

## **ARTIKEL JURNAL**

**PENGARUH MUTU PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP MINAT  
KUNJUNGAN ULANG YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PASIEN  
(Studi Pada Pasien di Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung)**



Oleh:  
**AMELINDA NURAMALINA**  
**NPM. 228020115**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN  
BANDUNG  
2026**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Mutu Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pasien serta implikasinya terhadap Minat Kunjungan Ulang pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif terhadap 100 pasien sebagai responden. Analisis data dilakukan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk menguji pengaruh parsial, simultan, serta peran mediasi kepuasan pasien dalam model penelitian. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mutu pelayanan berada pada kategori cukup baik, harga dinilai cukup terjangkau, kepuasan pasien termasuk cukup puas, dan minat kunjungan ulang berada pada kategori cukup berminat. Aspek yang relatif rendah ditemukan pada dimensi *assurance*, kejelasan informasi biaya, serta kesediaan merekomendasikan klinik. Hasil analisis verifikatif menunjukkan bahwa mutu pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, baik secara parsial maupun simultan, dengan mutu pelayanan sebagai variabel paling dominan. Kepuasan pasien juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang serta berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara mutu pelayanan dan harga terhadap minat kunjungan ulang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan minat kunjungan ulang pasien dapat dicapai melalui penguatan kualitas pelayanan, transparansi dan kewajaran harga, serta pengelolaan pengalaman pasien secara konsisten guna membangun kepuasan dan loyalitas yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** mutu pelayanan, harga, kepuasan pasien, minat kunjungan ulang.

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of Service Quality and Price on Patient Satisfaction and its implications for Revisit Intention at Klinik Utama Cahaya Qalbu, Bandung Regency. The research employed a quantitative approach using descriptive and verificative methods with 100 patients as respondents. Data were analyzed using path analysis to examine partial and simultaneous effects, as well as the mediating role of patient satisfaction within the research model. The descriptive results indicate that service quality is categorized as fairly good, price is perceived as fairly affordable, patient satisfaction is categorized as fairly satisfied, and revisit intention is considered moderately high. Relatively lower scores were found in the dimensions of assurance, clarity of cost information, and willingness to recommend the clinic. The verificative analysis reveals that service quality and price have a positive and significant effect on patient satisfaction, both partially and simultaneously, with service quality identified as the most dominant variable. Patient satisfaction also has a positive and significant effect on revisit intention and functions as a mediating variable in the relationship between service quality, price, and revisit intention. The study concludes that improving patients' revisit intention can be achieved through strengthening service quality, ensuring price transparency and fairness, and consistently managing patient experiences to build sustainable satisfaction and loyalty.*

**Keywords:** service quality, price, patient satisfaction, revisit intention.

## RINGKESAN

Panalungtikan ieu miboga tujuan pikeun nganalisis pangaruh Mutu Palayanan jeung Harga kana Kapuasan Pasén sarta implikasina kana Minat Kunjungan Ulang di Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung. Méthode anu dipaké nyaéta pendekatan kuantitatif kalayan cara deskriptif jeung verifikatif ka 100 pasén salaku résponden. Analisis data dilakukeun ngagunakeun analisis jalur (path analysis) pikeun nguji pangaruh sacara parsial, simultan, jeung peran mediasi kapuasan pasén dina modél panalungtikan. Hasil analisis deskriptif nunjukkeun yén mutu palayanan kaasup kana kategori cukup hadé, harga dinilai cukup kahontal, kapuasan pasén kaasup cukup puas, sarta minat kunjungan ulang aya dina kategori cukup berminat. Aspék anu nilaina rada handap kapanggih dina diménsi assurance, kajelasan informasi waragad, jeung kasadiaan pikeun nyarankeun klinik ka batur. Hasil analisis verifikatif nunjukkeun yén mutu palayanan jeung harga boga pangaruh positip jeung signifikan kana kapuasan pasén, boh sacara parsial boh simultan, kalayan mutu palayanan salaku variabel anu pang dominanna. Kapuasan pasén ogé kabuktian boga pangaruh positip jeung signifikan kana minat kunjungan ulang sarta miboga peran salaku variabel mediasi dina hubungan antara mutu palayanan, harga, jeung minat kunjungan ulang. Panalungtikan ieu nyimpulkeun yén ningkatkeun minat kunjungan ulang pasén bisa dihontal ku nguatkeun kualitas palayanan, ngajaga transparansi jeung kaadilan harga, sarta ngatur pangalaman pasén sacara konsisten pikeun ngawangun kapuasan jeung kasatiaan anu lestari.

**Kecap Konci:** mutu pelayanan, harga, kepuasan pasien, minat kunjungan ulang.

### 1. PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi dan komunikasi mendorong peningkatan perhatian terhadap sektor kesehatan sebagai faktor strategis dalam mendukung produktivitas dan daya saing suatu negara. Hal ini tercermin dalam agenda KTT ASEAN 2023 yang menempatkan ketahanan kesehatan sebagai prioritas kawasan serta kebijakan transformasi sistem kesehatan Indonesia yang berfokus pada penguatan layanan primer dan peningkatan mutu pelayanan (GoodStats, 2024; Kementerian Kesehatan RI, 2024). Namun, kualitas layanan kesehatan nasional masih menghadapi tantangan, tercermin dari posisi Indonesia pada peringkat ke-39 dalam Global Health Care Index 2023 dengan skor 42,99, yang masih tertinggal dibandingkan dengan negara lain seperti Singapura dan Korea Selatan (CEOWORLD Magazine, 2024). Meskipun Indonesia memiliki keunggulan relatif pada aspek infrastruktur dan tenaga medis, kelemahan pada biaya layanan, akses, dan kesiapan sistem menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan harus mencakup pengalaman pasien secara menyeluruh (Gunawan, 2024). Kondisi ini menegaskan pentingnya peran fasilitas kesehatan, termasuk klinik swasta, dalam meningkatkan mutu pelayanan dan kepuasan pasien sebagai upaya memperkuat kualitas sistem kesehatan secara berkelanjutan.

Perkembangan fasilitas kesehatan swasta menunjukkan meningkatnya intensitas persaingan, seiring bertambahnya jumlah klinik sebagai respons terhadap kebutuhan layanan kesehatan primer (Kementerian Kesehatan RI, 2024). Di Kabupaten Bandung sendiri terdapat 15 klinik utama yang aktif beroperasi, sehingga setiap fasilitas dituntut memiliki strategi diferensiasi berbasis mutu pelayanan dan pengalaman pasien (Dinas Kesehatan Kabupaten Bandung, 2020). Pendekatan *patient-centered care* menekankan bahwa keberhasilan layanan tidak hanya diukur dari jumlah kunjungan, tetapi dari kepuasan dan minat kunjungan ulang pasien (WHO, 2021). Dalam perspektif pemasaran jasa, kepuasan menjadi faktor utama pembentuk loyalitas, di mana pasien yang puas cenderung kembali dan merekomendasikan layanan (Kotler & Keller, 2021). Namun,

fenomena *churn rate* menunjukkan bahwa sekitar 30–40% pasien berpotensi berpindah layanan apabila pengalaman yang diterima tidak sesuai harapan (Meltzer, 2022), sehingga menegaskan bahwa mutu pelayanan, persepsi harga, dan pengalaman pasien merupakan faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas serta stabilitas operasional fasilitas kesehatan.

Fenomena loyalitas pasien pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung menunjukkan indikasi penurunan minat kunjungan ulang, yang tercermin dari fluktuasi jumlah kunjungan pasien dengan tren menurun serta nilai Bed Occupancy Rate (BOR) rata-rata sebesar 60,48% yang masih di bawah standar ideal 70–80%. Kondisi ini mengindikasikan rendahnya retensi pasien dan belum optimalnya pemanfaatan layanan, yang dalam perspektif manajemen kesehatan berkaitan dengan tingkat kepuasan dan kepercayaan pasien (Alharbi et al., 2022). Oleh karena itu, mutu pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pasien menjadi faktor penting yang perlu diuji secara empiris dalam memengaruhi keputusan kunjungan ulang pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.

Indikasi rendahnya minat kunjungan ulang juga terlihat pada pelayanan rawat jalan, khususnya melalui tingginya *queue abandonment* dan waktu tunggu. Waktu tunggu merupakan aspek penting dalam mutu pelayanan karena berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan keputusan pasien untuk melanjutkan atau membatalkan kunjungan (Nguyen et al., 2023). Data tahun 2025 menunjukkan terdapat 2.834 pasien gagal berobat dengan waktu tunggu rata-rata 79,83 menit, yang melebihi standar pelayanan 60 menit. Kondisi ini mencerminkan ketidakefisienan pelayanan dan berpotensi menurunkan kepuasan serta meningkatkan kecenderungan pasien untuk berpindah layanan (Meltzer, 2022). Ringkasan data disajikan pada Tabel 1.1 berikut.

**Tabel 1.1**  
**Queue Abandonment dan Waktu Tunggu Rata-Rata Rawat Jalan Tahun 2025**

Bulan	Pasien Gagal Berobat	Waktu Tunggu
Januari	179	79 menit
Februari	183	80 menit
Maret	167	75 menit
April	192	80 menit
Mei	202	80 menit
Juni	207	83 menit
Juli	255	77 menit
Agustus	279	84 menit
September	303	86 menit
Oktober	288	78 menit
November	279	73 menit
Desember	300	83 menit
<b>Total/Rata-rata</b>	<b>2.834 pasien</b>	<b>79,83 menit</b>

Sumber: Klinik Utama Cahaya Qalbu (2025)

Data tersebut menunjukkan tren peningkatan pasien gagal berobat pada semester kedua, sejalan dengan waktu tunggu yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa lamanya waktu tunggu berkontribusi terhadap pembatalan kunjungan dan berpotensi menurunkan loyalitas pasien.

Fenomena rendahnya minat kunjungan ulang juga tercermin dari persepsi pasien melalui ulasan daring. Data menunjukkan bahwa ulasan negatif lebih dominan dibandingkan ulasan positif dengan rating rata-rata 3,7, yang mengindikasikan tingkat kepuasan masih berada pada kategori sedang dan belum mencerminkan keunggulan kompetitif (Alharbi et al., 2022). Ringkasan ulasan disajikan pada Tabel 1.2 berikut.

**Tabel 1.2**  
**Kategori Ulasan Pasien Klinik Utama Cahaya Qalbu**

Ulasan	Jumlah	Bintang
Negatif	15	1–3
Positif	6	4–5

Sumber: Google Review (2025)

Dominasi ulasan negatif menunjukkan adanya potensi ketidakpuasan yang dapat mempercepat *churn*, terutama karena sebagian pasien cenderung tidak menyampaikan keluhan secara langsung (*silent dissatisfaction*) (Amoozad Mahdiraji et al., 2022). Hal ini memperkuat pentingnya kepuasan sebagai faktor utama dalam membentuk minat kunjungan ulang (Kotler & Keller, 2021).

Untuk memperkuat temuan tersebut, dilakukan pra survei yang menunjukkan tingkat kepuasan pasien masih berada pada kategori cukup dengan rata-rata skor 3,31, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.3.

**Tabel 1.3**  
**Pra Survei Kepuasan Pasien Klinik Utama Cahaya Qalbu**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
1	Saya puas terhadap kinerja layanan yang diberikan Klinik Utama Cahaya Qalbu	4	3	5	12	6	3,43
2	Kinerja layanan yang saya terima sesuai dengan harapan	5	4	6	10	5	3,20
<b>Rata-rata keseluruhan</b>							<b>3,31</b>

Sumber: Hasil Pra Survei (2025)

Hasil ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kinerja layanan, yang berpotensi menurunkan kepuasan dan loyalitas pasien (Nguyen et al., 2023; Fatima et al., 2021). Kondisi tersebut menjelaskan bahwa kepuasan yang belum optimal dapat menjadi faktor penyebab fluktuasi kunjungan dan rendahnya retensi pasien pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.

Persepsi harga menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan pasien karena mencerminkan kesesuaian antara manfaat layanan dan pengorbanan yang dikeluarkan. Dalam konteks layanan kesehatan, harga tidak hanya dipahami sebagai biaya, tetapi juga sebagai representasi nilai, keadilan, dan kualitas layanan (Kotler, Keller, dan Chernev, 2022). Persepsi harga yang tidak sesuai dengan manfaat yang diterima berpotensi menurunkan kepuasan dan memengaruhi minat kunjungan ulang (Alharbi et al., 2022; Fatima et al., 2018). Hasil pra-survei pada Klinik Utama Cahaya Qalbu menunjukkan bahwa persepsi harga masih berada pada kategori cukup dengan rata-rata skor 3,22, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.4.

**Tabel 1.4**  
**Pra Survei Persepsi Harga Klinik Utama Cahaya Qalbu**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
1	Harga layanan di klinik ini terjangkau bagi saya ( <i>Affordability</i> )	3	5	6	11	5	3,33
2	Harga yang saya bayar sebanding dengan kualitas layanan yang saya terima ( <i>Value for Money</i> )	4	6	5	10	5	3,20
3	Harga layanan di klinik ini wajar dan adil ( <i>Price Fairness</i> )	5	4	6	9	6	3,23
4	Harga layanan di klinik ini bersaing dibandingkan klinik lain ( <i>Price Competitiveness</i> )	4	7	5	9	5	3,13
<b>Rata-rata keseluruhan</b>							<b>3,22</b>

Sumber: Hasil Pra Survei (2025)

Nilai tersebut menunjukkan bahwa persepsi harga belum optimal, terutama pada dimensi daya saing harga dan kesesuaian nilai layanan. Hal ini mengindikasikan adanya potensi kesenjangan antara harga yang dibayarkan dengan manfaat yang dirasakan pasien, yang dapat menurunkan kepuasan dan meningkatkan kecenderungan berpindah layanan (Kotler et al., 2022). Oleh karena itu, selain harga, mutu pelayanan menjadi faktor krusial yang perlu diperhatikan karena secara langsung memengaruhi persepsi nilai, kepuasan, dan keputusan pasien untuk melakukan kunjungan ulang (Alharbi et al., 2022; Fatima et al., 2018).

Mutu pelayanan merupakan determinan utama dalam membentuk kepuasan pasien, yang umumnya diukur menggunakan model SERVQUAL yang mencakup lima dimensi:

*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Zeithaml et al., 2023). Dalam konteks Klinik Utama Cahaya Qalbu, berbagai permasalahan operasional seperti waktu tunggu tinggi, ketidakpastian jadwal, serta keluhan fasilitas dan sikap pelayanan menunjukkan adanya kelemahan pada dimensi *responsiveness*, *reliability*, dan *tangibles*. Hasil pra-survei terhadap 30 responden menunjukkan bahwa mutu pelayanan berada pada kategori kurang baik dengan rata-rata skor 2,83, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.5.

**Tabel 1.5**  
**Pra Survei Mutu Pelayanan Klinik Utama Cahaya Qalbu**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Rata-rata
1	Fasilitas dan sarana klinik terlihat lengkap dan memadai ( <i>Tangibles</i> )	6	8	7	6	3	2,73
2	Klinik memberikan layanan sesuai jadwal dan prosedur yang dijanjikan ( <i>Reliability</i> )	7	8	6	6	3	2,67
3	Tenaga medis dan staf merespons pasien dengan cepat ( <i>Responsiveness</i> )	8	7	6	6	3	2,63
4	Saya merasa yakin dan percaya terhadap kompetensi tenaga medis ( <i>Assurance</i> )	5	6	8	7	4	2,97
5	Tenaga medis memberikan perhatian secara personal kepada pasien ( <i>Empathy</i> )	4	6	7	8	5	3,13
	<b>Rata-rata keseluruhan</b>						<b>2,83</b>

Sumber: Hasil Pra Survei (2025)

Nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum memenuhi ekspektasi pasien, terutama pada dimensi *responsiveness* dan *reliability*. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan dan pengalaman layanan, yang berpotensi menurunkan kepuasan serta meningkatkan kecenderungan pasien untuk berpindah layanan (Nguyen et al., 2023). Oleh karena itu, mutu pelayanan bersama persepsi harga menjadi faktor penting yang perlu diuji secara empiris karena keduanya berperan dalam membentuk kepuasan dan minat kunjungan ulang pasien pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.

Sintesis fenomena menunjukkan bahwa loyalitas pasien tidak terbentuk secara otomatis, sebagaimana tercermin pada Klinik Utama Cahaya Qalbu melalui fluktuasi kunjungan, rendahnya BOR, tingginya pasien gagal berobat, serta dominasi ulasan negatif. Hasil pra survei juga menunjukkan mutu pelayanan masih kurang baik, persepsi harga cukup, dan kepuasan belum optimal, sehingga berpotensi melemahkan minat kunjungan ulang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menguji pengaruh mutu pelayanan dan harga terhadap minat kunjungan ulang dengan kepuasan pasien sebagai variabel mediasi pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Persaingan antarklinik utama di Kabupaten Bandung semakin ketat.
2. Klinik Utama Cahaya Qalbu menghadapi tekanan kompetitif dari banyak klinik sejenis.
3. Terjadi fluktuasi jumlah kunjungan pasien dengan kecenderungan penurunan.
4. Tingkat utilisasi layanan (BOR) masih berada di bawah standar ideal.
5. Terjadi penurunan BOR pada akhir tahun yang mengindikasikan menurunnya retensi pasien.
6. Tingginya kasus pasien gagal berobat menunjukkan adanya kendala pada proses pelayanan.
7. Waktu tunggu pelayanan melebihi standar sehingga berpotensi menurunkan kepuasan pasien.
8. Ulasan pasien menunjukkan tingkat kepuasan masih berada pada kategori sedang.
9. Hasil pra-survei menunjukkan kepuasan pasien belum optimal.
10. Persepsi harga layanan masih berada pada kategori cukup dan belum sepenuhnya kompetitif.

11. Mutu pelayanan masih dinilai kurang baik, terutama pada aspek kecepatan dan konsistensi layanan.
12. Terdapat kesenjangan antara harapan pasien dan kinerja pelayanan yang diterima.
13. Hubungan antara mutu pelayanan, harga, kepuasan, dan minat kunjungan ulang belum diuji secara empiris.
14. Terdapat inkonsistensi hasil penelitian terdahulu terkait peran kepuasan sebagai variabel mediasi.
15. Belum terdapat model penelitian yang komprehensif dalam menguji hubungan variabel pada konteks klinik utama.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mutu pelayanan pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.
2. Bagaimana persepsi harga layanan pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.
3. Bagaimana tingkat kepuasan pasien pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.
4. Bagaimana tingkat minat kunjungan ulang pasien pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan pasien.
6. Seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan pasien.
7. Seberapa besar pengaruh mutu pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pasien.
8. Seberapa besar pengaruh kepuasan pasien terhadap minat kunjungan ulang pasien.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Mutu pelayanan pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.
2. Persepsi harga layanan pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.
3. Tingkat kepuasan pasien pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.
4. Tingkat minat kunjungan ulang pasien pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.
5. Besarnya pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan pasien.
6. Besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan pasien.
7. Besarnya pengaruh mutu pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pasien.
8. Besarnya pengaruh kepuasan pasien terhadap minat kunjungan ulang pasien.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memberikan kontribusi akademik dengan memperkaya literatur mengenai hubungan antara mutu pelayanan, harga, kepuasan pasien, dan minat kunjungan ulang. Temuan penelitian diharapkan dapat memperkuat model konseptual pemasaran jasa kesehatan, khususnya peran kepuasan sebagai variabel mediasi. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengkaji perilaku pasien dan strategi peningkatan kualitas layanan pada fasilitas kesehatan.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi berbagai pihak. Bagi manajemen Klinik Utama Cahaya Qalbu, penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar evaluasi dan perbaikan mutu pelayanan serta penetapan harga yang lebih kompetitif guna meningkatkan kepuasan dan minat kunjungan ulang pasien. Bagi pasien, penelitian ini memberikan manfaat tidak langsung melalui peningkatan kualitas pelayanan dan

transparansi biaya sehingga menciptakan pengalaman layanan yang lebih baik. Bagi pengelola fasilitas kesehatan dan praktisi manajemen, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam merancang strategi peningkatan retensi pasien dan kualitas layanan. Bagi pemerintah dan dinas kesehatan, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan peningkatan mutu layanan kesehatan. Pada akhirnya, masyarakat sebagai penerima layanan diharapkan memperoleh manfaat berupa pelayanan kesehatan yang lebih efektif, responsif, dan berorientasi pada keselamatan serta kepuasan pasien.

## **2. Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis**

### **2.1. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka dalam penelitian ini disusun berdasarkan tiga tingkatan teori, yaitu *grand theory*, *middle-range theory*, dan *applied theory*. Pada tingkat *grand theory*, penelitian ini merujuk pada teori manajemen dan pemasaran yang menekankan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, Keller, & Chernev, 2022). Pada tingkat *middle-range theory*, penelitian mengacu pada konsep bauran pemasaran dan perilaku konsumen yang menjelaskan pengaruh mutu pelayanan dan harga terhadap kepuasan pasien (Kotler & Armstrong, 2021; Schiffman & Wisenblit, 2019). Selanjutnya, pada tingkat *applied theory*, penelitian ini mengaplikasikan mutu pelayanan dan harga sebagai variabel independen, kepuasan pasien sebagai variabel mediasi, serta minat kunjungan ulang sebagai variabel dependen dalam konteks layanan kesehatan. Kerangka teoretis ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian ini.

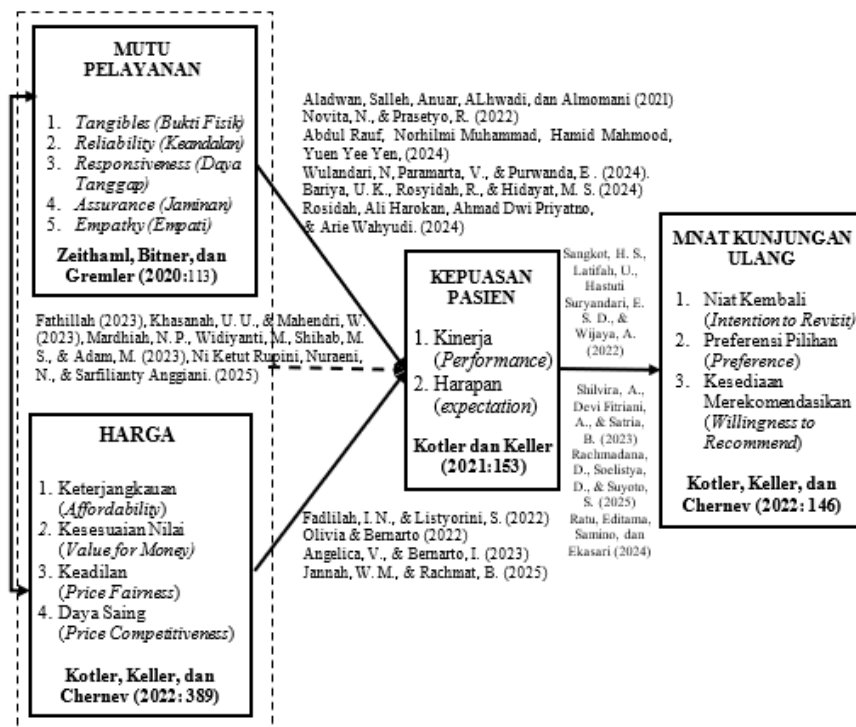
### **2.2. Hubungan Antarvariabel**

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang konsisten antara mutu pelayanan dan harga dengan kepuasan pasien, serta peran kepuasan sebagai faktor utama dalam membentuk minat kunjungan ulang. Mutu pelayanan yang baik dan persepsi harga yang sesuai terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, baik dalam konteks rumah sakit maupun klinik (Aladwan et al., 2021; Fadlilah & Listyorini, 2022; Mardhiah et al., 2023). Selanjutnya, kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang, yang mencerminkan kecenderungan pasien untuk kembali menggunakan layanan kesehatan (Sangkot et al., 2022; Shilvira et al., 2023). Beberapa penelitian juga menegaskan bahwa kepuasan pasien berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan mutu pelayanan dan harga dengan minat kunjungan ulang (Fathillah, 2023; Khasanah & Mahendri, 2023; Rachmadana et al., 2025). Meskipun demikian, sebagian penelitian sebelumnya masih menguji variabel secara parsial atau belum mengintegrasikan mutu pelayanan dan harga dalam satu model struktural. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji secara lebih komprehensif pengaruh mutu pelayanan dan harga terhadap kepuasan pasien serta implikasinya terhadap minat kunjungan ulang pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.

### **2.3. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran penelitian ini disusun berdasarkan teori pemasaran jasa dan didukung oleh temuan empiris yang menjelaskan hubungan antara mutu pelayanan, harga, kepuasan pasien, dan minat kunjungan ulang. Mutu pelayanan dan harga dipandang sebagai faktor utama yang memengaruhi kepuasan pasien sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman layanan, di mana kepuasan tersebut selanjutnya berperan sebagai variabel mediasi dalam membentuk minat kunjungan ulang. Mutu pelayanan yang baik serta harga yang sesuai dan adil akan meningkatkan kepuasan pasien, yang kemudian mendorong kecenderungan untuk kembali menggunakan layanan kesehatan. Hubungan ini didukung oleh *Expectancy-Disconfirmation Theory* yang menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk

dari perbandingan antara harapan dan kinerja aktual, serta *Theory of Planned Behavior* yang menegaskan bahwa kepuasan memengaruhi niat perilaku di masa depan (Kotler & Keller, 2021; Wilson et al., 2020). Selain itu, berbagai penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa mutu pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, serta kepuasan berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang (Fathillah, 2023; Khasanah & Mahendri, 2023; Sangkot et al., 2022). Berdasarkan kajian tersebut, hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dirumuskan dalam suatu paradigma yang menggambarkan pengaruh mutu pelayanan dan harga terhadap kepuasan pasien serta implikasinya terhadap minat kunjungan ulang pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.



**Gambar 2.1**  
**Paradigma Penelitian**

#### 2.4. Hipotesis Penelitian :

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Mutu pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.
2. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.
3. Mutu pelayanan dan harga secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.
4. Kepuasan pasien memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang pasien.

### 3. Metodologi Penelitian

#### 3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik dan analisis statistik. Metode deskriptif digunakan

untuk menggambarkan kondisi Mutu Pelayanan, Harga, Kepuasan Pasien, dan Minat Kunjungan Ulang pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung, sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh Mutu Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pasien serta implikasinya terhadap Minat Kunjungan Ulang sesuai dengan model penelitian yang dirumuskan (Nazir, 2022; Sugiyono, 2022).

### 3.2. Lokasi dan Unit Observasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung sebagai salah satu fasilitas layanan kesehatan yang melayani masyarakat dengan berbagai jenis layanan medis. Unit observasi dalam penelitian ini adalah pasien yang pernah memperoleh pelayanan di klinik tersebut. Pemilihan lokasi dan unit observasi didasarkan pada relevansi penelitian yang berfokus pada mutu pelayanan, harga, kepuasan pasien, serta minat kunjungan ulang, sehingga responden yang dipilih dianggap mampu memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian.

### 3.3. Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan empat variabel utama, yaitu Mutu Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kepuasan Pasien (M), dan Minat Kunjungan Ulang (Y). Penjelasan masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Mutu Pelayanan ( $X_1$ )

Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2020:78) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah *“the customer’s judgment about a service’s overall excellence or superiority.”* Konsep ini mencerminkan penilaian pelanggan terhadap keunggulan layanan secara keseluruhan.

2. Harga ( $X_2$ )

Kotler, Keller, dan Chernev (2022:215) menyatakan bahwa *“price is the only element in the marketing mix that produces revenue; all other elements represent costs.”* Harga mencerminkan nilai yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh manfaat layanan.

3. Kepuasan Pasien (M)

Kotler dan Keller (2021:153), mendefinisikan kepuasan sebagai *“Customer satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product’s perceived performance to expectations.”* Kepuasan muncul dari perbandingan antara harapan dan kinerja layanan yang diterima.

4. Minat Kunjungan Ulang (Y)

Kotler, Keller, dan Chernev (2022:147) menyatakan bahwa *“repeat purchase intention reflects a customer’s conscious plan to repurchase a product or service in the future, based on satisfaction and perceived value.”* Minat kunjungan ulang menunjukkan kecenderungan pasien untuk kembali menggunakan layanan di masa mendatang.

Seluruh variabel dioperasionalkan ke dalam dimensi dan indikator yang disusun berdasarkan teori SERVQUAL, konsep persepsi harga, *Expectancy–Disconfirmation Theory*, dan *Theory of Planned Behavior*. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1–5, kemudian data diperlakukan sebagai skala interval untuk keperluan analisis statistik lanjutan (Bougie & Sekaran, 2020; Sugiyono, 2022).

### 3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang melakukan kunjungan pelayanan di Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung selama tahun 2025 sebanyak 13.283 pasien berdasarkan data internal klinik. Populasi ini dipilih karena

memiliki pengalaman langsung terhadap mutu pelayanan dan harga layanan, sehingga relevan dengan variabel penelitian (Bougie & Sekaran, 2020; Sugiyono, 2022). Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%, sehingga diperoleh 92 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden untuk meningkatkan keandalan analisis.

Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pasien yang telah memperoleh layanan minimal satu kali dan berusia minimal 17 tahun, sehingga mampu memberikan penilaian yang akurat terhadap kepuasan dan minat kunjungan ulang.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data dan Uji Instrumen Penelitian**

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert 1–5 kepada pasien Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung untuk mengukur variabel Mutu Pelayanan, Harga, Kepuasan Pasien, dan Minat Kunjungan Ulang. Pengumpulan data juga didukung dengan observasi dan wawancara secara terbatas guna melengkapi informasi lapangan (Sugiyono, 2022). Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang bersumber dari buku, jurnal ilmiah, serta dokumentasi internal klinik yang relevan dengan penelitian (Bougie & Sekaran, 2020). Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product-Moment untuk memastikan setiap item mampu mengukur variabel yang diteliti. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha untuk mengetahui tingkat konsistensi instrument (Ghozali, 2021). Selain itu, dilakukan uji normalitas untuk memastikan data memenuhi asumsi analisis statistik parametrik.

### **3.6. Model Analisis dan Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Mutu Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pasien (M), serta pengaruh Kepuasan Pasien (M) terhadap Minat Kunjungan Ulang (Y). Analisis dilakukan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan IBM SPSS versi 25 untuk mengidentifikasi pengaruh langsung, tidak langsung, dan simultan antarvariabel dalam model penelitian. Tahapan analisis meliputi uji normalitas sebagai prasyarat analisis regresi, uji t untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel, serta uji F untuk menguji pengaruh simultan Mutu Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pasien. Selain itu, digunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan koefisien jalur untuk mengetahui besarnya kontribusi dan arah pengaruh antarvariabel dalam model struktural penelitian (Ghozali, 2021; Juanim, 2020). Seluruh pengujian statistik dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) sebagai dasar pengambilan keputusan terhadap penerimaan atau penolakan hipotesis. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh bukti empiris mengenai peran Kepuasan Pasien sebagai variabel intervening dalam membentuk Minat Kunjungan Ulang pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung (Sugiyono, 2022).

## **4. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **4.1. Karakteristik Responden**

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pasien Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung. Secara umum, responden didominasi oleh perempuan dan kelompok usia produktif, yang mencerminkan karakteristik utama pengguna layanan kesehatan klinik. Mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan menengah serta bekerja sebagai karyawan swasta dan wiraswasta, sehingga memiliki kecenderungan untuk menilai pelayanan secara rasional berdasarkan kualitas dan keterjangkauan biaya. Frekuensi kunjungan yang relatif rutin serta dominasi penggunaan layanan pemeriksaan umum menunjukkan adanya basis pasien yang cukup stabil dan berpotensi berkembang menjadi loyalitas jangka panjang.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Penelitian (N = 100)**

Karakteristik	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-laki	42	42%
	Perempuan	58	58%
<b>Usia</b>	< 25 Tahun	18	18%
	26–35 Tahun	34	34%
	36–50 Tahun	29	29%
	≥ 51 Tahun	19	19%
<b>Pendidikan Terakhir</b>	SD/Sederajat	6	6%
	SMP/Sederajat	12	12%
	SMA/SMK	52	52%
	Diploma (D1–D3)	18	18%
	Sarjana (S1)	10	10%
	Pascasarjana (S2–S3)	2	2%
<b>Pekerjaan</b>	Pelajar/Mahasiswa	15	15%
	Pegawai Negeri	14	14%
	Karyawan Swasta	33	33%
	Wiraswasta	21	21%
	Ibu Rumah Tangga	11	11%
	Lainnya	6	6%
<b>Frekuensi Kunjungan (1 Tahun)</b>	1 kali	24	24%
	2–3 kali	38	38%
	4–5 kali	23	23%
	≥ 5 kali	15	15%
<b>Jenis Layanan</b>	Pemeriksaan Umum	41	41%
	Pemeriksaan Spesialis	19	19%
	Tindakan Medis	17	17%
	Laboratorium	15	15%
	Lainnya	8	8%

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2026)

#### 4.2. Pengujian Instrumen Penelitian

Hasil pengujian instrumen menunjukkan bahwa seluruh butir kuesioner pada variabel Mutu Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kepuasan Pasien ( $M$ ), dan Minat Kunjungan Ulang ( $Y$ ) memenuhi kriteria validitas, reliabilitas, dan normalitas, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$ -hitung masing-masing item dengan  $r$ -tabel sebesar 0,300 pada tingkat signifikansi 5%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Mutu Pelayanan (20 item), Harga (12 item), Kepuasan Pasien (8 item), dan Minat Kunjungan Ulang (9 item) memiliki nilai  $r$ -hitung  $> 0,300$  dan bernilai positif. Dengan demikian, seluruh butir kuesioner dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan konstruk variabel penelitian secara tepat.

##### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan kriteria reliabel apabila  $\alpha > 0,700$ . Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,700, yaitu Mutu Pelayanan (0,921), Harga (0,866), Kepuasan Pasien (0,812), dan Minat Kunjungan Ulang (0,822). Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengukuran variabel penelitian.

##### 3. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov ( $K-S$ ) terhadap residu model regresi. Hasil uji menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed)

Sebesar  $0,090 > 0,05$ , yang berarti data residual berdistribusi normal. Selain itu, seluruh variabel penelitian juga memiliki nilai signifikansi di atas  $0,05$ , sehingga memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan hasil uji validitas, reliabilitas, dan normalitas, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian valid, reliabel, dan memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian, kuesioner penelitian layak digunakan untuk menganalisis pengaruh Mutu Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pasien serta implikasinya terhadap Minat Kunjungan Ulang pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.

#### 4.3. Hasil Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian berada pada kategori cukup, yang mengindikasikan bahwa kualitas layanan Klinik Utama Cahaya Qalbu belum mencapai kondisi optimal. Variabel Harga memperoleh nilai tertinggi (3,157) dalam kategori cukup terjangkau, sedangkan Mutu Pelayanan memiliki nilai terendah (2,848) dalam kategori cukup baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun harga layanan dinilai relatif sesuai, kualitas pelayanan masih memerlukan peningkatan, terutama pada aspek jaminan (*assurance*) dan komunikasi pelayanan. Tingkat Kepuasan Pasien (3,063) dan Minat Kunjungan Ulang (2,901) juga berada pada kategori cukup, yang menunjukkan bahwa pengalaman pasien telah memenuhi harapan dasar, namun belum cukup kuat untuk membentuk loyalitas yang tinggi, khususnya dalam aspek rekomendasi kepada pihak lain.

**Tabel 4.2**  
**Nilai Rata-Rata Variabel Penelitian**

Variabel	Rata-rata	Kategori
Mutu Pelayanan	2,848	Cukup Baik
Harga	3,157	Cukup Terjangkau
Kepuasan Pasien	3,063	Cukup Puas
Minat Kunjungan Ulang	2,901	Cukup Berminat

Sumber: Data Primer, diolah Peneliti (2026)

Analisis ini menunjukkan bahwa peningkatan mutu pelayanan, khususnya pada dimensi *assurance* dan kejelasan informasi, serta penguatan transparansi harga menjadi prioritas utama dalam meningkatkan kepuasan pasien. Upaya tersebut diharapkan mampu mendorong peningkatan minat kunjungan ulang serta membentuk loyalitas pasien yang lebih kuat dan berkelanjutan.

#### 4.4. Hasil Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk menguji hubungan kausal antara Mutu Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kepuasan Pasien (M), dan Minat Kunjungan Ulang (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengukur pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel, serta menguji peran Kepuasan Pasien sebagai variabel intervening dalam membentuk minat kunjungan ulang pasien di Klinik Utama Cahaya Qalbu.

##### 4.4.1 Hasil Uji Korelasi Antarvariabel

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara variabel Mutu Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kepuasan Pasien (M), dan Minat Kunjungan Ulang (Y). Pengujian ini bertujuan untuk memastikan adanya hubungan linier yang signifikan antarvariabel sebelum dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Analisis korelasi menggunakan metode *Pearson Product Moment* dengan bantuan IBM SPSS versi 25 pada taraf signifikansi  $0,01$  (2-tailed). Hasil uji korelasi disajikan pada Tabel 4.3 berikut.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Korelasi Antarvariabel Penelitian**

Variabel	Mutu Pelayanan	Harga	Kepuasan Pasien	Minat Kunjungan Ulang
Mutu Pelayanan	1	0.776**	0.708**	0.829**
Harga	0.776**	1	0.676**	0.732**
Kepuasan Pasien	0.708**	0.676**	1	0.544**
Minat Kunjungan Ulang	0.829**	0.732**	0.544**	1
Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
N	100	100	100	100

Keterangan:  $p < 0,01$  (2-tailed), korelasi signifikan pada tingkat kepercayaan 99%.  
Sumber: Output SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4.3, seluruh variabel memiliki hubungan yang signifikan pada tingkat kepercayaan 99% ( $p < 0,01$ ) dengan koefisien korelasi berkisar antara 0,544 hingga 0,829, yang menunjukkan hubungan sedang hingga sangat kuat. Mutu Pelayanan dan Harga memiliki hubungan kuat dengan Kepuasan Pasien dan Minat Kunjungan Ulang, sedangkan hubungan antara Kepuasan Pasien dan Minat Kunjungan Ulang berada pada kategori sedang. Secara keseluruhan, hasil uji korelasi menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model memiliki hubungan linier yang positif dan signifikan, sehingga memenuhi syarat untuk dilanjutkan pada analisis jalur (*path analysis*).

#### 4.4.2. Hasil Analisis Jalur Substruktur I (Pengaruh Mutu Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pasien)

Analisis jalur substruktur I bertujuan untuk menguji pengaruh Mutu Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pasien ( $M$ ) pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung. Pengujian dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS versi 25 pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ).

Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi berganda ( $R$ ) sebesar 0,736 yang mengindikasikan hubungan kuat antara Mutu Pelayanan dan Harga dengan Kepuasan Pasien. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,541 menunjukkan bahwa 54,1% variasi Kepuasan Pasien dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut secara simultan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Ringkasan hasil ini disajikan pada Tabel 4.4.

**Tabel 4.4**  
**Model Summary Pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $M$**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 <sup>a</sup>	.541	.532	3.384997

a. Predictors: (Constant), Harga, Mutu Pelayanan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2026)

Hasil uji parsial (uji  $t$ ) menunjukkan bahwa Mutu Pelayanan dan Harga masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien, dengan nilai signifikansi seluruh variabel lebih kecil dari 0,05. Koefisien jalur menunjukkan bahwa Mutu Pelayanan ( $\beta = 0,461$ ) memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan dengan Harga ( $\beta = 0,318$ ). Hasil pengujian parsial tersebut disajikan pada Tabel 4.5.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji  $t$  Pengaruh Parsial  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $M$**

Variabel	B	Std. Error	Beta	t-hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	4.287	1.893	-	2.265	0.026	-
Mutu Pelayanan ( $X_1$ )	0.196	0.046	0.461	4.229	0.000	Signifikan
Harga ( $X_2$ )	0.221	0.076	0.318	2.911	0.004	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2026)

Uji simultan (uji F) menghasilkan nilai Fhitung sebesar 57,165 dengan signifikansi 0,000, yang lebih besar dari Ftabel dan lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Mutu Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien. Hasil uji ini disajikan pada Tabel 4.6.

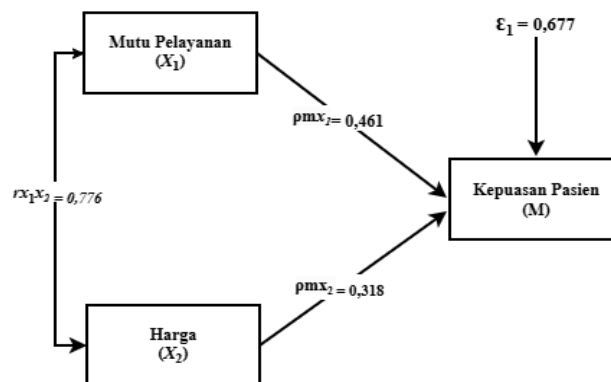
**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji ANOVA (Uji F) Pengaruh Simultan  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap M**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1310.012	2	655.006	57.165	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1111.446	97	11.458		
	Total	2421.458	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien  
b. Predictors: (Constant), Harga, Mutu Pelayanan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2026)

Secara visual, hubungan kausal antarvariabel pada substruktur I ditunjukkan pada Gambar 4.4, yang menggambarkan bahwa kedua variabel independen memiliki arah pengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien, dengan Mutu Pelayanan sebagai faktor paling dominan.



**Gambar 4.1**

**Hasil Analisis Diagram Jalur Struktur I**

Nilai error term ( $\epsilon_1$ ) sebesar 0,677 menunjukkan bahwa masih terdapat pengaruh faktor lain di luar model, seperti pengalaman pasien, citra klinik, serta faktor emosional. Persamaan struktural substruktur I dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Pasien} = 0,461X_1 + 0,318X_2 + 0,677\epsilon_1$$

Hasil ini menegaskan bahwa kepuasan pasien terbentuk melalui kombinasi mutu pelayanan yang baik dan persepsi harga yang sesuai. Kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang positif, yang selanjutnya menjadi dasar dalam meningkatkan minat kunjungan ulang pasien.

Analisis jalur lebih lanjut menunjukkan bahwa Mutu Pelayanan memberikan total pengaruh sebesar 0,326 (32,6%), sedangkan Harga memberikan total pengaruh sebesar 0,214 (21,4%) terhadap Kepuasan Pasien.

**Tabel 4.7**  
**Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap M**

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung		Total Pengaruh Tidak Langsung	Total Pengaruh	Perse ntase
			Mutu Pelayanan	Harga			
Mutu Pelayanan ( $X_1$ )	0.461	0.213	0.114	0.114	0.326	32.6%	
Harga ( $X_2$ )	0.318	0.101	0.114	0.114	0.214	21.4%	
<b>Total Pengaruh <math>X_1</math> dan <math>X_2</math> terhadap M</b>						<b>0.541</b>	<b>54.1%</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Temuan ini menunjukkan bahwa Mutu Pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk Kepuasan Pasien, sedangkan Harga berperan sebagai faktor pendukung. Kombinasi keduanya memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kepuasan pasien, yang selanjutnya menjadi dasar dalam mendorong minat kunjungan ulang.

#### 4.4.3. Hasil Analisis Jalur Substruktur II (Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Minat Kunjungan Ulang)

Analisis jalur substruktur II bertujuan untuk menguji pengaruh Kepuasan Pasien (M) terhadap Minat Kunjungan Ulang (Y) pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung. Pengujian dilakukan menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan IBM SPSS versi 25 pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Pada model ini, Kepuasan Pasien berperan sebagai variabel intervening yang menghubungkan Mutu Pelayanan dan Harga terhadap Minat Kunjungan Ulang.

Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,544 yang mengindikasikan hubungan cukup kuat antara Kepuasan Pasien dan Minat Kunjungan Ulang. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,296 menunjukkan bahwa 29,6% variasi Minat Kunjungan Ulang dapat dijelaskan oleh Kepuasan Pasien, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Ringkasan hasil tersebut disajikan pada Tabel 4.8.

**Tabel 4.8**  
**Model Summary Struktur II**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544 <sup>a</sup>	.296	.289	4.460182

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pasien (M)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2026)

Nilai  $R^2$  menunjukkan bahwa kepuasan pasien memiliki kontribusi yang cukup dalam membentuk minat kunjungan ulang. Pasien yang merasa puas cenderung memiliki keinginan untuk kembali menggunakan layanan serta mempertahankan hubungan dengan klinik.

Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 6,423 dengan signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  dan lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,985. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang dapat diterima. Hasil pengujian tersebut disajikan pada Tabel 4.9.

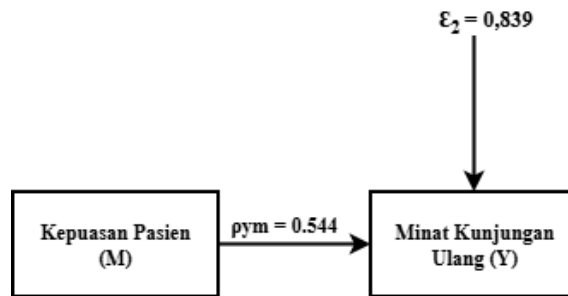
**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji t Pengaruh Parsial Komitmen (Y) terhadap Kinerja (Z)**

Variabel	B	Std. Error	Beta	t-hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	13.266	2.231	-	5.946	.000	signifikan
Kepuasan Pasien (M)	0.582	0.091	0.544	6.423	.000	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2026)

Koefisien jalur ( $\beta$ ) sebesar 0,544 menunjukkan bahwa pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Minat Kunjungan Ulang bersifat positif dan cukup kuat. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pasien, semakin besar kecenderungan pasien untuk kembali menggunakan layanan klinik.

Besarnya nilai *error term* ( $\epsilon_2$ ) sebesar 0,839 menunjukkan masih terdapat pengaruh faktor lain di luar kepuasan pasien, seperti citra klinik, promosi, pengalaman emosional, dan faktor sosial, yang turut memengaruhi minat kunjungan ulang. Hubungan pengaruh substruktur II secara visual disajikan pada **Gambar 4.2**.



Gambar 4.2  
Diagram Jalur Struktur II

Persamaan model jalur substruktur II dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Minat Kunjungan Ulang} = 0.544M + 0.839\epsilon_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan kepuasan pasien akan diikuti oleh peningkatan minat kunjungan ulang sebesar 0,544 satuan.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa Mutu Pelayanan dan Harga memengaruhi Minat Kunjungan Ulang secara tidak langsung melalui Kepuasan Pasien. Kepuasan pasien berperan sebagai variabel mediasi utama yang menghubungkan pengalaman pelayanan dengan perilaku kunjungan ulang. Oleh karena itu, peningkatan mutu pelayanan dan kebijakan harga yang tepat menjadi strategi penting dalam membangun kepuasan dan mendorong loyalitas pasien secara berkelanjutan.

#### 4.4.5. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh besaran pengaruh antarvariabel sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Langsung (*Direct Effect (DE)*)
  - a.  $DE_{mx_1} : X_1 \rightarrow M = 0,461$
  - b.  $DE_{mx_2} : X_2 \rightarrow M = 0,318$
  - c.  $DE_{ym} : M \rightarrow Y = 0,544$
- 2) Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect (IE)*)
  - a.  $IE_{ymx_1} : X_1 \rightarrow M \rightarrow Y = (0,461 \times 0,544) = 0,251$
  - b.  $IE_{ymx_2} : X_2 \rightarrow M \rightarrow Y = (0,318 \times 0,544) = 0,173$
- 3) Pengaruh Total (*Total Effect (TE)*)
  - a.  $TE_{11} = DE_{mx_1} + IE_{ymx_1} = 0,461 + 0,251 = 0,712$
  - b.  $TE_{12} = DE_{mx_2} + IE_{ymx_2} = 0,318 + 0,173 = 0,491$
  - c.  $TE_{21} = DE_{ym} = 0,544$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa **Mutu Pelayanan (X<sub>1</sub>)** memiliki pengaruh total paling besar terhadap Minat Kunjungan Ulang sebesar 0,712 dibandingkan dengan Harga (X<sub>2</sub>) sebesar 0,491. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan dalam membentuk kepuasan sekaligus mendorong minat kunjungan ulang pasien.

Kepuasan pasien terbukti berperan sebagai variabel mediasi utama yang memperkuat pengaruh mutu pelayanan dan harga terhadap minat kunjungan ulang. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan yang konsisten serta kebijakan harga yang sesuai menjadi kunci dalam membangun loyalitas pasien secara berkelanjutan di Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis pengaruh Mutu Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pasien serta implikasinya terhadap Minat Kunjungan Ulang pada Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan verifikatif, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Mutu Pelayanan berada pada kategori cukup baik (rata-rata 2,848).  
Pasien menilai aspek bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati telah memenuhi harapan dasar pelayanan kesehatan. Namun, dimensi assurance menjadi aspek terendah, terutama terkait kejelasan informasi dan kepastian pelayanan. Kondisi ini menunjukkan bahwa mutu pelayanan masih bersifat fungsional dan perlu diperkuat melalui peningkatan komunikasi interpersonal serta konsistensi standar layanan.
2. Persepsi Harga berada pada kategori cukup terjangkau (rata-rata 3,157).  
Pasien menilai biaya layanan relatif sepadan dengan manfaat yang diterima, sehingga membentuk persepsi nilai yang cukup positif. Meskipun demikian, aspek transparansi dan kejelasan informasi biaya masih perlu ditingkatkan agar pasien merasa lebih aman dan memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap kebijakan harga klinik.
3. Kepuasan Pasien berada pada kategori cukup puas (rata-rata 3,063).  
Pasien merasakan bahwa pelayanan yang diberikan telah memenuhi sebagian besar harapan, khususnya dalam ketepatan tindakan medis dan sikap tenaga kesehatan. Namun, kepuasan yang terbentuk masih bersifat moderat, sehingga peningkatan konsistensi pelayanan dan kualitas komunikasi tetap diperlukan untuk mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Minat Kunjungan Ulang berada pada kategori cukup berminat (rata-rata 2,901).  
Pasien menunjukkan kecenderungan untuk kembali menggunakan layanan klinik, tetapi tingkat kesediaan untuk merekomendasikan kepada pihak lain masih relatif rendah. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pasien yang terbentuk masih bersifat rasional dan belum berkembang menjadi loyalitas emosional.
5. Mutu Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien ( $\beta = 0,461$ ;  $t = 4,229$ ;  $p = 0,000$ ).  
Mutu pelayanan memiliki total pengaruh sebesar 32,6% terhadap kepuasan pasien dan menjadi variabel paling dominan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas interaksi layanan dan profesionalisme tenaga kesehatan merupakan faktor utama dalam membentuk kepuasan pasien.
6. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien ( $\beta = 0,318$ ;  $t = 2,911$ ;  $p = 0,004$ ).  
Harga memberikan kontribusi sebesar 21,4% terhadap kepuasan pasien. Persepsi harga yang wajar dan sesuai dengan manfaat layanan mampu memperkuat evaluasi positif pasien terhadap pengalaman pelayanan.
7. Mutu Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien ( $R = 0,736$ ;  $R^2 = 0,541$ ;  $F = 57,165$ ).  
Kedua variabel secara bersama-sama menjelaskan 54,1% variasi kepuasan pasien, menunjukkan adanya sinergi yang kuat antara kualitas pelayanan dan kebijakan harga dalam membentuk persepsi nilai pasien terhadap layanan kesehatan.
8. Kepuasan Pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Ulang ( $\beta = 0,544$ ;  $t = 6,423$ ;  $p = 0,000$ ).  
Kepuasan pasien menjelaskan 29,6% variasi minat kunjungan ulang ( $R^2 = 0,296$ ) serta berperan sebagai variabel mediasi dalam model penelitian. Kepuasan yang terbentuk dari pengalaman pelayanan menjadi faktor utama dalam mendorong niat pasien untuk kembali menggunakan layanan klinik.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, berikut rekomendasi yang dapat dijadikan masukan bagi manajemen Klinik Utama Cahaya Qalbu Kabupaten Bandung dalam meningkatkan mutu pelayanan, persepsi harga, kepuasan pasien, serta minat kunjungan ulang:

### 1. Peningkatan Mutu Pelayanan

Memperkuat kualitas pelayanan melalui pelatihan komunikasi efektif dan empati bagi tenaga medis serta staf administrasi. Penyusunan SOP komunikasi yang jelas, penyediaan media informasi layanan, serta evaluasi berkala berbasis umpan balik pasien diperlukan untuk meningkatkan dimensi assurance dan membangun kepercayaan pasien.

### 2. Peningkatan Transparansi dan Kejelasan Harga

Meningkatkan keterbukaan informasi harga melalui penyediaan daftar tarif yang jelas, pemberian estimasi biaya sebelum tindakan, serta sistem rincian biaya yang transparan. Kebijakan ini penting untuk memperkuat persepsi kewajaran harga dan meningkatkan kepercayaan pasien terhadap layanan klinik.

### 3. Peningkatan Kepuasan Pasien

Mengintegrasikan standar pelayanan prima (*service excellence*) dalam seluruh proses layanan dengan menekankan konsistensi pelayanan, responsivitas terhadap keluhan, serta peningkatan kualitas interaksi antara tenaga medis dan pasien. Evaluasi kepuasan secara rutin diperlukan untuk menjaga kualitas pengalaman pasien.

### 4. Peningkatan Minat Kunjungan Ulang

Mengembangkan strategi retensi pasien melalui program reminder kunjungan ulang, peningkatan hubungan interpersonal, serta penyediaan program loyalitas sederhana. Pendekatan ini bertujuan mengubah loyalitas rasional menjadi loyalitas emosional melalui pengalaman pelayanan yang lebih berkesan.

### 5. Memaksimalkan Pengaruh Mutu Pelayanan terhadap Kepuasan

Memprioritaskan peningkatan dimensi assurance dan responsiveness sebagai faktor utama pembentuk kepuasan. Penetapan indikator kinerja berbasis kepuasan pasien serta audit mutu pelayanan secara berkala diperlukan untuk menjaga konsistensi kualitas layanan.

### 6. Memaksimalkan Pengaruh Harga terhadap Kepuasan

Menerapkan strategi harga berbasis nilai (*value-based pricing*) dengan mempertimbangkan kualitas layanan yang diberikan. Stabilitas harga dan transparansi kebijakan menjadi faktor penting dalam membangun persepsi nilai yang positif di mata pasien.

### 7. Mengoptimalkan Sinergi Mutu Pelayanan dan Harga

Mengintegrasikan kualitas pelayanan dan kebijakan harga dalam strategi manajemen secara terpadu. Evaluasi simultan serta pembentukan tim pengendali mutu diperlukan untuk memastikan keseimbangan antara kualitas layanan dan biaya yang ditetapkan.

### 8. Memperkuat Peran Kepuasan dalam Mendorong Minat Kunjungan Ulang

Mengembangkan sistem manajemen hubungan pasien (*Patient Relationship Management*) serta meningkatkan pengalaman emosional pasien melalui pelayanan yang ramah, cepat, dan personal. Kepuasan pasien perlu dijaga secara konsisten agar dapat berkembang menjadi loyalitas yang berkelanjutan.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

Aladwan, M. A., Salleh, H. S., Anuar, M. M., ALhwadi, H., & Almomani, I. (2021). The Relationship among Service Quality, Patient Satisfaction and Patient Loyalty: Case Study in Jordan Mafraq Hospital. *Linguistics and Culture Review*, 5(S3), 27–40. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS3.1368>

- Alfathi, B. R. (2024). *Jumlah Rumah Sakit di Indonesia Terus Bertambah Selama 5 tahun Terakhir*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-rumah-sakit-di-indonesia-terus-bertambah-selama-5-tahun-terakhir-LMTkC>
- Alharbi, N. A., Al-Hajri, S. A., & Al-Khatib, A. (2022). The Impact of Digital Innovation on Small and Medium Enterprises' Performance: The Moderating Role of Business Climate. *International Journal of Business Administration*, 13(2), 140–154.
- Amoozad Mahdiraji, H., Hafeez, K., Kord, H., & Abbasi Kamardi, A. (2022). Analysing the voice of customers by a hybrid fuzzy decision-making approach in a developing country's automotive market. *Management Decision*, 60(2), 399–425. <https://doi.org/10.1108/MD-12-2019-1732>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-building Approach* (8th Editio). Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=8RxOzQEACAAJ>
- Fadlilah, I. N., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Pasien Rawat Jalan Klinik Pratama “Al-Fatah” Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 23–32. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33542>
- Fathillah, M. I. (2023). The Effect of Service Quality and Price Perception on Patient Loyalty Mediated by Patient Satisfaction. *International Journal of Social Service and Research*, 3(3), 669–679. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i3.303>
- Fatima, T., Malik, S. A., & Shabbir, A. (2018). Hospital healthcare service quality, patient satisfaction and loyalty. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35(6), 1195–1214. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-02-2017-0031>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Universitas Diponegoro.
- Gunawan, H. (2024). *Tertinggal di Fasilitas Kesehatan*. Datanesia. <https://datanesia.id/tertinggal-di-fasilitas-kesehatan/#:~:text=Berdasarkan provinsi%2C Kalimantan Utara menjadi provinsi dengan rasio,setiap satu juta penduduk tersedia 22 rumah sakit.>
- Jones, L. (2024). *Revealed: The Healthiest (and Unhealthiest) Countries in the World, 2024*. CEOWORLD Magazine. <https://ceoworld.biz/2024/01/21/revealed-the-healthiest-and-unhealthiest-countries-in-the-world-2024/>
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL* (Cetakan Ke). PT. Refika Aditama.
- Kementerian Kesehatan RI. (2024). *Profil Kesehatan Indonesia 2023*. Kementerian Kesehatan RI.
- Khasanah, U. U., & Mahendri, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Kunjungan Kembali Pasien melalui Kepuasan di Puskesmas Umum Ngimbang. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 22(1), 85–96. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v22i1.384>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, Global Edition*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=yqc5EAAAQBAJ>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management, Global Edition*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=eb6GEAAAQBAJ>
- Kotler, P., Kelller, L. K., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management. Global Edition*. Pearson Education Limited.
- M. Nazir. (2022). *Metode Penelitian*. Gajah Mada University Press.
- Mardhiah, N. P., Widiyanti, M., Shihab, M. S., & Adam, M. (2023). The Influence of Service Quality and Perception of Service Price on Patient Satisfaction in The Inpatient Room of Hermina Hospital Palembang. *Journal of Social Science*, 4(5), 2208–2214. <https://doi.org/10.46799/jss.v4i5.709>
- Rachmadana, D., Soelistya, D., & Suyoto, S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Jalan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Rs Amelia Pare. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 13(2), 134–144. <https://doi.org/10.14710/jmki.13.2.2025.134-144>

- Sangkot, H. S., Latifah, U., Hastuti Suryandari, E. S. D., & Wijaya, A. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan Pasien Rawat Jalan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Di Rs X Kota Madiun. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 10(2), 141–147. <https://doi.org/10.14710/jmki.10.2.2022.141-147>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, L. L. K. (2019). *Consumer Behavior, 20th Edition, Global Edition*. Pearson.
- Shilvira, A., Devi Fitriani, A., & Satria, B. (2023). Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Minat Kunjungan Ulang Di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Umum Bina Kasih Medan. *Jurnal Ilmu Psikologi Dan Kesehatan (SIKONTAN)*, 1(3), 205–214. <https://doi.org/10.47353/sikontan.v1i3.575>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D (Cet.29)*. CV Alfabeta.
- Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2020). *EBK: Services Marketing: Integrating Customer Service Across the Firm 4e*. McGraw Hill. [https://books.google.co.id/books/about/EBK\\_Services\\_Marketing\\_Integrating\\_Custo.html?id=9skvEAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/EBK_Services_Marketing_Integrating_Custo.html?id=9skvEAAAQBAJ&redir_esc=y)
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (2023). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Free Press.