatan koperasi karyawan PLN Batam kurang lengkap, selain kurang lengkap dan terlalu kecil sehingga beberapa pasien mengeluh dengan fasilitas yang kurang memadai. Adapun fasilitas yang dimiliki Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam yaitu yang kurang memadai yang peneliti amati secara langsung mulai dari kedatangan sampai keluar dari klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam.

Tabel 1.1 Data Fasilitas

Fasilitas Utama	Keterangan
Parkiran	Parkiran yang tidak terlalu luas dengan ukuran 5 meter.
Front Office	Front Office yang mepet dengan pintu membuat akses masuk pasien sulit dan susah membuka pintu.
Ruang Tunggu	Ruang Tunggu yang tersedia sempit dan membosankan.
Ruangan Pemeriksaan	Ruangan Pemeriksaan yang kurang lengkap.

Sumber: Klinik Kesehatan Kopkar PLN Batam, 2020

Kualitas pelayanan merupakan bentuk upaya yang diberikan oleh suatu badan usaha agar dapat memuaskan keinginan pelanggan dengan bermacam cara dan strategi agar konsumen atau pasien merasa puas dan dapat menggunakan jasa lagi dimasa yang akan datang. Kualitas pelayanan diantaranya berupa kesopanan karyawan dalam memberikan bantuan keperluan pasien serta cepat dalam menanggapi keinginan maupun kebutuhan para pasien tersebut. Kualitas Pelayanan yang diberikan Karyawan Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam hanya berupa sambutan yang kurang hangat dan intonasi pemberitahuan yang kurang pas.

Namun didapati kekurangan kualitas pelayanan pada kotak saran yang disediakan oleh Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam. Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi di jelaskan bahwa karyawan tidak menggunakan senyum sapa yang sopan saat penyambutan pasien. Kemudian pasien mengeluh saat dokter tidak memeriksa pasien yang sedang konsultasi dan tidak tersedia obat yang dianjurkan dokter serta harus menebus keluar di apotik-apotik yang bekerja sama. Selain itu, terjadi perbedaan jam pelayanan baik BPJS maupun karyawan dan harga obat yang dibedakan antara pasien dengan karyawan. Jam pelayanan pada karyawan lebih lama mulai dari 09.00-20.00 WIB sedangkan untuk pengguna BPJS hanya 09.00-12.00 WIB.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, pihak klinik perlu menerapkan system manajemen yang baik baik dalam segi SDM yang berkualitas hingga sarana prasarana yang disediakan. Untuk itu manajemen perlu memahami aspek-aspek yang dapat berpengaruh untuk mempertahankan dan membuat pasien merasa puas dan nyaman sehingga loyalitas pasien terjalin.

Tabel 1.2
Data Kunjungan Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam

BULAN	JUMLAH KUNJUNGAN PASIEN 2020	DELTA
Januari	138 Pasien	11
Februari	145 Pasien	12
Maret	203 Pasien	12
April	109 Pasien	10
Mei	106 Pasien	12
Juni	114 Pasien	11
Juli	165 Pasien	13
Agustus	126 Pasien	13
September	139 Pasien	13
Oktober	158 Pasien	17
November	148 Pasien	14
Desember	164 Pasien	11

Sumber Data: Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam

Dalam meningkatkan loyalitas pasien agar dapat mewujudkan derajat Kesehatan yang optimal maka diperlukan pengelolaan kepuasan pelanggan ataupun pasien yang berkunjung. Adapun loyalitas pasien yang dapat dipengaruhi beberapa faktor diantaranya lain yaitu pelayanan. Pelayanan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi loyalitas pasien untuk mengunjungi kembali dan memberikan saran kepada pasien lain yang membutuhkan jasa pelayanan Kesehatan. Apabila kepuasan pelanggan tidak tercapai maka hilang kepercayaan pelanggan tersebut. Maka dari itu loyalitas pasien yang berkunjung sangat dibutuhkan pelayanan untuk meningkatkan karakter perusahaan ini. Oleh karena itu untuk memperoleh kepuasan pasien, masa setiap klinik ataupun badan usaha harus menyediakan layanan dengan kualitas yang maksimal baik dalam segi fasilitas dan pelayanannya (Dewi, *et al.*, 2014:263).

KAJIAN TEORI

2.1. Fasilitas

Munawir (2018) mengemukakan fasilitas ialah alat yang dapat dilihat secara fisik yang menjadi sumber daya wajib yang disediakan sebelum mempromosikan jasa kepada konsumen. Fasilitas ialah semua hal yang dapat mempermudah pelanggan untuk memperoleh rasa puas atas suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu badan usaha. Setyawati (2018) mendefinisikan fasilitas sebagai semua hal yang meningkatkan rasa nyaman pelanggan yang telah dipersiapkan oleh penyedia jasa berupa sumber daya fisik.

Definisi lainnya yang dikemukakan Syahsudarmi (2018) yakni fasilitas sebagai bagian bukti fisik yang melingkupi semua aspek atau the service scape yaitu melingkupi terciptanya konsisi lingkungan, faktor hasil karya manusia, dan lingkungan fisik jasa)

Iskandarsyah (2019) menjelaskan fasilitas ialah alat untuk membuat suatu usaha menjadi lancar dan mudah selama proses penyediaan produk atau jasa sedang dilakukan. Fasilitas ialah alat

perlengkapan yang dapat memudahkan nasabah untuk melakukan segala aktivitas agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah seperti internet banking (Herawati, 2019).

Manfaat fasilitas terdiri dari beberapa hal, yaitu:

1. Memperkecil adanya investasi peralatan untuk kedua kalinya
2. Menambah keefektifan penggunaan ruang
3. Memudahkan karyawan dan menciptakan rasa nyaman kepada konsumen
4. Menambah efektivitas
5. Meningkatkan jasa layanan usaha

Ada beberapa pengukuran fasilitas yang dapat digunakan, yaitu:

1. Kinerja dengan dokter
2. Kinerja dengan perawat
3. Kondisi fisik dan image fasilitas
4. Makanan dan minuman
5. Sistem administrasi pelayanan
6. Pembiayaan/ rekam medis/ kerahasiaan

Munawir (2018) menyebutkan ada beberapa indikator dari fasilitas, yaitu:

1. Pertimbangan/perencanaan spasial.

Aspek ini mencakup semua hal yang perlu dipersiapkan untuk mengetahui apa saja sarana yang diinginkan oleh kostumer untuk menggunakan produk atau jasa yang disediakan, dalam ini mencakup jumlah proposrsi, teksturm warna, dan hal lain yang perlu dinilai.

2. Perencanaan ruang.

Ruang sebagai tempat berlangsungnya proses transaksi dan pelaksanaan layanan atas jasa juga perlu direncanakan dengan matang, yakni mencakup interior dan arsitektur yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Perlengkapan/perabotan.

Segala yang menyangkut usaha baik dalam bidang barang ataupun jasa pasti membutuhkan peralatan atau perabotan untuk menunjang proses antara penyedia usaha dengan pelanggan, untuk itu perlu diadakan persiapan yang matang atas alat-alat maupun yang dibutuhkan selama proses pelaksanaannya berlangsung guna menciptakan rasa nyaman dan meumdahkan bagi para penggunaanya.

4. Pencahaayaan dan pewarnaan.

Selain ruang, tata pencahayaan dan warna dari suatu tempat yang menjadi fasilitas suatu layanan usaha juga perlu diperhatikan agar dapat menciptakan rasa dan suasana yang nyaman untuk para pelanggan

Selain ruang, tata pencahayaan dan warna dari suatu tempat yang menjadi fasilitas suatu layanan usaha juga perlu diperhatikan agar dapat menciptakan rasa dan suasana yang nyaman untuk para pelanggan

5. Pesan yang disampaikan secara grafis

Grafis dapat menimbulkan kesan atas gambar yang ditampilkan serta memiliki arti yang dapat membuat konsumen menjadi lebih tertarik atas pesan tersebut. Grafis disini dapat berupa foto, gambar, poster, papan informasi dan lainnya.

6. Unsur pendukung.

Unsur pendukung lainnya yang harus diperhatikan untuk menjamin adanya fasilitas yang baik yaitu adanya fasilitas lain untuk memenuhi kebutuhan konsumen diluar layanan utama yang diberikan, yaitu seperti tempat parker, kantin, toilet, area internet, tempat toilet, dan lain sebagainya

2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah suatu langkah dalam memenuhi keinginan pelanggan serta kebutuhannya dengan cara mengukur perbandingan hasil dengan keinginan serta melihat bagaimana pelanggan telah menerima pelayanan yang bermutu (Syahsudarmi, 2018). Kualitas layanan juga sebagai alat ukur untuk melihat tingkat pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan keinginannya (Aswad, 2018). Suatu pelayanan jasa dapat memiliki kelebihan yang unggul dilihat dari keunikan dan kualitas mutu yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi dari konsumennya (Setyawati, 2018).

Kualitas pelayanan yang yang dimaksud ialah keterampilan dalam memanfaatkan fitur yang menciptakan kepuasan pelanggan serta dijadikan sebagai kriteria dalam menentukan keputusan dalam membeli produk atau jasa.

Kualitas pelayanan ialah sebgus apa servis yang ditawarkan sama dengan ekspektasi konsumen. Mutu penyajian dikatakan bagus apabila sama dengan keinginan konsumen. Mutu penyajian dikatakan buruk, apabila pelayanan tersebut tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Mutu penyajian ialah hal yang berkelanjutan yang bisa melengkapi ataupun melebihi keinginan dari pelanggan. Konsep konsumsi serta kebutuhan hidup konsumen mengharuskan perusahaan untuk selalu menyediakan servis yang bermutu. pada dasarnya pengertian mutu penyajian hanya tertuju kepada kelengkapan keperluan serta harapan pelanggan yang relevan dengan apa yang mereka harapkan.

Pelayanan suatu jasa dapat dikategorikan menjadi beberapa macam, yaitu:

1. Tidak berwujud (Intangibility)

Jenis layanan tipe ini tidak memiliki bentuk fisik, tetapi berupa dalam bentuk kenikmatan, rasa nyaman, dan kepuasan atas jasa yang diberikan

2. Beragam (Heterogeneity)

Merupakan jenis karakteristik pelayanan yang memiliki sifat yang mempunyai banyak variasi baik dalam bentuk ukuran, warna, jenis, pengemasan, dan lainnya yang disesuaikan dengan minat konsumen.

3. Tidak dapat di Pisahkan (Inseparability)

Karakteristik layanan jenis ini layanan yang diberikan tidak bisa dipisahkan karena umumnya diproses dengan mengawali produksi terlebih dahulu yang setelahnya baru bisa dinikmati

4. Tidak tahan lama (Perishability)

Jenis pelayanan yang diberikan tidak berlangsung dalam kurun waktu yang lama, serta tidak bisa disimpan untuk pemakaian berulang sehingga hanya dipakai untuk satu waktu dan tidak diperjualbelikan kembali

Sesuai dengan Ketetapan Kemenpan No.63 Tahun 2003 terdapat asa-asis yang harus ditaati dalam hal pelayanan kepada publik yaitu sebagai berikut:

1. Transparan

Asas pelayanan harus memiliki sifat yang keterbukaan, memudahkan untuk akses seluruh pihak yang ingin mengetahui informasi tentang layanan yang disediakan

2. Akuntabilitas

Setiap layanan yang diberikan oleh suatu badan usaha harus dapat mempertanggung jawabkan apa yang telah dikerjakan selama proses pelayanan berlangsung

3. Kondisional

Layanan sesuai dengan keadaan dan kemampuan dari pihak penyedia layanan dan penerima yang dalam hal ini adalah konsumen namun harus memenuhi ketentuan yang telah diatur sebelumnya

4. Partisipatif

Menyesuaikan pemberaian layanan sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat.

5. Memiliki hak yang sama

Setiap pelanggan atas suatu layanan mempunyai hak yang sama tanpa membandingkan layanan yang diberikan lebih atau kurang antar satu konsumen dengan konsumen lainnya.

6. Hak dan kewajiban harus seimbang

Setiap penyedia dan penerima layanan mempunyai hak dan kewajiban yang harus dipatuhi oleh setiap pihak sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan

Kualitas pelayanan memuat beberapa indikator penting seperti yang dikemukakan oleh Setyawati (2018) meliputi:

1. Reliability

Yakni kemampuan suatu penyedia jasa dalam memberikan layanan yang baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen

2. Responsiveness

Yakni kemampuan cepat tanggap suatu penyedia jasa atas semua kebutuhan dan keinginan konsumen

3. Emphaty

Yaitu perhatian yang diberikan kepada konsumen yang berkaitan dengan layanan yang diberikan

4. Assurance

Yaitu pemberian pertanggungjawaban atas resiko yang mungkin terjadi selama proses pemberian layanan oleh penyedia layanan tersebut

5. Tangibles

Yaitu indikator yang menyakut bentuk fisik yang dirasakan baik dalam lingkup konsumen maupun karyawan yang berkerja pada suatu badan usaha penyedia layanan.

2.3. Loyalitas

Loyalitas ialah ukuran terkait seberapa kuat pelanggan “terikat” dengan suatu badan usaha. Ukuran tersebut juga menggambarkan permintaan. Ukuran tersebut juga menggambarkan permintaan relatif pelanggan pada suatu badan usaha atas citranya. (Hidayatullah, 2013).

Loyalitas ialah Ukuran dari kesetiaan pelanggan pada sebuah badan usaha, dan equitas merek yang merupakan ide pusat penjualan, dikarenakan hal tersebut termasuk satu ukuran keterikatan seorang konsumen pada suatu merek.

Loyalitas ialah ukuran terkait seberapa kuat pelanggan “terikat” dengan suatu badan usaha. Ukuran tersebut juga menggambarkan permintaan. Ukuran tersebut juga menggambarkan permintaan relatif pelanggan pada suatu badan usaha atas citranya. (Hidayatullah, 2013).

Loyalitas mempunyai berbagai keuntungan, diantaranya:

1. Dapat memperkecil pengeluaran biaya pemasaran

Mempertahankan dan menjaga konsumen untuk menggunakan jasa atau produk akan mengurangi jumlah pengeluaran untuk biaya pemasaran

2. Menambah tingkat penjualan

Loyalitas yang besar pada sebuah badan usaha bisa meningkatkan penjualan serta menguatkan kepercayaan perantara pemasaran. Bisa diperkirakan jika konsumen ini pasti membeli sebuah merek berdasarkan kebiasaannya.

3. Dapat mendorong daya tarik konsumen baru

Dengan jumlah konsumen yang banyak pada sebuah badan usaha maka mereka akan menyukai hasil produk atau layanan yang diberikan oleh badan usaha tersebut dan dapat menumbuhkan kepercayaan untuk calon konsumen agar mau memakai merek tersebut khususnya apabila transaksi yang dilakukan beresiko tinggi. Selain itu, konsumen yang merasa terpuaskan biasanya akan mengajak orang terdekatnya untuk mencoba produk tersebut sehingga bisa mendatangkan konsumen baru.

4. Menambah waktu dalam menanggapi adanya persaingan

Loyalitas dapat memberi waktu pada suatu perusahaan dalam menanggapi tindakan lawan. Hal ini terjadi, karena apabila didalam suatu usaha memiliki produk yang lebih baik maka konsumen yang memiliki kelayakan dapat memberi senggang waktu kepada usaha tersebut untuk bisa dapat memperbaiki dan menyesuaikan dengan produk baru yang sedang diminati

Peter dan Olson, (2000) berpendapat bahwa pelanggan yang setia pada suatu merek ialah hal yang paling bernilai apabila pelanggan tersebut terbukti pengguna merek tersebut. Konsumen yang setia terhadap merek perusahaan tersebut atau pada merek lain, ada sejumlah indikator yang bisa dipakai dan sangat bermanfaat seperti:

1. Apabila hanya segmen yang sangat menguntungkan ialah pengguna setia merek, fokuslah pada penggantian loyalitas pelanggan pada merek perusahaan.

2. Seandainya konsumen masih setia terhadap merek yang cukup banyak jumlahnya, fokuslah untuk meninggikan fase penerapan merek untuk merek perusahaan.

3. Bila pelanggan setia melupakan merek dalam jumlah banyak, kita bisa mencoba mempersiapkan nama usaha menjadi sebuah ciri khas atau mengembangkan satu kelebihan yang baru.

4. Seandainya konsumen meninggalkan merek dengan jumlah yang layak, usahakan agar bisa membangun nama merek perusahaan menjadi suatu ciri yang penting, dan kedudukan pemakai merek perusahaan diantara pelanggan mungkin dengan mendapatkan kelebihan biasanya akan bertahan

Menurut Zeithaml et al. dalam Elsa (2016:26) indikator dalam penelitian loyalitas merek dapat diukur dengan 6 (enam) indikator loyalitas pelanggan yang akan diteliti yaitu nilai perilaku positif, penyampaian, rekomendasi, kesetiaan, pembayaran dengan harga yang lebih.

Secara garis besar pengukuran keloyalatan seorang konsumen atau pelanggan dapat dilihat dari beberapa hal seperti berikut:

1. *Non-Loyal Buyer*

Bisa dikatakan bahwa konsumen yang berada di kelas ini merupakan derajat yang paling atas. Keputusan pembelian menurut konsumen adalah peranan yang rendah karena konsumen berpendapat bahwa semua merek mencukupi.

2. *Habitual buyer*

Pelanggan yang di lapisan ini ditemukan dalam klasifikasi sebagai pelanggan yang merasa puas dengan suatu badan usaha yang dipakai atau sekurang-kurangnya konsumen tidak merasa puas untuk menggunakan merek tersebut. Hasil ini menyimpulkan jika pelanggan memakai merek tersebut berdasarkan kebiasaan mereka.

3. *Switching cost loyal*

Pada hal ini klasifikasi kepuasan konsumen apabila mereka menggunakan merek tersebut, walaupun bisa saja konsumen berpindah untuk membeli merek lainnya dengan memikul switching cost (biaya peralihan) yang bersangkutan dengan waktu, uang atau bahaya kemampuan kerja yang tertanam dengan perbuatan konsumen berpindah merek.

4. *Friend of the brand*

Yakni golongan pelanggan yang benar-benar menggemari merek tersebut. Lambang merupakan salah satu hal yang disenangi oleh konsumen, deretan pengalaman dalam pemakaian sebelumnya baik yang dirasakan individu itu sendiri, oleh temannya ataupun dikarenakan oleh kualitas merek yang tinggi.

5. *Committed Buyer*

Pada bagian ini konsumen termasuk pembeli yang setia. Kesetiaan pelanggan terhadap produk merek tersebut adalah dengan cara menganjurkan kepada konsumen lain.

2.4. Peneliti Terdahulu

Penelitian Maulinda (2014), dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien Terhadap Perilaku Berobat di Puskesmas Susoh Kabupaten Aceh Barat Daya”, menghasilkan faktor perhatian dan kepuasan akumulatif berpengaruh pada loyalitas pasien terhadap perilaku berobat. Penelitian Rif’adarajad S. (2016), dengan judul Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Loyalitas Pengguna Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Buton”, menghasilkan variabel kualitas pelayanan, kepuasa, citra rumah sakit dan nilai berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Penelitian Michelle dan Siagian (2019), dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Zybrick Coffee & Cantina”, menghasilkan kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Widyaningrum (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat”, menghasilkan kualitas pelayanan, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian Widadi (2015), dengan judul “Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit Jiwa Daerah dr.

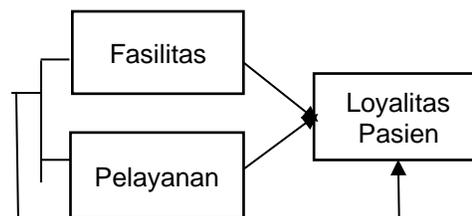
R.M Soedjarwadi” menghasilkan Kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan kepuasan pasien pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit Jiwa. Meidara (2016) dengan judul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien Terhadap Pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak (KIA) di Puskesmas Benteng Kota Sukabumi" menghasilkan ada pengaruh antara status ekonomi, jarak, mutu pelayanan kebidanan, dan kepuasan terhadap loyalitas pasien terhadap pelayanan KIA. Ervina M. (2019) dengan judul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien Rawat Inap di RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2019" menghasilkan ada pengaruh kenyamanan, kemudahan, kualitas pelayanan, garansi dan jaminan, harga dan biaya, serta loyalitas jaminan terhadap loyalitas pasien rawat inap. Wasiman (2017), dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Perusahaan Property DiKota Batam" menghasilkan Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. variabel kualitas pelayanan dikatakan signifikan.

2.5. Kerangka Pemikiran

Sesuai dengan pemaparan yang telah dijelaskan sebelumnya, kerangka pemikiran pada riset ini mengacu pada faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam. Menurut hasil survey peneliti, fasilitas yang tersedia pada klinik kesehatan koperasi karyawan PLN Batam kurang lengkap, sehingga beberapa pasien mengeluh dengan fasilitas yang kurang memadai. Apabila fasilitas yang disediakan oleh suatu badan usaha ataupun klinik kesehatan lengkap maka dapat mempengaruhi loyalitas pasien untuk berkunjung kembali.

Menurut hasil survey peneliti, dijelaskan bahwa karyawan tidak menggunakan senyum sapa yang sopan saat penyambutan pasien sehingga terjadi penurunan tingkat kepuasan pasien. Kualitas atas layanan dapat menambah kepuasan pasien, sehingga berpengaruh terhadap loyalitas pasien sehingga mereka akan sering menggunakan jasa klinik di waktu mendatang. Menurut riset sebelumnya oleh Siagian (2019) menyebutkan kualitas layanan dan fasilitas mempengaruhi secara positif dan signifikan atas loyalitas pasien. Pasien yang puas atas layanan yang diberikan dan fasilitas yang nyaman digunakan, maka pasien akan loyal menggunakan jasa tersebut di masa yang akan datang.

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



(Sumber: Data Penelitian, 2020)

2.6. Hipotesis

H1 : Diduga Fasilitas sangat berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam.

H2 : Diduga Kualitas Pelayanan sangat berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam

H3 : Diduga Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam

METODE PENELITIAN

Riset ini ialah penelitian kuantitatif, ialah penelitian berlandaskan pada sesuatu yang benar-benar terjadi, menggunakan teori yang objektif, berpusat pada fenomena-fenomena yang memiliki ciri khusus, menggunakan instrumen penelitian dalam pengumpulan data, dan melakukan analisis data serta menarik kesimpulannya.

Riset ini memakai metode survey, ialah penelitian yang memakai data primer berupa kuesioner selaku sumber data pokok. Pada penelitian survey, responden dikondisikan untuk bersedia memberikan jawaban dari pilihan yang disediakan didalam kuesioner. Riset ini menerapkan desain kausalitas yang dibuat untuk mencari adanya kemungkinan keberpengaruhannya sebab-akibat antar variabel bebas serta terikat. Pengaruh variabel bebas meliputi; Fasilitas dan Pelayanan terhadap variabel terikat yakni Loyalitas Pasien Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam, yang diukur dalam skala pengukuran ordinal menggunakan skala likert.

Riset ini bersifat penelitian replikasi dari penelitian sebelumnya, ialah sebuah penelitian repetisi dari penelitian sebelumnya yang sama, tapi dengan objek, variabel, serta periode yang berlainan. Dalam riset ini, populasi didasarkan data yang diterima dari Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Batam pada jumlah kedatangan Pasien dari Januari-Desember 2020. Populasi dalam riset ini ialah semua pasien yang sudah melaksanakan kunjungan lebih dari dua kali dan yang berumur 15 tahun keatas, maupun melaksanakan kontrol ulang ke Klinik Kesehatan Koperasi Karyawan PLN Kota Batam sebanyak 148 pasien. Riset ini memakai teknik nonprobability sampling, ialah teknik penetapan sampel yang hanya memberikan kesempatan pada populasi dengan ciri khusus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden

Profil responden yang akan ditelaah pada riset ini adalah gender, umur, pekerjaan, serta pendidikan. Data responden ini memberikan penjelasan dalam kontribusi responden yang telah dijadikan sampel oleh peneliti pada riset ini.

Tabel 1 Tabel Persebaran Responden Menurut Gender

Gender	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	75	75%
Perempuan	25	25%
Jumlah	100	100%

Memperlihatkan bahwa sebanyak 75% pria, serta 25% perempuan. Artinya, mayoritas responden pada riset ini ialah pria.

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Responden Menurut Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
< 20 Tahun	11	11%
20-30 Tahun	71	71%
31-40 Tahun	14	14%
> 40 Tahun	4	4%
Jumlah	100	100%

Memperlihatkan bahwasanya sebanyak 11% responden berumur <20 tahun, 71% berumur 20-30 tahun, 14% berumur antara 30-40 tahun, dan 4% responden berumur >40 tahun. Artinya, kebanyakan responden pada riset ini berusia 20-30 tahun

Tabel 3 Tabel Persebaran Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai	32	32%
Mahasiswa	27	27%
PNS	15	15%
Wiraswasta	26	26%
Total	100	100%

Memperlihatkan bahwasanya sebanyak 32% responden bekerja sebagai pegawai swasta, sebanyak 27% sebagai pelajar/mahasiswa, sebanyak 15% sebagai PNS, dan 26% sebagai wiraswasta. Artinya, responden paling banyak pada riset ini merupakan pegawai swasta

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Menurut Usia

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMA/SMK	30	30%
D3	22	22%
S1	48	48%
Total	100	100%

Mendapatkan hasil bahwasanya responden tingkat SMA/SMK sebesar 30 responden atau 30%, D3 sebesar 22 responden atau 22%, dan tingkat S1 sebesar 48 responden atau 48%. Dalam data tersebut dapat diketahui bahwa kebanyakan responden yaitu tingkat pendidikan S1.

4.2. Analisis Deskriptif

Evaluasi deskriptif merupakan analisis terutama berdasarkan fakta yang didapat dari responden dan diekspresikan dari analisis deskriptif. Berikut ini ialah hasilnya:

Tabel 5 Hasil Deskriptif Variabel Fasilitas

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor	Rata-rata	Kesimpulan
	1	2	3	4	5			
X1	0	1	18	47	34	414	4,14	Setuju
X2	0	1	17	46	36	417	4,17	Setuju
X3	0	4	15	51	30	407	4,07	Setuju
X4	0	2	18	48	32	410	4,10	Setuju
X5	0	3	19	48	30	405	4,05	Setuju
X6	0	1	17	54	27	413	4,13	Setuju
Rata-rata	4,11							

Sumber: Data Olahan Penelitian 2021

Dalam pernyataan di atas menunjukkan rata-rata nilai dari 6 pernyataan dari variabel fasilitas dengan jumlah responden 100 adalah sebesar 4,11. Sesuai dengan rentang skala yang ada pada tabel dapat dilihat bahwa angka berada pada 3,40 – 4,19. Maka dari angka tersebut responden berada pada tingkat setuju yang tertera pada kuesioner variabel fasilitas.

Tabel 6 Hasil Deskriptif Variabel Pelayanan

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor	Rata-rata	Kesimpulan
	1	2	3	4	5			
X1	0	4	26	35	35	401	4,01	Setuju
X2	0	0	15	40	45	430	4,30	Sangat Setuju
X3	0	2	16	34	48	428	4,28	Sangat Setuju
X4	0	0	18	48	34	416	4,16	Setuju
X5	1	0	16	48	35	416	4,16	Setuju
Rata-rata	4,18							

Sumber Data Olahan 2021

Dalam pernyataan di atas menunjukkan rata-rata nilai dari 5 pernyataan dari variabel pelayanan dengan jumlah responden 100 adalah sebesar 4,18. Sesuai dengan rentang skala yang ada pada tabel dapat dilihat bahwa angka berada pada 3,40 – 4,19. Maka dari angka tersebut responden berada pada tingkat setuju yang tertera pada kuesioner variabel pelayanan

Tabel 7 Hasil Deskriptif Loyalitas Pasien

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor	Rata-rata	Kesimpulan
	1	2	3	4	5			
X1	0	2	17	54	27	406	4,06	Setuju
X2	2	1	18	46	33	407	4,07	Setuju
X3	2	0	24	36	38	408	4,08	Setuju
X4	1	3	28	36	32	395	3,95	Setuju
X5	0	0	14	40	46	432	4,32	Sangat Setuju
X6	0	2	16	34	48	428	4,28	Sangat Setuju
Rata-rata	4,12							

Sumber Data Olahan 2021

Dalam pernyataan di atas menunjukkan rata-rata nilai dari 6 pernyataan dari variabel loyalitas pasien dengan jumlah responden 100 adalah sebesar 4,12. Sesuai dengan rentang skala angka berada pada 3,40 – 4,19. Maka dari angka tersebut responden berada pada tingkat setuju yang tertera pada kuesioner variabel loyalitas pasien.

4.3. Uji Kualitas Data

4.3.1. Hasil Uji Validitas

Uji ini dipakai dalam melihat valid tidaknya sebuah item soal dari kuisisioner yang telah dibagikan pada responden yang selaku objek kajian. Pada pengujian ini peneliti memakai tingkat kepercayaan sebanyak 95% dengan (alpha) 5%.

Hasil R hitung tiap variabel selanjutnya melakukan perbandingan dengan nilai R tabel (0,195) dengan sampel sebanyak 100 responden.

kriteria pengambilan keputusannya ialah:

- Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,195), artinya data tersebut valid
- Jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ (0,195), artinya data tersebut tidak valid

Tabel 8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r-tabel	r-hitung	Kriteria
Fasilitas (X1)	1	0,195	0,548	Valid
	2		0,579	Valid
	3		0,589	Valid
	4		0,570	Valid
	5		0,503	Valid
	6		0,488	Valid
Pelayanan (X2)	1	0,195	0,409	Valid
	2		0,537	Valid
	3		0,536	Valid
	4		0,510	Valid
	5		0,560	Valid

Loyalitas pasien (Y)	1		0,441	Valid
	2	0,195	0,591	Valid
	3		0,593	Valid
	4		0,611	Valid
	5		0,376	Valid
	6		0,484	Valid

Sumber: Data Olahan 2021

Dari hasil uji validitas diatas, terdapat 4 variabel X dengan masing-masing 6 butir pertanyaan dalam X1 (fasilitas), 5 butir pertanyaan dalam X2 (pelayanan), dan 6 butir pertanyaan untuk variabel Y (Loyalitas Pasien) dimana $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,195), maka data tersebut valid. Artinya, semua variabel pada riset ini valid serta bisa dilaksanakan uji reliabilitas.

4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji ini dipakai dalam melihat apakah hasil ukuran relatif stabil jika dilaksanakan secara berulang kali ataupun mengukur hasil yang akan didapat bisa dipercaya.

Tabel 9 hasil Uji Reliabilitas Fasilitas, Pelayanan, dan Loyalitas Pasien

Variabel Independent	Crocbach's Alpha	N of Item	Kriteria	Keterangan
Fasilitas	0,677	6	Tinggi	Reliabel
Pelayanan	0,667	5	Tinggi	Reliabel
Loyalitas Pasien	0,683	6	Tinggi	Reliabel

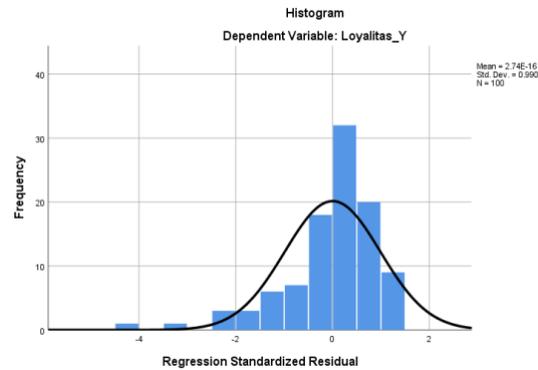
Sumber: Data Olahan SPSS 25, Tahun 2021

Hasil tersebut memperlihatkan bahwasanya instrumen variabel fasilitas, pelayanan, loyalitas pasien memiliki nilai reliabilitas yang tinggi sehingga bisa digunakan sebagai alat ukur berdasarkan hasil dari tabel yang menunjukkan nilai Cronbach's Alpha setiap variabel tersebut $>0,6$.

4.4. Uji Asumsi Klasik

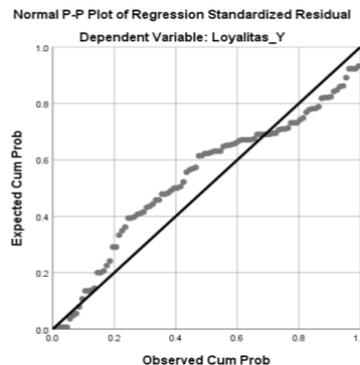
4.4.1. Hasil Uji Normalitas

Uji ini guna menentukan apakah ada perbedaan dalam nilai residu yang diperiksa mempunyai distribusi standar atau distribusi non-standar. Metode yang dipakai guna uji normalitas yakni analisis grafik histogram, regresi pl0t P-P standar, residual terstandarisasi, dan hasil pengujian Kolmogrov-Smirnov.

Gambar 2 Grafik Histogram

Sumber: Data olahan SPSS 25. Tahun 2021

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa kurvanya berbentuk lonceng. Artinya, data berdistribusi normal. Sedangkan untuk mengetahui normalitas memakai analisis grafik normal P-P Plot of Standardized Residual bisa diperhatikan gambar dibawah ini.

Gambar 3 Grafik Normal P-P Plot

Sumber: Data olahan SPSS 25 (2021)

Memperlihatkan bahwasanya grafik histogram membentuk pola berbentuk lonceng serta titik-titiknya menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal. Artinya, data pada riset ini berdistribusi normal.

Hasil pengujian berikutnya memakai one sample kolmogorov-smirnov (k-s). Hasil pengujiannya ialah:

Tabel 10 Hasil Uji Kolmogrov- Smirnov

		Pelayanan_X2	Fasilitas_X1	Loyalitas_Y
N		100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	20.9100	24.6600	24.7600
	Std. Deviation	2.72695	2.98217	3.35785
Most Extreme Differences	Absolute	.151	.129	.132
	Positive	.151	.118	.132
	Negative	-.111	-.129	-.130
Test Statistic		.151	.129	.132
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 ^c	.326 ^c	.208 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data olahan SPSS 25 (2021)

Hasil pengujian tersebut memperlihatkan bahwasanya nilai asymp.sig. (2-tailed) sebanyak 0,080 untuk variabel pelayanan, 0,326 variabel fasilitas, dan 0,208 variabel loyalitas pasien. Nilai asymp. sig. (2-tailed) ini $> 0,05$ artinya model regresi berdistribusi normal serta data layak untuk diukur pada riset ini.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji ini dipakai untuk mengukur tingkat hasil korelasi yang sempurna antar variabel bebas didalam model regresi. Model regresi bisa dinyatakan bagus jika tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 11 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	Tolerance	VIF	
	B			
1	(Constant)	2.495		
	Fasilitas_X1	.240	.458	2.185
	Pelayanan_X2	.782	.458	2.185

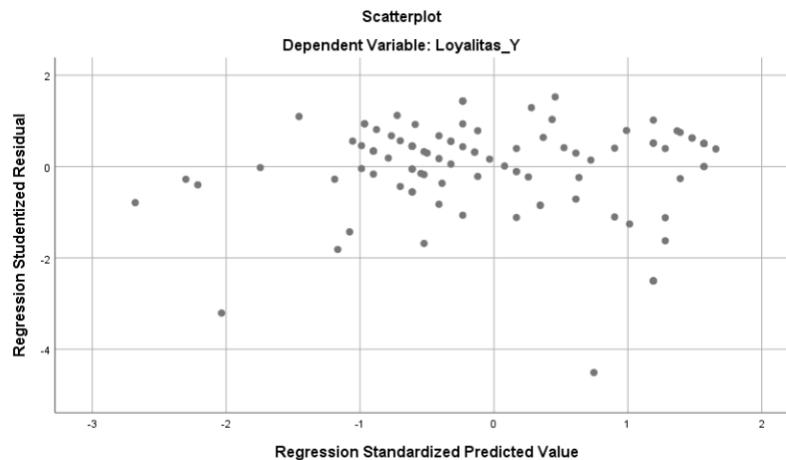
a. Dependent Variable: Loyalitas_Pasien

Sumber: Data olahan SPSS 25 (2021)

Tabel tersebut memperlihatkan bahwasanya kedua variabel bebas mempunyai nilai *Tolerance* 0,458 untuk variabel pelayanan, dan 0,458 untuk variabel fasilitas. Sedangkan untuk nilai VIF sebesar 2.185 untuk variabel pelayanan, dan 2.185 untuk variabel fasilitas. Jadi, Kedua variabel independen tersebut memiliki *nilai tolerance* $> 0,10$ serta nilai VIF < 10 . Artinya, model regresi pada riset ini tidak ada gejala multikolinearitas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji dan mendeteksi ada tidaknya gejala ketidaksamaan varians dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis scatterplots regression. Hasil pengujiannya ialah:

Gambar 4 Grafik Scatterplots

Sumber: Data olahan SPSS 25 (2021)

Menjelaskan bahwasanya titik-titik tersebar secara acak, tidak menciptakan suatu pola khusus yang jelas dan tersebar diatas ataupun < 0 pada sumbu Y.

Artinya, tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi pada riset ini, jadi model regresi ini layak dipakai dalam memperkirakan loyalitas pasien sesuai dengan variabel independen.

4.4. Uji Pengaruh

4.4.1. Analisis Linear Berganda

Tabel 12 Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.495	1.750		1.426	.157
Fasilitas_X1	.240	.100	.213	2.393	.019
Pelayanan_X2	.782	.110	.635	7.128	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas_Y

Sumber: Data Olahan SPSS 25 (2021)

Dari tabel tersebut bisa diketahui bahwasanya nilai dari persamaan regresi pada riset ini ialah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 2,495 + 0,240X_1 + 0,782X_2 + e$$

Keterangan:

1. Nilai konstanta bernilai positif yaitu sebanyak 2,495. Nilai ini memiliki makna bahwasanya apabila variabel independen Fasilitas (X1) dan Pelayanan (X2) diasumsikan bernilai 0, artinya Loyalitas pasien sama dengan atau bernilai 2,495.
2. Hasil persamaan regresi untuk variabel Fasilitas (X1) ialah sebanyak 0,240 atau 24%. Hal ini menunjukkan bahwasanya tiap kenaikan variabel Fasilitas sebanyak satu satuan, menyebabkan loyalitas pasien mendapati kenaikan sebesar 24% dengan asumsi variabel Fasilitas bernilai 0 atau konstan. Koefisien positif menunjukkan adanya hubungan positif antara Fasilitas dengan Loyalitas pasien.
3. Hasil persamaan regresi untuk variabel Pelayanan (X2) ialah sebanyak 0,782 atau 78,2%. Dimana bahwasanya tiap kenaikan variabel Pelayanan sebanyak satu satuan, menyebabkan loyalitas pasien mengalami kenaikan sebesar 78,2% dengan asumsi variabel Pelayanan bernilai 0 atau konstan. Koefisien positif memperlihatkan adanya hubungan positif antara Pelayanan dengan Loyalitas pasien.

4.4.2 Koefisien Determinasi

Analisis ini dilakukan untuk melihat sejauh mana kapasitas model atau semua variabel independen yang terdiri dari Fasilitas (X1) dan Pelayanan (X2) dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya yaitu Loyalitas pasien. makin besar nilai dari koefisien determinasi berarti makin bagus juga kapasitas variabel bebas dalam menerangkan variabel dependen.

Tabel 13 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimation
1	.805 ^a	.648	.641	2.01308

a. Predictors: (Constant), Fasilitas_X1, Pelayanan_X2

b. Dependent Variable: Loyalitas_Y

Sumber: Data Olahan SPSS 25 (2021)

Tabel tersebut memperlihatkan bahwasanya nilai dari R² sebanyak 0,641 ataupun (64,1%). Artinya, varians variabel Fasilitas (X1) dan Pelayanan (X2) dapat dijelaskan oleh variabel Loyalitas pasien(Y) sebesar 64,1%. Sementara sisa dari persentase diatas ialah faktor yang mempengaruhi namun tidak terdapat pada penelitian

4.5. Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji ini bisa dilaksanakan dengan mencermati tingkat signifikansi yakni sebanyak 5% ataupun 0,05 dengan keputusan apabila nilai signifikansi < 0,05 artinya H₀ ditolak serta H_a diterima, atau sebaliknya. Tingkat kepercayaan yang dipakai pada riset ini ialah 95% serta derajat kebebasan (df) = 100-k atau (100-3= 97), maka diperoleh t tabel sebanyak 1,664, seperti yang dipaparkan pada tabel berikut.

Tabel 14 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.495	1.750		1.426	.157
Fasilitas_X1	.240	.100	.213	2.393	.019
Pelayanan_X2	.782	.110	.635	7.128	.000

Dependent Variable: Loyalitas pasien

Sumber: Data Olahan SPSS 25 (2021)

Berdasarkan tabel 4.12, menunjukkan hasil hipotesis variabel dependen serta independen:

1. Untuk H1, hasil nilai T hitung dari variabel Fasilitas (X1) ialah sebanyak 2,393 > T_{tabel} sebesar 1,664, nilai sig yaitu 0,019 yang < 0,05, sehingga ada pengaruh yang signifikan antara Fasilitas (X1) pada Loyalitas pasien (Y) di Klinik Kopkar PLN Batam, artinya hipotesis pertama (H1) dapat diterima.
2. Untuk H2, perbandingan dari hasil uji T tabel dengan T hitung tiap variabel, dari variabel Pelayanan (X2) adalah sebanyak 7,128 lebih besar dari T tabel sebanyak 1,664, dengan mempunyai nilai sign. sebanyak 0,000 lebih kecil dari *alpha* (0,05), maka ada pengaruh yang signifikan antara Pelayanan (X2) pada Loyalitas pasien (Y) di Klinik Kopkar PLN Batam, artinya hipotesis pertama (H2) diterima

4.5.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji ini dipakai untuk melihat apakah variabel independen secara simultan bisa mendampaki variabel dependen (Ghozali, 2013:98). Apabila nilai F hitung > nilai F tabel, artinya ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara seluruh variabel bebas terhadap dependen. Berikut ialah hasil pengujiannya:

Tabel 15 Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	723.148	2	361.574	89.223	.000 ^b
	Residual	393.092	97	4.052		
	Total	1116.240	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas_Y

b. Predictors: (Constant), Fasilitas_X1, Pelayanan_X2

Sumber: Data Olahan SPSS 25 (2021)

Tabel 4.17 memperlihatkan F hitung dengan F tabel dengan taraf kesalahan 5% serta *degree of freedom* (df1) = 2 serta (df2) = 97, jadi didapat F tabel sebanyak 3,09. Nilai F hitung 89,223 > nilai F tabel 3,09 serta nilai signifikan 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa H₀ ditolak, serta H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan (bersama-sama) antara Fasilitas (X1) dan Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas pasien (Y) di Klinik Kopkar PLN Batam, sehingga hipotesis ke tiga (H3) dapat diterima.

4.6. Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pasien

Dari hasil tabel 4.16, hasil nilai T hitung dari variabel Fasilitas (X1) ialah sebanyak 2,393 lebih besar dari T tabel sebanyak 1,664, nilai sig sebesar 0,019 yang lebih kecil dari *alpha* (0,05), sehingga ada pengaruh yang signifikan antara Fasilitas (X2) terhadap Loyalitas pasien (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa makin bagus fasilitas sebuah jasa maka makin besar pula loyalitas pelanggannya.

Adanya fasilitas yang memadai menjadikan pelanggan merasa nyaman serta puas, jadi mendampaki loyalitas pelanggan.

4.6.2 Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien

Dari hasil perbandingan dari hasil uji T tabel dengan T hitung tiap variabel, dari variabel Pelayanan (X2) adalah sebanyak 7,128 lebih besar dari T tabel sebanyak 1,664, dengan mempunyai nilai sign. sebanyak 0,000 yang lebih kecil dari *alpha* (0,05), maka ada pengaruh yang signifikan antara Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas pasien (Y). Hasil riset ini menunjukkan bahwasanya makin bagus kualitas pelayanan suatu jasa makin tinggi juga loyalitas pelanggannya.

Dengan demikian, jika pelanggan sudah merasa puas dengan pelayanan yang diperoleh, berarti memungkinkan ia akan loyal ataupun ia akan sering memakai jasa klinik dimasa depan.

4.6.3 Pengaruh Pelayanan serta Fasilitas terhadap Loyalitas Pasien

Hasil analisis F hitung pada tabel 4.17, didapat F tabel sebanyak 3,09 dengan nilai F hitung 89,223 > nilai F tabel 3,09 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa H_0 ditolak, serta H_a diterima. Artinya, ada pengaruh positif serta signifikan secara simultan antara Fasilitas (X1) dan Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas pasien (Y) di Klinik Kopkar PLN Batam.

Dengan demikian, apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang dilayangkan dan fasilitas yang nyaman digunakan, maka konsumen akan loyal menggunakan jasa ini dimasa depan.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. Variabel fasilitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas pasien pada Klinik kesehatan koperasi karyawan PLN Batam. Semakin lengkap fasilitas yang diberikan berarti akan loyal pasien akan memeriksakan diri.
2. Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien pada Klinik kesehatan koperasi karyawan PLN Batam. Semakin besar kesempatan indikator-indikator pelayanan maka pasien akan loyal untuk berkunjung ataupun kontrol kesehatan.
3. Variabel pelayanan serta fasilitas secara simultan memengaruhi loyalitas pasien dengan signifikan serta positif pada Klinik kesehatan koperasi karyawan PLN Batam.

5.2 Saran

1. Hasil dari riset ini diinginkan bisa menjadi motivasi serta masukan kepada pemilik dan seluruh karyawan Klinik Kopkar PLN Batam dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan

fasilitas kepada pasien guna terciptanya kepuasan pasien dan loyalitas pasien dalam menggunakan jasanya.

2. Penelitian selanjutnya diinginkan memakai variabel lainnya yang tidak sama dengan riset ini terkait kualitas pelayanan, seperti variabel harga, kepuasan konsumen dan lain sebagainya.
3. Bagi perguruan tinggi, diinginkan bisa dijadikan bahan rujukan pada dalam penelitian lainnya dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alas, R., Übius, U., Lorents, P., & Matsak, E. (2017). Corporate Social Responsibility In European And Asian Countries. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi (JMBI) UNSRAT Vol. 4 No. 1*
- Aswad, S., Realize, & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB, 6(2), 77-85.*
- Dewi, G. A. P. R. K., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR HOKI di Kabupaten Tabanan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 3(5), 257-275.*
- Djohan, A. J. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Kepercayaan untuk Mencapai Loyalitas Pasien Rawat Inap pada Rumah Sakit Swasta di Banjarmasin. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM), 13(2), 257-271.*
- Elsa, L. H., Semiarty, R., & Lita, R. P. (2016). Model Keterkaitan Persepsi Nilai, Citra Merek, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Rumah Sakit. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 8(2), 216-225.*
- Ervina, M., Putra, R. S. P., & Samad, M. A. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien Rawat Inap di RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2019. *Jurnal Penelitian Kesehatan Pelamonia, 2(1), 1-6.*
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran McDonald's Manado. *Jurnal EMBA, 1(4), 1465-1473.*
- Herawati, N., & Sulistyowati, M. (2019). Strategi Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi pada Pelanggan Smartphone Samsung. *Probank: Jurnal Ekonomi dan Perbankan, 5(2), 214-226.*

-
- Hidayatullah, S. (2013). *Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan IM3 di Kalangan Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha.
- Iskandarsyah, N. M., & Utami, S. (2019). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Murah di Hadrah Property. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 129-141.
- Karamoy, H., & Tulung, J. E. (2020). The Effect of Banking Risk on Indonesian Regional Development Bank. *Banks and Bank Systems*, 15(2), 130-137
- Karamoy, H., & Tulung, J. E. (2020). The Effect of Financial Performance and Corporate Governance To Stock Price In Non-Bank Financial Industry. *Corporate Ownership & Control*, 17(2), 97-103
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: 63/KEP/M.PAN/7/2003 Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Khotimah, C., Suharyono, & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Relationship Marketing dan Brand Image terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 36(1), 121-128.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Masruri, M., & Marliani. (2012). Upaya Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Fasilitas, Kualitas dan Harga. *Prosiding Seminar dan Konferensi Nasional Manajemen Bisnis, 26 Mei 2012*.
- Maulidha, S. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. JNE Samarinda*. Portal Karya Ilmiah Fisip Universitas Mulawarman.
- Maulinda, S. (2014). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien Terhadap Perilaku Berobat di Puskesmas Susoh Kabupaten Aceh Barat Daya*. Skripsi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Teuku Umar.
- Meidara, R., & Sukmasary, F. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien Terhadap Pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak (KIA) di Puskesmas Benteng Kota Sukabumi. *Jurnal Stikes Sukabumi*, 1(1), 1-13.
- Munawir, I. (2018). Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 17(3), 15-22.
- Purnomo, H. (2010). *Perencanaan dan Perancangan Fasilitas*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

-
- Rangkuti, F. (2011). *SWOT Balanced Scorecard*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rif'adarajad, S., Sarita, B., & Balaka, M. Y. (2016). Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Loyalitas Pengguna Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Buton. *Jurnal Progres Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 56-64.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Parametrik Edisi Revisi*. Jakarta: Elex Media.
- Sanusi. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyawati, W. A., Rifa'i, M., & Sasmito, C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi terhadap Kepuasan Pasien. *MADANI Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan*, 10(2), 50-63.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: Raja Grafindo.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaedi, S., Bakti, I. G. M. Y., Rakhmawati, T., Astrini, N. J., Widiyanti, T., & Yarmen, M. (2014). The Empirical Study on Patient Loyalty. *Journal Emerald Insight*, 1(1), 1-16.
- Syahsudarmi, S. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kupu Bengkalis di Pekan Baru. *Jurnal Development*, 6(1), 47-60.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widadi, R. H. S., & Wadji, F. (2015). Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit Jiwa Daerah dr. R.M. Soedjarwadi. *DAYA SAING Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 17(1), 28-37.
- Zhou, W. J., Wan, Q. Q., Liu, C. Y., Feng, X. L., & Shang, S. M. (2017). Determinants of Patient Loyalty to Healthcare Providers: An integrative review. *International Journal for Quality in Health Care*, 29(4), 442-449