Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p–ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398
Vol. 9, No. 10, Oktober 2024

# PENGARUH KEPUASAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN DI KLINIK MEDIMOM JAKARTA SELATAN

**Sakina Bhayang Rindi[1], Pauline H. Pattyranie Tan[2]**
Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia[1,2]
Email: dr.sakinabhayangrindi@gmail.com[1]

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh positif dari Kualitas Layanan, Kepercayaan Pasien, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan. Model penelitian ini menggunakan kuesioner dengan lima variabel utama. Penelitian dilakukan dengan metode survei kuantitatif menggunakan pengambilan data secara cross-sectional. Data responden diperoleh melalui purposive sampling dari pasien Klinik Medimom Jakarta Selatan yang berusia 18 hingga 50 tahun dan telah melakukan kunjungan lebih dari dua kali dalam satu tahun terakhir. Sebanyak 265 responden memenuhi kriteria tersebut. Data kemudian dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pasien, kepercayaan pasien juga berpengaruh positif terhadap kepuasan, serta persepsi harga memberikan dampak positif terhadap kepuasan pasien. Namun, kepuasan pasien tidak menunjukkan pengaruh positif terhadap loyalitas pasien, sementara kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.

**Kata Kunci**: Kualitas Layanan, Kepercayaan, Persepsi Harga, Kepuasan Pasien, Loyalitas pasien

***Abstract***

*This study aims to analyze the positive effect of Service Quality, Patient Trust, and Price Perception on Patient Loyalty through Patient Satisfaction at Medimom Clinic, South Jakarta. This research model uses a questionnaire with five main variables. The research was conducted using a quantitative survey method using cross-sectional data collection. Respondent data was obtained through purposive sampling from Medimom Clinic South Jakarta patients aged 18 to 50 years and have visited more than twice in the past year. A total of 265 respondents met these criteria. The data were then analyzed using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results showed that service quality has a positive influence on patient satisfaction, patient trust also has a positive effect on satisfaction, and price perception has a positive impact on patient satisfaction. However, patient satisfaction does not show a positive influence on patient loyalty, while service quality and price perception have a positive effect on patient loyalty.*

***Keyword****: Service Quality, Trust, Perceived Price, Patient Satisfaction, Patient Loyalty*

## Pendahuluan

Dalam era globalisasi saat ini, fasilitas kesehatan diharapkan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing mereka sebagai entitas bisnis tanpa mengabaikan misi sosial yang mereka emban (Bossert, 1998). Saat ini, pasien atau konsumen menjadi semakin kritis dalam menentukan pilihan produk atau layanan, yang mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan layanan atau membeli produk tersebut. Dengan semakin banyaknya pilihan, pasien sebagai konsumen dapat memilih rumah sakit atau fasilitas kesehatan yang

**How to cite:** Rindi, S. B. R., & Tan, P. H. P. (2024). Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Klinik Medimom Jakarta Selatan. *Syntax Literate*. *(9)10.* http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i10
**E-ISSN:** 2548-1398

mampu menarik minat mereka dan mempertahankan loyalitas. Loyalitas pasien sangat dipengaruhi oleh kepuasan pasien, di mana kepuasan yang diperoleh dari layanan yang diterima terbukti mendorong pasien untuk kembali menggunakan layanan tersebut di masa mendatang.

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat krusial bagi klinik, karena semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen atau pasien, semakin besar pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas yang lebih tinggi terhadap klinik tersebut (Meesala & Paul, 2018). Tingginya loyalitas pelanggan memberikan timbal balik yang positif bagi klinik (Dewi, 2020). Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien mencakup kualitas pelayanan, kepercayaan, dan persepsi harga (Tashjian et al., 2007). Kepuasan pasien dihasilkan dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang diterima; jika kinerja sesuai harapan, pasien akan merasa puas, namun jika kinerja gagal memenuhi harapan, mereka akan merasa tidak puas (Hekkert et al., 2009).

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi keinginan dan harapan pelanggan, yang dipengaruhi oleh proses produksi, pemasaran, dan pemeliharaan barang atau jasa tersebut (Bernardo et al., 2012). Kualitas pelayanan dapat diukur dengan membandingkan harapan pelanggan terhadap layanan yang mereka terima dengan kenyataan pelayanan yang diberikan. Kepercayaan, di sisi lain, adalah keyakinan bahwa salah satu pihak dalam pertukaran yakin akan keandalan dan integritas pihak lainnya (Moon et al., 2021). Kepercayaan ini terbentuk berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang terlibat akan memberikan kualitas yang konsisten, jujur, dan bertanggung jawab.

Persepsi harga adalah cara pandang konsumen terhadap nilai yang diberikan dalam bentuk uang untuk suatu produk atau layanan (Raghubir, 2006). Ada empat elemen yang membentuk persepsi harga: keterjangkauan harga berdasarkan manfaat, harga yang sesuai dengan kualitas produk, daya saing harga, dan harga yang sebanding dengan manfaat yang diperoleh (Han & Hyun, 2015). Keempat variabel tersebut—kualitas pelayanan, kepercayaan, persepsi harga, dan kepuasan—berperan penting dalam menentukan loyalitas pasien, khususnya di Klinik Medimom Jakarta Selatan.

### *Pengembangan Hipotesis*

#### *Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pasien*

Prakash et al. (2022) mengungkapkan bahwa indeks kepuasan kualitas konsumen, yang diukur menggunakan berbagai dimensi Kualitas Pelayanan seperti tangibles, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance, secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, dalam penelitian "The Effect of Perception of Health Care Service Quality on Patient Satisfaction and Loyalty in Mother and Child Hospital," ditemukan bahwa persepsi terhadap kualitas layanan kesehatan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pasien dan loyalitas mereka.

**H1**. Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan

#### *Hubungan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pasien*

Kepercayaan merupakan elemen penting dalam membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumen. Ketika konsumen memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap produk atau layanan yang telah digunakan sebelumnya, hal ini akan menghasilkan kepuasan yang berkelanjutan. Penelitian sebelumnya oleh (Prakash et al.,

2022) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian serupa oleh (Lie et al., 2019) juga mengungkapkan bahwa kepercayaan pelanggan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan.
**H2** : Tingkat Kepercayaan pasien berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan

***Hubungan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pasien***
Persepsi harga adalah penilaian subjektif konsumen yang melibatkan aspek emosional terkait harga yang ditawarkan penjual, di mana konsumen menilai apakah harga tersebut sesuai dengan manfaat yang mereka terima. Secara signifikan, persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Andaleeb, 2001).
**H3** : Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan

***Hubungan Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien***
Dalam penelitian "The Effect of Perception of Health Care Service Quality on Patient Satisfaction and Loyalty in Mother and Child Hospital," ditemukan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pasien (Zakaria et al., 2014).
**H4** : Kepuasan Pasien berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien di Medimom Jakarta Selatan

***Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien***
Dalam jurnal "The Impact of Patient Satisfaction on Patient Loyalty with Mediating Effect of Patient Trust," (Liu & Chen, 2022) menemukan bahwa kepercayaan secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pasien dalam industri pelayanan kesehatan.
**H5** : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan

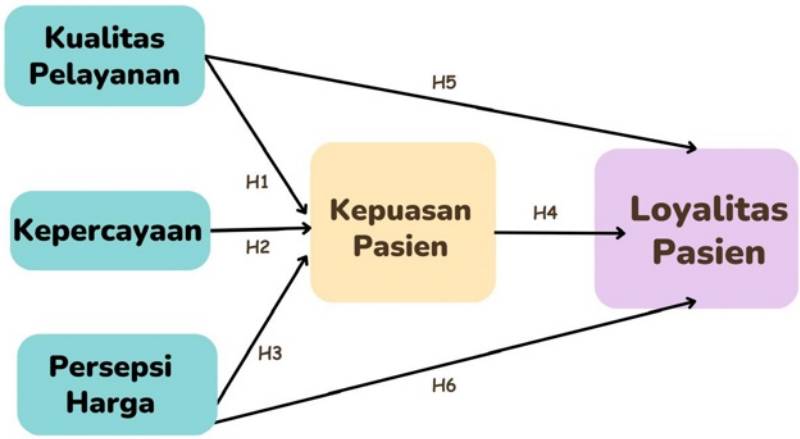
***Hubungan Persepsi Harga dengan Loyalitas Pasien***
Persepsi harga adalah penilaian konsumen yang melibatkan aspek emosional terkait harga yang ditawarkan oleh penjual, di mana konsumen menilai apakah harga tersebut sebanding dengan manfaat yang diterima. Persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Zhou et al., 2017).
**H6** : Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan.

**Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien melalui kepuasan pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan (Östlund et al., 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang melakukan kunjungan ke Klinik Medimom dari Maret 2023 hingga Maret 2024. Sampel penelitian terdiri dari 265 pasien, yang diambil menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel terdiri dari pasien wanita berusia 18 hingga 50 tahun yang telah menggunakan layanan rawat jalan di Klinik Medimom lebih dari dua kali.

Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner elektronik yang dibagikan secara digital melalui aplikasi WhatsApp dalam bentuk Google Forms kepada pasien yang sedang atau pernah mengunjungi Klinik Medimom. Kuesioner menggunakan Skala Likert (*Likert Scale*), yang umum digunakan dalam penelitian di bidang bisnis maupun fenomena sosial lainnya untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi. Skala ini terdiri dari lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), cukup setuju (3), setuju (4), hingga sangat setuju (5).

Variabel-variabel dalam penelitian ini meliputi Kualitas Layanan, Kepercayaan, Persepsi Harga, Kepuasan Pasien, dan Loyalitas Pasien. Setelah data dikumpulkan dari kuesioner, dilakukan uji validitas dan reliabilitas sebelum analisis data. Analisis data pada penelitian ini menggunakan perangkat lunak SmartPLS untuk menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut.




**Gambar 1. Model Penelitian Modifikasi Olahan Peneliti**
Sumber: (Liu & Chen, 2022)

***Profil Responden***

Tabel 1 menyajikan profil responden pada penelitian ini. Pada penelitian ini semua responden merupakan Wanita dengan rentang usia 18 sampai 50 tahun.

**Tabel 1. Profil Responden**

| Pernyataan | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|
| **Jenis Kelamin** | 265 | 100 % |
| Perempuan | | |
| **Usia Responden** | | |
| 18 – 30 Tahun | 120 | 45,3 % |
| 31 – 40 Tahun | 115 | 43,4 % |
| 41 – 50 Tahun | 30 | 11,3 % |
| **Pendidikan Terakhir** | | |
| SD – SMP | 5 | 1,9 % |
| SMA | 97 | 36,6 % |
| Sarjana | 163 | 61,5 % |
| **Pekerjaan** | | |
| Tidak Bekerja | 31 | 11,7 % |
| Karyawan | 148 | 55,8 % |
| Wirausaha | 80 | 30,2 % |

| Pernyataan | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|
| Lainnya | 6 | 2,3 % |
| **Alamat / Tempat Tinggal** | | |
| Jakarta Selatan | 155 | 58,5 % |
| Jakarta Timur | 98 | 37 % |
| Lainnya | 12 | 5 % |
| **Penghasilan keluarga/ bulan** | | |
| Kurang dari 5 juta rupiah | 57 | 21,5 % |
| 5 - 10 juta rupiah | 137 | 51,7 % |
| 10 – 30 juta rupiah | 71 | 26,8 % |
| **Jumlah Kunjungan** | | |
| Tiga kali | 109 | 41,1 % |
| Empat kali | 71 | 26,7 % |
| Lima kali | 61 | 23 % |
| Diatas lima kali | 24 | 9,2 % |

***Evaluasi Hasil Pengukuran***

Evaluasi hasil pengukuran dalam penelitian ini melibatkan pengujian untuk memastikan validitas dan reliabilitas model. Pengujian yang dilakukan mencakup uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit. Untuk validitas konvergen, kriteria yang digunakan adalah nilai *loading factor* lebih dari 0,7 dan *Average Variance Extracted (AVE)* lebih dari 0,6. Selain itu, validitas diskriminan diukur dengan menggunakan kriteria Fornell-Larcker. Namun, dalam beberapa kasus, nilai *outer loading* yang berkisar antara 0,4 hingga 0,7 masih dapat diterima asalkan nilai AVE lebih dari 0,5. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), reliabilitas komposit dianggap dapat diandalkan jika nilainya di atas 0,7.

**Tabel 2. Evaluasi Model Pengukuran**

| Kode Item | Konstruk dan Item | Outer Loading |
|---|---|---|
| Kualitas Pelayanan ( AVE = 0.616, CR = 0.762) | | |
| KL2 | Menurut saya Ruangan Pemeriksaan di Klinik Medimom selalu bersih | 0,782 |
| KL11 | Menurut saya karyawan klinik sopan ketika memberikan pelayanan | 0,787 |
| Kepercayaan (AVE = 0.570, CR = 0.726) | | |
| KP5 | Saya merasa klinik memudahkan saya dalam pemilihan metode pembayaran | 0,726 |
| KP6 | Saya merasa karyawan klinik selalu membantu jika ada kendala ketika sudah melakukan perjanjian | 0,783 |
| Persepsi Harga ( AVE = 0.548, CR = 0.706) | | |
| PE2 | Saya merasa harga layanan sesuai manfaat yang didapat | 0,675 |
| PE5 | Saya merasa Klinik Medimom mempunyai penawaran terbaik | 0,8 |
| Kepuasan Pasien ( AVE = 0.599, CR = 0.749) | | |
| SA1 | Saya merasa pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan saya sebagai pasien | 0,732 |
| SA6 | Saya merasa pelayanan klinik yang baik,sehingga akan menyarankan orang lain untuk berkunjung ke Klinik Medimom | 0,814 |
| Loyalitas ( AVE = 0.564, CR = 0.721) | | |

| Kode Item | Konstruk dan Item | Outer Loading |
|---|---|---|
| LO3 | Saya akan merekomendasikan klinik ini pada teman atau kerabat saya | 0,735 |
| LO4 | Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang klinik ini kepada orang lain | 0,767 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti

Pada Tabel 2 terlihat hasil pengujian *Outer loading, Average Variance Extracted ,dan Composite Reliability* memenuhi kriteria penelitian, sehingga dapat disimpullkan bahwa uji yang dilakukan *valid* dan *reliable.*

**Tabel 3. Kriteria Fornell – Lacker**

| | X1 | X2 | X3 | Y1 | Y2 |
|---|---|---|---|---|---|
| Kualitas Layanan | 0,785 | | | | |
| Kepercayaan | 0,329 | 0,755 | | | |
| Persepsi Harga | 0,328 | 0,318 | 0,740 | | |
| Kepuasan Pasien | 0,315 | 0,431 | 0,386 | 0,774 | |
| Loyalitas Pasien | 0,356 | 0,355 | 0,336 | 0,420 | 0,751 |

Pada Tabel 3 menunjukan bahwa hasil dari Uji *Fornell – Lacker* tidak ada nilai antara variabel dengan variabelnya lebih kecil jika dibandingkan dengan variabel lainnya. Hasil keseluruhan dari hasil pengujian evaluasi model pengukuran sudah memenuhi kriteria yang ditentukan.

**Evaluasi Model Struktural**

Pengujian evaluasi model struktural dimulai dari mengukur multikolineritas untuk mengetahui hubungan antar variabel independent yang ada dan terdapat kecondongan kolinearitas atau tidak. Pengamatan hasil Uji multikolinearitas dapat dilihat dari ***Variance Inflation Factor*** (*VIF*) dengan tujuan untuk mendeteksi adanya kolinearitas dalam variabel independent. Jika didapatkan nilai *VIF* lebih dari 5, maka dapat dideteksi adanya masalah multikolinearitas.Pada Tabel 4. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdeteksi adanya masalah multikolinearitas.

**Tabel 4. Evaluasi *Collinearity***

| Kode item | VIF |
|---|---|
| KL11 | 1,057 |
| KL2 | 1,057 |
| KP5 | 1,020 |
| KP6 | 1,020 |
| PE2 | 1,010 |
| PE5 | 1,010 |
| SA1 | 1,041 |
| SA6 | 1,041 |
| LO3 | 1,017 |
| LO4 | 1,017 |

Pada pengujian model struktural dapat dilakukan dengan evaluasi nilai R- Square. Uji R-Square dapat menilai seberapa besar pengaruh konstruk independent menjelaskan konstruk dependen. Terdapat tiga kategori pengelompokan R – Square menurut Cohen

1988 dalam yaitu kategori kuat, kategori moderat, dan kategori lemah.Nilai R – Square sebesar 0,4 termasuk dalam kategori kuat , nilai R – Square sebesar 0,25 termasuk kategori moderat dan nilai 0,1 termasuk dalam kategori lemah.

**Tabel 5. Evaluasi R - *Square***

| | **R Square** |
|---|---|
| Kepuasan Pasien | 0,270 |
| Loyalitas Pasien | 0,250 |

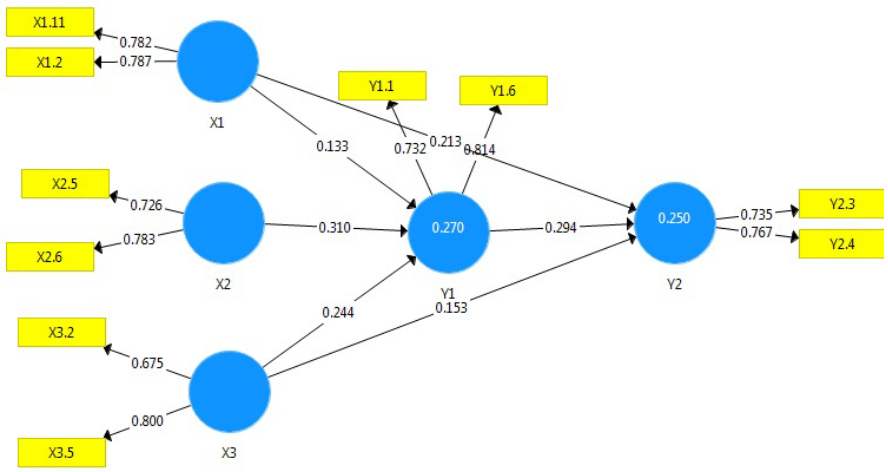
Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Selanjutnya uji hipotesis pada penelitian ini akan dilakukan dengan melihat koefisien jalur ( *path coefficient* ) dengan melihat nilai koefisien parameter, nilai p-value, dan signifikasi t-statistic. Suatu hipotesis dapat dikatakan signifikan apabila nilai t statistics >1,65 dengan tingkat signifikansi 5% dan p-value <0,05 dengan memperhatikan arah koefisien jalur (*path coefficient*).

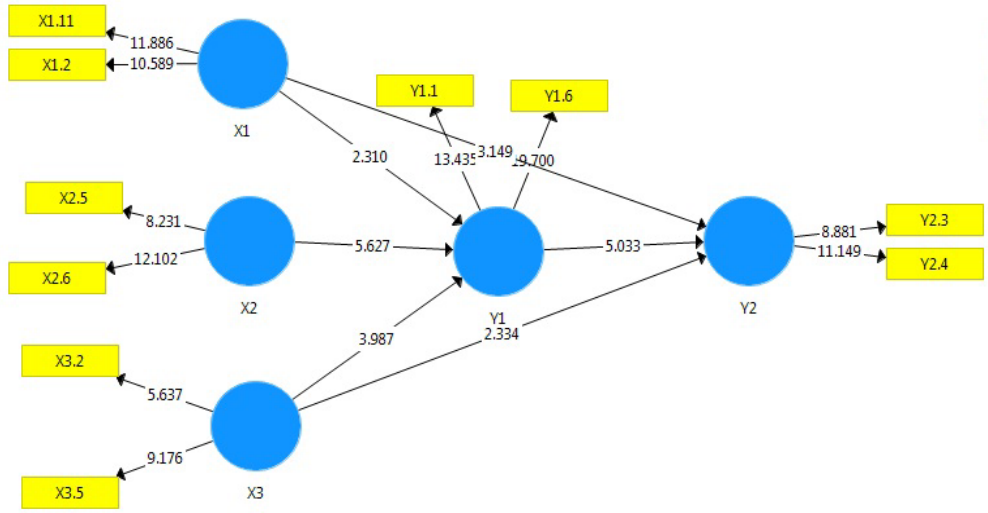
**Tabel 6. Uji Hipotesis**

| | ***Estimate*** | ***T Statistics / T values*** | ***P values*** | **Keputusan** |
|---|---|---|---|---|
| **H1** : Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien | 0,133 | 2,249 | 0,025 | **Didukung** |
| **H2 :** Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan | 0,213 | 3,216 | 0,001 | **Didukung** |
| **H3 :** Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pasien | 0,310 | 5,496 | 0,000 | **Didukung** |
| **H4 :**Kepuasan Pasien berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien | 0,244 | 3,984 | 0,000 | **Didukung** |
| **H5 :** Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien | 0,153 | 2,278 | 0,023 | **Didukung** |
| **H6 :** Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien | 0,294 | 5,077 | 0,000 | **Didukung** |

Uji hipotesis pada Tabel.6 menunjukan bahwa semua hipotesis didukung pada penelitian ini.




**Gambar 1. Analisis *Outer Model***




**Gambar 2. Analisis *Inner Model***

Hasil uji hipotesis mendukung bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien (H1) dengan nilai estimasi 0,133, sementara kepercayaan (H2) dan persepsi harga (H3) juga memiliki pengaruh signifikan dengan nilai estimasi masing-masing 0,213 dan 0,310. Selain itu, kepuasan pasien juga terbukti memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pasien (H4) dengan estimasi 0,244. Kualitas layanan (H5) dan persepsi harga (H6) juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien dengan estimasi masing-masing 0,153 dan 0,294. Analisis outer model pada Gambar 1 memperlihatkan validitas dan reliabilitas indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini, di mana setiap indikator memiliki hubungan kuat dengan variabel laten yang diwakilinya. Gambar 2, yang menampilkan inner model, menunjukkan bagaimana variabel laten seperti kualitas layanan, persepsi harga, kepuasan, dan loyalitas saling mempengaruhi satu sama lain, mendukung hasil uji hipotesis dalam tabel. Kombinasi dari kedua model ini memperkuat temuan bahwa seluruh hipotesis didukung dalam penelitian ini, menunjukkan hubungan positif antara variabel yang diuji.

## Kesimpulan

Hasil analisis data yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa; (1) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan, (2) Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan, (3) Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan Pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan, (4) Kepuasan Pasien berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan, (5) Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan, dan (6) Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pasien di Klinik Medimom Jakarta Selatan.

## BIBLIOGRAFI

Andaleeb, S. S. (2001). Service quality perceptions and patient satisfaction: a study of hospitals in a developing country. *Social Science & Medicine*, *52*(9), 1359–1370.

Bernardo, M., Marimon, F., & del Mar Alonso-Almeida, M. (2012). Functional quality and hedonic quality: A study of the dimensions of e-service quality in online travel agencies. *Information & Management*, *49*(7–8), 342–347.

Bossert, T. (1998). Analyzing the decentralization of health systems in developing countries: decision space, innovation and performance. *Social Science & Medicine*, *47*(10), 1513–1527.

Han, H., & Hyun, S. S. (2015). Customer retention in the medical tourism industry: Impact of quality, satisfaction, trust, and price reasonableness. *Tourism Management*, *46*, 20–29.

Hekkert, K. D., Cihangir, S., Kleefstra, S. M., Van Den Berg, B., & Kool, R. B. (2009). Patient satisfaction revisited: a multilevel approach. *Social Science & Medicine*, *69*(1), 68–75.

Lie, D., Sudirman, A., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of mediation effect of consumer satisfaction on the effect of service quality, price and consumer trust on consumer loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, *8*(8), 412–428.

Liu, X.-X., & Chen, Z.-Y. (2022). Service quality evaluation and service improvement using online reviews: A framework combining deep learning with a hierarchical service quality model. *Electronic Commerce Research and Applications*, *54*, 101174.

Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *40*, 261–269.

Moon, N. N., Talha, I. M., & Salehin, I. (2021). An advanced intelligence system in customer online shopping behavior and satisfaction analysis. *Current Research in Behavioral Sciences*, *2*, 100051.

Östlund, U., Kidd, L., Wengström, Y., & Rowa-Dewar, N. (2011). Combining qualitative and quantitative research within mixed method research designs: a methodological review. *International Journal of Nursing Studies*, *48*(3), 369–383.

Prakash, K. P., Kumar, Y. V. P., Reddy, C. P., Pradeep, D. J., Flah, A., Alzaed, A. N., Al Ahamdi, A. A., & Ghoneim, S. S. M. (2022). A comprehensive analytical exploration and customer behaviour analysis of smart home energy consumption data with a practical case study. *Energy Reports*, *8*, 9081–9093.

Raghubir, P. (2006). An information processing review of the subjective value of money and prices. *Journal of Business Research*, *59*(10–11), 1053–1062.

Tashjian, R. Z., Bradley, M. P., Tocci, S., Rey, J., Henn, R. F., & Green, A. (2007). Factors influencing patient satisfaction after rotator cuff repair. *Journal of Shoulder and Elbow Surgery*, *16*(6), 752–758.

Zakaria, I., Rahman, B. A., Othman, A. K., Yunus, N. A. M., Dzulkipli, M. R., & Osman, M. A. F. (2014). The relationship between loyalty program, customer satisfaction and customer loyalty in retail industry: A case study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *129*, 23–30.

Zhou, W.-J., Wan, Q.-Q., Liu, C.-Y., Feng, X.-L., & Shang, S.-M. (2017). Determinants of patient loyalty to healthcare providers: An integrative review. *International Journal for Quality in Health Care*, *29*(4), 442–449.

**Copyright holder:**
Sakina Bhayang Rindi, Pauline H. Pattyranie Tan (2024)

**First publication right:**
Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

**This article is licensed under:**

