

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Loyalitas merupakan suatu proses untuk menjaga pelanggan agar bersedia berkunjung dalam jangka waktu lama (Amor, N., dkk., 2018). Loyalitas mengacu pada komitmen untuk membeli kembali atau menggunakan kembali jasa di masa depan (Siripipatthanakul, dkk., 2021). Perusahaan harus mampu membuat konsep yang berfokus pada pelanggan sehingga mampu menjangkau lebih banyak pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan untuk menjaga stabilitas perusahaan (Anang, dkk., 2019; Lubis dan Andayani, 2018; Hasibuan., dkk., 2023). Jika ditinjau dari sudut pandang pengusaha, tantangan terbesar bagi perusahaan adalah bersaing di pasaran dan harus memiliki keunggulan dibandingkan kompetitor agar mendapatkan loyalitas dari pelanggan (Dirgantari, P., dkk., 2022).

Konsep loyalitas pertama kali dikemukakan oleh Jacoby dan Chestnut (1978) yang melakukan penelitian terhadap pengukuran loyalitas. Penelitian tentang loyalitas pelanggan di berbagai industri telah banyak dilakukan seperti pada industri asuransi, rekomendasi dari pelanggan lain memiliki dampak yang sangat besar terhadap loyalitas pelanggan sedangkan pada industri telekomunikasi harga yang fleksibel, kepuasan pelanggan dan komunikasi yang efektif menjadi faktor pendorong utama (Kinoti dan Kibeh, 2015; Parizi dan Mirabi, 2016; Hussain, dkk., 2021). Hal ini diperkuat dengan penelitian pada industri perbankan di Ghana dan industri kesehatan di Nigeria yang mendapatkan indeks loyalitas lebih tinggi ketika kualitas layanan dan kepuasan pelanggan diberikan secara optimal (Borishade, dkk., 2018 ; Tee, dkk., 2018). Loyalitas cenderung tinggi pada industri yang sudah matang, seperti minuman ringan yang memiliki tingkat loyalitas sebesar 85-97% (Sheth dan Koschmann, 2019).

Berbeda dengan pelanggan usia muda yang memiliki tingkat loyalitas cenderung rendah (Singh, 2019). Penelitian di Nigeria dalam sektor *mobile industry* menunjukkan indeks loyalitas pelanggan pada sektor telekomunikasi hanya mencapai

angka 48,3% (Oluwafemi dan Adebisi, 2018). Survey yang dilakukan perusahaan riset Marketing Charts (2022) menunjukkan 65% pelanggan berhenti menggunakan suatu produk karena kualitas yang menurun. Survey lain yang dilakukan oleh Emarsys (2022) diperoleh bahwa sekitar 38% yang menjadi kunci agar pelanggan loyal adalah dengan adanya pemberian diskon dan harga yang cenderung stabil dan tidak mengalami kenaikan.

Temuan lain dalam industri *mobile telecommunication* menunjukkan bahwa *service quality* yang berdiri tunggal tidak akan cukup mendorong terjadinya peningkatan loyalitas pelanggan (Ayden dan Ozer, 2005). Penelitian pada sektor perbankan menunjukkan banyak hal lain yang harus diperhatikan secara berkesinambungan seperti kepuasan dan *trust* (Ngo dan Nguyen, 2016). Pada industri kesehatan, loyalitas pasien dipengaruhi oleh *trust*, komitmen dan kepuasan (Hsieh, dkk., 2018). Adanya inkonsistensi dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penelitian lebih lanjut mengenai loyalitas pelanggan masih perlu untuk dilakukan.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Temkin Group (2015-2017) dan Emarsys tahun 2022 terdapat 10 industri dengan persentase loyalitas terendah yang hasilnya tertuang dalam Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Tabel Index Loyalty Berdasarkan Industri di Dunia Tahun 2015, 2016, 2017 dan 2022

NO	INDUSTRI	2015	2016	2017	2022
1	<i>Retail</i>	66%	59%	60%	55%
2	<i>Food</i>	67%	58%	60%	55%
3	<i>Beauty and skincare</i>	66%	55%	60%	37%
4	<i>Technology</i>	48%	48%	60%	25%
5	<i>Furniture / homeware</i>	57%	52%	62%	18%
6	<i>Parcel delivery</i>	55%	54%	59%	16%
7	<i>Health</i>	47%	43%	51%	15%
8	<i>Automotives</i>	67%	55%	64%	13%
9	<i>Airlines</i>	69%	55%	62%	12%
10	<i>Energy</i>	47%	43%	60%	11%

Sumber : *Temkin Group 2015-2017 Consumer Benchmark Survey and Emarsys Costumer Loyalty Index 2022*

Tabel 1.1 menunjukkan index loyalitas pada berbagai industri di seluruh dunia. Penilaian terhadap 10 industri tersebut dilakukan oleh Temkin Group (2015-2017) terhadap 10.000 pelanggan pada 294 perusahaan. Hasil yang didapat industri kesehatan mendapat loyalitas terendah selama periode 2015 hingga 2017 dengan nilai 47%. Kondisi ini masih sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Emarsys (2022) terhadap 10.066 pelanggan di seluruh dunia, yang menunjukkan bahwa industri kesehatan menduduki peringkat 4 terbawah index loyalitas terendah dengan nilai 15%. Loyalitas dipengaruhi oleh banyak faktor seperti karakteristik responden yakni umur, jenis kelamin dan lokasi tempat tinggal (Borishade, dkk., 2018). Terdapat lonjakan penurunan angka loyalitas secara signifikan pada Tabel 1.1 karena dilakukan oleh dua lembaga survey yang berbeda yakni Temkin Group dan Emarsys. Faktor lain yang turut mempengaruhi adalah terjadinya pandemi corona virus yang menyebabkan penurunan angka loyalitas yang sangat tajam.

Data lain didapatkan dari survey yang dilakukan oleh Qualtrics XM Institute (2021) menunjukkan bahwa rumah sakit atau klinik kesehatan merupakan industri dengan nilai loyalitas terendah kedua di Indonesia. Berdasarkan survey tersebut, didapatkan hasil bahwa tingkat loyalitas pada industri rumah sakit atau klinik hanya mendapat nilai 75%, nilai ini jauh bila dibandingkan dengan index loyalitas tertinggi pelanggan yang berada pada toko retail sebesar 90%. Penyebab rendahnya loyalitas pada industri kesehatan dipengaruhi oleh banyak hal seperti aksesibilitas layanan kesehatan yang bervariasi dan tidak merata antara di pedesaan dan perkotaan (Solimun dan Fernandes, 2018 ; Kusumawati, 2020). Pilihan yang beragam terhadap berbagai penyedia layanan kesehatan seperti rumah sakit swasta, rumah sakit pemerintah, klinik hingga praktik mandiri membuat tingkat loyalitas dari pasien sulit untuk didapatkan (Sharma dan Patterson, 2000).

Kesehatan memiliki dampak yang besar pada setiap individu karena berperan penting dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Hal ini menjadikan kesehatan sebagai kebutuhan primer yang paling dibutuhkan oleh masyarakat (Emilya, M., dkk., 2022). Kesehatan gigi dan mulut merupakan salah satu bidang kesehatan yang memerlukan perhatian lebih besar, karena dapat berpengaruh pada kualitas hidup seseorang dan

menjadi perhatian penting dalam pembangunan kesehatan penduduk di negara berkembang khususnya di Indonesia (Suratri,M.A., dkk.,2021). Kesehatan gigi mulut berkaitan erat dengan status kesehatan seseorang secara umum, kesehatan gigi dan mulut juga memiliki keterkaitan dengan tingkat pengetahuan seseorang (Baiju, dkk., 2017; Ruslan, M.R., dkk., 2023).

Penyakit gigi dan mulut merupakan salah satu masalah nasional yang memiliki dampak konsekuensi tidak hanya secara fisik, melainkan secara ekonomi, sosial dan psikologis (Widayati dan Hidayati, 2017; Bangash,R., dkk., 2012). Industri kesehatan gigi masih memiliki peluang bagi para pelaku bisnis untuk masuk dan berkembang (Danarahmanto,P.A., dkk., 2022). Industri kesehatan saat ini mengalami perkembangan pesat sehingga mengundang para pemangku kepentingan usaha untuk berlomba mengembangkan berbagai kegiatan bisnis dalam industri tersebut.

Menurut World Health Organization (2021) rasio dokter gigi di Indonesia sebesar 1,24 masih di bawah standar ideal WHO sebesar 1,33. Indonesia juga masih tertinggal jauh apabila dibandingkan dengan negara tetangga yang berbatasan langsung seperti Singapura yang memiliki rasio 4,06 dan Malaysia dengan rasio 3,00. Data rasio perbandingan dokter gigi di ASEAN tersaji dalam Tabel 1.2.

Tabel 1.2. Rasio Dokter Gigi per 10.000 Populasi Penduduk di ASEAN Tahun 2019-2021

Negara	2019	2020	2021
Singapura	3,29	3,85	4,06
Malaysia	1,54	3,41	3,00
Thailand	1,63	2,26	2,55
Phillipine	2,52	2,53	2,49
Brunei	2,23	2,51	2,38
Indonesia	0,58	1,19	1,24
Cambodia	0,16	0,17	0,86
Myanmar	0,082	0,67	0,72
Timor Leste	0,063	0,078	0,023

Sumber : World Health Organization (2021)

Tabel 1.2 menunjukkan Indonesia menduduki peringkat nomor 4 terbawah peringkat rasio dokter gigi yang tidak ideal di ASEAN. Salah satu hal yang cukup menjadi tantangan persebaran rasio dokter gigi adalah letak geografis Indonesia (Gofur, dkk., 2021). Jumlah dokter gigi di Indonesia tidak merata dan tersentralisasi di

Pulau Jawa. Berdasarkan data dari Konsil Kedokteran Indonesia (2023) di Jawa Barat sebanyak 6.752, Jawa Tengah 6.745, DKI Jakarta 6.578, Jawa Tengah 3.430, Banten 2.799 dan DI Yogyakarta 1.446. Data tersebut menunjukkan Jawa Barat menduduki peringkat pertama dengan jumlah dokter gigi terbanyak di Pulau Jawa, tetapi sebanyak 3.578 dokter gigi hanya berpusat di Bekasi, Bandung dan Depok dan 3.173 tersebar di 24 kota dan kabupaten lainnya. Hal ini menunjukkan persebaran dokter gigi yang tidak merata di wilayah Jawa Barat sehingga tidak mendukung terciptanya loyalitas pasien (Solimun dan Fernandes, 2018; Kusumawati, 2020).

Berdasarkan hasil riset per 5 tahunan yang dilakukan oleh Riset Kesehatan Dasar (RISKEDAS) 2018 menunjukkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia atau sekitar 57,6% dari total penduduk Indonesia memiliki masalah gigi dan mulut dan hanya sekitar 10,2% yang mengakses pelayanan kesehatan gigi. Salah satu faktor yang mempengaruhi akses pelayanan kesehatan adalah ketersediaan pelayanan kesehatan (Megatsari.,dkk.,2019). Persebaran penduduk di Indonesia tidak merata, dan berbentuk kepulauan. Wilayah yang berpulau-pulau mengakibatkan adanya sentralisasi ekonomi, pendidikan dan kesehatan yang terpusat hanya pada suatu wilayah tertentu. Padahal aksesibilitas menjadi salah satu faktor penentu loyalitas (Solimun dan Fernandes, 2018 ; Kusumawati, 2020). Meskipun hanya 10,2% yang mendapatkan pelayanan kesehatan gigi, penelitian tentang loyalitas tetap menjadi penting karena dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien, klinik dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi penyebab perawatan tidak tuntas. Hal ini dapat mendorong klinik untuk menerapkan praktik-praktik terbaik, komunikasi yang efektif serta mengambil Langkah-langkah untuk meningkatkan tingkat kepatuhan pasien. Pasien yang loyal cenderung lebih konsisten terhadap perawatan sehingga dapat mengurangi prevalensi masalah kesehatan gigi di Indonesia, serta mendorong penggunaan sumber daya yang lebih efisien karena klinik dapat fokus untuk memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi. Dalam jangka panjang, loyalitas pasien dapat menunjang klinik untuk tetap berkelanjutan secara finansial dan operasional.

Berdasarkan data pasien Tami Dental Care Tahun 2023, jumlah pasien yang melakukan kunjungan kembali ke Tami Dental Care untuk perawatan hanya sebesar 30%. Data lain didukung oleh data pasien di klinik drg.Hernany yang menyebutkan hanya 33% pasien yang kembali untuk melakukan perawatan saluran akar hingga tuntas. Keberhasilan perawatan saluran akar sangat membutuhkan kepatuhan kunjungan pasien, pasien yang tidak melakukan kunjungan kembali menyebabkan perawatan yang tidak tuntas (Tarigan, 2012). Kondisi tersebut menunjukkan kunjungan pasien kembali masih sangat rendah. Hal ini dilandasi oleh kurangnya pengetahuan dan kesadaran tentang pentingnya pemeliharaan gigi dan mulut, hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti status sosial ekonomi, kualitas hidup dan harapan pasien (Yohanes, dkk., 2013; Doumani, dkk., 2017).

Fenomena di atas menunjukkan loyalitas pasien terutama klinik gigi belum optimal, padahal ketika loyalitas pasien tinggi tentu akan menunjang keberlangsungan dan kemajuan klinik. Persaingan bisnis kesehatan semakin kompetitif, pasien memiliki akses yang mudah untuk berpindah dari satu klinik ke klinik lain. Loyalitas pasien menjadi salah satu faktor penting bagi klinik untuk berkembang (Aurier dan N'Goala, 2010; Bruhn, 2002). Loyalitas pasien memberikan banyak manfaat seperti peningkatan penjualan dan *word of mouth* dari satu pasien ke pasien lainnya (Mittal dan Lassar, 1998; Zeithaml, dkk., 2008; Yarmen, M., dkk., 2016).

Berdasarkan penelitian terdahulu, faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas antara lain *service quality* (Fatima, dkk., 2018) , *perceived value* (Oliveira, dkk., 2021), kepuasan (Sadeh, 2017), *patient involvement* (Jayalath & Galdolage, 2021), *patient experience* (Asmaryadi, dkk., 2020 ; Chen, dkk., 2022) , inovasi (Schiavone, dkk., 2020). *Service quality* memiliki peranan penting dalam mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien (Asnawi, dkk., 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Oliveira, dkk., 2021) yang mengungkapkan bahwa kepuasan, *brand value*, komitmen dan *perceived value* mempengaruhi loyalitas pasien di klinik gigi. Penelitian yang dilakukan oleh (Fatima, dkk., 2018) mengungkapkan bahwa *service quality*, dan komunikasi antara pasien dengan dokter mempengaruhi loyalitas pasien secara positif. Kepercayaan dan *perceived value* juga menjadi hal yang penting dalam loyalitas

pasien, selain itu peningkatan *service quality* serta menjaga hubungan baik dengan pasien merupakan hal yang krusial dalam loyalitas (Sumaedi, dkk., 2014; Huang, dkk., 2021).

Loyalitas pasien juga dipengaruhi oleh kepuasan, ketika kepuasan pasien terbentuk diharapkan dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi klinik maupun rumah sakit (Chang, dkk.,2013; Asmaryadi, dkk., 2020; Arslan, dkk., 2022; Alomari dan Hamid, 2022). Kepuasan pasien merupakan kondisi ketika harapan dan kebutuhan pasien sesuai dengan pelayanan yang didapatkan di klinik atau rumah sakit (Wagner & Bear, 2009). Penelitian yang dilakukan (Zhou, dkk., 2017 dan Kondasani, dkk., 2015), menunjukkan terdapat pengaruh langsung positif signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan dan nilai, kepuasan terhadap kepercayaan dan loyalitas. Berbagai klinik maupun rumah sakit sering mengadakan survey kepuasan terhadap pasien, hal ini dilakukan untuk mengukur dan mengevaluasi layanan kesehatan yang telah diberikan (Dunsch, dkk., 2018). Semakin puas pasien terhadap pelayanan yang diberikan, maka pasien akan semakin loyal terhadap rumah sakit (Sadeh, 2017). Dokter yang meluangkan lebih banyak waktu untuk melayani dan mendengarkan keluhan pasien memiliki korelasi kuat meningkatkan kepuasan pasien (Long, C., dkk., 2016).

Tingkat kepuasan pasien yang datang ke klinik gigi di Jawa Barat masih belum optimal. Terdapat pasien yang memberikan *rating* bintang 1 di beberapa klinik yang tersebar di Bandung, Bekasi, Depok. Hal ini tidak seharusnya terjadi karena kepuasan pasien sangat diperlukan untuk menunjang proses perawatan. Kepuasan pasien yang rendah akan menghambat rencana perawatan, sebaliknya kepuasan pasien yang tinggi akan meningkatkan kepatuhan pasien terhadap rencana perawatan sehingga didapatkan hasil klinis yang lebih optimal (Lee, dkk., 2008).

Loyalitas pasien juga secara tidak langsung didapatkan melalui *patient experience* yang baik (Asmaryadi, dkk., 2020 ; Chen, dkk., 2022). Pengalaman positif dapat meningkatkan kepuasan dan mengarah pada peningkatan loyalitas pasien serta meningkatkan kekuatan merek (Nobar dan Romstamzadeh, 2018 ; Eskiler dan Safak, 2022). Pengalaman pasien yang baik didapatkan dari berbagai aspek yaitu kognitif, emosional, fisik, sensorik, spiritual dan sosial (De Keyser, dkk., 2015). Di samping itu

pula rangsangan indera berkontribusi dalam meningkatkan nilai positif pada pengalaman pasien (Brun, dkk.,2017). *Patient experience* digambarkan sebagai pengalaman yang didapatkan pasien dalam layanan kesehatan yang dipengaruhi oleh pengalaman unik berupa transisi pasien dari individu sakit menjadi sehat (Oben, 2020).

Patient experience dalam layanan kesehatan berupa komunikasi, akses, pengambilan keputusan bersama, pengetahuan penyedia layanan, lingkungan fisik, pendidikan pasien, rekam medis elektronik, pengendalian nyeri, proses pemulangan, dan layanan pencegahan (Mohammed, dkk.,2016) dapat lebih menciptakan *memorable patient experience*. Hal ini secara signifikan mempengaruhi keputusan dan rekomendasi dalam kunjungan yang akan datang (Bastiaansen, dkk.,2019). *Memorable patient experience* yang positif berkaitan dengan hasil klinis yang lebih baik, *patient safety* yang lebih tinggi serta peningkatan profitabilitas bagi klinik maupun rumah sakit (Richter dan Muhlestein, 2017; Price, dkk., 2014). *Memorable patient experience* di klinik gigi dapat terjadi melalui komunikasi efektif yang dilakukan oleh dokter seperti mendengarkan langsung keluhan pasien sehingga dapat menggali lebih dalam mengenai kebutuhan dan keinginan pasien (Black, dkk., 2018). Selain itu, dokter harus mampu memberikan penjelasan yang mudah dipahami oleh pasien dan melibatkan pasien dalam pengambilan keputusan bersama untuk rencana perawatan yang akan dilakukan (Chiou, dkk., 2020). Beberapa faktor lain yang berkaitan dengan *memorable patient experience* adalah sistem reservasi yang mudah serta waktu tunggu yang singkat (Lin, dkk., 2020).

Berbagai upaya dilakukan oleh klinik di Jawa Barat agar dapat menyediakan berbagai kenyamanan bagi pasien sehingga dapat memberikan *memorable patient experience*. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Casadienta *Dental Care*, salah satu layanan yang diberikan adalah dengan menghadirkan Casa Kids dengan dilengkapi *playground* khusus anak-anak. Hal ini dilakukan agar ruangan dibuat menarik sehingga anak-anak memiliki pengalaman yang menyenangkan saat datang ke dokter gigi (Elly, 2023). Berbeda dengan Casadienta *Dental Care* yang berfokus pada suasana klinik, Tami *Dental Care* berfokus pada sistem reservasi yang mudah dan cepat. Sistem reservasi ini memberikan kepastian kepada pasien untuk langsung

mendapat perawatan dan mengurangi waktu tunggu antrian sehingga lebih efektif dan efisien (Pri, 2023). Upaya lain dilakukan oleh Jaya *Dental Care* yang mengedepankan pengadaan CBCT dan radiografi canggih, sehingga waktu perawatan pasien dapat memberikan kemudahan pada pasien dalam melakukan perawatan (Stephanus, 2023).

Selain *memorable patient experience*, *patient involvement* menjadi salah satu faktor penting untuk mendorong terciptanya kepuasan dan loyalitas pasien yang tinggi. Menurut Senic dan Marinkovic (2013) *patient involvement* dalam layanan kesehatan memiliki dampak signifikan pada kepuasan pasien. *Patient involvement* didefinisikan sebagai peran aktif dari pasien dalam memutuskan dan merencanakan layanan kesehatan yang akan mereka lakukan (Wensing dan Baker, 2003). *Patient involvement* dalam layanan kesehatan telah terbukti memiliki dampak positif yang kuat pada loyalitas pelanggan (Jayalath & Galdolage, 2021).

Perawatan kolaboratif yang melibatkan aspek-aspek perawatan terpusat pada pasien seperti mendengarkan pasien, menjelaskan hal-hal dengan cara yang dapat dipahami, dan meluangkan waktu bersama pasien, telah terbukti meningkatkan kepuasan (Deen et al., 2010). Hal serupa diutarakan oleh (Jahng, dkk., 2005; Birkeland, dkk., 2022) yang mengungkapkan bahwa *patient involvement* melalui keputusan bersama juga telah dikaitkan dengan kepuasan perawatan yang lebih tinggi. *Patient involvement* menjadi penting untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dan memastikan pasien merasa puas terhadap layanan yang diberikan (Mirela, 2021).

Inovasi mendorong *memorable patient experience* dan *patient involvement*. Inovasi merupakan operasionalisasi potensi kreatif dengan motif komersial maupun sosial, penerapan solusi adaptif baru yang menciptakan nilai, pemanfaatan teknologi baru serta berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif dan pertumbuhan ekonomi (Singh dan Aggarwal, 2021). Inovasi memainkan peranan penting dalam meningkatkan *patient experience* dalam industri kesehatan. Inovasi dapat dirancang dengan menyesuaikan pengalaman yang didapat oleh dokter, perawat dan pasien, sehingga para pemangku kebijakan dapat menciptakan inovasi yang optimal (Bird, dkk., 2021). Penciptaan *value co-creation* bersama pasien menjadi penting dalam proses inovasi, dengan melibatkan pasien dalam desain dan pengembangan layanan kesehatan maka

rumah sakit dan klinik dapat lebih memahami kebutuhan dan preferensi mereka sehingga dapat meningkatkan *patient experience* dan kepuasan pasien (Schiavone, dkk., 2020). Tujuan utama dari inovasi adalah untuk meningkatkan pelayanan dan produk sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Cabral dan Marques, 2022; Lemy, dkk., 2019).

Pelayanan kesehatan gigi seperti *dental implants*, *dental imaging*, penggunaan lup dan alat pelindung diri pada saat perawatan merupakan salah satu bentuk inovasi (Heft, dkk., 2020). Hal senada dikemukakan oleh (Hartshorn dan Nair, 2023) bahwa di klinik gigi sekarang banyak dijumpai inovasi dengan teknologi canggih seperti penggunaan *Artificial Intellegent (AI)*, *teledentistry*, *Cone Beam Computed Tomography (CBCT)* yang berfungsi untuk mengarahkan penempatan *dental implant* serta digitalisasi untuk keperluan prostodontik. Klinik gigi akan terus berkembang dengan adanya teknologi yang inovatif akan tetapi harus didukung dengan pengetahuan yang cukup dan implementasi yang sesuai (Dasilva, dkk., 2022). Inovasi di klinik gigi menjadi penting agar dokter gigi dapat bekerja lebih cepat, mudah sehingga pasien lebih nyaman dan mengurangi resiko dalam perawatan (Ganesh, dkk., 2020).

Berdasarkan latar belakang di atas, beberapa penelitian mendapat hasil yang berbeda-beda serta terdapat perbedaan antara hasil penelitian dan fakta empiris yang ada. Jika dilihat dari berbagai penelitian terdahulu belum ditemukan penelitian mengenai *memorable patient experience*, *customer involvement*, inovasi kepuasan pasien untuk menciptakan loyalitas pasien. **Maka peneliti memandang perlu dilakukan penelitian dengan judul Model *Memorable Patient Experience* dalam Meningkatkan Loyalitas Pasien (Survey Terhadap Klinik Gigi di Jawa Barat).**

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Terkait latar belakang permasalahan dalam penelitian ini, maka penulis membuat rumusan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana gambaran inovasi, *memorable patient experience*, *patient involvement*, kepuasan pasien dan loyalitas pasien pada klinik gigi di Jawa Barat ?
2. Bagaimana inovasi berpengaruh terhadap loyalitas pasien melalui *memorable patient experience* pada klinik gigi di Jawa Barat ?
3. Bagaimana inovasi berpengaruh terhadap loyalitas pasien melalui *memorable patient experience* dan kepuasan pasien pada klinik gigi di Jawa Barat ?
4. Bagaimana inovasi berpengaruh terhadap loyalitas pasien melalui *patient involvement* pada klinik gigi di Jawa Barat ?
5. Bagaimana inovasi berpengaruh terhadap loyalitas pasien melalui *patient involvement* dan kepuasan pasien pada klinik gigi di Jawa Barat ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian yang telah dirumuskan dan dikemukakan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh temuan mengenai :

1. Untuk mengetahui gambaran tentang inovasi, *memorable patient experience*, *patient involvement*, kepuasan pasien dan loyalitas pasien pada klinik gigi di Jawa Barat
2. Memperoleh temuan mengenai pengaruh inovasi terhadap loyalitas pasien melalui *memorable patient experience* pada klinik gigi di Jawa Barat
3. Memperoleh temuan mengenai pengaruh inovasi terhadap loyalitas pasien melalui *memorable patient experience* dan kepuasan pasien pada klinik gigi di Jawa Barat
4. Memperoleh temuan mengenai pengaruh inovasi terhadap loyalitas pasien melalui *patient involvement* pada klinik gigi di Jawa Barat
5. Memperoleh temuan mengenai pengaruh inovasi terhadap loyalitas pasien melalui *patient involvement* dan kepuasan pasien pada klinik gigi di Jawa Barat

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan pengembangan penelitian lebih lanjut dan juga menambah kajian pustaka bagi yang berniat mendalami pengetahuan dalam ilmu manajemen khususnya pada manajemen pemasaran di bidang inovasi, *memorable patient experience*, *patient involvement*, kepuasan pasien dan loyalitas pasien.

1.4.2 Manfaat Empiris

Manfaat empiris penelitian ini adalah untuk memajukan layanan kualitas kesehatan di Indonesia dengan menyajikan model yang dapat mendorong terciptanya loyalitas pada pasien. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi pemerintah maupun bagi penyedia layanan kesehatan swasta untuk membangun layanan kesehatan yang inovatif dan berkualitas.