

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERAWATAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PASIEN KLINIK KECANTIKAN PRATAMA KOTA BEKASI

Johana Fitriani¹, Wahono Sumaryono², Derriawan³

¹Master Program Pharmacy, Faculty of pharmacy Pancasila University- Jakarta Selatan, Indonesia, 12640

²Faculty of Pharmacy Pancasila University- Jakarta Selatan, Indonesia, 12640

³Faculty of Economy Pancasila University- Jakarta Selatan, Indonesia, 12640

*Correspondent Author : Johanaf2007@gmail.com

ABSTRACT

The results of a survey of 17,889 women in Indonesia showed that Indonesian women had known make up since they were 13-15 years old (41.9%), 36.4% of adolescents of that age had taken care in a beauty clinic. Bekasi City Health Office data shows the number of beauty clinics in Bekasi City increased from 297 to 343 clinics in 2018. Preliminary data on the number of patient visits at Beauty Clinic dr. Jo, Aesthetic Clinic and Clinic dr. Fauzyah is decreasing. This study aims to determine the effect of product quality and beauty care on satisfaction and impact on patient loyalty in three beauty clinics in Bekasi. The research method used is causal descriptive. Survey of 225 divided proportionally, then analyzed SEM using Lisrell 8.0. The results of the data show that Product Quality has a significant effect on Patient Satisfaction (t observation 4.357 > $H01$ 1.96) but does not significantly influence Loyalty (t observation 0.684 < $H03$ 1.96). Quality of Care Services significantly influence Patient Satisfaction (t observation 2,071 > $H02$ 1.96) but no significant effect on Patient Loyalty (t observation -0.439 < $H04$ 1.96). Patient satisfaction has a significant direct effect on patient loyalty (t observation 4.095 > $H05$ 1.96). From this data it was concluded that to gain patient loyalty, these three beauty clinics must provide patient satisfaction by improving product quality and the quality of treatment.

Keywords : Quality beauty products, Quality of beauty care, Patient satisfaction, Patient loyalty, Beauty Clinic.

ABSTRAK

Hasil survey 17.889 perempuan di Indonesia menunjukkan perempuan Indonesia mengenal make up sejak berumur 13-15 tahun (41,9%), 36,4% remaja usia tersebut telah melakukan perawatan di klinik kecantikan. Data Dinkes Kota Bekasi menunjukkan jumlah klinik kecantikan di Kota Bekasi meningkat dari 297 menjadi 343 klinik pada tahun 2018. Data awal jumlah kunjungan pasien di Klinik Kecantikan dr. Jo, Klinik Estetika dan Klinik dr. Fauzyah menurun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Perawatan Kecantikan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pasien di tiga Klinik Kecantikan Kota Bekasi. Metode penelitian yang dipakai deskriptif kausal. Survey kepada 225 yang dibagi secara proporsional, kemudian dianalisis SEM menggunakan Lisrell 8.0. Hasil Data menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien (t observasi 4,357 > $H01$ 1,96) tapi tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (t observasi 0,684 < $H03$ 1,96). Kualitas Pelayanan Perawatan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pasien (t observasi 2,071 > $H02$ 1,96) tapi tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien (t observasi -0,439 < $H04$ 1,96). Kepuasan Pasien berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas pasien (t observasi 4,095 > $H05$ 1,96). Dari data ini disimpulkan bahwa untuk mendapatkan loyalitas pasien tiga klinik kecantikan ini harus memberikan kepuasan pasien dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas perawatannya.

Kata kunci : Kualitas produk Kecantikan; Kualitas Perawatan Kecantikan; Kepuasan Pasien; Loyalitas Pasien; Klinik kecantikan

LATAR BELAKANG

Gerai kecantikan dan kesehatan juga mengalami pertumbuhan sekitar 15% hingga 20% dalam setahun pada tahun 2018. Pertumbuhan ini selaras dengan perkembangan pasar retail. Konsumen lebih menyukai gerai yang menjual produk khusus dibandingkan yang beragam.⁽¹⁾ Potensi pasar domestik ini dikarenakan meningkatnya jumlah populasi penduduk usia muda atau generasi millennial.⁽²⁾

Dinas Kesehatan Kota Bekasi memberikan data bahwa jumlah klinik kecantikan pratama sejumlah 297 klinik pada tahun 2017 menjadi 343 klinik pada tahun 2018. Dalam lingkungan yang kompetitif pasien akan menuntut pelayanan yang terus meningkat. Pertumbuhan pendapatan (revenue growth) dari penjualan produk dan jasa sangatlah tergantung dari kemampuan menarik pasien baru, menjaga pasien lama yang sudah ada, dan merubah pelanggan potensial menjadi pelanggan loyal.⁽³⁾ Untuk menciptakan loyalitas pasien, klinik kecantikan akan berusaha mengenali faktor-faktor yang membentuk kepuasan dan melakukan perubahan dalam kinerja karyawan klinik.⁽⁴⁾ Pelayanan yang baik dan berkualitas dengan sendirinya akan mendatangkan kepuasan pasien dan sekaligus akan memberikan keuntungan. Dalam melakukan aktivitasnya, klinik tidak boleh lepas dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kedua hal tersebut meningkatkan kesadaran dan tuntutan masyarakat terhadap pelayanan jasa kesehatan yang semakin baik.⁽⁵⁾

Data kunjungan pasien yang konsultasi dengan dokter di Klinik Kecantikan dr Jo pada tahun 2016 dan 2017 menunjukkan trend meningkat, tapi mulai Februari 2018 trend

menurun. Terburuk pada Juni 2018 yaitu sebanyak 2305. Klinik Estetika Bekasi mempunyai jumlah kunjungan pasien ke dokter menurun dari kunjungan pasien dari 1248 per bulan pada tahun 2017 menjadi 1125 per bulan pada tahun 2018. Jumlah Kunjungan Pasien Klinik dr Fauzyah Bekasi Timur sebanyak 936 perbulan pada tahun 2017 menjadi 854 pasien per bulan. Adanya kenyataan jumlah kunjungan pasien yang menurun pada 3 Klinik Kecantikan tersebut terjadi di saat kebutuhan masyarakat akan kosmetik meningkat dan pertumbuhan gerai kecantikan dan kesehatan meningkat termasuk di Kota Bekasi. Peneliti merumuskan masalah bahwa terjadinya penurunan kunjungan pasien ini kemungkinan dikarenakan loyalitas pasien masih kurang. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, pengalaman pelanggan dan resiko yang terjadi jika berpindah ke tempat lain. Penelitian bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas produk kecantikan terhadap kepuasan, pengaruh kualitas produk kecantikan terhadap loyalitas pasien, pengaruh kualitas perawatan kecantikan terhadap kepuasan pasien, pengaruh kualitas perawatan kecantikan terhadap loyalitas, pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien pada tiga Klinik Kecantikan dr Jo, Klinik Estetika, dan Klinik dr Fauzyah. Penelitian ini dapat memperkaya teori strategi bisnis dalam dunia usaha kesehatan pada umumnya dan klinik kecantikan pada khususnya.

METODE

Penelitian menggunakan metode deskriptif kausal dengan cara survey yaitu menggunakan kuesioner. Penelitian ini mempunyai 4 variabel yang mempunyai hubungan sebab akibat.

Penelitian ini menganalisa pengaruh variabel eksogen (X) yang terdiri dari 2 variabel yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2), variable perantara (Y) berupa kepuasan pasien dan loyalitas pasien sebagai variabel endogen (Z) di Klinik Kecantikan Pratama di Kota Bekasi. Dari variabel tersebut disusun definisi operasional variabel untuk menyusun pertanyaan kuesioner menggunakan skala interval. Kuesioner ini dinyatakan valid dan reliabel setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

Penelitian ini mengambil data kualitatif dengan wawancara dan observasi selama dilakukan penelitian, sedangkan data kuantitatif didapat dari kuesioner yang dibagi ke 3 Klinik Kecantikan Kota bekasi dari Bulan April sampai Juni 2019 dengan jumlah sampel Klinik dr Jo di Bekasi Barat 132 pasien, 53 pasien Klinik Estetika di Bekasi Selatan, 40 Klinik dr Fauzyah di Bekasi Selatan dengan total jumlah pasien 225 pasien.

Metode yang dipakai Kuantitatif. Metode yang dilakukan untuk menguji hipotesis menggunakan alat uji statistic, yaitu SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan *software LISREL 9*. SEM adalah suatu tehnik modeling statistik yang sangat *cross sectional*, linier dan umum. Hubungan sebab akibat dalam SEM mempunyai makna adanya dependensi antara 2 variabel atau lebih, dimana seorang peneliti membuat spesifikasi bahwa satu variabel atau lebih menyebabkan keluaran yang diwakili setidaknya satu variabel yang lain. Model sebab akibat dapat mencakup variabel manifes atau indikator dan variabel laten, maupun keduanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

| Karakteristik Responden | Hasil | |
|----------------------------|-------|------|
| | P (%) | L(%) |
| Jenis kelamin | | |
| | 90 | 10 |
| Usia | | |
| ≤ 17 tahun | 4.3 | 0 |
| 18 - 40 tahun | 57.3 | 6.3 |
| 41 - 65 tahun | 27.3 | 1.0 |
| ≥ 64 tahun | 2.7 | 1.0 |
| Tempat Tinggal | | |
| Jakarta Pusat | 45 | 23 |
| Jakarta Timur | 42 | 22 |
| Jakarta Utara | 36 | 19 |
| Jakarta Selatan | 37 | 19 |
| Jakarta Barat | 33 | 17 |
| Pendidikan | | |
| Tamat SD | 2.0 | 1.0 |
| Tamat SMP/MTs | 3.7 | 0 |
| Tamat SLTA / MAN | 53.0 | 5.3 |
| PT / Akademi | 31.3 | 3.7 |
| Pekerjaan | | |
| IRT | 35.0 | 0 |
| Pelajar/Mahasiswa | 11.0 | 1.3 |
| PNS/TNI/POLRI | 2.7 | 0 |
| Pegawai Swasta | 3.7 | 3.7 |
| Wiraswasta | 5.0 | 21.6 |
| Pekerjaan | | |
| < = 1 Juta | 36.0 | 1.0 |
| 1 – 3.9 Juta | 19.0 | 0.7 |
| > 4 Juta | 35.0 | 8.3 |
| Frekuensi Kunjungan | | |
| 1 x /Bulan | 68.3 | 7.7 |
| > 1x / Bulan | 21.7 | 2.3 |

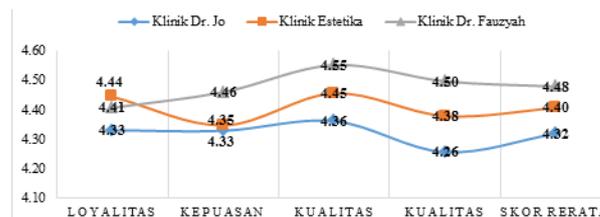
Tabel 2. Persepsi Responden

| Persepsi Responden Terhadap | % |
|-----------------------------|------|
| Kualitas Produk | |
| Sangat Bagus | 59.6 |
| Kurang Bagus | |
| Bagus | |
| Kepuasan Pasien | |
| Sangat Baik | |
| Tidak Baik | |
| Kurang Baik | 1.3 |
| Baik | 53.3 |
| Loyalitas Pasien | |
| Sangat Loyal | 50.2 |
| Tidak Loyal | 0.4 |
| Kurang Loyal | 0.9 |
| Loyal | 48.4 |

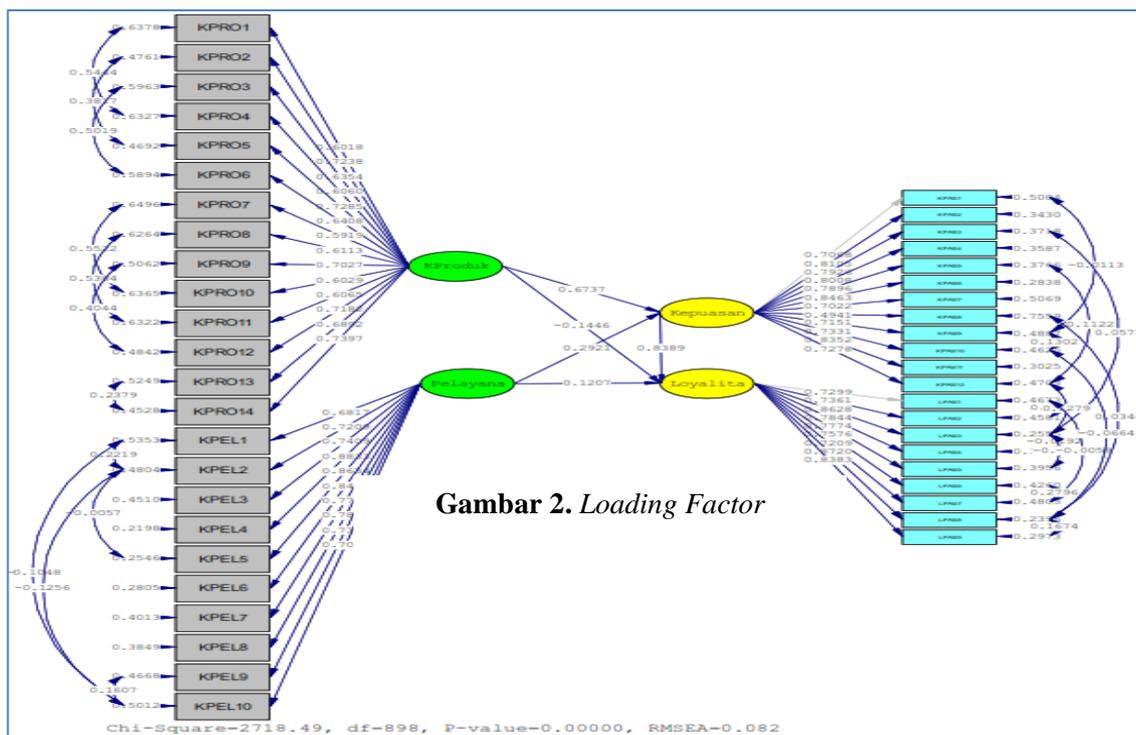
Kepuasan Pasien Klinik Kecantikan sangat puas 51,1%, puas 48,4%, dan tidak puas 0,4% dari 225 responden. Dari gambar IV.12. Rata-rata nilai Mean Kepuasan Pasien Ketiga Klinik tertinggi pada seluruh pertanyaan yaitu Klinik dr Fauzyah diikuti Klinik Estetika 6 pertanyaan dan dr jo 6 pertanyaan.

Dari Hasil rekapitulasi Kuesioner, Loyalitas pasien Klinik Kecantikan sangat loyal 50,2%, loyal 48,4%, kurang loyal 0,9%, dan tidak loyal 0,4%. Jika dibandingkan ketiga klinik, ada 6 pertanyaan yang meannya lebih tinggi dari pada klinik lain, hal ini menunjukkan pasien di Klinik Estetika lebih loyal daripada klinik lain, dikuti dr Fauzyah baru dr Jo.

Gambar 1. Perbandingan Loyalitas Pasien Klinik Kecantikan



1.3
39.1 Data Kuantitatif penelitian dari hasil pengisian kuesioner yang telah divalidasi dan reliabel dianalisa secara statistik secara SEM dengan Lisrell 8,80 didapatkan hasil *Loading factor* nya sebagai berikut :

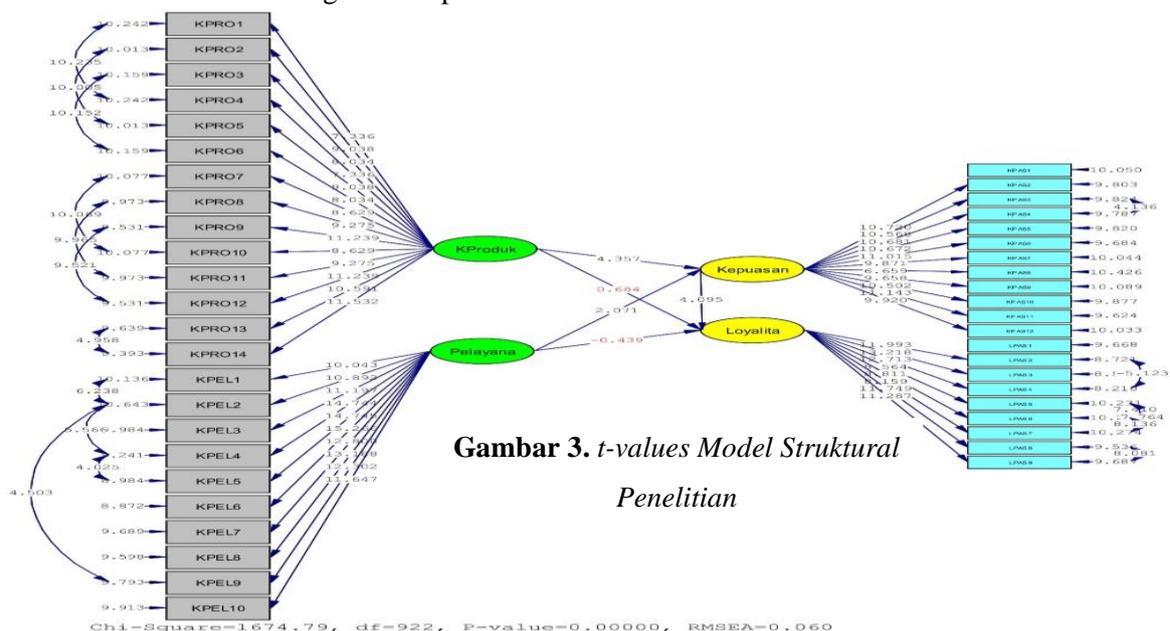


Gambar 2. Loading Factor

Berdasarkan hasil output goodness of fit statistic dari software LISRELL 8,80 pada tabel 4.1 diketahui bahwa dari 9 uji untuk menentukan goodness of fit didapati 6 uji untuk menentukan good fit. Dengan demikian model penelitian termasuk kategori good fit.

nilai t yang diperoleh minimal sebesar 1.96 untuk taraf $\alpha = 5\%$.

Hasil uji signifikansi indikator, parameter Gamma atau Beta dikatakan signifikan apabila



Gambar 3. t-values Model Struktural Penelitian

Berdasarkan Gambar III.8 di atas, dapat dibuat ringkasan hasil uji signifikansi sebagaimana Tabel 3, berikut:

Tabel 3. Ringkasan Hasil Uji Signifikansi

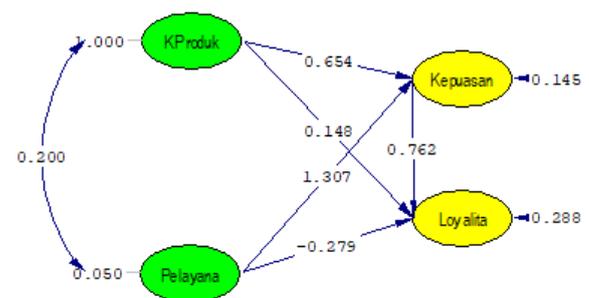
| No | Pengaruh Antar Variabel | t-observasi | t-tabel | Keterangan |
|----|---|-------------|---------|--|
| 1 | Kualitas Produk → Kepuasan Pasien | 4,357 | 1,96 | Berpengaruh Signifikan (4,357 > 1,96) |
| 2 | Kualitas Layanan Perawatan → Kepuasan Pasien | 2,071 | 1,96 | Berpengaruh Signifikan (2,071 > 1,96) |
| 3 | Kualitas Produk → Loyalitas Pasien | 0,684 | 1,96 | Tidak Berpengaruh Signifikan (0,684 < 1,96) |
| 4 | Kualitas Layanan Perawatan → Loyalitas Pasien | -0,439 | 1,96 | Tidak Berpengaruh Signifikan (-0,439 < 1,96) |
| 5 | Kepuasan Pasien → Loyalitas Pasien | 4,095 | 1,96 | Berpengaruh Signifikan (4,095 > 1,96) |

Berdasarkan Gambar III.8. dan Tabel III. di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien yang dibuktikan dengan nilai t-observasi lebih besar dari t-tabel (4,357 > 1,96).
- Kualitas Layanan Perawatan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien yang dibuktikan dengan nilai t-observasi lebih besar dari t-tabel (2,071 > 1,96).
- Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien yang dibuktikan dengan nilai t-observasi lebih kecil dari t-tabel (0,684 < 1,96).
- Kualitas Layanan Perawatan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien yang dibuktikan dengan nilai t-observasi lebih kecil dari t-tabel (-0,439 < 1,96).
- Kepuasan Pasien berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien yang dibuktikan dengan nilai t-observasi lebih besar dari t-tabel (4,095 > 1,96).

✓ **Uji Keseluruhan Structural Model**

Model struktural yang dikembangkan dalam penelitian ini terdiri dari dua sub struktural, yaitu model Kepuasan Pasien dan model Loyalitas Pasien. Untuk menilai kebaikan dari keseluruhan model structural dengan nilai *Squared Multiple Correlation* (R^2). Semakin besar nilai tersebut semakin baik model yang dihasilkan.



Gambar 4. Struktural Model Jalur Variabel Laten (*estimates*)

Berdasarkan Gambar 4, dapat diringkaskan dalam bentuk tabel dalam Tabel 4, sebagai berikut :

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Keseluruhan Model Struktural

| No | Model | Nilai R ² | Persamaan |
|----|------------------------|----------------------|---|
| 1 | Model Kepuasan Pasien | 0,855 | Kepuasan Pasien = 0,654*Kualita s Produk + 1,307*Kualita s Layanan Perawatan, Errorvar. = 0,145 |
| 2 | Model Loyalitas Pasien | 0,712 | Loyalitas Pasien = 0,762*Kepuas an Pasien + 0,148*Kualita s Produk - 0,279*Kualita s Layanan Perawatan, Errorvar. = 0,289 |

Sumber : data primer, diolah dengan LISREL versi 8.80.

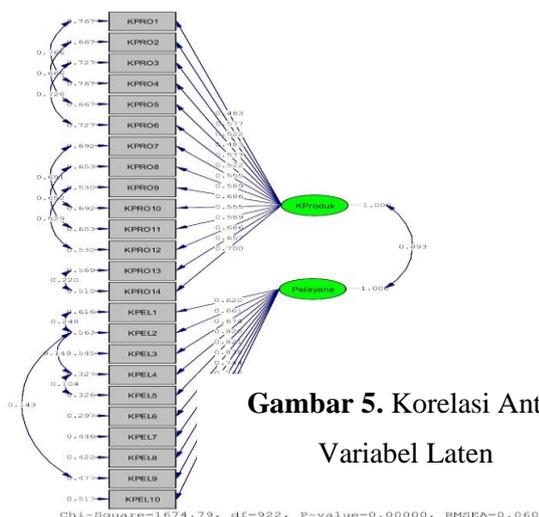
Persamaan yang diperoleh dari model Kepuasan Pasien = 0,654*Kualitas Produk+

1,307*Kualitas Layanan Perawatan, $R^2 = 0,855$. Koefisien determinasi sebesar 0,855 mengindikasikan bahwa variasi Kepuasan Pasien mampu dijelaskan oleh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Perawatan 85,5%. Sedangkan persamaan model Loyalitas Pasien = $0,762*$ Kepuasan Pasien + $0,148*$ Kualitas Produk - $0,279*$ Kualitas Layanan Perawatan, $R^2 = 0,712$. Koefisien determinasi sebesar 0,712 mengindikasikan bahwa variasi Loyalitas Pasien mampu dijelaskan oleh Kepuasan Pasien, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Perawatan sebesar 71,2%.

✓ Pengujian Hipotesis

Untuk menjawab tujuan penelitian, analisis yang dilakukan adalah: (1) analisis korelasi, untuk melihat hubungan Kualitas Layanan dengan Kualitas Layanan Perawatan; dan (2) model struktural, untuk menguji pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Perawatan secara langsung maupun tidak langsung terhadap Loyalitas Pasien, dan Kepuasan Pasien secara langsung terhadap Loyalitas Pasien.

✓ Analisis Korelasi



Gambar 5. Korelasi Antar Variabel Laten

Untuk menguji korelasi antara Kualitas Produk dengan Kualitas Layanan Perawatan digunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

Ho: $\Phi_{21} = 0$: Tidak terdapat hubungan antara Kualitas Produk dengan Kualitas Layanan Perawatan.

Ho: $\Phi_{21} \neq 0$: Terdapat hubungan antara Kualitas Produk dengan Kualitas Layanan Perawatan.

Uji korelasi dapat dilihat koefisien korelasi antara Kualitas Produk dengan Kualitas Layanan Perawatan sebesar 0,893, sehingga dapat dinyatakan bahwa hubungan sangat kuat antara Kualitas Produk dengan Kualitas Layanan Perawatan.

a. Model Struktural

Model struktural yang dikembangkan dalam penelitian ini terdiri dari dua sub struktural, yaitu model Kepuasan Pasien dan model Loyalitas Pasien.

Hipotesis statistik untuk pengujian model Kepuasan Pasien dirumuskan sebagai berikut:

1. H01: $Y_{11} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh positif variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pasien)
2. Ha1: $Y_{11} \neq 0$ (Terdapat pengaruh positif variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pasien)
3. H02: $Y_{21} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh positif variabel Kualitas Layanan Perawatan terhadap Kepuasan Pasien)
4. Ha2: $Y_{21} \neq 0$ (Terdapat pengaruh positif variabel Kualitas Layanan Perawatan terhadap Kepuasan Pasien)

Hasil analisis SEM memberikan estimasi koefisien jalur pada masing-masing model adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Ringkasan Hasil Uji Model Kepuasan Pasien

| No | Nama Variabel Eksogen | Variabel Laten | Pengaruh Langsung | Keputusan |
|----|----------------------------|-----------------|-------------------|-------------|
| 1 | Kualitas Produk | Koefisien Jalur | 0,654 | Berpengaruh |
| | | t-observasi | 4,357 | |
| 2 | Kualitas Layanan Perawatan | Koefisien Jalur | 1,307 | Berpengaruh |
| | | t-observasi | 2,071 | |

Sumber : data primer, diolah dengan LISREL versi 8.80.

Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pasien berdasarkan hasil pengujian secara langsung memiliki nilai t-observasi sebesar 4,357. Nilai ini memenuhi syarat untuk menolak H_{01} karena lebih besar dari 1,96. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien ($64,357 > 1,96$). Melalui estimasi pengaruh langsung (*direct effect*) diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,654, yang berarti bahwa pengaruh langsung Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pasien sebesar 0,654 poin.

Kualitas Layanan Perawatan terhadap Kepuasan Pasien berdasarkan hasil pengujian secara langsung memiliki nilai t-observasi sebesar 2,071. Nilai ini memenuhi syarat untuk menolak H_{02} karena lebih besar dari 1,96.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan Perawatan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien ($2,071 > 1,96$). Melalui estimasi pengaruh langsung (*direct effect*) diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 1,307, yang berarti bahwa pengaruh langsung Kualitas Layanan Perawatan terhadap Kepuasan Pasien sebesar 1,307 poin. Hipotesis statistik untuk pengujian model Loyaltas Pasien dirumuskan sebagai berikut:

1. $H_{03}: \gamma_{12} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh positif variabel Kualitas Produk terhadap Loyaltas Pasien)
2. $H_{a3}: \gamma_{12} \neq 0$ (Terdapat pengaruh positif variabel Kualitas Produk terhadap Loyaltas Pasien)
3. $H_{04}: \gamma_{22} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh positif variabel Kualitas Layanan Perawatan terhadap Loyaltas Pasien)
4. $H_{a4}: \gamma_{22} \neq 0$ (Terdapat pengaruh positif variabel Kualitas Layanan Perawatan terhadap Loyaltas Pasien)
5. $H_{05}: \beta_{21} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh positif variabel Kepuasan Pasien terhadap Loyaltas Pasien)
6. $H_{a5}: \beta_{21} \neq 0$ (Terdapat pengaruh positif variabel Kepuasan Pasien terhadap Loyaltas Pasien)

Tabel 6. Ringkasan Hasil Uji Model Loyaltas Pasien

| No | Nama Variabel Eksogen | Variabel Laten | Pengaruh Langsung | Pengaruh Tak Langsung | Pengaruh Total | Keputusan |
|----|-----------------------|-----------------|-------------------|-----------------------|----------------|-----------|
| 1 | Kualitas Produk | Koefisien Jalur | 0,148 | 0,498 | 0,646 | |

| No | Nama Variabel Eksogen | Nama Variabel Laten | Pengaruh Langsung | Pengaruh Tak Langsung | Pengaruh Total | Keputusan |
|----|----------------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|----------------|-------------------|
| | | t-observasi | -2,716 | 3,204 | 0,488 | Tidak Berpengaruh |
| 2 | Kualitas Layanan Perawatan | Koefisien Jalur | -0,279 | 0,996 | 0,716 | |
| | | t-observasi | -0,930 | 1,839 | 0,908 | Tidak Berpengaruh |
| 3 | Kepuasan Pasien | Koefisien Jalur | 0,762 | - | 0,762 | |
| | | t-observasi | 40,955 | - | 40,955 | Berpengaruh |

Sumber : data primer, diolah dengan LISREL versi 8.80.

Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pasien berdasarkan hasil pengujian secara langsung memiliki nilai t-observasi sebesar -2,716. Nilai ini menunjukkan bahwa secara langsung Kualitas Produk berpengaruh negatif terhadap Loyalitas Pasien (-2,716 > 1,96). Secara tak langsung Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien (3,204 > 1,96). Namun secara total memiliki nilai t-observasi sebesar 0,488. Nilai ini memenuhi syarat untuk menerima H03 karena lebih kecil dari 1,96 (0,488 < 1,96). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk melalui Kepuasan Pasien tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien.

Kualitas Layanan Perawatan terhadap Loyalitas Pasien berdasarkan hasil pengujian secara langsung memiliki nilai t-observasi sebesar -0,930. Nilai ini menunjukkan bahwa secara langsung Kualitas Layanan Perawatan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien (-0,930 < 1,96). Secara tak langsung Kualitas Layanan Perawatan juga tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien (1,84 < 1,96). Secara total memiliki nilai t-observasi sebesar 0,908. Nilai ini memenuhi syarat untuk menerima H03 karena lebih kecil

dari 1,96 (0,908 < 1,96). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan Perawatan melalui Kepuasan Pasien tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien.

Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien berdasarkan hasil pengujian secara langsung memiliki nilai t-observasi sebesar 40,955. Nilai ini memenuhi syarat untuk menolak H05 karena lebih besar dari 1,96. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pasien terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien (40,955 > 1,96). Melalui estimasi pengaruh langsung (direct effect) diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,762, yang berarti bahwa pengaruh langsung Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien sebesar 0,762 poin.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa untuk mendapatkan pasien yang loyal, klinik kecantikan Kota Bekasi harus mendapatkan kepuasan pasien yang bisa dibentuk dengan meningkatkan kualitas produk dengan cara selektif terhadap produk yang dipilih untuk pasien serta menjaga kualitasnya saat penyimpanan di klinik. Klinik harus meningkatkan kemampuan petugas layanan perawatan, menjaga kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu untuk mendapatkan kepuasan pasien. Kontrol terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan perawatan secara rutin kepada pasien yang telah berkunjung harus terus dilakukan terlebih saat kunjungan pasien banyak, karena jumlah kunjungan banyak tidak menjamin kepuasan dan loyalitas pasien. Jika bisa dilakukan dengan baik maka klinik kecantikan di Kota

Bekasi dapat bersaing dan meningkat jumlah kunjungan pasiennya sama dengan perkembangan Industri Kosmetik Nasional.

188621-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-kualitas-pe.pdf.

DAFTAR PUSTAKA

1. Nurfadilah PS. Industri Kecantikan di Indonesia Tumbuh Pesat Hingga 16 Persen di Kompas.com. Diambil dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/20/140853326/industri-kecantikan-di-indonesia-tumbuh-pesat-hingga-16-persen>.
2. Apriliani I dan Edwar M. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Klinik Kecantikan Rumah Cantik Alamanda Krian. Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Diambil dari <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/8150/8354>.
3. Fitri A , Najmah , Ainy A. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pasien Di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Khusus Mata Provinsi Sumatera Selatan. Dalam Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat Volume 7. 01 Maret 2016. Diambil dr <https://media.neliti.com/media/publications/58002-ID-correlation-between-service-quality-and.pdf>.
4. Gunawan K. Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien (Studi pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja–Bali). Fakultas Ekonomi Universitas Panji Sakti Singaraja. http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_240551878196.pdf
5. Lestari NP dan Hermani A. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Al Zena Skincare Pati Cabang Winong). Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro. Semarang. Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/>