

# Variabel Mediasi : Suatu Tinjauan Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Experience, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan di Puskesmas Berbah Kabupaten Sleman

*by* Rengga Kusuma Putra

---

**Submission date:** 05-Oct-2024 10:39AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2475577387

**File name:** 5\_Template\_Profit\_Jurnal\_Manajemen,\_Bisnis\_dan\_Akuntansi.docx (57.51K)

**Word count:** 2833

**Character count:** 19736

13

# VARIABEL MEDIASI : SUATU TINJAUAN PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CUSTOMER EXPERIENCE, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN DI PUSKESMAS BERBAH KABUPATEN SLEMAN

Rengga Kusuma Putra<sup>1\*</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tunas Nusantara, Indonesia

[\\*renggakusumaputra@gmail.com](mailto:*renggakusumaputra@gmail.com)<sup>1</sup>

18  
Alamat: Jl. Budhi No.21, RT.3/RW.5, Cawang, Kec. Kramat jati, Kota Jakarta Timur,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta  
Korespondensi penulis: [renggakusumaputra@gmail.com](mailto:renggakusumaputra@gmail.com)

## **Abstract.**

This research entitle of " Mediating Variables: A Review of the Influence of Service Quality, Customer Experience, and Trust on Loyalty and Satisfaction at the Berbah Public Health Center, Sleman Regency ". The purpose of this study is to find and analyze the influence of service quality, customer experience and trust on loyalty with satisfaction as a mediation variable. To research it uses purposive sampling and accidental sampling of 100 respondents. The tests on this study were conducted with tests of validity, reliability, classical assumptions, hypothesis testing, path analysis and sobel tests. With multiple linear regression analysis in this study obtained results  $b_1 = 0.217$  showed a positive influence of service quality variables on loyalty,  $b_2 = 0.209$  showed a positive influence of customer experience variables on loyalty,  $b_3 = 0.146$  showed a positive influence of trust variables on loyalty,  $b_4 = 0.164$  showed a positive influence of satisfaction variables on loyalty. For partial hypothesis testing used t test, obtained a value of t calculated for the quality of service to loyalty of 4,072, t count for customer experience to loyalty of 3,648, for trust to loyalty of 2,657 and t calculate for patient satisfaction to loyalty of 2,657. Then based on the results of calculations through the sobel test, patient satisfaction mediated the relationship between the quality of service to loyalty with at count value of 2,281, patient satisfaction mediated the relationship between customer experience to loyalty with at calculated value of 2,095, patient satisfaction mediated the relationship between trust to loyalty with at count value of 2.0009.

**Keywords:** Loyalty, Quality of Service, Customer Experience Trust and Patient Satisfaction

## **Abstrak.**

Penelitian ini berjudul "Variabel Mediasi : Suatu Tinjauan Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Experience, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Di Puskesmas Berbah Kabupaten Sleman". Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, customer experience dan kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Pada penelitian ini menggunakan purposive sampling dan accidental sampling sebanyak 100 responden. Adapun pengujian pada penelitian ini dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, pengujian hipotesis, analisis jalur (path analysis) dan uji sobel. Dengan analisis regresi linier berganda pada penelitian ini diperoleh hasil  $b_1 = 0.217$  menunjukkan pengaruh yang positif variabel kualitas layanan terhadap loyalitas,  $b_2 = 0.209$  menunjukkan pengaruh yang positif variabel customer experience terhadap loyalitas,  $b_3 = 0.146$  menunjukkan pengaruh yang positif variabel kepercayaan terhadap loyalitas,  $b_4 = 0.164$  menunjukkan pengaruh yang positif variabel kepuasan terhadap loyalitas. Untuk pengujian hipotesis secara parsial digunakan uji t, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk kualitas layanan terhadap loyalitas sebesar 4,072,  $t_{hitung}$  untuk customer experience terhadap loyalitas sebesar 3,648, untuk kepercayaan terhadap loyalitas sebesar 2,657 dan  $t_{hitung}$  untuk kepuasan pasien terhadap loyalitas sebesar 2,657. Kemudian berdasarkan dari hasil perhitungan melalui uji sobel, kepuasan pasien memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,281, kepuasan pasien memediasi hubungan antara customer experience terhadap loyalitas dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,095,

kepuasan pasien memediasi hubungan antara kepercayaan terhadap loyalitas dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,0009.

**Kata kunci:** Loyalitas, Kualitas Layanan, *Customer Experience*, Kepercayaan dan Kepuasan Pasien

## 1. LATAR BELAKANG

Persaingan dalam dunia bisnis, terutama di era globalisasi, semakin ketat. Perusahaan, baik di sektor jasa maupun manufaktur, harus mampu bersaing dengan meningkatkan loyalitas konsumen melalui pelayanan yang berkualitas. Khususnya di sektor kesehatan, perusahaan seperti Puskesmas menghadapi tuntutan untuk meningkatkan pelayanan guna bersaing dengan rumah sakit dan klinik.

Puskesmas sebagai penyedia layanan kesehatan masyarakat harus memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien, karena kualitas pelayanan adalah kunci mempertahankan loyalitas pasien. Pelayanan yang efektif dan cepat sangat penting karena penilaian kualitas bergantung pada persepsi pasien, bukan penyedia layanan.

Menurut (Lupiyoadi, 2001), kualitas pelayanan terdiri dari sistem, teknologi, dan manusia. Selain kualitas pelayanan, pengalaman konsumen (*customer experience*) dan kepercayaan juga penting untuk meningkatkan loyalitas. Pengalaman positif menciptakan citra baik dan kesetiaan konsumen, sementara kepercayaan menyangkut persepsi terhadap atribut dan manfaat produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam survei di Puskesmas Berbah, ditemukan beberapa masalah terkait pelayanan, seperti ruang tunggu yang kurang nyaman, waktu tunggu yang lama, fasilitas yang belum memadai, dan komunikasi yang kurang baik. Beberapa pasien juga merasa tidak puas dengan keramahan petugas, fasilitas pemeriksaan, dan proses administrasi. Ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan pengalaman pasien sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pasien.

Penelitian sebelumnya mendukung bahwa kualitas layanan dan pengalaman konsumen berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas pelanggan, namun kepuasan tidak selalu menjadi variabel mediasi. Penelitian ini menunjukkan pentingnya kepercayaan dan pengalaman pelanggan dalam menciptakan loyalitas.

## 2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai loyalitas konsumen, di antaranya sebagai berikut:

1. **Fasochah Harnoto (2013)**: Menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas, sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas (Fasochah., 2013).
2. **Yoga Wicaksono (2015)**: Meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Hasilnya menunjukkan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas (Yoga Wicaksono, 2015).
3. **Nurul Aini Fadhila, Diansyah (2015)**: Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Hasilnya menunjukkan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh langsung maupun melalui kepuasan terhadap loyalitas (Nurul Aini Fadhila, 2018).
4. **Risalatin Hijjah, Anidya Ardiansari (2015)**: Menganalisis pengaruh customer experience dan customer value terhadap loyalitas melalui kepuasan. Hasilnya menunjukkan bahwa customer experience dan customer value berpengaruh langsung maupun melalui kepuasan terhadap loyalitas.
5. **Reza Eka Wardhana (2016)**: Menganalisis pengaruh customer experience terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Hasilnya menunjukkan bahwa *customer experience* dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas (Reza Eka Wardhana, 2016).
6. **Metta Padyawati Kusuma Sandra dan Murwatiningsih (2016)**: Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, brand image, dan harga terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap loyalitas, baik langsung maupun melalui kepuasan (Murwatiningsih, 2016).
7. **Endah Puspito Rini (2019)**: Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, inovasi layanan, dan customer experience terhadap loyalitas melalui

kepuasan. Hasilnya menunjukkan ketiga variabel berpengaruh langsung maupun melalui kepuasan terhadap loyalitas (Endah Puspito Rini, 2019).

8. **Aryanita (2020):** Meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, baik langsung maupun melalui kepuasan (Aryanita, 2020).

Penelitian ini merupakan replikasi dari beberapa penelitian terdahulu. Manfaatnya adalah sebagai acuan untuk memahami variabel yang mempengaruhi loyalitas dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini memiliki persamaan variabel, terutama variabel kualitas layanan yang digunakan oleh beberapa penelitian terdahulu. Variabel *customer experience* dan kepercayaan juga digunakan dalam penelitian ini. Perbedaan utama terdapat pada objek penelitian yaitu Puskesmas Berbah, serta variabel tambahan seperti customer value, brand image, harga, dan inovasi pelayanan yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Loyalitas konsumen adalah kesetiaan terhadap merek atau produk yang ditunjukkan melalui pembelian berulang tanpa paksaan. Terdapat empat jenis loyalitas: tanpa loyalitas, loyalitas lemah, loyalitas tersembunyi, dan loyalitas premium, di mana loyalitas premium adalah yang paling diinginkan perusahaan karena konsumen dengan senang hati merekomendasikan produk. Loyalitas diukur melalui pembelian ulang, ketahanan terhadap produk pesaing, dan mereferensikan produk. Menurut (Rangkuti, 2002), "Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap perusahaan, merek maupun produk. (Sutisna, n.d.) mendefinisikan loyalitas adalah sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu.

Kepuasan konsumen adalah perasaan yang muncul ketika kinerja produk sesuai atau melebihi harapan. Kepuasan penting bagi perusahaan karena dapat menciptakan loyalitas dan promosi dari mulut ke mulut. Faktor yang mempengaruhi kepuasan meliputi nilai produk, harga, persepsi, dan kualitas pelayanan. Strategi untuk meningkatkan kepuasan meliputi pemasaran relasional, layanan pelanggan yang unggul, dan penanganan keluhan yang efektif. Loyalitas dan kepuasan saling terkait, di mana kepuasan yang tinggi mendukung terciptanya loyalitas yang kuat.

(Kotler, 2001) mengemukakan bahwa <sup>3</sup>kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk <sup>12</sup>kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas. Teori tersebut sejalan dengan teori (Rangkuti, 2006) bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara layanan yang diterima dengan harapan pelanggan, dengan fokus pada kepuasan konsumen. Faktor-faktor penting dalam manajemen layanan mencakup strategi pelayanan, komunikasi kualitas, standar pelayanan, sistem yang efektif, dan survei kepuasan pelanggan. Ada lima dimensi kualitas layanan: ketanggapan, keandalan, empati, jaminan, dan bukti fisik. Kualitas pelayanan yang baik akan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang (Swastha dan Handoko, 2000).

*Customer experience* (pengalaman pelanggan) adalah interaksi total konsumen dengan merek, bertujuan membangun loyalitas. Kategorinya meliputi pengalaman terhadap produk, lingkungan, komunikasi loyalitas, layanan pelanggan, dan acara. Indikator pengalaman pelanggan meliputi panca indera, perasaan, berpikir, tindakan, dan hubungan.

Kepercayaan konsumen terhadap perusahaan bergantung pada niat baik, integritas, dan kompetensi. Faktor yang mempengaruhi kepercayaan termasuk pengalaman perusahaan, kualitas kerja, dan kecerdasan dalam mengelola masalah. Semua elemen ini saling mendukung dalam menciptakan hubungan yang kuat antara perusahaan dan konsumen.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan data kualitatif, yang bersifat interpretatif dan tidak terukur dengan angka, serta data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik. Sumber data dibagi menjadi data primer, yang diperoleh langsung melalui observasi, wawancara, dan kuesioner, dan data sekunder, yang berasal dari instansi dan studi pustaka. Metode pengumpulan data mencakup kuesioner, yang menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, serta observasi untuk mencatat objek penelitian secara sistematis. Populasi dalam penelitian ini adalah 1.152 pasien Puskesmas Berbah pada Desember 2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling

berdasarkan pertimbangan tertentu dan accidental sampling berdasarkan kebetulan. Dengan menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel minimal ditentukan sebanyak 92,01 responden, dan penulis mengambil 100 responden untuk penelitian.

Uji instrumen dalam penelitian mencakup uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menilai kesesuaian data dengan apa yang seharusnya diukur, dinyatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Uji reliabilitas mengukur konsistensi data, dengan Cronbach Alpha  $>$  0,60 menunjukkan instrumen yang reliabel.

Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas untuk memastikan distribusi data normal, uji linearitas untuk menilai hubungan linear antara variabel, uji multikolinieritas untuk mendeteksi korelasi antar variabel independen, uji heteroskedastisitas untuk mengevaluasi kesamaan varians residual, dan uji autokorelasi untuk memeriksa korelasi kesalahan pengganggu.

Dalam pengujian hipotesis, uji  $t$  digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap dependen. Analisis jalur (*path analysis*) menggambarkan hubungan kausal antara variabel, dan uji Sobel menguji signifikansi pengaruh variabel intervening. Pengaruh tidak langsung dihitung dan diuji signifikansinya untuk menentukan apakah ada mediasi dalam hubungan antar variabel.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Puskesmas Berbah terletak di Jl. Jati, Desa Berbah, Kecamatan Berbah, Kabupaten Tegal, dengan wilayah kerja seluas 27,4 km<sup>2</sup> yang mencakup enam desa. Pada tahun 2020, jumlah penduduk di wilayah ini mencapai 56.086 jiwa, dengan Desa Berbah sebagai yang tertinggi. Visi Puskesmas Berbah adalah “Terwujudnya layanan prima dan terjangkau menuju masyarakat sehat yang mandiri,” sementara misi utamanya mencakup peningkatan mutu layanan, profesionalisme SDM, pengembangan sarana prasarana, kemitraan masyarakat, dan promosi hidup sehat.

Struktur organisasi Puskesmas dirancang untuk memperjelas tugas dan tanggung jawab, dengan Kepala Puskesmas yang mengelola manajemen, Koordinator Tata Usaha yang merencanakan unit, serta unit-unit lain yang menangani keuangan, data, perencanaan, dan program kesehatan seperti imunisasi dan pengendalian penyakit. Setiap jabatan memiliki peran spesifik yang mendukung pelayanan kesehatan di masyarakat.

Penelitian ini dilakukan di Puskesmas Berbah, Kecamatan Berbah, Kabupaten Tegal, dengan melibatkan 100 responden melalui kuesioner yang terdiri dari 24 pertanyaan. Dari hasil identifikasi responden, didapati bahwa 50% responden berjenis kelamin laki-laki dan 50% perempuan. Mayoritas responden berusia 21 hingga 30 tahun sebanyak 56%, sementara 62% di antaranya sudah menikah. Dalam hal pendidikan, 62% responden berpendidikan SMA/ sederajat, dan 76% responden telah melakukan rawat jalan lebih dari tiga kali.

Analisis data deskriptif menunjukkan bahwa untuk variabel Kualitas Layanan (X1), responden umumnya merasa puas, terutama terkait penanganan keluhan pasien (53%) dan kebersihan ruang pemeriksaan (57%). Pada variabel Customer Experience (X2), 50% responden merasa pemanggilan nomor antrian jelas, dan 53% merasa nyaman selama berobat. Mengenai variabel Kepercayaan (X3), 52% responden percaya bahwa informasi yang diberikan jelas, dan 48% merasa tidak ada diskriminasi dalam layanan. Sementara itu, untuk variabel Kepuasan Pasien (Z), 54% responden menyatakan puas dengan layanan yang diberikan dan berencana untuk kembali. Terakhir, pada variabel Loyalitas Pasien (Y), 57% responden sangat setuju untuk kembali dan merekomendasikan Puskesmas Berbah kepada orang lain. Secara keseluruhan, responden menunjukkan tingkat kepuasan dan loyalitas yang tinggi terhadap layanan di Puskesmas Berbah.

### **Persamaan I: Pengaruh X terhadap Z**

#### **1. Analisis Regresi Linier Berganda:**

- Variabel Kualitas Layanan (X1), *Customer Experience* (X2), dan Kepercayaan (X3) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan (Z).
- Persamaan regresi:  
$$Z = 0,548 + 0,381X1 + 0,323X2 + 0,284X3 + 0,640$$
- Kualitas layanan memiliki pengaruh terbesar ( $b1 = 0,381$ ), diikuti oleh *Customer Experience* ( $b2 = 0,323$ ) dan Kepercayaan ( $b3 = 0,284$ ).

#### **2. Koefisien Determinasi:**

- Nilai  $R^2$  sebesar 0,590 menunjukkan bahwa 59% variasi Kepuasan (Z) dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Layanan, *Customer Experience*, dan Kepercayaan.



## Persamaan II: Pengaruh X dan Z terhadap Y

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda:

- Kualitas Layanan (X1), Customer Experience (X2), Kepercayaan (X3), dan Kepuasan (Z) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas (Y).
- Persamaan regresi:  
$$Y = 1,867 + 0,217X1 + 0,209X2 + 0,146X3 + 0,164Z + 0,549$$
- Pengaruh terbesar pada Loyalitas berasal dari Kualitas Layanan ( $b_1 = 0,217$ ).

### 2. Koefisien Determinasi:

- Nilai  $R^2$  sebesar 0,693 menunjukkan bahwa 69,3% variasi Loyalitas (Y) dijelaskan oleh variabel-variabel bebas.

## Hasil Uji Sobel

Uji Sobel dilakukan untuk melihat pengaruh mediasi Kepuasan (Z) dalam hubungan antara Kualitas Layanan, Customer Experience, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas.

Hasil uji Sobel menunjukkan:

- **Hipotesis 4:** Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan (Z) adalah signifikan dengan nilai  $t_{hitung} 2,281 > t_{tabel} 1,984$ .
- **Hipotesis 5:** Pengaruh Customer Experience (X2) terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan (Z) juga signifikan dengan nilai  $t_{hitung} 2,0954 > t_{tabel} 1,984$ .
- **Hipotesis 6:** Pengaruh Kepercayaan (X3) terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan (Z) signifikan dengan nilai  $t_{hitung} 2,0009 > t_{tabel} 1,984$ .

Kesimpulannya, Kualitas Layanan, Customer Experience, dan Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan, dan Kepuasan berperan sebagai mediator yang signifikan dalam meningkatkan Loyalitas pasien di Puskesmas Berbah Kecamatan Berbah.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari beberapa variabel terhadap loyalitas pasien di Puskesmas Berbah Kecamatan Berbah. Pertama, Kualitas Layanan (X1) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas (Y), dengan nilai thitung sebesar 4,072 yang lebih besar dari nilai ttabel 1,984. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan akan meningkatkan loyalitas pasien.

Kedua, *Customer Experience* (X2) juga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (Y), dengan nilai thitung 3,648 > ttabel 1,984. Pengalaman positif pasien selama menerima layanan di Puskesmas Berbah meningkatkan loyalitas mereka terhadap pelayanan kesehatan yang diberikan.

Ketiga, Kepercayaan (X3) turut berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (Y), sebagaimana dibuktikan dengan nilai thitung 2,657 > ttabel 1,984. Tingkat kepercayaan yang tinggi dari pasien terhadap layanan yang diterima memperkuat loyalitas mereka.

Selanjutnya, penelitian ini juga menunjukkan bahwa Kepuasan (Z) sebagai variabel mediasi memperkuat pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Loyalitas (Y), dengan nilai thitung 2,281 > ttabel 1,984. Ini berarti bahwa kepuasan pasien berperan penting dalam meningkatkan loyalitas melalui kualitas layanan yang diterima.

Selain itu, *Customer Experience* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan (Z) sebagai variabel mediasi, dengan nilai thitung 2,0954 > ttabel 1,984. Pengalaman positif pasien yang kemudian berujung pada kepuasan, menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pasien.

Kepercayaan (X3) juga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan (Z) sebagai variabel mediasi, dengan nilai thitung 2,0009 > ttabel 1,984. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan pasien yang diikuti dengan kepuasan memperkuat loyalitas mereka terhadap pelayanan Puskesmas Berbah.

Terakhir, Kepuasan (Z) sendiri terbukti secara langsung berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas (Y) dengan nilai thitung 2,657 > ttabel 1,984. Kepuasan pasien berperan penting dalam memastikan loyalitas mereka terhadap layanan kesehatan yang diberikan.

## DAFTAR REFERENSI

- Aryanita. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. *STIE Assholeh : Pemalang*.
- Endah Puspito Rini. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Layanan, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Api (Studi Pada Penumpang Ka Harina Jurusan Semarang- Bandung). *Universitas Negeri Semarang*. <https://apps1.unnes.ac.id/5>
- Fasochah., & H. (2013). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 20(34). <https://ejournal.stiedharmaputrasmg.ac.id/index.php/JEMA/article/view/21>
- Kotler, P. dan K. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Murwatiningsih, M. P. K. S. dan. (2016). Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada Taksi New Atlas Semarang. *Management Analysis Journal*. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/maj.v5i1.8319>
- Nurul Aini Fadhila, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pasien sebagai Variabel intervening di Klinik Syifa. *Medical Center Jurnal Of Management*. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MSE/article>
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT teknik membelah kasus bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Reza Eka Wardhana. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/1707>
- Sutisna. (n.d.). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya.
- Yoga Wicaksono. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada PT. Indo Samudera Perkasa Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13349>

# Variabel Mediasi : Suatu Tinjauan Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Experience, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan di Puskesmas Berbah Kabupaten Sleman

## ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

- 1** Submitted to Universitas Muhammadiyah Ponorogo  
Student Paper 1%
- 2** Gusti AisNandi, Amron Amron. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Semarang", Jurnal Maneksi, 2024  
Publication 1%
- 3** [ejurnal.untag-smd.ac.id](http://ejurnal.untag-smd.ac.id)  
Internet Source 1%
- 4** Submitted to Universitas Semarang  
Student Paper 1%
- 5** [eprints.pancabudi.ac.id](http://eprints.pancabudi.ac.id)  
Internet Source 1%
- 6** A. Kavcic. "Fuzzy User Modeling for Adaptation in Educational Hypermedia", IEEE Transactions on Systems, Man and 1%

# Cybernetics, Part C (Applications and Reviews), 2004

Publication

---

7	ssbfnet.com Internet Source	1 %
8	lib.ui.ac.id Internet Source	1 %
9	jurnal.syntax-idea.co.id Internet Source	1 %
10	David Oscar Simatupang, Rosmala Widijastuti. "Peran pinjaman modal mikro perbankan dan modal relasional (relationship capital) terhadap modal usaha tani pada tingkat rumah tangga tani Distrik Tanah Miring Kabupaten Merauke", Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan, 2016 Publication	1 %
11	Andria Ningsih, Rika Novita Sari. "Customer value Dan Customer Experience Terhadap Customer satisfaction", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2024 Publication	1 %
12	Fransiska Dianita Viorentina. "PENGARUH PERCEIVED VALUE DAN TRUST TERHADAP INTENTION TO RECOMMEND DENGAN SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA APLIKASI BIBIT)", JMBS UNSRAT	1 %

(Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi  
Universitas Sam Ratulangi)., 2023

Publication

---

13 [nikhaa.blogspot.com](http://nikhaa.blogspot.com) 1 %  
Internet Source

---

14 Mailani Ulfa, Riri Mayliza. "PENGARUH  
KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PDAM KOTA PADANG", Open  
Science Framework, 2019 1 %  
Publication

---

15 Nugraheni, Desi Wulan. "Kajian Faktor-Faktor  
Yang Mendukung Dan Tidak Mendukung  
Perluasan Layanan Bus Rapid Transit (Brt)  
Trans Jateng (Studi Kasus Koridor 1 Rute  
Bawen-Tawang Menjadi Salatiga-Tawang)",  
Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia),  
2024 1 %  
Publication

---

16 Submitted to Universidad Europea de Madrid 1 %  
Student Paper

---

17 [jwm.ulm.ac.id](http://jwm.ulm.ac.id) 1 %  
Internet Source

---

18 [www.dmo.or.id](http://www.dmo.or.id) 1 %  
Internet Source

---

19 [europub.co.uk](http://europub.co.uk) 1 %  
Internet Source

---

20 Firas AlOmari, Abu Bakar A. Hamid. "Strategies to improve patient loyalty and medication adherence in Syrian healthcare setting: The mediating role of patient satisfaction", PLOS ONE, 2022  
Publication 1%

---

21 eprints.iainu-kebumen.ac.id  
Internet Source 1%

---

22 kc.umn.ac.id  
Internet Source 1%

---

---

Exclude quotes On Exclude matches < 1%  
Exclude bibliography On

# Variabel Mediasi : Suatu Tinjauan Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Experience, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan di Puskesmas Berbah Kabupaten Sleman

---

GRADEMARK REPORT

---

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

**/0**

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---

PAGE 10

---