

**PENGARUH ORIENTASI INOVASI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PASIEN KLINIK BUNDA
THAMRIN DI KOTA BANDA ACEH**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan
Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

OLEH :

**MALIKUN ULFA
1902120340**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2023**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
(TERAKREDITASI)

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 06 Maret 2023

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

MALIKUN ULFA
NPM : 1902120340

Dengan judul:

**PENGARUH ORIENTASI INOVASI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PASIEN KLINIK BUNDA THAMRIN
DI KOTA BANDA ACEH**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui / Mengesahkan :

Ketua Program Studi
Manajemen

Suryani Murad, SE, M.Si.
NIK. 19720205 200103 2 001

Pembimbing I

Tawisna, SE, MM.

NIK. 19850710 201506 2 001

Pembimbing II

Devi Kumala, S.Si, M.T.

NIK. 19750506 201202 1 001

Mengetahui,
Dekan,



Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM.
NIK. 19700408 199401 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
(TERAKREDITASI)

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 06 Maret 2023

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

MALIKUN ULFA
NPM : 1902120340

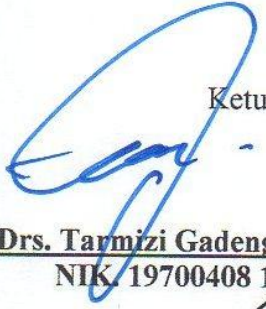
Dengan judul:

**PENGARUH ORIENTASI INOVASI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PASIEN KLINIK BUNDA THAMRIN
DI KOTA BANDA ACEH**

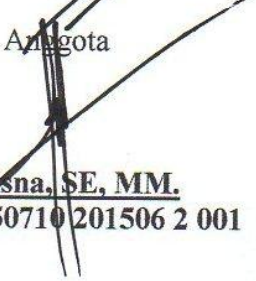
Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal 22 Februari 2023

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua


Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM.
NIK. 19700408 199401 1 001

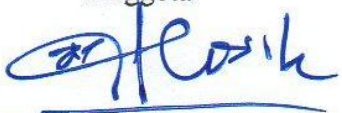
Anggota


Tuwisna, SE, MM.
NIK. 19850710 201506 2 001

Sekretaris


Suryani Murad, SE, M.Si.
NIK. 19720205 200103 2 001

Anggota


Devi Kumala, S.Si, M.T.
NIK. 19750506 201202 1 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen




Suryani Murad, SE, M.Si.
NIK. 19720205 200103 2 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU”

Banda Aceh, 06 Maret 2023

Yang Menyatakan



MALIKUN ULFA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Malikun Ulfa

NPM : 1902120340

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH ORIENTASI INOVASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN KLINIK BUNDA THAMRIN DI KOTA BANDA ACEH

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 06 Maret 2023

Yang Menyatakan



MALIKUN ULFA

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Orientasi Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien di Klinik Bunda Thamrin Kota Banda Aceh*”. Salawat dan salam kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa syiar islam di atas muka bumi ini.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan S1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Keberhasilan dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda dan Ibunda, beserta keluarga besar tercinta yang telah memberikan doa, kasih sayang, perhatian dan pengorbanan moral dan material yang tidak terkira sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
2. Bapak Drs. Tarmizi Gadeng, SE.M.Si.MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Ibu Tuwisna, SE.MM, Ketua Laboratorium Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh serta selaku Pembimbing I Fakultas

Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan dorongan dan arahan dari rencana hingga selesainya penelitian ini

4. Ibu Suryani Murad, SE, M.SI, Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
5. Bapak Devi Kumala, S.Si, MT, Selaku Pembimbing II Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan dorongan dan arahan dari rencana hingga selesainya penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak penulis terima dengan senang hati. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wssalamualaikum Wr.Wb.

Banda Aceh, 30 Januari 2023
Hormat Saya,

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
ABSTRAK	vii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	5
 BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	 6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Loyalitas Pasien	6
2.1.1.1 Definisi Loyalitas Pasien.....	6
2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien	7
2.1.1.2 Indikator Loyalitas Pasien.....	8
2.1.2 Orientasi Inovasi	8
2.1.2.1 Definisi Orientasi Inovasi	8
2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orientasi Inovasi ..	10
2.1.2.3 Indikator Orientasi Inovasi.....	10
2.1.3. Kualitas Pelayanan	12
2.1.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan	12
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	13
2.1.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan	13
2.2. Penelitian Sebelumnya	14
2.3. Kerangka Penelitian	17
2.4. Hipotesis	19
 BAB III METODE PENELITIAN	 21
3.1. Desain Penelitian	21
3.1.1. Tujuan Penelitian	21
3.1.2. Jenis Penelitian	21
3.1.3. Horison Penelitian	21
3.1.4. Unit Analisis dan Unit Observasi	22
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4. Definisi dan Operasioanalisis Variabel	24

3.5. Teknik Analisis Data	26
3.6. Pengujian Data	26
3.6.1. Uji Reabilitas	26
3.6.2. Uji Validitas	27
3.7. Pengujian Hipotesis	27
3.7.1. Uji t	27
3.7.2. Uji F	28
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.2 Hasil Penelitian	33
4.2.1 Karakteristik Responden	35
4.2.2 Pengujian Data	35
4.2.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	37
4.2.4 Pengujian Asumsi Klasik	41
2.4.2.1 Uji Normalitas	41
2.4.2.2 Uji Multikolineritas	42
2.4.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	43
4.2.5 Pengujian Hipotesis	44
4.3 Implikasi Penelitian	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	17
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	23
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 4.2 Usia Responden.....	34
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	34
Tabel 4.4 Penghasilan Responden.....	35
Tabel 4.5 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	35
Tabel 4.6 Uji Reabilitas Instrumen Penelitian	36
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Loyalitas Pasien.....	37
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Orientasi Inovasi.....	39
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolineritas	43
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Simultan).....	45
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	47
Tabel 4.13 Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	42
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44

**PENGARUH ORIENTASI INOVASI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PASIEN DI KLINIK BUNDA
THAMRIN KOTA BANDA ACEH**

MALIKUN ULFA

1902120340

Pembimbing 1. Tuwisna, SE, MM

Pembimbing 2. Devi Kumala, S.Si, MT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi inovasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien di klinik Bunda Thamrin kota banda aceh. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus purba. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 pasien di klinik Bunda Thamrin kota Banda Aceh dan bersedia menjadi responden. Metode analisis yang diterapkan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi inovasi secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada klinik Bunda Thamrin kota Banda Aceh. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada klinik Bunda Thamrin kota Banda Aceh. Orientasi inovasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada klinik Bunda Thamrin kota Banda Aceh. Peningkatan loyalitas pasien ditentukan oleh orientasi inovasi dan kualitas pelayanan. Semakin baik orientasi inovasinya dan semakin baik juga kualitas pelayanan maka semakin besar peluang bagi klinik Bunda Thamrin kota Banda Aceh untuk meningkatkan loyalitas pasiennya.

.

Kata Kunci: *Orientasi Pasien, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pasien*

BAB I

PENDAHULIAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pelayanan kesehatan merupakan sebuah pelaksanaan pemeliharaan kesehatan dalam rangka mencapai derajat kesehatan baik untuk individu maupun masyarakat dengan secara optimal. Dalam pelaksanaan pelayanan kesehatan tersebut terdapat interaksi antara pasien, tenaga kesehatan dan juga sarana kesehatan. Hubungan atau interaksi yang timbul antara pasien, tenaga kesehatan, serta sarana kesehatan diatur dalam kaidah-kaidah mengenai kesehatan baik secara hukum maupun non hukum.

Berbagai permasalahan yang terjadi dalam bisnis pelayanan jasa dan perubahan yang terjadi dalam lingkungan pelayanan kesehatan telah menjadi sebab timbulnya ketidakpuasan para pasien. Hal ini berdampak pada kenyataan bahwa kesuksesan suatu klinik pada era sekarang ini tergantung dari loyalitas pasien. Pihak klinik memegang peranan besar dalam kondisi seperti ini. Kemampuan para tenaga klinik dalam meningkatkan status pasiennya menjadi pasien sejati ditentukan oleh kemampuan tenaga kesehatan dalam menumbuhkan orientasi inovasi dalam diri para pasien. Oleh karena itu, pihak rumah sakit perlu menekankan pada aspek peningkatan kemampuan para tenaga kesehatannya.

Bagi para pasien, apabila apa yang mereka butuhkan dapat terpenuhi sesuai dengan kebutuhan mereka ditambah dengan kualitas layanan yang baik maka akan membuat mereka puas dan pasien akan menggunakan jasa ulang terhadap produk, barang atau jasa tersebut. Penggunaan jasa secara ulang akan terus berlanjut dan

akhirnya akan menjadikan pasien loyal dengan rumah sakit tersebut (Ramahan, 2019).

Loyalitas sebagai suatu pelayanan pasien karena mendapatkan suatu kepuasan dari penggunaan jasa yang tercermin dengan penggunaan yang berulang-ulang. Loyalitas pasien merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan rumah sakit. Pasien yang mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan jasa yang disediakan rumah sakit, dan tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain. Pasien akan merasakan loyal terhadap jasa-jasa yang ditawarkan oleh pihak rumah sakit, kemudian pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh pasien menjadi salah satu faktor yang membuat pasien tetap loyal atau bertahan dalam menggunakan jasa yang diberikan oleh rumah sakit.

Untuk mendapatkan loyalitas pasien rumah sakit perlu melakukan strategi yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas pasien. Faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien dalam penelitian ini di antaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang dirasakan pasien, dan nilai yang dipikirkan pasien. Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pasien merupakan suatu keharusan pada lingkungan jasa kesehatan yang kompetitif di masa sekarang. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan cara peningkatan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan yang baik maka loyalitas pasien akan tercapai. Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasi yang dilakukan rumah sakit dan keberhasilan proses operasi klinik ini ditentukan oleh banyak faktor antara lain faktor tenaga kesehatan, sistem dan teknologi.

Suatu organisasi dapat mengembangkan inovasi daya kompetitifnya dalam perubahan ekonomi yang cepat. Strategi inovasi juga memegang peran penting karena inovasi tidak hanya mempengaruhi dan mengarahkan pada operasi rutin usaha namun juga memberikan pondasi keberhasilan jangka panjang (Wahyuno, 2017).

Orientasi inovasi sebagai budaya rumah sakit yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dibutuhkan untuk menciptakan nilai yang baik bagi pasien dan menghasilkan kinerja yang baik bagi rumah sakit. Rumah sakit yang telah menjadikan orientasi inovasi sebagai budaya akan berdasar pada kebutuhan dasar eksternal, keinginan dan permintaan sebagai dasar dalam penyusunan strategi bagi masing-masing jasa pelayanan kesehatan, dan menentukan keberhasilan rumah sakit. Orientasi inovasi sebagai pencarian informasi tentang pasar berkaitan dengan keinginan pasien untuk saat ini dan mendatang, penyebaran informasi ke seluruh organisasi, dan respon seluruh organisasi terhadap informasi tersebut.

Pelayanan yang berkualitas merupakan hal mutlak yang perlu dilakukan oleh organisasi. Semakin tinggi kepuasan para pasien, berarti semakin baik pengelolaan pelayanan yang diberikan rumah sakit kepada pasien. Kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan keunggulan suatu layanan kesehatan. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pasien dan berakhir pada persepsi pasien. Semua pihak yang menggunakan jasa akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 12 Desember 2022 dengan 20 pasien Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh bahwa, perawat atau tenaga kerja

dalam menerima dan melayani pasien dengan berbagai karakteristik, mereka harus siap supaya senantiasa mendengar keluhan pasien, tetapi ada beberapa perawat dan tenaga kerja di Klinik Bunda Thamrin masih kurang baik dalam mendengar keluhan pasien. Hal ini berhubungan erat dengan tenaga kesehatan yang senantiasa mendampingi dan melayani pasien. Dan juga di Klinik Bunda Thamrin masih kurangnya pelayanan dan kinerja perawat yang baik dimana perawat masih ada yang acuh kepada pasien serta kurang memperhatikan pasien. Selain itu kurangnya informasi yang diperoleh oleh pasien karena kurangnya akses bertanya kepada perawat. Kemudian ada beberapa pasien yang merasa tidak loyalitas terhadap klinik Bunda Thamrin dengan melihat cara pelayanan perawatnya karena ada beberapa perawatnya yang kurang peduli dan kurang menghargai pasien yang dapat ke klinik Bunda Thamrin kota Banda Aceh.

Dengan demikian perlunya diadakan penelitian untuk mengetahuinya bagaimana sebenarnya orientasi inovasi dan kepuasan terhadap loyalitas pasien, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Inovasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka masalah dalam penelitian adalah :

1. Seberapa besar pengaruh orientasi inovasiterhadap loyalitas pasien pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh?

2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh?
3. Seberapa besar pengaruh orientasi inovasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian adalah

1. Untuk menguji dan menganalisis besarnya pengaruh orientasi inovasi terhadap loyalitas pasien pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh.
2. Untuk menguji dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi inovasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh.

1.4. Manfaat penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka manfaat dalam penelitian adalah

1. Manfaat Praktis

Dapat menjadi bahan referensi penelitian-penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan sumber daya manusia.

2. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan pada Dinas Pendidikan Kabupaten Nagayan Raya sehubungan dengan peningkatan kinerja pegawai.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, keterbatasan ilmu pengetahuan, keterbatasan waktu dan biaya, maka ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi dengan pengaruh orientasi inovasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh.

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Loyalitas Pasien

2.1.1.1 Definisi Loyalitas Pasien

Loyalitas ditandai dengan suatu keinginan untuk melakukan serangkaian perilaku yang menunjukkan motivasi untuk menjunjung tinggi hubungan dengan perusahaan, termasuk mengalokasikan bagian yang lebih besar dari penghasilan untuk mendapatkan pelayanan yang spesifik (Haryono, 2017:154). Loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pasien, pasien yang loyal adalah orang yang melakukan menggunakan jasa berulang secara teratur, menggunakan produk atau jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (Magdalena, 2018:244).

Loyalitas pasien merupakan suatu pelayanan untuk menggunakan jasa secara konsisten di masa yang akan datang. loyalitas adalah suatu kesediaan pasien untuk melanjutkan menggunakan jasa pada sebuah perusahaan atau rumah sakit dalam jangka waktu yang panjang dan mempergunakan produk atau pelayanan secara berulang, serta merekomendasikannya kepada teman-teman dan pihak lain secara sukarela. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pasien pada produk atau jasa tertentu memberikan kontribusi positif bagi kesuksesan rumah sakit di masa yang akan datang (Griffin, 2018:2).

Loyalitas adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang pasien karena pelayanan pada suatu merek atau rumah sakit. Sebenarnya ada banyak faktor

yang mempengaruhi suatu pasien untuk loyal, antara lain faktor Orientasi inovasi: seseorang tentu akan memilih perusahaan atau merek yang menurutnya menyediakan alternatif orientasi inovasi paling murah diantara pilihan-pilihan yang ada. Selain itu ada juga faktor kebiasaan, seseorang yang telah terbiasa menggunakan suatu merek atau rumah sakit tertentu maka kemungkinan untuk berpindah ke pilihan yang lain akan semakin kecil (Nurhayati, 2018).

Karakteristik dari loyalitas menurut Magdalena (2018:244) adalah pasien melakukan pembelian ulang secara teratur/regular, mereka memiliki persepsi mendalam tentang apa yang mau mereka menggunakan jasa, dimana harus menggunakan jasa. Perusahaan atau rumah sakit jangan dulu berpuas hati sebab pasien yang ada belum tentu otomatis akan menjadi pasien yang loyal. Mereka juga menggunakan jasa lain, bukan satu jasa saja yang ditawarkan oleh produsen. Mereka merekomendasikan teman-temannya untuk juga menggunakan jasa yang sama ke tempat yang sama dan mereka tidak mudah beralih ke jasa saingan.

2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih. Terdapat 6 alasan mengapa perusahaan harus menjaga dan mempertahankan pasiennya (Magdalena, 2018:244), yaitu:

1. Pasien yang sudah ada, prospeknya dalam memberi keuntungan cenderung lebih besar.
2. Biaya menjaga dan mempertahankan Pasien yang sudah ada, jauh lebih kecil daripada biaya mencari Pasien baru.
3. Pasien yang sudah percaya pada suatu lembaga dalam satu urusan bisnis, cenderung akan percaya juga dalam urusan/bisnis yang lain.

4. Jika pada suatu perusahaan banyak langganan lama, akan memperoleh keuntungan karena adanya peningkatan efisiensi. Langganan lama pasti tidak akan banyak lagi tuntutan, perusahaan cukup menjaga dan mempertahankan mereka. Untuk melayani mereka bisa digunakan karyawan-karyawan baru dalam rangka melatih mereka sehingga biaya pelayanannya lebih murah. Tentu karyawan junior ini telah diberi pengarahan terlebih dahulu agar tidak berbuat sesuatu yang mengecewakan Pasien
5. Pasien lama ini tentu lebih banyak pengalaman positif berhubungan dengan perusahaan, sehingga mengurangi biaya psikologis dan sosialisasi.
6. Pasien lama akan selalu membela perusahaan dan berusaha juga menarik/memberi referensi teman-teman lain dan lingkungannya untuk mencoba berhubungan dengan perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2018:57) mengemukakan beberapa dari pasien yang bersifat loyal sebagai berikut

- a. *Repeat Purchase* (Kesetiaan dalam pembelian pelayanan)
- b. *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan)
- c. *Referall* (Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan).

2.1.1.3 Indikator Loyalitas Pasien

Indikator mengenai loyalitas pasien menurut Griffin (2018:2) adalah sebagai berikut:

1. Merekomendasikan kepada orang lain
Suatu proses komunikasi atas jasa tertentu yang berguna untuk memberikan informasi secara personal.
2. Pencarian informasi
Pasien yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak.
3. Tidak menggunakan jasa lain yang ditawarkan
Daya tarik pasien untuk menggunakan jasa lainnya ketika adanya pihak perusahaan menawarkan jasa
4. Tingkat kenyamanan pasien
Kenyamanan akan pasien terhadap jasa atau produk yang digunakan
5. Tidak terpengaruh tawaran dari pesaing
Pasien yang tetap menggunakan jasa atau produk yang dipercayainya secara terus menerus

2.1.2 Orientasi Inovasi

2.1.2.1 Definisi Orientasi Inovasi

Menurut Setiawan (2017:2) orientasi inovasi merupakan fokus perusahaan yang memperlakukan pemasaran sebagai tanggung jawab lintas fungsional di mana perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan pasien yang merupakan prioritas utama bagi seluruh organisasi. Orientasi inovasi sangat perlu di setiap usaha, dengan adanya orientasi dari diri sendiri, maka akan merasa mudah untuk meningkatkan penjualannya. Orientasi inovasi adalah seperangkat perilaku dan aktivitas khusus, sumber daya, dasar untuk pengambilan keputusan. Orientasi inovasi terdiri dari tiga komponen perilaku: orientasi pasien, orientasi pesaing dan koordinasi interfungsional dan dua kriteria keputusan termasuk target profit dan fokus jangka panjang.

Orientasi inovasi mencakup semua kegiatan yang terlibat dalam memperoleh informasi tentang pembeli dan pesaing di pasar sasaran dan menyebarkan informasi tersebut ke seluruh bisnis. Mempertimbangkan kebutuhan pasien memungkinkan perusahaan untuk memberikan nilai unggul dan tingkat kepuasan pasien. Konsentrasi secara bersamaan terhadap pesaing dan mendiskusikan secara rutin tentang kekuatan dan kelemahan pesaing akan secara cepat mendapatkan respon ancaman kompetitif. Koordinasi interfungsional mengacu pada integrasi semua anggota perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasien dan didasarkan pada pasien dan informasi pesaing dan terdiri dari upaya terkoordinasi bisnis ini, biasanya melibatkan lebih dari departemen pemasaran untuk menciptakan nilai superior bagi pembeli.

Menurut Adinoto (2017:4) orientasi inovasi seseorang akan mampu meningkatkan keberanian dirinya dalam menghadapi resiko. Oleh karena itu, konsep kewirausahaan yang dilihat sebagai fenomena pada level perusahaan

mengarah/mengacu kepada perilaku perusahaan, pengambilan risiko, upaya yang inovatif, dan penetapan strategi yang proaktif. Hal ini sangat berbeda dengan karakter perusahaan yang konservatif yang cenderung menghindari risiko, kurang inovatif dan senantiasa mengambil sikap "lihat dan tunggu". Menurut Setiawan (2017:2) orientasi inovasi adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Beberapa literatur manajemen memberikan tiga landasan dimensi organisasional untuk proses manajemen kewirausahaan, yakni kemampuan inovasi, kemampuan mengambil risiko, dan sifat proaktif.

Menurut Alimudin(2017:3) pentingnya menjadi proaktif terhadap kesempatan-kesempatan baru, mendukung kemampuan perusahaan untuk menciptakan produk-produk, bukan hanya selangkah di depan pesaing tapi juga selangkah memahami keinginan konsumen. Sering kualitas proaktif mengharapkan substansi keuangan dan komitmen dari manajemen. Dengan resiko yang sudah wajar, perusahaan jasa berharap untuk dapat menjadi sumber dari setiap kesempatan yang mengakibatkan kerugian yang besar.

Menurut Hartanty(2018:4) orientasi inovasi digambarkan sebagai proses, praktik, dan pengambilan keputusan kegiatan yang mengarah pada sesuatu yang baru. Dengan kata lain, orientasi inovasi adalah kemampuan pemilik usaha untuk mengelola perusahaannya dengan kreatif dan inovatif, berani mengambil resiko dan mengerahkan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orientasi Inovasi

Orientasi inovasi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor menurut Setiawan, (2017:4) baik itu faktor pribadi maupun faktor eksternal/lingkungan, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, budaya dan lingkungan. Faktor-faktor ini membentuk “*locus of control* pusat kendali”, kreativitas, inovasi, implementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi pengusaha besar.

1. Secara internal, inovasi dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berasal dari individu, seperti pusat kontrol, toleransi, nilai-nilai (*value*), pendidikan, dan pengalaman.
2. Faktor yang berasal dari lingkungan yang mempengaruhi meliputi model peran (*role model*), aktivitas, dan peluang. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi oleh lingkungan, organisasi, dan keluarga.

2.1.3.3 Indikator Orientasi Inovasi

Orientasi inovasi yang tercermin dari sikap penuh inovasi, proaktif dan keberanian mengambil risiko diyakini mampu mendorong kinerja perusahaan. Orientasi inovasi yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kondisi yang lebih baik. Menurut Setiawan, (2017:2) Indikator variabel orientasi inovasi, yaitu flexibel, proaktif, keberanian mengambil risiko, pengalaman berusaha, dan antisipatif:

1. Mengambil risiko dapat didefinisikan sebagai seseorang yang berorientasi pada peluang dalam ketidakpastian konteks pengambilan keputusan.
2. Flexibel adalah dapat berubah sesuai dengan keinginan pasien.
3. Proaktif adalah perusahaan dimana pemimpinnya mempunyai kemampuan untuk mengenali peluang dan komitmen untuk inovasi.
4. Pengalaman berusaha adalah sikap berwirausaha dan konsekuensi dari perilaku kepada inovasi yang dipengaruhi oleh latar belakang pimpinannya yang menyangkut pengalaman berusaha pimpinannya.
5. Antisipatif merupakan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan dalam meningkatkan atau mencapai tujuan tertentu

2.1.3 Kualitas Pelayanan

2.1.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Para ahli memberikan definisi yang berbeda tentang kualitas. Yamit (2017:7) mendefinisikan kualitas sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. *Service quality* (kualitas pelayanan) pada dasarnya dapat dikatakan sebagai suatu tindakan dan perlakuan atau cara orang lain untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Tingkat kepuasan pasien atas suatu pelayanan dapat diukur dengan membandingkan antara harapan pasien terhadap kualitas Pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterimanya atau dirasakannya.

Menurut Pasolong (2017:135) kualitas pelayanan merupakan hal yang mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada pasien, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai. Menurut Laksana (2018:88) definisi kualitas pelayanan adalah besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan pasien dengan tingkat persepsi mereka. Dalam arti, kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap pasien pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, di situlah tercipta nilai kepuasan yang maksimal.

Sedangkan Menurut Parasuraman, et al. (2018:148), *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pasien atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Menurut Hasan (2018:91) kualitas pelayanan merupakan hal yang mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada pasien,

perusahaan atau instansi atau dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai. kualitas pelayanan sebagai kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pasien.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2018:75) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Kinerja, karakteristik operasi dasar dari suatu produk, misalnya kecepatan pengiriman paket, ketajaman gambar sebuah tv, serta kebersihan makanan di restoran.
2. Fitur, karakteristik pelengkap khusus yang bisa menambah pengalaman pemakai produk, contohnya minuman gratis selama penerbangan pesawat, ac mobil, dan koleksi tambahan nada panggilan pada telpon genggam.
3. Realibilitas, yaitu probabilitas terjadi nya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu, semakinm kecil kemungkinan terjadinya kerusakan, semakin handal produk yang bersangkutan.
4. Konfirmasi (*conformance*), yaitu tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah di tetapkan , misalnya ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan kereta api; dan kesesuaian ukuran sepatu yang telah di tetapkan.
5. Daya tahan (*durability*, yaitu jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan harus di ganti. Semaki besar frekuensi pemakaian normal yang di gunakan semakin besar pula gaya produk. Baterai salah satu produk yang sering kali menekan kan aspek daya tahan sebagai psitioning kunci.
6. *Serviceability*, yaitukecepatan dan kemudahan untuk di reparasi, serta kompetensi dan keramah tamahan staf layanan.
7. Estetikam (*aesthetics*), menyangkut penampilan produk yang bisa di nilai dengan panca indra (rasa, aroma, suara, dan seterusnya)
8. Persepsi terhadap kualitas (*percived uality* , yaitu kualitas yang di nilai berdasarkan reputasi penjual, contohnya mobil bmw, arlogi rolex, kemeja polo, dan peralatan\ elektronik sony.

2.1.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Pasolong (2017:135) indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangibles* (bukti langsung); kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi.

2. *Reliability* (kehandalan); kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang tepercaya.
3. *Responsivess* (daya tanggap); kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
4. *Assurance* (jaminan); kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.
5. *Empaty* (empati); sikaptegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian dari Fudin(2020) dengan judul Dampak Kualitas Inovasi Produk Kualitas Pelayanan, Harga Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pasien Pada Konsumen Toko Langgeng Elektronik). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

Ramadhan (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Orientasi Pasien Dan Manajemen Pengetahuan Terhadap Loyalitas Pasien Pengguna Agen Travel Online Traveloka di Indonesia. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel Orientasi Pasien, dan Manajemen Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien pengguna Traveloka. Variabel paling dominan pada penelitian ini adalah variabel Orientasi Pasien.

Putra (2017) dengan judul Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas PasienSepeda Motor Vespa. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien sepeda motor vespa di kota Denpasar. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien sepeda motor

vespa di kota Denpasar. Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien sepeda motor vespa di kota Denpasar. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien sepeda motor vespa di kota Denpasar.

Penelitian selanjutnya dari Anindita (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Pada Industri Jasa Rumah Sakit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu factor yang menyebabkan loyalitas pasien tinggi adalah kualitas pelayanan seperti tangibles, reliability dan empati. Oleh sebab itu penting bagi pihak manajemen untuk meningkatkan lagi kualitas pelayanannya sehingga menjadi lebih baik lagi. Persepsi mengenai kualitas pelayanan yang baik akan berakibat pada munculnya kepuasan, kepercayaan dan bahkan loyalitas, dengan demikian akan mendukung terlaksananya strategi rumah sakit serta tercapainya tujuan rumah sakit.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Wahyuno (2017) dengan judul Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Teh Botol Sosro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara langsung maupun tidak langsung variabel inovasi produk dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Teh Botol Sosro melalui kepuasan sebagai variabel intervening. Maka tabel penelitian sebelumnya sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Penulis (Tahun)	Metode penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Dampak Kualitas Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Inovasi Produk Terhadap loyalitas pasien Pada Konsumen Toko Langgeng Elektronik) (Fudin, 2020)	Metode Kuantitatif dan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.	Lokasi penelitian, jumlah sampel dan analisis data	Sama-sama meneliti tentang variabel orientasi inovasi dan kualitas pelayanan serta loyalitas pasien
2.	Pengaruh Orientasi Pasien Dan Manajemen Pengetahuan Terhadap Loyalitas Pasien Pengguna Agen Travel Online Traveloka di Indonesia. (Ramadhan, 2019)	Metode Kuantitatif dan analisis regresi linier berganda	Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel Orientasi Pasien, dan Manajemen Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien pengguna Traveloka. Variabel paling dominan pada penelitian ini adalah variabel Orientasi Pasien	Lokasi penelitian, jumlah sampel dan analisis data	Sama-sama meneliti tentang variable loyalitas pasien dan orientasi.
3.	Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Sepeda Motor Vespa (Putra, 2017)	Metode Kuantitatif dan analisis regresi linier berganda	Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien sepeda motor vespa di kota Denpasar. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien sepeda motor vespa di kota Denpasar. Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien sepeda motor vespa di kota Denpasar. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien sepeda motor vespa di kota Denpasar.	Lokasi penelitian, jumlah sampel dan analisis data	Sama-sama meneliti tentang variable loyalitas pasien dan orientasi.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Judul dan Penulis (Tahun)	Metode penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Pada Industri Jasa Rumah Sakit (Anindita, 2020)	Metode Kuantitatif dan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu factor yang menyebabkan loyalitas pasien tinggi adalah kualitas pelayanan seperti tangibles, reliability dan empati. Oleh sebab itu penting bagi pihak manajemen untuk meningkatkan lagi kualitas pelayanannya sehingga menjadi lebih baik lagi. Persepsi mengenai kualitas pelayanan yang baik akan berakibat pada munculnya kepuasan, kepercayaan dan bahkan loyalitas, dengan demikian akan mendukung terlaksananya strategi rumah sakit serta tercapainya tujuan rumah sakit.	Lokasi penelitian, jumlah sampel dan analisis data	Sama-sama meneliti tentang variabel orientasi inovasi dan loyalitas pasien.
5.	Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Teh Botol Sosro (Wahyuno, 2017)	Metode Kuantitatif dan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara langsung maupun tidak langsung variabel inovasi produk dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Teh Botol Sosro melalui kepuasan sebagai variabel intervening.	Lokasi penelitian, jumlah sampel dan analisis data.	Sama-sama meneliti tentang variabel loyalitas pasien dan inovasi

2.3 Kerangka Penelitian

2.3.1 Hubungan Orientasi Inovasi dengan Loyalitas Pasien

Orientasi inovasi dalam penelitian ini adalah nilai yang diinginkan pasien berdasarkan pada perbedaan antara yang didapatkan dan apa yang diberikannya. Sehingga, orientasi inovasi bisa juga dilihat sebagai cerminan kualitas, manfaat, dan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan sebuah layanan yang baik. Aspek yang sangat penting dari kepuasan pasien yang sering terlewatkan atau jarang diukur adalah hubungan emosional antara pasien yang loyal dengan pihak penyediaan jasa

kesehatan. Pasien yang memiliki loyalitas sejati memiliki merasakan ada ikatan emosional dengan penyediaan jasa kesehatan.

Klinik pada umumnya menginginkan apa yang disediakan dapat dijalankan dengan lancar dan menguntungkan. Penyediaan jasa kesehatan akan mengupayakan agar pasien yang sudah diciptakan dapat dipertahankan selamanya. Loyalitas pasien merupakan hal yang tidak mudah, mengingat beberapa perubahan dapat terjadi setiap saat. Loyalitas pasien dalam jangka panjang menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategis, selain itu juga dijadikan dasar pengembangan keunggulan yang berkelanjutan. Lingkungan persaingan global yang semakin ketat dengan masuknya beberapa pelayanan dan kondisi yang semakin jenuh untuk beberapa produk tertentu akan menyebabkan tugas untuk mengelola loyalitas pasien menjadi tantangan manajerial yang tidak ringan (Wacjyuni, 2017).

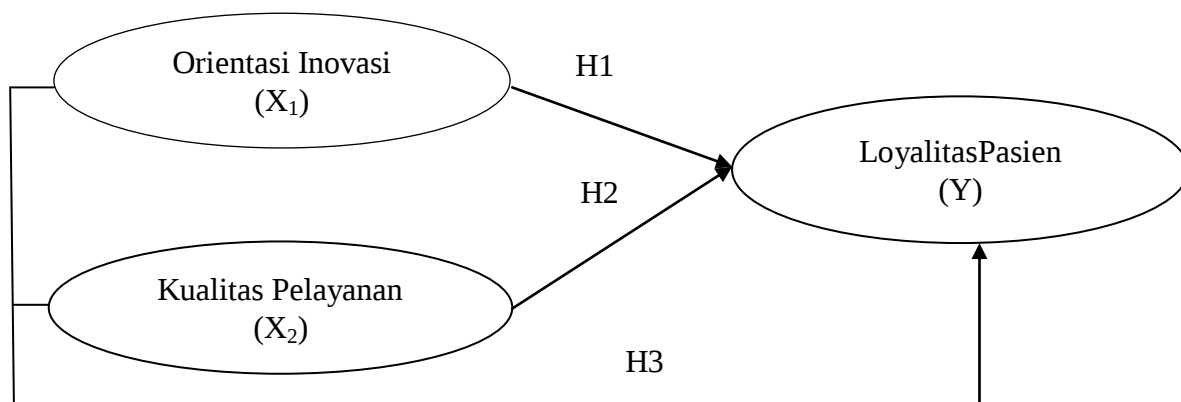
2.3.2 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pasien

Kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pasien secara langsung dan mempengaruhi loyalitas pasien secara tidak langsung melalui kepuasan. Kualitas pelayanan mendorong pasien untuk komitmen kepada layanan suatu rumah sakit sehingga berdampak kepada peningkatan suatu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat krusial dalam mempertahankan pasien dalam waktu yang lama. Rumah sakit yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan rumah sakit. Keputusan rumah sakit melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain pasien dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan loyalitas pasien(Putra, 2017).

Perkembangan beberapa tahun kebelakang banyak rumah sakit yang telah menyadari pentingnya loyalitas pasien bagi keberlangsungan bisnis mereka. Loyalitas pasien memang penting untuk kelangsungan hidup penyediaan kesehatan. Alasan itu banyak rumah sakit menggunakan strategi yang defensif untuk meningkatkan pangsa pasar mereka dan profitabilitas memaksimalkan retensi pasien. Komitmen yang kuat menunjukkan "sikap" untuk sebuah merek bahwa benar loyalitas ada.

Berdasarkan teori dan tinjauan pustaka terhadap variabel-variabel yang dibahas dalam penelitian ini mengenai pengaruh orientasi inovasi dan pelayanan terhadap loyalitas pasien. Maka dapat ditampilkan kerangka analisis sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka pemikiran



Sumber: Dikembangkan oleh penulis berdasarkan penelitian sebelumnya (Futin, 2020 dan Ramadhan, 2017)

2.4 Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian dan kerangka pemikiran maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian adalah:

H1 : Orientasi inovasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien pada Klinik

Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh

H3 : Orientasi inovasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

3.1.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pasien Klinik Bunda Thamrin Kota Banda Aceh. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk membuktikan pengaruh orientasi inovasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien. Lokasi penelitian dilaksanakan di Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh dengan objek penelitian pada pasien yang pernah melakukan transaksi di Klinik Bunda Thamrin Kota Banda Aceh.

3.1.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi empiris dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Di mana pengertian penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2018:14) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode studi empiris merupakan metode penelitian terhadap fakta yang terjadi diperoleh berdasarkan observasi atau pengalaman, dimana objek yang diteliti lebih ditekankan pada kejadian sebenarnya daripada persepsi orang mengenai kejadian.

3.1.3. Horizon Waktu

Data penelitian dapat dikumpulkan sekaligus pada periode tertentu (satu titik waktu)/ dikumpulkan secara bertahap dalam beberapa periode waktu yang relatif

lebih lama (lebih dari dua titik waktu), tergantung pada karakteristik masalah penelitian yang akan dijawab. penelitian deskriptif berdasarkan rentang waktu (*time horizon*) yaitu *cross sectional*. *Cross sectional* merupakan penelitian yang hanya dilakukan pada satu periode terhadap berbagai sampel dalam populasi. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan November 2022 sampai dengan selesai.

3.1.4. Unit Analisis

Unit analisis merupakan tingkat agregasi data yang dianalisis, antara lain meliputi individual, Data yang dikumpulkan secara individual digunakan untuk menghitung unit analisis pada tingkat agregasi yang lebih besar. Berdasarkan unit observasi yang dijadikan unit analisis adalah individu pasien pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh.

Untuk mengubah data-data kualitatif yang diperoleh dari kuesioner dalam bentuk data kuantitatif maka digunakan skala ukuran yaitu skala Likert. Kategori pertanyaan yang dirancang dalam kuesioner diberi nilai skor 1-5 dengan kategori menurut Arikunto (2018) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Kurang Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber : Arikunto (2018)

3.2. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.

Sugiyono (2018:80-81) mengemukakan bahwa: "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh yang tidak diketahui secara pasti. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti dengan mempertimbangkan dana, waktu, tenaga dan ketelitian dalam menganalisis datanya. Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Purba dalam Widiyanto (2018) sebagaimana tertera di bawah ini:

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

Dimana:

n : jumlah sampel

Z : tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe : *Margin of error* atau tingkatan kesalahan maksimal ditetapkan 10% atau 0,1

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.10)^2} = \frac{3,84}{4(0,01)} = \frac{3,84}{0,04} = 96,04$$

=96,04 atau 96 dan dibulatkan menjadi 96

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk pengambilan data dilakukan dengan teknik *convenience sampling*. Teknik *convenience sampling* merupakan dimana peneliti berusaha menarik anggota populasi berdasarkan kemudahan ditemui atau ketersediaan anggota populasi tentu saja (Sugiyono, 2017).

3.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliabel. Sumber data yang digunakan antara lain (Sugiyono, 2018:139):

- 1) Data primer diperoleh dari daftar pertanyaan (kuisisioner). Untuk memperoleh data mengenai variabel yang diteliti maka dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan Kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah tertutup, yaitu pertanyaan yang dirancang berbentuk pilihan yang telah disediakan.
- 2) Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari studi pustaka melalui artikel majalah pemasaran maupun yang diambil dari internet untuk mendapatkan data-data dalam penelitian ini.

Untuk memperoleh data mengenai orientasi inovasi, kepuasan, dan loyalitas pasien dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner terdiri dari 5 (lima) item untuk orientasi inovasi, 5 (lima) item untuk kepuasan, dan 5 (lima) pertanyaan untuk variabel loyalitas pasien. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah tertutup yaitu pertanyaan yang dirancang berbentuk pilihan yang telah disediakan.

3.4. Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Defenisi dan operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2
Devinisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Item	Skala
Variabel Dependen					
1.	Loyalitas Pasien (Y)	Suatu kesediaan pasien untuk melanjutkan menggunakan jasa pada sebuah perusahaan atau rumah sakit dalam jangka waktu yang panjang dan mempergunakan produk atau pelayanan secara berulang, serta merekomendasikannya kepada teman-teman dan pihak lain secara sukarela. (Griffin, 2018:2).	Merekomendasikan kepada orang lain	A1	Skala likert
			Pencarian Informasi	A2	
			Tidak menggunakan jasa lain yang ditawarkan	A3	
			Tingkat kenyamanan	A4	
			Tidak terpengaruh tawaran dari pesaing (Griffin, 2018:2).	A5	
Variabel Independen					
2.	Orientasi inovasi (X1)	Fokus perusahaan yang memperlakukan pemasaran sebagai tanggung jawab lintas fungsional di mana perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan pasien yang merupakan prioritas utama bagi seluruh organisasi. (Setiawan, 2017:2).	Keberanian mengambil resiko	B1	Skala likert
			Fleksibel	B2	
			Proaktif	B3	
			Pengalaman berusaha	B4	
			Antisipasif (Setiawan, 2017:2)	B5	
3.	Kualitas Pelayanan (X2)	Hal yang mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada pasien, perusahaan atau instansi atau dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai (Pasolong, 2017:135).	Berwujud	C1	Skala likert
			Kehandalan	C2	
			Ketanggapan	C3	
			Jaminan	C4	
			Empati (Pasolong, 2017:135).	C5	

3.5. Teknik Analisis Data

Data penelitian analisis dengan menggunakan model regresi linier berganda dan diolah dengan menggunakan program bantuan SPSS (*statistic pagcket for social saince*). Adapun persamaan model regresi berganda dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y	= Loyalitas pasien
X ₁	= Orientasi inovasi
X ₂	= Kualitas Pelayanan
a	= konstanta
b	= parameter regresi
e	= <i>error Term</i>

3.6. Pengujian Data

Uji reliabilitas dan validitas adalah uji terhadap instrumen penelitian yang akan menyajikan data kualitatif. Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data primer yang bersifat kualitatif sehingga harus dapat memberikan kebenaran dan orientasi inovasi melalui suatu set uji kehandalan dan validitas.

3.6.1. Uji Kehandalan (Reliability)

Reliabilitas instrument adalah tingkat konsistensi hasil yang dicapai oleh kuesioner, meskipun digunakan secara berulang-ulang. Pendekatan yang digunakan adalah dengan cara menghitung *Cronbach Alpha* masing-masing variabel yang

terlibat. *Cronbach Alpha* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. Uji ini dimaksudkan untuk menunjukkan banyaknya variansi atau perbedaan yang diharapkan pada seperangkat pengukuran yang dilakukan secara berulang-ulang terhadap suatu objek. Ukuran reliabilitas dianggap handal berdasarkan *Cronbach Alpha* adalah sebesar 0,60 (Malhotra, 2018).

3.6.2. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur menurut situasi, keperluan dan tujuan tertentu. Dengan kata lain bahwa kuesioner dianggap valid jika kuesioner tersebut benar-benar dapat menyajikan suatu set data mengenai perilaku dan aktivitas responden sebagaimana yang diharapkan. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *analysis corelation* yang menjelaskan korelasi (hubungan) diantara sejumlah variabel dengan menggunakan satu set dimensi yang disebut faktor. Ukuran data dianggap valid apabila korelasi hitung lebih besar dari angka kritis nilai $-r$ (*table product moment*).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data menurut Ghozali (2018:110) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis gambar berupa plot dan uji statistik dengan melihat nilai kurtosis dan *skewness*.

Kenormalan data-data dapat dilihat dari tampilan gambar normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2018:110).

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghozali (2018:91) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Bila ternyata dalam model regresi terdapat multikolinearitas, maka harus menghilangkan variabel *independent* yang mempunyai korelasi tinggi. Ghozali (2018:91) juga menambahkan jika korelasi antar variabel *independent* tinggi yaitu di atas 0,90 maka terdapat multikolinearitas. Jika nilai tolerance lebih kecil dari 10% dan nilai VIF lebih besar dari 10 berarti ada multikolinearitas.

3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Wiyono (2017:160) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatanlainnya. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara SRESID dan ZPRED dengan dasar analisis (1) jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur

(bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas; (2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan secara simultan dengan menggunakan uji f (F-test) dan secara partial dengan menggunakan uji t (t-test) pada tingkat keyakinan (confident interval) 95% dengan kriteria pengambilan keputusan.

3.7.1. Uji t

Digunakan untuk menguji tingkat signifikan variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat (Y) yaitu pengaruh X1 terhadap Y.

Dengan kriteria pengujian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka menerima H_a atau menolak H_o

Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka menolak H_a atau menerima H_o .

H_{a1} = Orientasi inovasi berpengaruh terhadap loyalitas pasien Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh.

H_{o1} = Orientasi inovasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh

H_{a2} = Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh.

H_{o2} = Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh

3.7.2. Uji F

Digunakan untuk menguji tingkat signifikansi seluruh variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y). Kriteria pengambilan keputusan pada tingkat signifikansi 95% adalah :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka menerima H_a atau menolak H_o

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka menolak H_a atau menerima H_o

H_{a3} = Orientasi inovasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh

H_{o33} = Orientasi inovasi dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pasien Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Klinik Bunda Thamrin adalah salah satu rumah sakit swasta di kota Banda Aceh yang beralamat di jalan Dr. Mr. Mohd Hasan, Batoh, Kecamatan Banda Raya, Kota Banda Aceh, 23122. Klinik Bunda buka setiap hari jam 07:00 sampai dengan 21:00. Klinik Bunda Thamrin didirikan dengan tujuan menjadi sarana pelayanan kesehatan paripurna untuk masyarakat yang dapat dijangkau dan bermutu dengan prioritas kesembuhan dan keselamatan jiwa. Klinik Bunda Thamrin dipimpin oleh seorang Direktur, dibantu oleh 3 Kepala Bidang, yakni Kepala Bidang Medis dan Keperawatan, Kepala Bidang Keuangan dan Akuntansi, serta Kepala Bidang Administrasi dan Umum. Adapun visi dan misi Klinik Bunda Thamrin yaitu:

1. Visi

Visi RSUD Bunda Thamrin adalah “Menjadi Rumah Sakit yang terdepan dalam memberikan pelayanan kesehatan bermutu.”

2. Misi

1. Memastikan seluruh pelayanan yang diberikan sesuai standar mutu pelayanan
2. Membangun budaya kerja rumah sakit yang mengutamakan mutu dan keselamatan pasien.

4.2 Hasil Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Klinik Bunda Thamrin Banda Aceh jalan Dr. Mr. Mohd Hasan, Batoh, Kecamatan Banda Raya, Kota Banda Aceh. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 96 orang konsumen. Adapun hasil penelitian ini meliputi karakteristik responden, pengujian data, distribusi frekuensi jawaban responden dan diakhiri dengan pengujian hipotesis.

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan data mengenai identitas pribadi para responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Penyajian data mengenai karakteristik responden ini berguna untuk memberikan informasi/keterangan mengenai data pribadi responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia responden, pendidikan dan penghasilan responden sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pria	41	42.7
2	Wanita	55	57.3
Jumlah		96	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data primer (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berdominan memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 55 orang responden (57,2%) dan perempuan sebanyak 41 orang responden (42,7%).

Tabel 4.2
Usia Responden

No	Usia Responden	Frekuensi	Presentase (%)
1	≤ 25 Tahun	15	15,6
2	26-35 Tahun	20	20,8
3	36-45 Tahun	25	26
4	≥ 55 Tahun	36	37,5
Jumlah		96	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data primer (2023)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang berdominan berusia ≥ 55 tahun sebanyak 36 orang (37,5%), 36-45 tahun sebanyak 25 orang (26%), 26-35 tahun sebanyak 20 orang (20,8%) dan responden yang berusia ≤ 25 tahun sebanyak 15 orang (15,6%).

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
1	SMA	22	22,9
2	Diploma	22	22,9
3	Sarjana	31	32,3
4	Pasca Sarjana	21	21,9
Jumlah		96	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data primer (2023)

Berdasarkan tabel di atas frekuensi tentang pendidikan responden dominan berpendidikan sarjana sebanyak 31 orang (32,3%), selanjutnya diikuti oleh responden yang berpendidikan diploma sebanyak 22 orang (22,9%), responden yang berpendidikan SMA sebanyak 22 orang (22,9%), dan responden yang berpendidikan Pasca Sarjana sebanyak 21 orang (21,9%).

Tabel 4.4
Penghasilan Responden

No	Penghasilan/Bulan	Frekuensi	Presentase (%)
1	≤ Rp. 3 Juta	14	14.6
2	Rp. 4-5 Juta	19	19.8
3	Rp. 6-7 Juta	39	40.6
4	≥ Rp. 8 Juta	24	25
Jumlah		96	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data primer (2023)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang berpenghasilan perbulan Rp. 4-5 Juta sebanyak 39 orang (40,6%) responden yang berpenghasilan perbulan $\geq$ Rp. 6 Juta sebanyak 24 orang (25%) responden yang berpenghasilan perbulan Rp. 2-3 Juta sebanyak 19 orang (19,8%) dan responden yang berpenghasilan $\leq$ Rp. 1 Juta sebanyak 14 orang (14,6%).

4.2.2 Pengujian Data

Uji validitas dilakukan untuk menguji instrumen penelitian (kuesioner) yang telah dirancang layak atau tidak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment*. Data dikatakan valid apabila hasil uji $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel Tabel 4.5
Uji Validitas Kuesioner Penelitian

No	Variabel Penelitian	Item Pernyataan Kuesioner	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel (n=96)	Hasil Uji
1	Loyalitas Pasien (Y)	Merekomendasikan kepada orang lain	0,342	0,198	Valid
2		Pencarian Informasi	0,820	0,198	Valid
3		Tidak menggunakan jasa lain yang ditawarkan	0,669	0,198	Valid
4		Tingkat kenyamanan	0,824	0,198	Valid
5		Tidak terpengaruh tawaran dari pesaing	0,824	0,198	Valid

No	Variabel Penelitian	Item Pernyataan Kuesioner	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel (n=96)	Hasil Uji
1	Orientasi Inovasi (X ₁)	Keberanian mengambil resiko	0,686	0,198	Valid
2		Fleksibel	0,664	0,198	Valid
3		Proaktif	0,723	0,198	Valid
4		Pengalaman berusaha	0,460	0,198	Valid
5		Antisipasif	0,665	0,198	Valid
1	Kualitas Pelayanan (X ₂)	Berwujud	0,637	0,198	Valid
2		Kehandalan	0,535	0,198	Valid
3		Ketanggapan	0,775	0,198	Valid
4		Jaminan	0,321	0,198	Valid
5		Empati	0,507	0,198	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data primer (2023)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0,198) sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas untuk semua variabel dinyatakan valid.

Uji reliabilitas yang digunakan adalah teknik analisis *cronbach's alpha*. Instrumen penelitian (kuesioner) dapat dikatakan reliabel apabila mempunyai $\alpha \geq 0,60$. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel Tabel 4.6
Uji Reabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel Penelitian	Nilai Uji Reabilitas	<i>Cronb.Alpha</i>	Keterangan
Loyalitas Pasien (Y)	0,868	0,60	Handal
Orientasi Inovasi (X ₁)	0,835	0,60	Handal
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,776	0,60	Handal

Sumber: Hasil Pengolahan Data primer (2023)

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan nilai *reliabilitas tes* untuk variabel Orientasi Inovasi (X₁) dengan nilai 0.835, Kualitas Pelayanan (X₂) dengan nilai 0.776, dan Loyalitas Pasien (Y) dengan nilai 0,868. Seluruh variabel dalam instrumen penelitian ini memiliki nilai nilai reliabilitas tes lebih besar dari nilai

cronbach's alpha yaitu 0,60. Hal ini berarti bahwa bahwa kuesioner penelitian yang digunakan memenuhi syarat atau reliabel/handal.

4.2.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Distribusi frekuensi jawaban responden melalui kuesioner yang diajukan kepada responden yang merupakan penjelasan hasil penelitian terhadap item-item pertanyaan variabel orientasi inovasi, kualitas pelayanan, dan loyalitas pasien.

1. Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Pasien

Deskripsi mengenai distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel loyalitas pasien adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Loyalitas Pasien

No	Loyalitas Pasien (Y)	SS		S		KS		TS		STS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Saya merasa loyal setelah menggunakan jasa di Rumah Klinik Thamrin di Kota Banda Aceh sehingga saya merekomendasikan kepada orang lain	45	46.9	45	46.9	6	6.3	0	0	0	0	4.41
2	Saya merasa senang setelah saya melakukan pencarian informasi mengenai Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh dengan pelayanan yang diberikan kepada saya	51	53.1	29	30.2	16	16.7	0	0	0	0	4.36
3	Saya tetap menggunakan jasa kesehatan pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh apabila saya membutuhkannya	44	45.8	33	34.4	19	19.8	0	0	0	0	4.26

4	Loyalitas saya pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh semakin baik dengan tingkat kenyamanan dan keamanan saya	35	36.5	42	43.8	19	19.8	0	0	0	0	4.17
5	Saya tidak akan terpengaruh dengan berbagai tawaran dari pihak pelayanan kesehatan lainnya selain dari Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh	35	36.5	42	43.8	19	19.8	0	0	0	0	4.17
Nilai Rerata												4.27

Sumber: Hasil Pengolahan Data primer (2023)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa distribusi jawaban responden pada variabel loyalitas pasien pada indikator pertama dengan pertanyaan yaitu saya merasa loyal setelah menggunakan jasa di Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh sehingga saya merekomendasikan kepada orang lain diperoleh jawaban rata-rata 4,41 (4) yang berarti setuju, saya merasa senang setelah saya melakukan pencarian informasi mengenai Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh dengan pelayanan yang diberikan kepada saya diperoleh jawaban rata-rata 4,36 (4) yang berarti setuju, saya tetap menggunakan jasa kesehatan pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh apabila saya membutuhkannya diperoleh jawaban rata-rata 4,26 (4) yang berarti setuju, loyalitas saya pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh semakin baik dengan tingkat kenyamanan dan keamanan saya diperoleh jawaban rata-rata 4,17 (4) yang berarti setuju, saya tidak akan terpengaruh dengan berbagai tawaran dari pihak pelayanan kesehatan lainnya selain dari Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh diperoleh jawaban rata-rata 4,17 (4) yang berarti setuju. Sehingga hasil penelitian variabel loyalitas pasien diperoleh nilai rerata sebesar 4,27 (4) yang berarti setuju.

2. Distribusi Frekuensi Variabel Orientasi Inovasi

Deskripsi mengenai distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel *personal selling* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Orientasi Inovasi

No	Orientasi Inovasi (X ₁)	SS		S		KS		TS		STS		Mean
		f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	
1	Perawat berani mengambil resiko demi melayani pasien	43	44.8	38	39.6	15	15.6	0	0	0	0	4.29
2	Pasien dapat menggunakan jasa klinik yang sesuai dengan kebutuhan pasien	44	45.8	31	32.3	21	21.9	0	0	0	0	4.24
3	Perawat mempunyai kemampuan yang baik dalam meningkatkan kualitas layanan	45	46.9	33	34.4	18	18.8	0	0	0	0	4.28
4	Perawat mempunyai pengalaman yang baik dalam memberikan perawatan kepada pasien	39	40.6	36	37.5	21	21.9	0	0	0	0	4.19
5	Kemampuan yang miliki oleh perawat sudah baik	38	39.6	40	41.7	18	18.8	0	0	0	0	4.21
	Nilai Rerata											4.24

Sumber: Hasil Pengolahan Data primer (2023)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa distribusi jawaban responden pada variabel orientasi inovasi pada indikator pertama dengan pertanyaan yaitu perawat berani mengambil resiko demi melayani pasien rapi diperoleh jawaban rata-rata 4,29 (4) yang berarti setuju, pasien dapat menggunakan jasa klinik yang sesuai dengan kebutuhan pasien diperoleh jawaban rata-rata 4,24 (4) yang berarti setuju, perawat mempunyai kemampuan yang baik dalam meningkatkan kualitas layanan diperoleh jawaban rata-rata 4,28 (4) yang berarti setuju, perawat mempunyai pengalaman yang baik dalam memberikan perawatan kepada

pasien diperoleh jawaban rata-rata 4,19 (4) yang berarti setuju, kemampuan yang dimiliki oleh perawat sudah baik diperoleh jawaban rata-rata 4,21 (4) yang berarti setuju. Sehingga hasil penelitian variabel orientasi inovasi diperoleh nilai rerata sebesar 4,24 (4) yang berarti setuju.

3. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

Deskripsi mengenai distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

No	Kualitas Pelayanan (X ₂)	SS		S		KS		TS		STS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh terlihat bersih dan nyaman	44	45.8	37	38.5	15	15.6	0	0	0	0	4.30
2	Perawat melayani pasien dengan teliti dan tepat waktu	42	43.8	31	32.3	23	24.0	0	0	0	0	4.20
3	Perawat sangat tanggap dan baik dalam melayani pasien	54	56.3	31	32.3	11	11.5	0	0	0	0	4.45
4	Perawat sangat ramah dan menguasai informasi terkait dengan layanan	40	41.7	54	56.3	2	2.1	0	0	0	0	4.40
5	Perawat memberikan perhatian yang cukup baik kepada setiap pasien	34	35.4	40	41.7	22	22.9	0	0	0	0	4.13
	Nilai Rerata											4.30

Sumber: Hasil Pengolahan Data primer (2023)

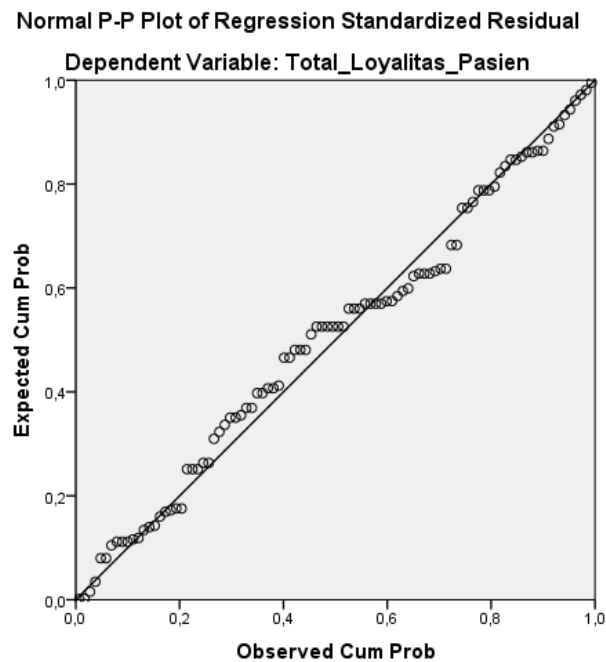
Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa distribusi jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan pada indikator pertama dengan pertanyaan yaitu rumah Klinik Thamrin di Kota Banda Aceh terlihat bersih dan nyaman diperoleh jawaban rata-rata 4,30 (4) yang berarti setuju, perawat melayani pasien dengan teliti dan tepat waktu diperoleh jawaban rata-rata 4,20 (4) yang berarti setuju, perawat sangat tanggap dan baik dalam melayani pasien diperoleh jawaban rata-rata 4,45 (4) yang berarti setuju, perawat sangat ramah dan menguasai informasi terkait dengan layanan diperoleh jawaban rata-rata 4,40 (4) yang berarti setuju, perawat memberikan perhatian yang cukup baik kepada setiap pasien diperoleh jawaban rata-rata 4,13 (4) yang berarti setuju. Sehingga hasil penelitian variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai rerata sebesar 4,30 (4) yang berarti setuju.

4.2.4 Pengujian Asumsi Klasik

4.2.4.1 Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi SPSS. Data yang normal ditandai dengan sebaran titik-titik data diseperti garis diagonal. Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada gambar 4.1 sebagai berikut :

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber : Hasil penelitian (2023)

Berdasarkan gambar 4.1 diatas diketahui bahwa data yang digunakan menunjukan indikasi normal. Analisis dari grafik diatas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas, dan sebaliknya apabila data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

4.2.4.2 Uji Multikolineritas

Untuk uji multikolineritas pada penelitian ini adalah nilai variance inflation factor (VIF). Hasil uji multikolineritas dapat dilihat table 4.10 :

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a		
Model		Collinearity Statistics
		Tolerance VIF
1	(Constant)	
	Total_Orientasi_Inovasi	,156 6,392
	Total_Kualitas_Pelayanan	,156 6,392

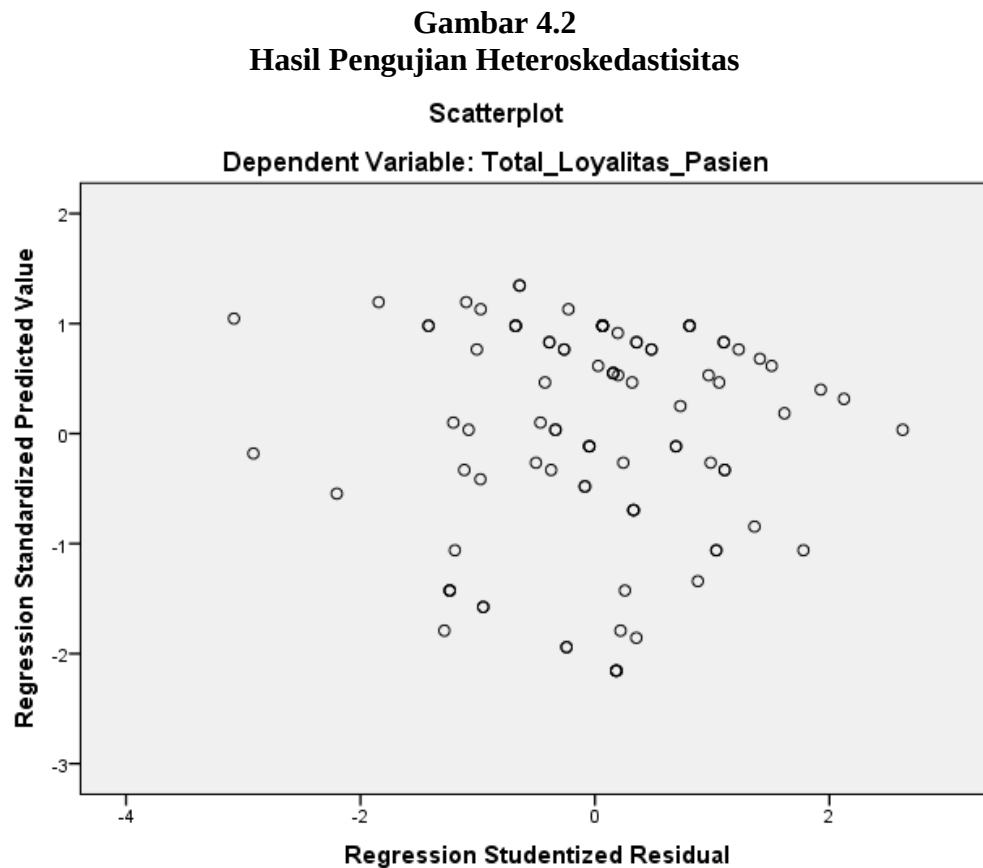
a. Dependent Variable: Total_Loyalitas_Pasien

Sumber : Hasil penelitian (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas terlihat bahwa tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai tolerance yang lebih dari 0,10 berarti tidak ada korelasi antara variable independen. Hasil perhitungan nilai *variance inflaction factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama, tidak ada satu variabel independent yang memiliki nilai VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikoloneritas antar variabel independent dalam model regresi pada penelitian ini.

4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian pada heteroskedastisitas data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS dengan mengamati pola yang terdapat pada *scatterplot*, dimana hasilnya dapat dilihat pada gambar 4.2 .



Sumber : Hasil penelitian (2023)

Berdasarkan gambar 4.2 diatas diketahui bahwa terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

4.2.5 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Orientasi Inovasi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas Pasien (Y). Hasil analisis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,134	1,183		,958	,340
Total_Orientasi_Inovasi	,560	,120	,563	4,667	,000
Total_Kualitas_Pelayanan	,390	,137	,343	2,842	,006

a. Dependent Variable: Total_Loyalitas_Pasien

Sumber: Data Primer (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas terlihat bahwa data output dari analisis regresi linier berganda yang dianalisis menggunakan SPSS maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,134 + 0,560 X_1 + 0,390 X_2 + e$$

Persamaan regresi di atas memiliki makna sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta $b_0 = 1,134$

Berarti apabila variabel Orientasi Inovasi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) tidak berubah atau dianggap konstan (bernilai 0), maka rata-rata Loyalitas Pasien (Y) akan bernilai 1,134.

- b. Koefisien regresi $b_1 = 0,560$

Orientasi inovasi (X_1) mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,560. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada variabel orientasi inovasi (X_1) akan menyebabkan variabel loyalitas pasien (Y) naik sebesar 0,560 satuan.

c. Koefisien regresi $b_2 = 0,390$

Kualitas pelayanan (X_2) mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,390. Jika diasumsikan variabel independen lain konstan, hal ini berarti setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka loyalitas pasien (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,390 satuan.

1. Uji t (Parsial)

Berdasarkan perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS yang tertera pada tabel diatas, diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Orientasi Inovasi (X_1)

Pada variabel orientasi inovasi (X_1) diperoleh $t_{hitung} (4,667) > t_{tabel} (1,986)$, maka H_0 ditolak (H_a diterima), artinya orientasi inovasi (X_1) berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien (Y) pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh.

b. Kualitas Pelayanan (X_2)

Pada variable kualitas pelayanan (X_2) diperoleh nilai $t_{hitung} (2,842) > t_{tabel} (1,986)$, maka H_0 ditolak (H_a diterima), artinya kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien (Y) pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh.

2. Uji F (Simultan)

Uji F atau uji secara simultan dilakukan untuk mengetahui signifikansi koefisien regresi seluruh prediktor (variabel independen) didalam model secara serentak (simultan). Jadi dalam hal ini menguji signifikansi pengaruh Orientasi

Inovasi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara serentak (simultan) terhadap Loyalitas Pasien (Y).

Tabel 4.12
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	641,956	2	320,978	173,267	,000 ^b
	Residual	172,283	93	1,853		
	Total	814,240	95			

a. Dependent Variable: Total_Loyalitas_Pasien

b. Predictors: (Constant), Total_Kualitas_Pelayanan, Total_Orientasi_Inovasi

Sumber: Data primer (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan statistik yang menggunakan SPSS yang tertera pada tabel 4.12 di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $173,267 \geq F_{tabel}$ sebesar 3,094 dengan tingkat signifikansi 0.000. Nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari 0.05. Hal ini berarti bahwa variabel Loyalitas Pasien (Y) dapat dijelaskan secara signifikansi oleh Orientasi Inovasi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Orientasi Inovasi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara serentak (bersama-sama) atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pasien (Y) pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh.

3. Analisis Korelasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih yaitu antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) secara serentak yang menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel X secara serentak dengan variabel Y. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Tabel 4.13
Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,888 ^a	,788	,784	1,361

a. Predictors: (Constant), Total_Kualitas_Pelayanan,
Total_Orientasi_Inovasi

b. Dependent Variable: Total_Loyalitas_Pasien

Sumber: Data primer (2023)

a. Analisis Korelasi (R)

Menurut Sugiyono (2017), pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = kuat

0,90 – 1,000 = sangat kuat

Adapun hasil pengujian korelasi ganda (R) dapat dilihat pada tabel 4.13 di atas diperoleh angka R sebesar 0,888. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara Orientasi Inovasi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) dengan Loyalitas Pasien (Y).

b. Koefisien Determinasi (R Square)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, maka diperoleh koefisien determinasi yaitu sebesar 0,788 atau 78,8%. Koefisien determinasi (Adjusted R Square) pada tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel Orientasi Inovasi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel Loyalitas Pasien (Y) sebesar

78,8%, sedangkan 21,2% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3 Implikasi Penelitian

Dari hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisa yang menyatakan bahwa orientasi inovasi berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Artinya Klinik Bunda Thmarin dapat meningkatkan orientasi pasar dengan cara lebih memperhatikan perawat agar memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada pasien serta perawat yang ada di Klinik Bunda Thamrin sudah berpengalaman.

Berdasarkan hasil analisa menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Artinya Klinik Bunda Thmarin kota Banda Aceh dapat meningkatkan kualitas pelayanannya seperti, memperhatikan perawatnya dalam memberikan perhatian kepada pasien agar lebih baik, supaya pasien mau berkunjung kembali ke Klinik Bunda Thamrin kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil analisis terbukti bahwa peningkatan loyalitas pasien ditentukan oleh orientasi inovasi dan kualitas pelayanan. Semakin baik orientasi inovasinya dan semakin baik juga kualitas pelayanan maka semakin besar peluang bagi Klinik Bunda Thamrin kota Banda Aceh untuk meningkatkan loyalitas pasiennya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh orientasi inovasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien pada rumah sakit Bunda Thamrin kota Banda Aceh, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi inovasi secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada Klinik Bunda Thamrin kota Banda Aceh.
2. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada Klinik Bunda Thamrin kota Banda Aceh.
3. Orientasi inovasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pasien pada Klinik Bunda Thamrin kota Banda Aceh.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka dapat diusulkan beberapa saran antara lain:

1. Disarankan bagi pimpinan Klinik Bunda Thamrin agar lebih memperhatikan tingkat kenyamanan dan tingkat keamanan supaya pasien mau berkunjung ulang atau berobat ulang dan menjadi loyal terhadap Klinik Bunda Thamrin
2. Disarankan kepada pimpinan Klinik Bunda Thamrin untuk lebih memperhatikan perawat agar memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada pasien serta perawat yang bekerja sudah berpengalaman.

3. Disarankan kepada pimpinan Klinik Bunda Thamrin agar memperhatikan perawatnya dalam memberikan perhatian kepada pasien agar lebih baik, supaya pasien mau berkunjung kembali ke Klinik Bunda Thamrin kota Banda Aceh.
4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat melakukan penelitian lanjutan dengan mengkaji variabel lain yang sekiranya yang belum diteliti dan berpengaruh atau berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinoto (2017) Pengaruh Orientasi Pasar dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kepekaan Perusahaan Dan Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan: Studi pada Penyalur Sepeda Motor di Indonesia. *Jurnal Universitas Multimedia Nusantara*.
- Alimudin, Arasy. (2017).Pengaruh Orientasi Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Dan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Sektor Perdagangan (Consumer Goods) Di Kota Surabaya.*Universitas Narotama Surabaya*.
- Anindita, R.(2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan Pada Industri Jasa Rumah Sakit.*Journal of Hospital Management*, Vol. 3, No. 1.
- Arikunto, S. (2018). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Fudin, Khafid. (2020). Dampak Kualitas Inovasi Produk Kualitas Pelayanan, Harga Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Toko Langgeng Elektronik). *Jurnal Manajemen*, Vol. 1, No. 1.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Griffin, J. (2018). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Hartanty, Stalist (2018). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Optimalisasi Keunggulan Bersaing. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang*
- Haryono, R. (2017) Analisis Pengaruh Servqual, Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Internet Banking dengan Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (Studi Kasus : Bank "X"). *Jurnal Sains Dan Seni Pomits Vol. 2, No.2, 2337-3520 (2301-928x Print)*
- Kotler, P & Keller, K.L.(2018).*Marketing Management*, Global Edition.Pearson Prentice. Hall
- Kotler, P. (2018) *Manajemen Pemasaran*, Jakart: Prenhallindo
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principle of marketing*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall

- Laksana, F. (2018). *Manajemen Pemasaran. Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Magdalena, M. (2018) Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Kpr Btn Pada PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Padang. *Jurnal KBP Vol 2 – No. 2, Juni 2018*
- Malhotra, N.K. (2018). *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2*. Jakarta:PT. Indeks.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. dan Berry, L.L . (2018). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Exxceptions, The free Press, New York: NY*
- Pasolong, H. (2017). *TeoriAdministrasiPublik*. Bandung: Alfabeta.
- Putra, Made C. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 3, : 1674-1700
- Ramadhan, Yogi P. (2019). Pengaruh Orientasi Pelanggan Dan Manajemen Pengetahuan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Agen Travel Online Traveloka di Indonesia.*Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, Vol. 1, No. 1, hlm 1-13
- Setiawan, Heri (2017) Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha (Studi pada Usaha Kecil Pengolahan di Kota Palembang). *Jurnal Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya*, Vol. 1, No.1, Hlm1-11
- Setiyaningsih, Dewi Nur (2018). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Mediasi. *JurnalProgram Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F.danChandra, G. (2018).*Pemasaranstrategik*.Edisikedua : Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, H. (2017). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Usmara, A. (2017) *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*.Jakarta; Amara Books
- Wachyuni. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Pemasaran Dalam Upaya Mencapai

Keunggulan Bersaing. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang*, Vol. 1, No. 1, hlm 1-11

Wahyuno. (2017). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Teh Botol Sosro. *Management Analysis Journal*, Vol. 4, No. 4.

Widiyanto, I. (2018). *Pointers : Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip

Yamit, Z. (2017). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta. Ekonisia

LAMPIRAN I

Kuesioner Penelitian

PENGARUH ORIENTASI INOVASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN DI KLINIK BUNDA THAMRIN KOTA BANDA ACEH

Identitas Responden

1. No. Kuesioner : (diisi oleh peneliti)
2. Jenis Kelamin : ☐ Pria ☐ Wanita
3. Usia : ☐ ≤ 25 Tahun ☐ 36-45 Tahun
☐ 26-35 Tahun ☐ ≥ 55 Tahun
4. Pendidikan : ☐ SMA ☐ Sarjana
☐ Diploma ☐ Pasca Sarjana
5. Penghasilan : ☐ ≤ 3 Juta ☐ 6-7 Juta
☐ 4-5 Juta ☐ ≥ 8 Juta

Daftar Pertanyaan

Petunjuk Pengisian: Mohon Bapak/Ibu memberikan tanda *check list* (√) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan kategori jawaban SS = Sangat Setuju, KS = Kurang Setuju, TS = Tidak Setuju, S = Setuju STS = Sangat Tidak Setuju

Variabel Loyalitas Pasien

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa loyal setelah menggunakan jasa di Klinik Bunda Thamrin Kota Banda Aceh sehingga saya merekomendasikan kepada orang lain					
2.	Saya merasa senang setelah saya melakukan pencarian informasi mengenai Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh dengan pelayanan yang diberikan kepada saya					
3.	Saya tetap menggunakan jasa kesehatan pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh apabila saya membutuhkannya					

4.	Loyalitas saya pada Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh semakin baik dengan tingkat kenyamanan dan keamanan saya					
5.	Saya tidak akan terpengaruh dengan berbagai tawaran dari pihak pelayanan kesehatan lainnya selain dari Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh					

Variabel Orientasi Inovasi

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Perawat berani mengambil resiko demi melayani pasien					
2.	Pasien dapat menggunakan jasa rumah sakit yang sesuai dengan kebutuhan pasien					
3.	Perawat mempunyai kemampuan yang baik dalam meningkatkan kualitas layanan					
4.	Perawat mempunyai pengalaman yang baik dalam memberikan perawatan kepada pasien					
5.	Kemampuan yang dimiliki oleh perawat sudah baik					

Variabel Kualitas Pelayanan

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Klinik Bunda Thamrin di Kota Banda Aceh terlihat bersih dan nyaman					
2.	Perawat melayani pasien dengan teliti dan tepat waktu					
3.	Perawat sangat tanggap dan baik dalam melayani pasien					
4.	Perawat sangat ramah dan menguasai informasi terkait dengan layanan					
5.	Perawat memberikan perhatian yang cukup baik kepada setiap pasien					

Variabel Sales Promotion

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Anda sering mendapatkan promosi Laptop Asus					
2.	Anda merasa promosi Laptop Asus cukup baik karena disampaikan dengan sangat menarik					
3.	Promosi Laptop Asus dilakukan melalui berbagai media dan dapat ditemui dimana saja					
4.	Waktu promosi biasa dilakukan akhir tahun atau pada masa tahun ajaran baru sehingga sangat tepat untuk menarik pelanggan					
5.	Laptop Asus yang dipromosikan selalu memperhatikan kelompok pelanggan yang akan menggunakannya					

Variabel Publicity

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya percaya dengan kualitas Laptop Asus					
2.	Promosi dilakukan pada berbagai media					
3.	Setiap pembelian Laptop Asus selalu mendapat bonus					
4.	Banyak brosur tentang keunggulan Laptop Asus					
5.	Laptop Asus memiliki beberapa jenis dan model serta mudah didapat					
6.	Setiap pembelian Laptop Asus maka akan diberikan fasilitas service gratis selama setahun					
7.	Saya merasakan manfaat dari pembelian Laptop Asus					

Variabel *Word Of Mouth*

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Anda sering mendapatkan cerita tentang kualitas Laptop Asus dari teman					
2.	Anda percaya bahwa Laptop Asus punya kehandalan yang cukup bagus					
3.	Anda akan memberikan rekomendasi kepada teman untuk membeli Laptop Asus					
4.	Anda mendorong teman untuk membeli Laptop Asus					
5.	Anda selalu mendapatkan respon yang cepat ketika ingin mendapatkan informasi tentang Laptop Asus					

LAMPIRAN II TABULASI DATA

Karakteristik Responden				Loyalitas Pasien (Y)						Orientasi Inovasi (X1)						Kualitas Pelayanan (X2)					
JK	US	PN	PE	P1	P2	P3	P4	P5	ΣY	P1	P2	P3	P4	P5	ΣX1	P1	P2	P3	P4	P5	ΣX2
1	2	3	2	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
2	1	2	3	3	4	3	3	3	16	4	3	3	4	3	17	4	3	3	4	3	17
2	2	3	4	3	5	5	5	5	23	5	4	5	3	5	22	5	4	5	5	5	24
1	3	1	1	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
1	2	4	3	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16	3	4	3	4	3	17
2	2	4	4	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	5	24	5	5	5	3	5	23
2	4	1	3	5	3	3	3	3	17	4	5	3	5	3	20	4	5	5	5	3	22
1	2	3	4	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	5	21
2	3	2	3	5	4	4	4	4	21	5	3	4	5	4	21	5	3	5	4	4	21
2	2	4	1	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	4	24
2	1	3	3	4	4	4	5	5	22	4	4	4	3	5	20	4	4	4	4	5	21
2	2	3	4	4	3	3	3	3	16	4	3	3	4	3	17	4	3	3	4	3	17
1	3	2	3	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	4	24
1	2	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
2	3	2	3	4	5	5	4	4	22	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	4	24
2	2	2	2	5	3	3	3	3	17	3	5	3	5	3	19	3	5	5	5	3	21
1	2	1	2	5	4	4	3	3	19	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	3	19
1	1	4	3	5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	23	4	4	5	4	5	22
2	2	2	1	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
1	2	1	3	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23
2	2	3	2	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	5	23
1	1	4	3	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22
2	2	1	4	4	5	5	4	4	22	5	4	5	5	4	23	5	4	5	4	4	22
1	2	2	1	5	5	5	5	5	25	5	3	5	4	5	22	5	3	5	5	5	23
1	2	4	3	4	3	3	3	3	16	3	4	3	4	3	17	3	4	4	4	3	18
2	1	3	4	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	4	23
2	2	1	3	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	5	24

1	2	4	1	4	4	4	3	3	18	4	3	4	3	3	17	4	3	4	4	3	18
1	2	1	4	4	4	5	4	4	21	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	4	21
2	1	3	3	5	5	5	4	4	23	5	5	5	3	4	22	5	5	5	5	4	24
2	2	2	4	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	24
1	3	4	1	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22
2	2	1	3	4	4	5	5	5	23	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25
1	1	1	4	3	3	3	4	4	17	3	3	4	3	3	16	3	3	3	4	4	17
2	2	2	1	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	4	19
1	2	4	3	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	4	23	4	5	5	5	5	24
2	1	3	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
1	2	1	3	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	4	4	5	5	5	23
2	2	4	2	5	3	3	4	4	19	3	3	3	4	3	16	5	5	3	3	4	20
2	1	1	3	5	4	4	4	4	21	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	5	19
1	2	4	3	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	5	24	4	4	5	5	3	21
1	4	1	2	5	4	5	4	4	22	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	4	24
1	2	3	3	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	5	5	4	4	4	22
2	3	1	4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24	4	4	5	5	4	22
1	2	1	1	4	5	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21	5	5	4	4	3	21
2	3	3	2	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24	5	3	5	5	3	21
1	1	1	3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	23	3	3	5	5	5	21
1	2	3	3	4	4	5	4	4	21	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	4	19
1	2	4	4	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	5	23	4	5	5	4	5	23
2	1	2	4	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24
1	2	2	1	4	3	3	3	3	16	3	4	3	4	3	17	3	4	4	4	3	18
2	1	1	3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	24
2	2	2	3	3	4	3	3	3	16	3	3	3	4	3	16	3	3	3	4	3	16
1	2	3	4	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	4	19
2	2	2	3	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	4	23
1	1	3	4	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	5	25
2	2	2	2	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	21
1	2	2	3	5	5	4	5	5	24	5	3	5	3	5	21	5	3	5	5	5	23

2	3	3	4	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	5	24
1	2	4	3	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
2	3	3	2	5	5	5	4	4	23	5	3	5	4	5	22	5	3	5	5	4	22
1	2	2	1	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	16
1	3	4	3	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
2	3	2	4	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24	4	5	5	4	5	23
1	4	3	3	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	4	23	4	5	5	4	4	22
2	1	3	2	5	4	5	4	4	22	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
1	3	3	2	5	4	5	4	4	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
1	2	3	4	5	5	5	4	4	23	5	5	5	3	5	23	5	5	5	5	4	24
2	3	2	3	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	5	22	4	5	4	4	4	21
1	3	3	4	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25
2	2	1	2	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24
1	3	3	3	4	3	3	3	3	16	3	4	3	4	3	17	3	4	4	4	3	18
1	1	3	2	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	16
2	3	3	3	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	4	24
1	3	3	2	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	16
2	2	4	3	4	5	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24
1	1	3	4	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	4	24
2	2	2	1	4	4	5	4	4	21	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
1	3	1	3	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
2	1	3	3	5	3	3	3	3	17	3	3	3	3	3	15	3	3	5	4	3	18
1	2	3	1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	5	5	3	5	5	23	5	5	3	4	5	22	5	5	5	4	5	24
1	1	2	2	5	5	3	5	5	23	5	5	3	5	5	23	5	5	5	4	5	24
2	4	3	3	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
2	3	1	3	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
1	3	1	3	5	5	5	5	5	25	5	3	5	3	5	21	5	3	5	4	5	22
2	2	4	4	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	16
2	1	2	1	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24
1	2	4	2	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	24

1	3	1	2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
2	2	4	4	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23	5	4	5	5	5	24
2	3	2	4	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	5	24
2	3	4	3	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
1	2	1	1	4	5	5	3	3	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	3	23
2	1	3	4	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	4	16	3	3	3	4	3	16
1	3	4	2	4	3	4	3	3	17	4	3	4	3	4	18	4	3	4	5	3	19

LAMPIRAN III OUTPUT SPSS

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Loyalitas_Pasien_P1 Loyalitas_Pasien_P2 Loyalitas_Pasien_P3 Loyalitas_Pasien_P4
Loyalitas_Pasien_P5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE CORR
/SUMMARY=TOTAL MEANS.
```

Reliability

Reliability Statistics					
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items			
,868	,862	5			

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Loyalitas_Pasien_P1	16,96	7,093	,342	.	,911
Loyalitas_Pasien_P2	17,00	5,179	,820	.	,807
Loyalitas_Pasien_P3	17,10	5,547	,669	.	,847
Loyalitas_Pasien_P4	17,20	5,255	,824	.	,807
Loyalitas_Pasien_P5	17,20	5,255	,824	.	,807

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Orientasi_Inovasi_P1 Orientasi_Inovasi_P2 Orientasi_Inovasi_P3
Orientasi_Inovasi_P4 Orientasi_Inovasi_P5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE CORR
/SUMMARY=TOTAL MEANS.
```

Reliability Statistics					
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items			
,835	,837	5			

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Orientasi_Inovasi_P1	16,92	5,761	,686	,558	,789
Orientasi_Inovasi_P2	16,97	5,567	,664	,499	,795
Orientasi_Inovasi_P3	16,93	5,500	,723	,612	,778
Orientasi_Inovasi_P4	17,02	6,294	,460	,364	,850
Orientasi_Inovasi_P5	17,00	5,768	,665	,554	,795

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,776	,773	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas_Pelayanan_P1	17,17	4,204	,637	,425	,704
Kualitas_Pelayanan_P2	17,27	4,221	,535	,339	,743
Kualitas_Pelayanan_P3	17,02	4,000	,775	,619	,656
Kualitas_Pelayanan_P4	17,07	5,542	,321	,275	,797
Kualitas_Pelayanan_P5	17,34	4,438	,507	,363	,751

FREQUENCIES VARIABLES=Loyalitas_Pasien_P1 Loyalitas_Pasien_P2 Loyalitas_Pasien_P3
Loyalitas_Pasien_P4 Loyalitas_Pasien_P5
/STATISTICS=STDDEV MEAN SUM
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

	Loyalitas_Pasien_P1	Loyalitas_Pasien_P2	Loyalitas_Pasien_P3	Loyalitas_Pasien_P4	Loyalitas_Pasien_P5
N Valid	96	96	96	96	96
Missing	0	0	0	0	0
Mean	4,41	4,36	4,26	4,17	4,17
Std. Deviation	,608	,756	,771	,735	,735
Sum	423	419	409	400	400

Frequency Table

Loyalitas_Pasien_P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	6	6,3	6,3	6,3
4	45	46,9	46,9	53,1
5	45	46,9	46,9	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Loyalitas_Pasien_P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	16	16,7	16,7	16,7
4	29	30,2	30,2	46,9
5	51	53,1	53,1	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Loyalitas_Pasien_P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	19,8	19,8	19,8
	4	33	34,4	34,4	54,2
	5	44	45,8	45,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Loyalitas_Pasien_P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	19,8	19,8	19,8
	4	42	43,8	43,8	63,5
	5	35	36,5	36,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Loyalitas_Pasien_P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	19,8	19,8	19,8
	4	42	43,8	43,8	63,5
	5	35	36,5	36,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

```
FREQUENCIES VARIABLES=Orientasi_Inovasi_P1 Orientasi_Inovasi_P2 Orientasi_Inovasi_P3
Orientasi_Inovasi_P4 Orientasi_Inovasi_P5
/STATISTICS=STDDEV MEAN SUM
/ORDER=ANALYSIS.
```

Statistics

		Orientasi_Inovas i_P1	Orientasi_Inovasi P2	Orientasi_Inovasi P3	Orientasi_Inovasi P4	Orientasi_Inovas i_P5
N	Valid	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,29	4,24	4,28	4,19	4,21
Std. Deviation		,724	,791	,764	,772	,739
Sum		412	407	411	402	404

Frequency Table

Orientasi_Inovasi_P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	15,6	15,6	15,6
	4	38	39,6	39,6	55,2
	5	43	44,8	44,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Orientasi_Inovasi_P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	21,9	21,9	21,9
	4	31	32,3	32,3	54,2
	5	44	45,8	45,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Orientasi_Inovasi_P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	18,8	18,8	18,8
	4	33	34,4	34,4	53,1
	5	45	46,9	46,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Orientasi_Inovasi_P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	21,9	21,9	21,9
	4	36	37,5	37,5	59,4
	5	39	40,6	40,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Orientasi_Inovasi_P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	18,8	18,8	18,8
	4	40	41,7	41,7	60,4
	5	38	39,6	39,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

```
FREQUENCIES VARIABLES=Kualitas_Pelayanan_P1 Kualitas_Pelayanan_P2 Kualitas_Pelayanan_P3
Kualitas_Pelayanan_P4 Kualitas_Pelayanan_P5
/STATISTICS=STDDEV MEAN SUM
/ORDER=ANALYSIS.
```

Statistics

		Kualitas_Pelaya nan P1	Kualitas_Pelayan an P2	Kualitas_Pelayan an P3	Kualitas_Pelayan an P4	Kualitas_Pelaya nan P5
N	Valid	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,30	4,20	4,45	4,40	4,13
Std. Deviation		,727	,803	,694	,533	,757
Sum		413	403	427	422	396

Frequency Table

Kualitas_Pelayanan_P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	15,6	15,6	15,6
	4	37	38,5	38,5	54,2
	5	44	45,8	45,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Kualitas_Pelayanan_P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	23	24,0	24,0	24,0
	4	31	32,3	32,3	56,3
	5	42	43,8	43,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Kualitas_Pelayanan_P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	11,5	11,5	11,5
	4	31	32,3	32,3	43,8
	5	54	56,3	56,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Kualitas_Pelayanan_P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2,1	2,1	2,1
	4	54	56,3	56,3	58,3
	5	40	41,7	41,7	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Kualitas_Pelayanan_P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	22	22,9	22,9	22,9
	4	40	41,7	41,7	64,6
	5	34	35,4	35,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

```
Warning # 849 in column 23. Text: in_ID
The LOCALE subcommand of the SET command has an invalid parameter. It could
not be mapped to a valid backend locale.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Total_Loyalitas_Pasien
  /METHOD=ENTER Total_Orientasi_Inovasi Total_Kualitas_Pelayanan
  /SCATTERPLOT=(*ZPRED ,*SRESID)
  /RESIDUALS NORMPROB(ZRESID) .
```

Regression

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,888 ^a	,788	,784	1,361

a. Predictors: (Constant), Total_Kualitas_Pelayanan, Total_Orientasi_Inovasi
b. Dependent Variable: Total_Loyalitas_Pasien

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	641,956	2	320,978	173,267	,000 ^b
	Residual	172,283	93	1,853		
	Total	814,240	95			

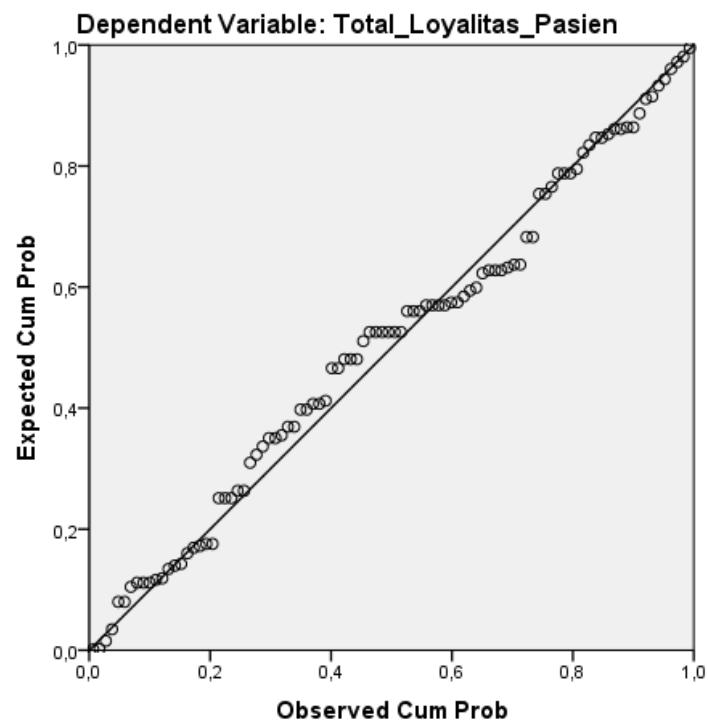
a. Dependent Variable: Total_Loyalitas_Pasien
b. Predictors: (Constant), Total_Kualitas_Pelayanan, Total_Orientasi_Inovasi

Coefficients^a

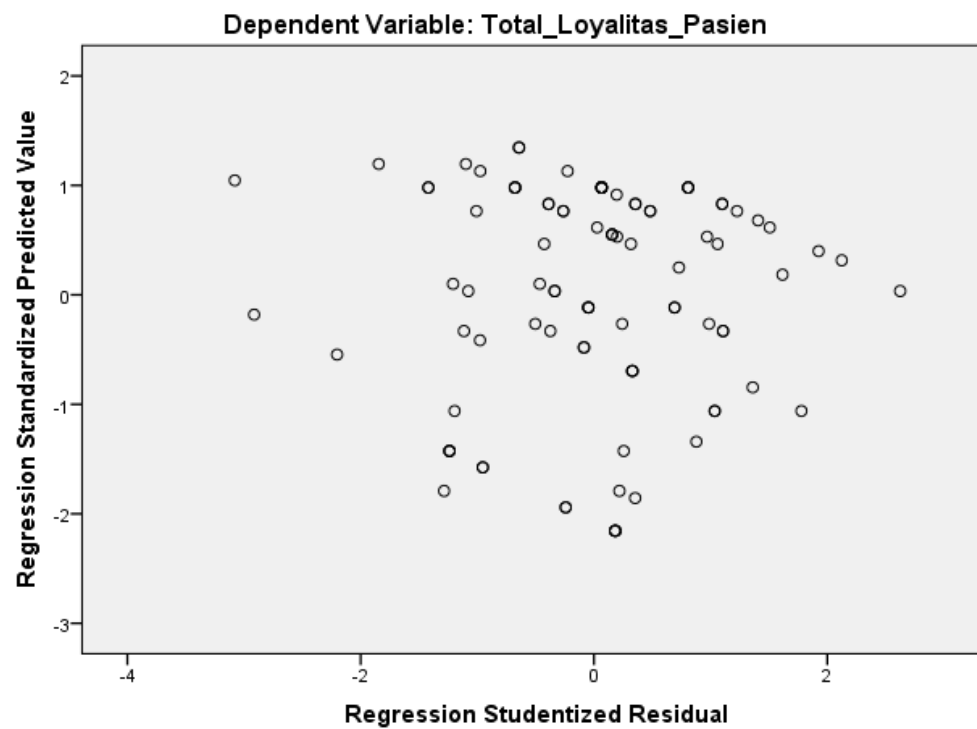
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,134	1,183		,958	,340		
	Total_Orientasi_Inovasi	,560	,120	,563	4,667	,000	,156	6,392
	Total_Kualitas_Pelayanan	,390	,137	,343	2,842	,006	,156	6,392

a. Dependent Variable: Total_Loyalitas_Pasien

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



LAMPIRAN VI

**Nilai-Nilai r Product Moment
Pada Keyakinan 95 %**

n	Nilai r	n	Nilai r	n	Nilai r
3	0,997	27	0,381	55	0,266
4	0,950	28	0,374	60	0,254
5	0,878	29	0,367	65	0,244
6	0,811	30	0,361	70	0,235
7	0,754	31	0,355	75	0,227
8	0,707	32	0,349	80	0,220
9	0,666	33	0,344	85	0,213
10	0,632	34	0,339	90	0,207
11	0,602	35	0,334	91	0.203
12	0,576	36	0,329	92	0.202
13	0,553	37	0,325	93	0.201
14	0,532	38	0,320	94	0.200
15	0,514	39	0,316	95	0.199
16	0,497	40	0,312	96	0.198
17	0,482	41	0,308	100	0,194
18	0,468	42	0,304	125	0,176
19	0,456	43	0,301	150	0,159
20	0,444	44	0,297	175	0,148
21	0,433	45	0,294	200	0,138
22	0,423	46	0,291	300	0,113
23	0,413	47	0,288	400	0,098
24	0,404	48	0,284	500	0,088
25	0,396	49	0,281	600	0,080
26	0,388	50	0,279	700	0,074

Note: n = Jumlah Sampel

Untuk uji validitas..lihat ditabel corrected item-Total Correlation>

Nilai t tabel Keyakinan 95%

DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%
1	63,656	25,452	12,706	6,314
2	9,925	6,205	4,303	2,920
3	5,841	4,177	3,182	2,353
4	4,604	3,495	2,776	2,132
5	4,032	3,163	2,571	2,015
6	3,707	2,969	2,447	1,943
7	3,499	2,841	2,365	1,895
8	3,355	2,752	2,306	1,860
9	3,250	2,685	2,262	1,833
10	3,169	2,634	2,228	1,812
11	3,106	2,593	2,201	1,796
12	3,055	2,560	2,179	1,782
13	3,012	2,533	2,160	1,771
14	2,977	2,510	2,145	1,761
15	2,947	2,490	2,131	1,753
16	2,921	2,473	2,120	1,746
17	2,898	2,458	2,110	1,740
18	2,878	2,445	2,101	1,734
19	2,861	2,433	2,093	1,729
20	2,845	2,423	2,086	1,725
21	2,831	2,414	2,080	1,721
22	2,819	2,405	2,074	1,717
23	2,807	2,398	2,069	1,714
24	2,797	2,391	2,064	1,711
25	2,787	2,385	2,060	1,708
26	2,779	2,379	2,056	1,706
27	2,771	2,373	2,052	1,703
28	2,763	2,368	2,048	1,701
29	2,756	2,364	2,045	1,699
30	2,750	2,360	2,042	1,697
31	2,744	2,356	2,040	1,696
32	2,738	2,352	2,037	1,694
33	2,733	2,348	2,035	1,692
34	2,728	2,345	2,032	1,691
35	2,724	2,342	2,030	1,690
36	2,719	2,339	2,028	1,688
37	2,715	2,336	2,026	1,687
38	2,712	2,334	2,024	1,686
39	2,708	2,331	2,023	1,685
40	2,704	2,329	2,021	1,684
41	2,701	2,327	2,020	1,683
42	2,698	2,325	2,018	1,682
43	2,695	2,323	2,017	1,681
44	2,692	2,321	2,015	1,680
45	2,690	2,319	2,014	1,679
46	2,687	2,317	2,013	1,679
47	2,685	2,315	2,012	1,678
48	2,682	2,314	2,011	1,677
49	2,680	2,312	2,010	1,677
50	2,678	2,311	2,009	1,676

DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%
51	2,676	2,310	2,008	1,675
52	2,674	2,308	2,007	1,675
53	2,672	2,307	2,006	1,674
54	2,670	2,306	2,005	1,674
55	2,668	2,304	2,004	1,673
56	2,667	2,303	2,003	1,673
57	2,665	2,302	2,002	1,672
58	2,663	2,301	2,002	1,672
59	2,662	2,300	2,001	1,671
60	2,660	2,299	2,000	1,671
61	2,659	2,298	2,000	1,670
62	2,657	2,297	1,999	1,670
63	2,656	2,296	1,998	1,669
64	2,655	2,295	1,998	1,669
65	2,654	2,295	1,997	1,669
66	2,652	2,294	1,997	1,668
67	2,651	2,293	1,996	1,668
68	2,650	2,292	1,995	1,668
69	2,649	2,291	1,995	1,667
70	2,648	2,291	1,994	1,667
71	2,647	2,290	1,994	1,667
72	2,646	2,289	1,993	1,666
73	2,645	2,289	1,993	1,666
74	2,644	2,288	1,993	1,666
75	2,643	2,287	1,992	1,665
76	2,642	2,287	1,992	1,665
77	2,641	2,286	1,991	1,665
78	2,640	2,285	1,991	1,665
79	2,639	2,285	1,990	1,664
80	2,639	2,284	1,990	1,664
81	2,638	2,284	1,990	1,664
82	2,637	2,283	1,989	1,664
83	2,636	2,283	1,989	1,663
84	2,636	2,282	1,989	1,663
85	2,635	2,282	1,988	1,663
86	2,634	2,281	1,988	1,663
87	2,634	2,281	1,988	1,663
88	2,633	2,280	1,987	1,662
89	2,632	2,280	1,987	1,662
90	2,632	2,280	1,987	1,662
91	2,631	2,279	1,986	1,662
92	2,630	2,279	1,986	1,662
93	2,630	2,278	1,986	1,661
94	2,629	2,278	1,986	1,661
95	2,629	2,277	1,985	1,661
96	2,628	2,277	1,985	1,661
97	2,627	2,277	1,985	1,661
98	2,627	2,276	1,984	1,661
99	2,626	2,276	1,984	1,660
100	2,626	2,276	1,984	1,660

Nilai F Tabel Pada Tingkat Keyakinan 95%

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
1	161,446	199,499	215,707	224,583	230,160	233,988
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,329
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,688	3,581
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,319
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
51	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286
52	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283
53	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279
54	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275
55	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272
56	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269
57	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266
58	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263
59	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260
60	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257
61	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254
62	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251
63	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249
64	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246
65	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244
66	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242
67	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239
68	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237
69	3,982	3,132	2,739	2,507	2,350	2,235
70	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233
71	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231
72	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229
73	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227
74	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226
75	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224
76	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222
77	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220
78	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219
79	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217
80	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216
81	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214
82	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213
83	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211
84	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210
85	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209
86	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207
87	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206
88	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205
89	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203
90	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202
91	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191