

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Pasien Klinik Biddokkes Polda Lampung**

**Ari Widia<sup>1</sup>, Iskandar Ali Alam<sup>2</sup>**

Program Magister Manajemen, Universitas Bandar Lampung<sup>1,2</sup>

ariwidia1@gmail.com<sup>1</sup>, Iskandar@ubl.ac.id<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

*Healthcare services are a crucial sector that requires effective strategic and operational management to meet public needs. Klinik Biddokkes Polda Lampung faces challenges in maintaining patient loyalty, as reflected in the retention rate of only 57% of total patients in 2025. This phenomenon indicates a gap between patients' expectations of service quality and the actual experience received, as well as the lack of positive word of mouth. This study aims to analyze the effect of service quality and word of mouth on patient loyalty at Klinik Biddokkes Polda Lampung. A quantitative research method was employed using multiple linear regression analysis. The population consisted of clinic patients, with samples selected through purposive sampling. Data were collected through patient satisfaction surveys, internal quality audits, and structured questionnaires, then analyzed using validity and reliability tests, t-test, F-test, and coefficient of determination ( $R^2$ ). The results show that service quality significantly affects patient loyalty with a significance value of 0.028, while word of mouth has a stronger influence with a significance value of 0.000. The F-test indicates that both variables simultaneously have a significant effect on patient loyalty, with an F-value of 38.506 and a significance of 0.000. The  $R^2$  value of 0.443 demonstrates that 44.3% of the variation in patient loyalty can be explained by service quality and word of mouth, while the remaining 55.7% is influenced by other factors outside the research model. In conclusion, patient loyalty at Klinik Biddokkes Polda Lampung is influenced by both service quality and word of mouth, with word of mouth being the dominant factor. Therefore, strategies to enhance patient loyalty should be integrated by improving consistent service quality and strengthening communication and positive patient experiences to generate sustainable recommendations.*

**Keywords:** *Service Quality, Word Of Mouth, Patient Loyalty, Klinik Biddokkes Polda Lampung*

### **ABSTRAK**

Pelayanan kesehatan merupakan sektor krusial yang menuntut manajemen strategis dan operasional yang efektif untuk menjawab kebutuhan masyarakat. Klinik Biddokkes Polda Lampung menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas pasien, ditunjukkan oleh tingkat retensi yang hanya mencapai 57% dari total pasien pada tahun 2025. Fenomena ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara ekspektasi pasien terhadap kualitas pelayanan dan realitas yang diterima, serta belum optimalnya *word of mouth* positif yang terbentuk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap loyalitas pasien di Klinik Biddokkes Polda Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan regresi linier berganda. Populasi penelitian adalah pasien klinik, dengan sampel yang ditentukan melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui survei kepuasan pasien, audit mutu internal, serta kuesioner terstruktur, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas,

reliabilitas, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien dengan nilai signifikansi 0,028, sedangkan *word of mouth* memiliki pengaruh yang lebih dominan dengan nilai signifikansi 0,000. Uji F memperlihatkan bahwa kedua variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien dengan nilai F hitung 38,506 dan signifikansi 0,000. Nilai  $R^2$  sebesar 0,443 menunjukkan bahwa 44,3% variasi loyalitas pasien dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan *word of mouth*, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa loyalitas pasien di Klinik Biddokkes Polda Lampung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan *word of mouth*, dengan *word of mouth* sebagai faktor dominan. Oleh karena itu, strategi peningkatan loyalitas pasien harus dilakukan secara terpadu melalui perbaikan mutu pelayanan yang konsisten serta penguatan komunikasi dan pengalaman positif pasien agar tercipta rekomendasi yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, Loyalitas Pasien, Klinik Biddokkes Polda Lampung

## **PENDAHULUAN**

Pelayanan kesehatan merupakan sektor krusial yang memerlukan manajemen strategis dan operasional yang efektif agar mampu menjawab kebutuhan masyarakat secara optimal. Klinik sebagai institusi layanan publik dituntut untuk memberikan pelayanan yang memenuhi standar medis, serta memperhatikan aspek kepuasan dan loyalitas pasien. Merujuk pada penjabaran dari Kotler & Keller (2021), manajemen modern menempatkan pelanggan sebagai pusat dari seluruh proses, termasuk dalam industri jasa kesehatan, di mana persepsi pasien terhadap kualitas layanan sangat menentukan keberlangsungan klinik di tengah persaingan ketat. Loyalitas pasien menjadi elemen kunci dalam mempertahankan keberlangsungan layanan klinik di era persaingan industri kesehatan yang semakin kompetitif. Loyalitas tidak hanya ditandai dengan keputusan pasien untuk kembali menggunakan layanan, tetapi juga ditunjukkan melalui kepercayaan, advokasi, dan keterikatan emosional terhadap institusi pelayanan kesehatan (Oliver, 2015). Bagi klinik, pasien yang loyal berarti menurunkan biaya pemasaran, meningkatkan retensi, serta menumbuhkan promosi dari mulut ke mulut yang optimal.

Klinik Biddokkes Polda Lampung sebagai salah satu penyedia layanan kesehatan di Kota Bandar Lampung telah menunjukkan pertumbuhan yang cukup baik dari sisi jumlah kunjungan pasien. Namun, berdasarkan data reservasi digital Klinik Bidokkes Polda Lampung tahun 2025 dan data evaluasi manajemen mutu, diketahui bahwa tingkat retensi pasien hanya mencapai 57% dari total 4.482 pasien, atau sekitar 2.554 pasien yang kembali dalam kurun waktu enam bulan (Klinik Bidokkes Polda Lampung, 2025). Artinya, masih terdapat hamper separuh pasien memilih tidak kembali dan kemungkinan beralih ke fasilitas layanan kesehatan lain. Angka ini mengalami penurunan dibanding tahun sebelumnya, tahun 2024, di mana tingkat retensi masih sebesar 58%. Fenomena ini menunjukkan adanya masalah

dalam membangun loyalitas pasien yang berkelanjutan meskipun terdapat peningkatan jumlah kunjungan secara umum.

Sebagai bagian dari upaya peningkatan mutu berkelanjutan (*continuous quality improvement*), Klinik Biddokkes Polda Lampung telah melakukan evaluasi internal terhadap beberapa aspek utama layanan selama tahun 2024. Evaluasi ini dilakukan melalui berbagai metode yang sesuai dengan Pedoman Penjaminan Mutu Pelayanan Klinik (Permenkes No. 47 Tahun 2018) dan pendekatan Standar Nasional Akreditasi Klinik dari KARS. Fokus utama evaluasi adalah pada aspek yang memengaruhi loyalitas pasien diantaranya adalah kualitas pelayanan dan pengalaman layanan yang berimplikasi menjadi promosi melalui *word of mouth* sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 1. Evaluasi Pengendalian Internal Manajemen Klinik Biddokkes Polda Lampung Tahun 2025**

Sumber: Data sekunder Klinik Biddokkes Polda Lampung, 2025

Metode Evaluasi	Indikator	Target 2025	Capaian 2025
Survei bulanan rawat jalan	Skor rata-rata kepuasan pasien (skala 1–100)	≥80	68
	Persentase pasien puas (>75 skor)	85%	73%
Audit Mutu Internal	Kepatuhan SOP pelayanan (observasi)	95%	82%
	Kepuasan pasien terhadap pelayanan medis	90%	71%
Retensi pasien	Pasien berulang dalam 6 bulan terakhir	≥70%	57%
Monitoring aktivitas hubungan pasien	Tingkat partisipasi edukasi daring (webinar, sosialisasi)	≥60%	38%

Hasil Survei Kepuasan Pasien (SKP) yang dilakukan secara berkala terhadap pasien, diketahui bahwa rata-rata skor kepuasan pasien hanya mencapai 68 dari target minimal 80. Hanya 73% pasien yang merasa puas terhadap pelayanan yang diterima, jauh di bawah target manajemen sebesar 85%. Keluhan paling banyak muncul dari antrean administrasi, waktu tunggu dokter, dan komunikasi petugas yang kurang empatik.

Audit mutu internal dalam konteks kualitas pelayanan menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan terhadap SOP pelayanan hanya mencapai 82%, masih di bawah target 95%. Hal ini berkorelasi dengan data kepuasan pasien terhadap pelayanan medis yang hanya sebesar 71%, mengindikasikan masih ada celah dalam pelaksanaan standar prosedur pelayanan yang berdampak langsung pada pengalaman pasien. Pada aspek loyalitas pasien, hasil pengukuran menggunakan

*Net Promoter Score* (NPS) menunjukkan nilai +18, yang tergolong rendah bila dibandingkan dengan target klinik sebesar +40. Hanya 36% pasien yang bersedia merekomendasikan Klinik Bidokkes Polda Lampung, sementara 18% menjadi *detraktor* yang berpotensi memberikan citra negatif. Tingkat retensi pasien dalam enam bulan terakhir hanya 57%, menurun dari tahun sebelumnya dan memperlihatkan kecenderungan pasien berpindah ke fasilitas kesehatan lain.

Pada aspek *word of mouth*, klinik masih menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan keterlibatan pasien. Partisipasi pasien dalam edukasi daring seperti webinar kesehatan hanya mencapai 38%, jauh dari target 60%, menunjukkan perlunya perbaikan strategi komunikasi dan follow-up pasca-perawatan.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi internal ini menampilkan adanya kesenjangan antara target mutu pelayanan dan realisasi di lapangan. Hasil ini sekaligus menjadi dasar ilmiah untuk meneliti lebih lanjut pengaruh kualitas pelayanan dan *WOM* pada loyalitas pasien. Penelitian ini menjadi krusial sebagai bagian perencanaan strategis peningkatan mutu dan transformasi digital pelayanan Klinik Bidokkes Polda Lampung.

Mengacu pada fenomena tersebut, muncul *gap* antara ekspektasi pasien terhadap layanan yang berkualitas, cepat, dan mudah dengan realitas pelayanan yang masih belum optimal, khususnya dalam aspek pengalaman pelanggan (*customer experience*). Maka, harus dilangsungkan penelitian terkait faktor yang memengaruhi loyalitas pasien, seperti kualitas pelayanan, pemasaran relational (*relationship marketing*), kepercayaan pasien, kepuasan pasien dan kualitas layanan reservasi digital.

Kualitas pelayanan merupakan fondasi utama dalam menciptakan pengalaman pasien yang memuaskan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2018) dalam model SERVQUAL menyebutkan bahwa dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* merupakan ukuran utama pelayanan yang berkualitas. Namun, berdasarkan data survei internal di Klinik Bidokkes Polda Lampung, dimensi *responsiveness* mendapat skor terendah, yakni hanya 3,1 dari skala 5, mengindikasikan ketidaksesuaian antara kecepatan layanan dengan harapan pasien.

Fenomena *word of mouth* menjadi semakin relevan dalam konteks ini. Promosi dari mulut ke mulut, baik secara langsung maupun melalui media sosial, terbukti menjadi saluran utama dalam membentuk persepsi publik terhadap layanan kesehatan. Namun, rendahnya NPS dan tingginya keluhan menunjukkan bahwa *word of mouth* yang terbentuk cenderung negatif, sehingga berpotensi menurunkan loyalitas pasien dan citra klinik secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi ini menampilkan adanya kesenjangan antara target mutu pelayanan dan realisasi di lapangan. Hasil ini menjadi dasar ilmiah untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan *WOM* pada loyalitas pasien. Penelitian ini penting menjadi bagian dari perencanaan strategis peningkatan mutu

dan transformasi digital pelayanan Klinik Biddokkes Polda Lampung.

Adapun *word of mouth* seperti yang dijabarkan Arndt (1967) ialah komunikasi informal antar individu mengenai produk atau layanan. Dalam konteks layanan kesehatan, WOM bisa bersifat positif ataupun negatif. Studi oleh Alam dan Wati (2022) menjabarkan promosi penjualan dan persepsi harga berpengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan, terutama ketika dikomunikasikan secara efektif melalui saluran informal seperti WOM. Studi ini menegaskan bahwa persepsi positif terhadap layanan dan nilai bisa merangsang pelanggan supaya merekomendasikan secara sukarela pada individu lain, memperkuat loyalitas dan retensi pelanggan (Alam & Wati, 2022).

Kepuasan adalah hasil evaluasi kognitif dan afektif terhadap pengalaman pasien (Kotler & Keller, 2021). Kepuasan terbukti sebagai prediktor langsung loyalitas (Cronin & Taylor, 2018). Namun, indeks kepuasan umum di Klinik Biddokkes hanya 73%, lebih rendah dibanding klinik pembanding di wilayah yang sama yang mencapai 85%. Pemilihan variabel kualitas pelayanan dan WOM dilakukan berdasarkan relevansi teoritis dan kontekstual. Keduanya terbukti memiliki hubungan kuat dengan loyalitas pasien dalam berbagai studi, termasuk dalam konteks lokal Indonesia. Model ini mengandung unsur kebaruan (*novelty*) karena mengintegrasikan variabel-variabel tersebut dalam konteks klinik kepolisian, yang belum banyak diteliti secara empiris.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Manajemen Klinik**

Pasal 185 Undang-Undang No. 17 Tahun 2023 menyebutkan bahwa salah satu fasilitas pelayanan kesehatan primer adalah klinik yang bertanggung jawab melayani pasien melalui pelayanan medis bedah dan non-bedah. Fasilitas pelayanan kesehatan diharapkan memberikan pelayanan yang efisien dan efektif serta informasi kesehatan yang akurat kepada masyarakat. Pasien berhak menuntut pelayanan terbaik dari tenaga kesehatan yang mereka temui. Pengguna klinik mengharapkan tenaga kesehatan yang membantu, cepat tanggap, berpengetahuan luas, dan berdedikasi dalam perawatan. Klinik wajib meningkatkan kualitas layanannya agar masyarakat memperoleh pelayanan sesuai norma yang berlaku (Ashari, 2020). Undang-Undang No. 17 Tahun 2023 juga mengatur kewajiban klinik dalam memberikan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna melalui pelayanan medis sesuai standar, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta pelaksanaan penelitian dan pengembangan teknologi kesehatan.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan pemenuhan persyaratan, keinginan, dan harapan masyarakat dalam penyediaan layanan publik, termasuk layanan kesehatan (Aliyah, 2024). Penilaian kualitas layanan tidak hanya mencakup hasil klinis, tetapi juga sikap staf, kompetensi, komunikasi, ketepatan waktu, daya

tanggap, serta ketersediaan fasilitas fisik. Konsep *RATER* yang terdiri dari *responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *reliability* menjelaskan faktor utama yang membentuk kepuasan pelanggan (Werdani, 2020). Peningkatan kualitas layanan bertujuan meningkatkan kunjungan dan loyalitas pasien, serta memastikan layanan yang diterima sesuai dengan harapan masyarakat (Hasibuan, 2022). Kualitas layanan kesehatan pada akhirnya merupakan nilai yang diterima pengguna dari layanan yang memenuhi kebutuhan, membantu pencapaian tujuan kesehatan, dan menghasilkan kepuasan pelanggan.

Dimensi kualitas pelayanan meliputi *reliability* sebagai kemampuan memberikan layanan secara konsisten dan tepat waktu, *assurance* yang mencerminkan kompetensi dan sikap karyawan dalam membangun rasa aman dan kepercayaan, *tangible* yang berkaitan dengan fasilitas fisik dan sarana pendukung, *empathy* yang menekankan perhatian dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, serta *responsiveness* yang menunjukkan kecepatan dan ketepatan staf dalam membantu pelanggan. Kelima dimensi ini digunakan untuk mengukur dan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam pelayanan kesehatan (Anggraini, 2021).

Prinsip kualitas pelayanan mencakup kepemimpinan dalam pengembangan mutu, pendidikan bagi seluruh tingkat organisasi, perencanaan strategis berbasis tujuan mutu, *review* sebagai proses pengendalian pencapaian mutu, serta komunikasi yang terbuka dengan seluruh pemangku kepentingan. Prinsip-prinsip ini menjadi dasar dalam memastikan implementasi mutu pelayanan berjalan efektif dan berkelanjutan (Prihatma & Sulaiman, 2020).

## **Teori Word of Mouth**

Word of mouth (WOM) merupakan pengaruh yang muncul melalui rekomendasi dan komunikasi informal antar individu yang dipercaya, seperti keluarga, teman, atau konsumen lain, yang memengaruhi keputusan pembelian (Kotler & Armstrong, 2017). WOM juga dipahami sebagai komunikasi interpersonal yang menyampaikan penilaian terhadap produk atau layanan secara personal maupun kelompok (Basuki, 2020). Dalam pemasaran jasa, khususnya layanan kesehatan, WOM memiliki peran strategis karena bersumber dari pengalaman nyata dan dianggap lebih kredibel dibandingkan promosi formal (Cahyono, 2020).

WOM didorong oleh keterlibatan emosional, keinginan berbagi pengetahuan, kepedulian agar orang lain tidak salah memilih, serta upaya mengurangi ketidakpastian melalui informasi dari sumber terpercaya (Sutisna dalam Joesyiana, 2018). WOM berperan penting dalam membangun kepercayaan dan ekuitas merek, karena pengalaman positif maupun negatif konsumen dapat memperkuat atau merusak citra merek secara signifikan (Keller & Swaminathan, 2020). Dalam layanan kesehatan, WOM memengaruhi loyalitas dan keputusan pasien untuk merekomendasikan atau kembali menggunakan layanan (Chidir, 2022).

WOM dapat berupa WOM positif dan WOM negatif. WOM negatif menyampaikan ketidakpuasan konsumen dan berisiko tinggi terhadap reputasi

perusahaan karena menyebar lebih cepat. Sebaliknya, WOM positif muncul dari kepuasan konsumen dan berperan dalam membangun kepercayaan serta memperluas jangkauan informasi layanan. Dampak WOM negatif cenderung lebih besar dibandingkan WOM positif (Harsasi dalam Priambodo & Subyanto, 2017).

Indikator WOM meliputi kemauan konsumen menyampaikan informasi positif, rekomendasi kepada orang lain, serta dorongan untuk memengaruhi keputusan individu lain (Babin & Barry dalam Joesyiana, 2018). Dalam konteks digital, WOM berkembang menjadi *conversation marketing*, di mana konsumen berperan sebagai penyebar dan pencipta narasi merek, sehingga menjadi indikator kualitas pengalaman pelanggan (Kotler et al., 2021).

## **Loyalitas Pasien**

Loyalitas pasien merupakan komitmen kuat untuk terus menggunakan layanan kesehatan meskipun terdapat tawaran pesaing. Pasien loyal memiliki kesan positif, melakukan pembelian ulang, dan tidak mudah beralih ke penyedia lain (Halim et al., 2021; Fatihudin & Firmansyah, 2022). Loyalitas pasien menjadi sumber daya penting bagi fasilitas pelayanan kesehatan karena berkaitan dengan keberlanjutan dan keunggulan kompetitif (Suwarsito et al., 2020).

Loyalitas pasien mencakup *recommendation* sebagai kesediaan merekomendasikan layanan, *refuse* sebagai penolakan terhadap tawaran pesaing, dan *repeat purchase* sebagai perilaku penggunaan ulang layanan (Yang & Peterson dalam Linardi, 2020). Indikator loyalitas juga meliputi *referrals*, *retention*, dan *repeat* yang mencerminkan rekomendasi, ketahanan pasien, serta pembelian ulang sebagai bentuk loyalitas nyata (Kotler & Keller, 2021).

Loyalitas pasien berperan penting dalam keberlangsungan klinik karena biaya mempertahankan pasien lama lebih rendah dibandingkan menarik pasien baru. Peningkatan loyalitas menjadi strategi utama untuk menghadapi persaingan dan mencapai kesuksesan jangka pendek maupun jangka panjang. Kemampuan meningkatkan loyalitas pasien menjadi faktor kunci dalam mempertahankan pasar dan keunggulan kompetitif klinik (Utami et al., 2019).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan *Word of Mouth* ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pasien ( $Y$ ) di Klinik Bidokkes Polda Lampung yang berlokasi di Kota Bandar Lampung, dengan pelaksanaan penelitian mengacu pada data tahun 2025. Populasi penelitian adalah seluruh pasien Klinik Bidokkes Polda Lampung yang tercatat sebanyak 4.482 pasien, sedangkan sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat presisi 10% dan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria pendidikan minimal SMA, mampu berkomunikasi dengan baik, serta bersedia menjadi responden. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin yang disusun

berdasarkan indikator kualitas pelayanan, *Word of Mouth*, dan loyalitas pasien, serta telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan kuesioner fisik yang dibagikan secara langsung kepada responden. Teknik analisis data meliputi analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versi 24, yang dilanjutkan dengan pengujian hipotesis secara parsial (*uji t*) dan simultan (*uji F*) untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Polda Lampung merupakan bagian dari Kepolisian Negara Republik Indonesia yang bertanggung jawab atas keamanan, penegakan hukum, serta pelayanan publik di wilayah Provinsi Lampung dan berada langsung di bawah Mabes Polri. Polda Lampung dipimpin oleh Kapolda berpangkat Inspektur Jenderal Polisi (Irjen Pol) dan didukung oleh Wakapolda, pejabat utama, serta berbagai direktorat dan satuan kerja fungsional. Secara administratif, Polda Lampung membawahi seluruh kabupaten/kota di Provinsi Lampung melalui Polresta dan Polres. Dalam pelaksanaan tugasnya, Polda Lampung mengedepankan profesionalisme, modernisasi, transparansi, serta kolaborasi dengan pemerintah daerah, TNI, dan masyarakat guna menciptakan kondisi keamanan dan ketertiban yang kondusif.

Bidang Kedokteran dan Kesehatan (Biddokkes) Polda Lampung merupakan unsur pelaksana staf di bawah Kapolda yang bertugas menyelenggarakan pelayanan dan pembinaan kesehatan bagi anggota Polri, ASN Polri, keluarganya, serta masyarakat dalam kondisi tertentu. Biddokkes dipimpin oleh Kabiddokkes dengan latar belakang kedokteran dan membawahi Subbid Kespol, Subbid Dokpol, Siedokkes, serta Rumah Sakit Bhayangkara. Tugas utamanya meliputi pelayanan kesehatan, pemeriksaan kesehatan berkala dan seleksi, dukungan medis operasional, pelayanan psikologi kepolisian, penyuluhan kesehatan, serta kegiatan sosial dan kemanusiaan. Melalui RS Bhayangkara dan tim Dukungan Kesehatan Lapangan, Biddokkes berperan strategis dalam menjaga kesehatan personel Polri dan mendukung operasi kepolisian, termasuk dalam situasi darurat dan bencana.

### **Analisis Deskriptif**

#### **Deskripsi Kualitas Pelayanan (X1)**

Berdasarkan hasil penilaian responden, kualitas pelayanan Klinik Biddokkes Polda Lampung secara umum berada pada kategori cukup baik. Mayoritas responden menilai pelayanan yang diterima sudah baik, meskipun masih terdapat sebagian pasien yang menilai kualitas pelayanan belum optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan klinik telah berjalan positif, namun tetap

mebutuhkan peningkatan berkelanjutan agar persepsi pasien dapat bergeser ke kategori yang lebih tinggi.

Jika ditinjau per indikator, aspek pelayanan yang paling menonjol adalah ketepatan pelayanan sesuai dengan kebutuhan pasien, yang dinilai sebagai kekuatan utama klinik. Sebaliknya, indikator perhatian tenaga kesehatan kepada pasien memperoleh penilaian paling rendah meskipun masih berada pada kategori cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek empati, konsistensi perhatian, dan pendekatan interpersonal masih perlu ditingkatkan agar kualitas pelayanan dapat dirasakan lebih optimal oleh seluruh pasien.

### **Deskripsi *Word of Mouth* (X2)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* Klinik Biddokkes Poldalampung berada pada kategori baik. Sebagian besar responden memiliki kecenderungan positif untuk membicarakan, merekomendasikan, dan mendorong orang lain menggunakan layanan klinik. Temuan ini mencerminkan adanya pengalaman layanan yang relatif memuaskan sehingga pasien bersedia menyebarkan informasi secara sukarela.

Indikator yang paling kuat pada variabel ini adalah dorongan kepada orang lain untuk menggunakan layanan klinik, yang menunjukkan bahwa pasien tidak hanya puas tetapi juga aktif mengajak pihak lain. Namun demikian, indikator terkait keaktifan menyampaikan pendapat tentang kualitas layanan masih berada pada kategori cukup baik. Hal ini menandakan bahwa meskipun pasien mendorong orang lain menggunakan layanan, mereka belum sepenuhnya konsisten dalam mengomunikasikan detail kualitas pelayanan, sehingga diperlukan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk memperkuat rekomendasi pasien.

### **Deskripsi Loyalitas Pasien (Y)**

Loyalitas pasien Klinik Biddokkes Poldalampung secara umum berada pada kategori baik, dengan kecenderungan yang sangat positif. Mayoritas responden menunjukkan komitmen untuk tetap menggunakan layanan klinik, bahkan sebagian besar menolak tawaran dari fasilitas kesehatan lain. Hal ini menegaskan bahwa klinik telah mampu membangun kepercayaan dan keterikatan pasien secara berkelanjutan.

Indikator loyalitas yang paling kuat adalah kesediaan pasien untuk tetap memilih dan menggunakan layanan klinik, sedangkan indikator merekomendasikan fasilitas kesehatan kepada orang lain memperoleh penilaian paling rendah meskipun masih tergolong positif. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas dalam bentuk penggunaan ulang sudah kuat, namun loyalitas dalam bentuk promosi sukarela masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pengalaman pasien secara konsisten menjadi faktor penting dalam memperkuat loyalitas secara menyeluruh.

## Analisis Statistik

### Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

Sumber: Data diolah, 2025

No	R hitung	R tabel	Hasil
1	0,661	0,361	valid
2	0,386	0,361	valid
3	0,705	0,361	valid
4	0,592	0,361	valid
5	0,581	0,361	valid
6	0,454	0,361	valid
7	0,631	0,361	valid
8	0,438	0,361	valid
9	0,754	0,361	valid
10	0,798	0,361	valid

Tabel 2 mengambarkn bahwa hasil analisis, sebanyak 10 item menunjukkan  $r_{hit} > r_{tab}$  dengan rentang antara 0,386 hingga 0,798 sehingga dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis lanjutan.

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel *Word of mouth* ( $X_2$ )**

Sumber: Data diolah, 2025

No	R hitung	R tabel	Hasil
1	0,687	0,361	valid
2	0,855	0,361	valid
3	0,462	0,361	valid
4	0,844	0,361	valid
5	0,599	0,361	valid
6	0,590	0,361	valid
7	0,790	0,361	valid
8	0,728	0,361	valid
9	0,614	0,361	valid

Tabel 3 menjelaskan bahwa seluruh indikator pada variabel *word of mouth* menunjukkan nilai  $r_{hit} > r_{tab}$ , dengan rentang antara 0,462 hingga 0,855. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap pernyataan mampu merepresentasikan konstruk *word of mouth* secara konsisten dan akurat. Tidak terdapat item yang harus dieliminasi karena semuanya memenuhi kriteria statistik validitas. Temuan ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi syarat validitas.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pasien (Y)**

Sumber: Data diolah, 2025

No	R hitung	R tabel	Hasil
1	0,836	0,361	valid
2	0,553	0,361	valid
3	0,668	0,361	valid
4	0,462	0,361	valid

Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel loyalitas pasien menghasilkan  $r_{hit} > r_{tab}$ , sehingga dinyatakan valid secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa keseluruhan indikator mampu mengukur konsep loyalitas pasien dengan konsistensi dan akurasi yang memadai dan tidak ada item yang perlu dieliminasi dalam tahap ini.

## Uji Reliabilitas

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

Sumber: Data diolah, 2025

No	Variabel	Alpha cronbach	Standar	Hasil
1	Kualitas pelayanan ( $X_1$ )	0,865	0,60	reliabel
2	<i>Word of mouth</i> ( $X_2$ )	0,907	0,60	reliabel
3	Loyalitas Pasien (Y)	0,794	0,60	reliabel

Tabel di atas menjelaskan bahwa hasil pengujian menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, seluruh variabel menunjukkan nilai  $> 0,60$ , sehingga dinyatakan reliabel. Variabel kualitas pelayanan ( $\alpha = 0,865$ ), *word of mouth* ( $\alpha = 0,907$ ) dan loyalitas pasien ( $\alpha = 0,794$ ) memiliki konsistensi internal paling tinggi. Hasil ini menguatkan bahwa instrumen yang digunakan dapat diandalkan.

## Uji Asumsi

### Uji Normalitas

**Tabel 6. Hasil Uji Normalitas**

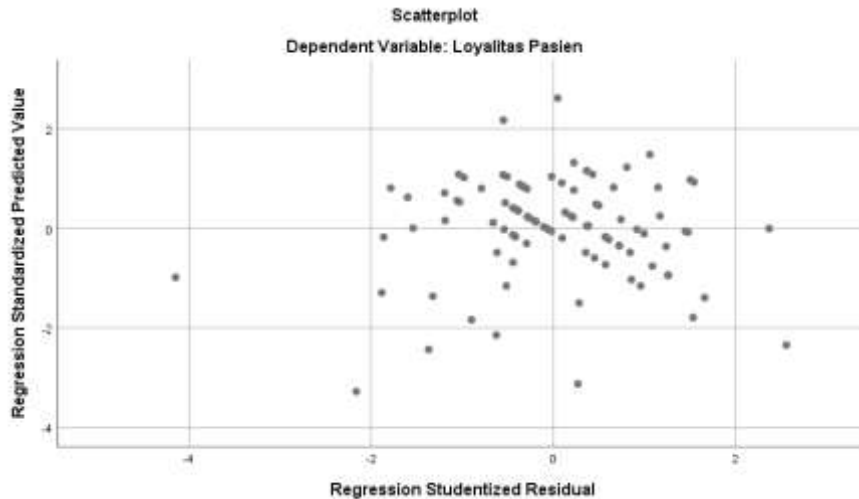
Sumber: Data diolah, 2025

Variabel	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Statistic	df	Sig.
Kualitas pelayanan	0,121	100	0,331
<i>Word of mouth</i>	0,114	100	0,403
Loyalitas Pasien	0,208	100	0,800

Tabel di atas menggambarkan bahwa hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa seluruh variabel kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan loyalitas pasien memiliki nilai signifikansi (*asympt sig*)  $> 0,05$ .

Nilai masing-masing variabel adalah 0,331; 0,403; 0,800 menandakan bahwa distribusi data secara statistik memenuhi asumsi normalitas. Temuan ini menjadi dasar yang kuat untuk melanjutkan ke tahap analisis regresi, karena model parametrik yang digunakan mensyaratkan bahwa data bersifat normal.

## Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan hasil visualisasi scatter plot terhadap residual dan nilai prediksi standar variabel loyalitas pasien, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Titik-titik data tampak tersebar secara acak di sekitar sumbu horizontal tanpa membentuk pola tertentu, seperti garis menyebar, kurva, atau kerucut. Distribusi residual yang menyebar merata ini mencerminkan bahwa varians error pada setiap tingkat prediksi relatif konstan, yang berarti asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Kondisi ini memperkuat validitas model regresi, karena salah satu prasyarat utama dalam analisis regresi linear berganda telah dipenuhi. Dengan demikian, interpretasi koefisien regresi dan uji statistik berikutnya dapat dilakukan tanpa bias yang berasal dari ketidakkonsistenan varians residual

## Uji Multikolonieritas

**Tabel 7. Hasil Uji Multikolonieritas**

Sumber: Data diolah, 2025

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas pelayanan	0,855	1,169
Word of mouth	0,855	1,169

Tabel 7 menjelaskan bahwa hasil uji multikolonieritas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam model regresi berada dalam batas toleransi statistik yang aman. Nilai *Tolerance* untuk kualitas pelayanan sebesar 0,855 dan *word of mouth* 0,855 seluruhnya berada di atas ambang batas minimum 0,10, yang berarti tidak terdapat korelasi berlebih antar-prediktor. Demikian pula, nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel 1,169, jauh di bawah batas maksimum 10 yang menunjukkan bahwa model bebas dari gejala multikolonieritas. Temuan ini memberikan jaminan bahwa struktur model regresi tidak terdistorsi oleh indikasi multikolonieritas, proses estimasi koefisien regresi dapat dijalankan secara akurat dan interpretatif.

## Analisis Regresi Linier Berganda

### Korelasi Parsial

**Tabel 8. Korelasi Parsial Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan *Word of mouth* ( $X_2$ ) dengan Loyalitas Pasien (Y)**

Sumber: Data diolah, 2025

		Loyalitas Pasien
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	0,402
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
<i>Word of mouth</i>	Pearson Correlation	0,643
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100

Nilai koefisien korelasi ( $r$ ) variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dengan loyalitas pasien (Y) adalah sebesar 0,402 dan *word of mouth* ( $X_2$ ) dengan loyalitas pasien (Y) adalah 0,643. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui bahwa arah hubungan parsial antara variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan *word of mouth* ( $X_2$ ) dengan loyalitas pasien (Y) adalah positif karena nilai koefisien korelasi bertanda positif (+). Kemudian koefisien korelasi tersebut dikonsultasikan dengan koefisien korelasi ( $r$ ) dengan tabel interpretasi nilai  $r$  sebagai berikut:

Berdasarkan ketentuan interpretasi  $r$  maka dapat diketahui bahwa tingkat keeratan hubungan antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dengan loyalitas pasien (Y) memiliki tingkat keeratan hubungan yang sedang karena nilai  $r$  terletak antara 0,40-0,599. Sedangkan tingkat keeratan hubungan antara *word of mouth* ( $X_2$ ) dengan loyalitas pasien (Y) memiliki tingkat keeratan hubungan yang kuat karena nilai  $r$  terletak antara 0,80-1,00.

## Korelasi Simultan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan *Word of mouth* ( $X_2$ ) dengan Loyalitas pasien (Y)

Tabel 9. Korelasi Simultan

Sumber: Data diolah, 2025

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,665 <sup>a</sup>	0,443	0,431

Hasil uji korelasi simultan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara variabel kualitas pelayanan dan *word of mouth* dengan loyalitas pasien di Klinik Biddokkes Polda Lampung. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,665 menandakan bahwa kedua variabel independen memiliki keterkaitan yang signifikan dengan variabel dependen. Dengan kata lain, semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan pasien dan semakin positif *word of mouth* yang terbentuk, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pasien terhadap klinik. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,443 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *word of mouth* secara bersama-sama mampu menjelaskan 44,3% variasi loyalitas pasien.

## Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 10. Persamaan Regresi Linier Berganda

Sumber: Data diolah, 2025

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,712	1,331		2,788	0,006
	Kualitas Pelayanan	0,067	0,030	0,183	2,237	0,028
	<i>Word of mouth</i>	0,288	0,041	0,574	6,997	0,000

1. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan *word of mouth* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) di Klinik Biddokkes Polda Lampung. Nilai konstanta sebesar 3,712 menandakan bahwa meskipun tidak ada pengaruh dari kedua variabel independen, loyalitas pasien tetap memiliki nilai dasar yang positif.
2. Variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0,067 yang menegaskan bahwa jika variabel lain konstan dan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka loyalitas pasien (Y) di Klinik Biddokkes Polda Lampung akan meningkat sebesar 0,067. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan ( $X_1$ ) menurun 1 satuan, maka loyalitas pasien (Y) di Klinik Biddokkes Polda Lampung akan menurun sebesar 0,067.

3. Variabel *word of mouth* ( $X_2$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0,288 yang menegaskan bahwa jika variabel lain konstan dan *word of mouth* ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan, maka loyalitas pasien (Y) di Klinik Biddokkes Polda Lampung akan meningkat sebesar 0,288. Sebaliknya, jika *word of mouth* ( $X_2$ ) menurun 1 satuan, maka loyalitas pasien (Y) di Klinik Biddokkes Polda Lampung akan menurun sebesar 0,288.
4. Perbandingan nilai koefisien beta menunjukkan bahwa variabel variabel *word of mouth* ( $X_2$ ) menunjukkan pengaruh yang jauh lebih kuat dengan koefisien regresi sebesar 0,288 dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,067 terhadap loyalitas pasien (Y) di Klinik Biddokkes Polda Lampung. Temuan ini menegaskan bahwa *word of mouth* merupakan faktor utama yang mendorong loyalitas pasien. Semakin positif pengalaman pasien yang dibagikan kepada orang lain, semakin tinggi pula komitmen mereka untuk tetap menggunakan layanan klinik. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi peningkatan loyalitas tidak hanya bergantung pada mutu pelayanan yang diberikan, tetapi juga pada bagaimana pengalaman positif pasien dapat menciptakan rekomendasi yang kuat dan berkelanjutan. Penguatan kualitas pelayanan sekaligus mendorong terbentuknya *word of mouth* yang positif akan menjadi langkah strategis dalam memperkuat loyalitas pasien terhadap Klinik Biddokkes Polda Lampung.

## Uji Hipotesis

### a. Pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Pasien (Y)

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah: "Ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien di Klinik Biddokkes Polda Lampung". Variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai t sebesar 2,237 dengan tingkat signifikansi 0,028. Karena nilai  $t_{hit} (2,237) > t_{tab} (1,660)$  dan nilai sig (0,028)  $< 0,05$ , maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Artinya, setiap peningkatan kualitas pelayanan yang dirasakan pasien akan diikuti oleh peningkatan loyalitas.

### b. Pengaruh *Word of mouth* ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Pasien (Y)

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah: "Ada pengaruh positif *word of mouth* terhadap loyalitas pasien di Klinik Biddokkes Polda Lampung". Pada variabel *word of mouth* memiliki nilai t sebesar 6,997 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai  $t_{hit} (6,997) > t_{tab} (1,660)$  dan nilai sig (0,000)  $< 0,05$ , maka disimpulkan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Dengan kata lain, *word of mouth* menjadi faktor dominan yang memengaruhi loyalitas. Semakin positif pengalaman pasien yang dibagikan kepada orang lain, semakin kuat pula komitmen mereka untuk tetap menggunakan layanan klinik. Secara keseluruhan, hasil uji t menegaskan bahwa kedua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan *word of mouth*, sama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Namun,

pengaruh *word of mouth* jauh lebih besar dibandingkan kualitas pelayanan. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi peningkatan loyalitas tidak hanya bergantung pada mutu pelayanan yang diberikan, tetapi juga pada bagaimana pengalaman positif pasien dapat menciptakan rekomendasi yang kuat dan berkelanjutan

### c. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan *Word of mouth* terhadap Kualitas Layanan (Y)

Hipotesis ketiga penelitian ini adalah: Ada pengaruh positif secara simultan kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap loyalitas pasien di Klinik Biddokkes Polda Lampung. Pembuktiannya dilakukan dengan uji F sebagai berikut:

**Tabel 11 Hasil Uji F**

Sumber: Data diolah, 2025

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	327,831	2	163,916	38,506	0,000
Residual	412,919	97	4,257		
Total	740,750	99			

Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 38,506 dengan tingkat signifikansi (Sig.) = 0,000. Karena nilai  $F_{hit} (38,50) > F_{tab} (3,15)$  dan nilai sig (0,000)  $< 0,05$ , maka model regresi yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien di Klinik Biddokkes Polda Lampung. Hasil ini menegaskan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini berarti peningkatan kualitas pelayanan yang konsisten, disertai dengan terbentuknya *word of mouth* yang positif, akan secara simultan memperkuat loyalitas pasien terhadap klinik.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Klinik Biddokkes Polda Lampung berada pada kategori **cukup baik** dengan rata-rata skor 67%. Secara statistik, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, yang ditunjukkan oleh nilai thitung lebih besar dari ttabel dan nilai signifikansi di bawah 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan loyalitas pasien, baik dalam bentuk penggunaan ulang layanan maupun keterikatan terhadap klinik.

Temuan ini sejalan dengan teori SERVQUAL yang menekankan bahwa dimensi kualitas pelayanan—khususnya daya tanggap, empati, dan jaminan—berperan penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kelemahan

pada aspek responsiveness dan empati menunjukkan bahwa pelayanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pasien, sehingga berdampak pada loyalitas. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Werdani (2020), Ashari (2020), dan Aliyah (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan kesehatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan fondasi penting dalam membangun loyalitas, meskipun masih memerlukan perbaikan strategis pada aspek interpersonal dan fasilitas pendukung.

### **Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Loyalitas Pasien**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* di Klinik Biddokkes Polda Lampung berada pada kategori **baik** dengan rata-rata skor 71% dan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Secara statistik, pengaruh *word of mouth* terhadap loyalitas terbukti lebih kuat dibandingkan kualitas pelayanan, ditunjukkan oleh nilai *t*-hitung yang jauh lebih besar dan signifikansi 0,000. Hal ini menegaskan bahwa pengalaman pasien yang dibagikan kepada orang lain berperan besar dalam memperkuat komitmen pasien untuk tetap menggunakan layanan klinik.

Temuan ini sejalan dengan teori Arndt (1967) yang menyatakan bahwa *word of mouth* merupakan komunikasi informal yang sangat memengaruhi perilaku konsumen, terutama pada sektor jasa kesehatan yang mengandalkan kepercayaan. Oliver (2015) juga menegaskan bahwa loyalitas tidak hanya terbentuk dari kepuasan rasional, tetapi juga dari ikatan emosional dan pengaruh sosial. Penelitian terdahulu oleh Alam dan Wati (2022), Werdani (2020), serta Aliyah (2024) mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa *word of mouth* positif mampu meningkatkan niat kunjungan ulang dan loyalitas pasien. Dengan demikian, *word of mouth* menjadi instrumen strategis dalam membangun loyalitas jangka panjang.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* terhadap Loyalitas Pasien**

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien di Klinik Biddokkes Polda Lampung. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 44,3% variasi loyalitas pasien, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menandakan bahwa loyalitas pasien tidak terbentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan melalui kombinasi mutu pelayanan dan komunikasi sosial antar pasien.

Secara teoritis, hasil ini menguatkan pandangan Kotler dan Keller (2021) bahwa loyalitas pelanggan dalam industri jasa dipengaruhi oleh kualitas layanan dan interaksi sosial. Model SERVQUAL menekankan pentingnya kualitas pelayanan sebagai sumber kepuasan, sementara teori *word of mouth* menegaskan perannya dalam membentuk citra dan kepercayaan. Penelitian terdahulu oleh Utami dkk. (2020), Ardian (2021), Lenahatu dkk. (2025), Nashriati (2025), serta Cronin dan

Taylor (2018) juga konsisten menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mendorong *word of mouth* positif yang pada akhirnya memperkuat loyalitas.

Berdasarkan temuan penelitian, *word of mouth* memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap loyalitas pasien dibandingkan kualitas pelayanan, namun kualitas pelayanan tetap menjadi fondasi utama yang melahirkan kepuasan dan memicu *word of mouth* positif. Oleh karena itu, peningkatan loyalitas pasien perlu dilakukan secara terpadu melalui peningkatan mutu pelayanan yang konsisten, penguatan komunikasi interpersonal tenaga kesehatan, serta strategi yang mendorong pasien untuk berbagi pengalaman positif. Dengan pendekatan tersebut, loyalitas pasien dapat dibangun secara berkelanjutan dan memperkuat citra Klinik Biddokkes Polda Lampung sebagai penyedia layanan kesehatan yang terpercaya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Hal ini ditunjukkan nilai  $t_{hit} (2,237) > t_{tab} (1,660)$  dan nilai sig  $(0,028) < 0,05$ . Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan tenaga kesehatan, semakin tinggi pula loyalitas pasien terhadap Klinik Biddokkes Polda Lampung. Dengan demikian, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien dapat diterima.
2. Variabel *word of mouth* memiliki pengaruh yang lebih besar dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Hasil uji menunjukkan nilai  $t_{hit} (6,997) > t_{tab} (1,660)$  dan nilai sig  $(0,000) < 0,05$ . Hal ini menegaskan bahwa semakin positif pengalaman pasien yang dibagikan kepada orang lain, semakin kuat komitmen mereka untuk tetap menggunakan layanan klinik. *Word of mouth* terbukti menjadi faktor dominan dalam membentuk loyalitas pasien.
3. Variabel kualitas pelayanan dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien, dengan nilai  $F_{hit} (38,50) > F_{tab} (3,15)$  dan nilai sig  $(0,000) < 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis ketiga diterima. Kontribusi kedua variabel terhadap loyalitas tercermin dari nilai R Square sebesar 0,443, yang menunjukkan bahwa 44,3% variasi loyalitas pasien dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan *word of mouth*, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alam, Iskandar Ali., & Wati, R. M. (2022). Pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap loyalitas. *Sibatik Journal*, 1(3), 45–56.
- Aliyah, N. (2024). Kualitas pelayanan kesehatan dalam perspektif manajemen modern. Yogyakarta: Deepublish.
- Anggraini, D. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 9(1), 45–56.

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Vol 8 No 3 (2026) 2010 – 2029 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i3.11465

- Ardian, A. (2021). Kualitas pelayanan keperawatan dan loyalitas pasien: Kajian literatur. *Jurnal Ilmu Keperawatan*, 9(1), 33–44.
- Arman, R., Pratama, D., & Yusuf, H. (2023). Word of mouth dan kepuasan pasien terhadap loyalitas. *Jurnal Administrasi Kesehatan*, 10(3), 55–66.
- Arndt, J. (1967). Role of product-related conversations in the diffusion of a new product. *Journal of Marketing Research*, 4(3), 291–295.
- Ashari, M. (2020). *Manajemen klinik kesehatan: Strategi pelayanan prima*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Basuki, A. (2020). Komunikasi interpersonal dalam pemasaran jasa. Surabaya: Airlangga University Press.
- Cahyono, A. (2020). *Word of mouth* dalam pemasaran jasa. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 87–98.
- Chidir, M. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa Kesehatan*. Pustaka Mitra Jaya.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (2018). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2022). *Pemasaran jasa: Strategi dan implementasi*. Surabaya: Zifatama Publisher.
- Halim, A., Santoso, B., & Pratama, R. (2021). Customer loyalty in healthcare services: An empirical study. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 101–115.
- Hasibuan, M. S. P. (2022). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, S., & Ramadhan, R. (2023). Kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap loyalitas pasien klinik gigi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 74–85.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh *Word of mouth* terhadap Keputusan Konsumen. Skripsi Universitas Negeri Semarang.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Pearson Education. 9(2), 55–67.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Lenahatu, Y., dkk. (2025). Pengaruh word of mouth terhadap niat kunjungan ulang pasien. *Jurnal Manajemen Kesehatan*, 13(1), 45–59.
- Maulana, R., & Fitriani, S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap word of mouth dan loyalitas pasien puskesmas. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 7(2), 98–110.
- Nashriati, R. (2025). Word of mouth dan loyalitas pasien di RS JIH Purwokerto. *Jurnal Administrasi Kesehatan*, 14(2), 88–99.
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (2nd

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Vol 8 No 3 (2026) 2010 – 2029 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i3.11465

ed.). Routledge.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.
- Priambodo, S., & Subyanto, B. (2017). *Word of mouth* sebagai strategi pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 33–45.
- Prihatma, R., & Sulaiman, A. (2020). *Prinsip-prinsip kualitas pelayanan publik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sihombing, R. (2022). Loyalitas pasien dalam perspektif manajemen pelayanan kesehatan. *Jurnal Manajemen Kesehatan*, 10(1), 55–67.
- Suwarsito, S., Nugroho, A., & Lestari, D. (2020). Loyalitas pelanggan dalam perspektif manajemen pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 77–89.
- Utami, S., Prasetyo, A., & Handayani, T. (2019). Kualitas pelayanan dan loyalitas pasien rumah sakit. *Jurnal Manajemen Kesehatan*, 7(2), 55–66.
- Werdani, R. (2020). *Kualitas layanan publik: Konsep dan implementasi*. Bandung: Alfabeta.
- World Health Organization (WHO). (2020). *Delivering quality health services: A global imperative for universal health coverage*.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (2018). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: Simon & Schuster.
- Zulkarnain, A. (2023). Model word of mouth dalam meningkatkan loyalitas pasien: Peran mediasi kepercayaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 21(3), 123–134.