

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Loyalitas pelanggan merupakan sebuah komitmen akan sebuah barang maupun jasa yang pelanggan sukai dan mereka tidak akan beralih meskipun upaya pasar memiliki potensi untuk mempengaruhi (Sitio & Ali, 2019). Pelanggan pada sebuah layanan kesehatan dapat disebut sebagai pasien dan kedua kata memiliki makna sama yang dapat digunakan pada satu situasi yang juga bersamaan (Deber et al., 2005). Faktor kunci pada bisnis jasa telah diidentifikasi bersumber dari loyalitas pelanggan (Sumaedi et al., 2014). Teori pemasaran serta peranannya terhadap praktik pemasaran tradisional dalam upaya menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan telah menjadi tema penting selama lebih dari 30 tahun (Valvi & West, 2013). Perdebatan pada beberapa dekade terakhir dari topik loyalitas pelanggan, dimana topik ini menarik minat yang besar mengenai kepentingannya dalam memperoleh keuangan serta tercapainya keunggulan kompetitif (Tartaglione et al., 2019). Pada penelitian (Zhou et al., 2017) ditegaskan pentingnya peranan loyalitas pelanggan dalam memegang kunci dan peranan keberhasilan di bidang jasa layanan kesehatan.

Pada layanan kesehatan, loyalitas pelanggan dapat pula diartikan loyalitas pasien yang mana merupakan seberapa jauh pengaruh yang ditimbulkan oleh lingkungan luar dalam kegiatan pemasaran tidak mempengaruhi pasien, sikap positif yang dimiliki terhadap layanan fasilitas kesehatan serta ketersediaan mereka dimasa yang akan datang untuk menggunakan jasa itu kembali (Liu et al., 2021). Sederhananya, menurut (Sadeh, 2017) definisi loyalitas pasien merupakan komitmen mereka menggunakan sebuah layanan kesehatan dimasa yang akan datang secara konsisten, loyalitas ini terbentuk dari pelanggan yang merasa puas. Selanjutnya, penelitian (Sumaedi et al., 2014) mengatakan bahwa dari pelanggan yang merasa puas tersebut akan tercipta pemasaran informal, yang mana mereka akan dengan sukarela mempromosikan institusi layanan kesehatan yang telah mereka kunjungi kepada kerabat, keluarga baik secara langsung maupun media sosial.

Model kualitas layanan yang ditunjukkan oleh (Gronroos, 1984; Christian Grönroos, 2020) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan dipengaruhi oleh proses yang dialami dan hasil yang didapat. Layanan dengan kualitas tinggi yang diberikan layanan jasa kesehatan juga merupakan kunci keberhasilan pada industri ini, yang mana pasar dengan persaingan yang ketat membuat kualitas layanan menjadi penting dalam pengembangan volume bisnis serta peningkatan efisiensi (Meesala & Paul, 2018). Akan tetapi, upaya pemerintah di Indonesia dalam upaya meningkatkan kualitas layanan kesehatan tampaknya masih menjadi pekerjaan rumah yang besar bahkan sejak empat puluh tahun terakhir, dimana keinginan pelayanan kesehatan berkualitas, adil dan merata masih sulit dicapai yang dikarenakan tiga faktor mendasar, yaitu terbatasnya sumber daya, kebijakan kesehatan yang masih terdesentralisasi, serta masih rendahnya kemampuan pemerintah dalam mengatasi birokrasi pelayanan kesehatan (M Akob et al., 2021). Ini didukung oleh penelitian (Pratami et al., 2023) yang menyatakan bahwa pembaharuan dan inovasi fasilitas pelayanan kesehatan di Indonesia yang dinilai bermanfaat dan sesuai kebutuhan pasien masih tergolong rendah, pelayanan yang didapat tidak sesuai dengan harapan pasien menyebabkan loyalitas pasien juga menjadi rendah.

Karakteristik terbentuknya loyalitas pasien salah satunya dengan melibatkan kualitas pelayanan, penilaian akan layanan ini telah lama dilakukan dan penerapan pertama kali tahun 1978 di Indonesia yaitu pada RS. Gatot Subroto dengan penilaian mutu dan penjaminan mutu berbasiskan pada derajat kepuasan pasien (M Akob et al., 2021). Jika dilihat dari teori kepuasan dapat dilihat bahwa kepuasan pasien merupakan faktor yang berperan dalam peningkatan loyalitas pasien dimasa yang akan datang, semakin tinggi kepuasan pasien maka semakin tinggi pula loyalitas mereka (Liu et al., 2021). Hal ini didukung oleh penelitian (Suprayogi, Hurriyati, Gaffar, et al., 2022), menyatakan bahwa layanan kesehatan yang meliputi aspek rasa hormat dengan keramahan yang dilakukan mulai dari staf adminitrasi, perawat, hingga dokter pada layanan kesehatan akan mempengaruhi kepuasan pasien serta akan mempengaruhi kunjungan sebagai bentuk loyalitas pasien. Penemuan penelitian banyak yang menyatakan bahwa kepuasan pasien penentu penting terciptanya loyalitas pasien, namun penelitian

(Liu et al., 2021) menyatakan bahwa kepercayaan yang terbentuk dari pasien ke dokter serta hubungan baik tersebut salah satu peran kunci bagi terbentuknya loyalitas pelanggan.

Peranan dari dokter juga terdapat pada penelitian (Suprayogi, Hurriyati, Gaffar, et al., 2022), yang menyatakan bahwa dokter gigi merupakan variabel yang paling berpengaruh dalam menimbulkan keinginan pasien berkunjung kembali dimediasi variabel kepuasan pasien. Pentingnya upaya mencapai kepuasan pelanggan juga dibahas pada penelitian (Yogi et al., 2022) yang juga dari layanan jasa, menyatakan bahwa kualitas layanan pada universitas yang mempengaruhi citra merek universitas serta citra merek tersebut menjadi variabel mediasi yang akan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Sebuah usaha membutuhkan strategi pemasaran guna bersaing dan berdampak pada pertumbuhan ekonomi, seperti penelitian yang dilakukan (Luckyardi et al., 2022) yang mengatakan bahwa perkembangan usaha di suatu daerah berdampak pada pembangunan regional yang juga akan mempengaruhi kesejahteraan masyarakat sekitar.

Pada saat virus COVID-19 ditetapkan sebagai pandemi dunia, sektor yang paling berdampak adalah pada transportasi, bidang akomodasi serta pada industri jasa (Nugroho & Negara, 2020). Hal ini tentu berdampak juga pada industri jasa klinik gigi, yang mana menurut penelitian (Suprayogi, Hurriyati, Dirgantari, et al., 2022), pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan pendapatan klinik gigi di kota Bandung pada periode dua tahun terakhir, selain dari persaingan pada usaha sejenis yang juga cukup tinggi, sehingga strategi pemasaran pasca pandemi ditengah tingginya kompetisi bisnis perlu dilakukan guna meningkatkan loyalitas pasien. Penelitian (Suprayogi, Hurriyati, Gaffar, et al., 2022) menyatakan bahwa tingginya persaingan pada industri jasa klinik gigi sehingga kebijakan pemasaran sebagai strategi harus dipersiapkan dengan baik.

Pandemi membuat seluruh sektor terkena dampak, tidak terkecuali pada sektor kesehatan di Indonesia. Sektor yang terdampak mengalami permasalahan, akan tetapi berdasarkan Badan Pusat Statistik tahun 2020 pada awal kedatangan virus COVID-19, laporan menyatakan bahwa pada sektor kesehatan secara umum justru mengalami pertumbuhan dimana pada triwulan ketiga sektor ini mengalami

pertumbuhan tertinggi yaitu sebesar 15,33% (Badan Pusat Statistik, 2020). Tren pertumbuhan pada sektor kesehatan secara umum menunjukkan sektor kesehatan berkontribusi besar pada kehidupan masyarakat Indonesia, akan tetapi sektor kesehatan dengan ketahanan yang rendah akan mengalami penurunan yang disebabkan oleh rendahnya kepuasan pasien (Danarrahmanto & Djatmiko, 2022).

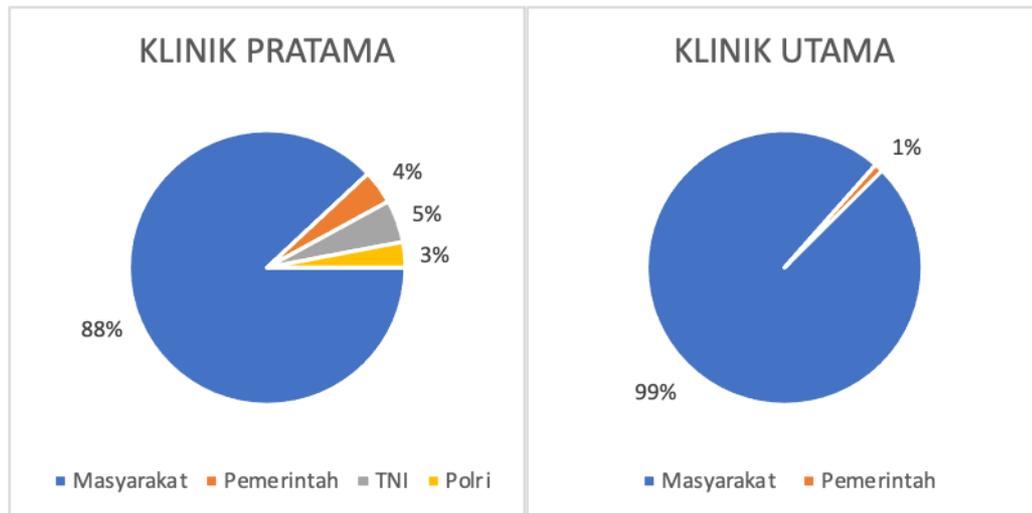
Pada awal kedatangan virus COVID-19 di Indonesia, pemerintah mengambil kebijakan penerapan standar baru protokol kesehatan masyarakat yang berimbang juga pada ketatnya standar pelayanan kesehatan di setiap layanan kesehatan yang tersedia. Virus COVID-19 membuat penduduk di seluruh dunia diajarkan bagaimana pandemi ini membuat situasi tidak dalam keadaan aman, perlunya perlakuan pelayanan kesehatan yang lebih antisipatif, siaga, responsif serta tangguh dalam menghadapi permasalahan kesehatan yang menjadi ancaman bersama baik saat ini maupun dimasa mendatang (Kementerian Kesehatan RI, 2022). Idealnya masyarakat melakukan pemeriksaan gigi setiap 3 bulan sekali, tetapi beberapa masyarakat masih dinilai takut untuk datang melakukan perawatan gigi dimana pada masa pandemi sampai saat ini dokter memiliki standar baru dengan menggunakan alat pelindung diri (APD) dalam melayani pasien (Adhi & Sapto, 2020). Peranan hubungan dokter dan pasien juga diperkuat oleh penelitian (Coman et al., 2021), yang menyatakan peranan dokter dalam melayani pasien di era pandemi memiliki pengaruh paling kuat ke kepuasan pasien jika dibandingkan dengan variabel lain sehingga hubungan antara dokter dengan pasien harus dijaga guna meningkatkan niat berkunjung kembali.

Berdasarkan (www.promkes.kemkes.go.id, 2016) yang menyatakan bahwa masyarakat umumnya dianjurkan melakukan kunjungan setiap 6 bulan sekali, dan frekuensi akan lebih cepat yaitu 3 bulan sekali jika mengalami gangguan metabolisme atau penyakit dengan resiko penyakit gigi dan mulut. Akan tetapi ini masih jauh dari yang dianjurkan, jika melihat data rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia akan kesehatan gigi dan mulut, yaitu sebanyak 57% masyarakat dengan masalah gigi dan mulut, jumlah masyarakat yang melakukan kunjungan ke dokter gigi hanya sekitar 10,2% (Tempo.co, 2022b). Jauh sebelum pandemi, kesadaran yang masih rendah ini telah lama terbentuk yang disebabkan oleh pandangan masyarakat terhadap pemeriksaan gigi dengan peralatan yang

digunakan adalah sebuah yang menakutkan sehingga menyebabkan kebanyakan pasien gigi yang datang telah dalam keadaan atau kondisi yang parah (Tempo.co, 2022a).

Jika melihat target *World Health Organization (WHO)* dan *Federation Dental International (FDI)*, anak dengan usia 5 hingga 6 tahun bebas dari karies pada setiap negara mencapai sekurangnya 50%, sedangkan di Indonesia hal ini masih jauh dari angka tersebut yang mana berdasarkan data Hasil Riset Kesehatan Dasar (riskesdas) 2018 hanya sekitar 7% anak Indonesia bebas dari gigi berlubang dan anak usia dini yang mengalami karies masih sangat tinggi yaitu 93% (kemkes.go.id, 2021). Selanjutnya, jika dilihat khusus di provinsi Jawa Barat, berdasarkan pengelompokan usia *WHO* anak dengan usia hingga 5 tahun, dari 58,10 % anak dengan masalah gigi, hanya 13,7 % yang mendapatkan perawatan dari tenaga medis gigi (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2019). Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagaimana menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan gigi.

Klinik jika dilihat berdasarkan kriteria kemampuan dalam pelayanan di Indonesia dibagi menjadi dua yaitu klinik pratama dan utama, yang mana masing-masing jumlah klinik tersebut adalah klinik pratama berjumlah 6.572 dan klinik utama 1.042 (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2022). Pengertian dari klinik pratama itu sendiri yaitu klinik dengan penyelenggaraan layanan medik baik umum maupun gigi hanya sebatas medik dasar sedangkan klinik utama menyelenggarakan layanan medik baik umum maupun gigi secara spesialis atau penyediaan layanan medik baik dasar maupun spesialis (upk.kemkes.go.id, 2021). Data jumlah klinik ini dapat kita lihat secara terperinci dan lengkap melalui gambar 1.1.



Gambar 1.1 Proporsi Klinik Terregistrasi Menurut Kepemilikan di Indonesia Tahun 2021

Sumber: (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2022)

Berdasarkan data (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2022), terdapat 6.572 klinik pratama dan 1.042 klinik utama. Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi dengan penduduk terpadat dan memiliki klinik terbanyak yaitu 1.623 klinik, yang terbagi atas klinik pratama sebanyak 1.433 dan klinik utama sebanyak 190. Senada dengan hal itu, melalui (HUMAS KOTA BANDUNG, 2022) drg. Sri Mulyanti selaku Ketua PDGI Kota Bandung mengatakan bahwa dokter gigi dan terkhusus dokter gigi spesialis lebih banyak jumlahnya di kota besar, penyebaran yang tidak merata membuat daerah terpencil tidak banyak memiliki tenaga medis dokter gigi umum maupun spesialis. Banyaknya ketersediaan klinik di Jawa Barat, yang mana kepemilikan tidak hanya dimiliki pemerintah tetapi juga dimiliki perorangan, baik yang tidak menerima layanan asuransi, maupun dengan perlindungan asuransi seperti BPJS atau asuransi swasta lain, membuat persaingan klinik semakin meningkat.

Penelitian dilakukan pada provinsi dengan jumlah klinik terbanyak, yaitu provinsi Jawa Barat. Peneliti mengajukan permintaan data jumlah klinik pada 19 Juni 2023 melalui Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Barat yang mencakup 27 kabupaten dan kota yang tersebar di Provinsi Jawa Barat guna mendapatkan data jumlah klinik terbaru. Data klinik meliputi klinik pratama dan utama yang bekerjasama dengan BPJS kesehatan dan yang tidak bekerjasama dengan BPJS

kesehatan. Tabel 1.1 menunjukkan jumlah klinik yang berada di Provinsi Jawa Barat adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Klinik di Provinsi Jawa Barat

No	Nama Kota / Kabupaten	Klinik <i>Non</i> BPJS			Klinik BPJS			Total Klinik BPJS & <i>Non</i> BPJS
		Klinik Pratama	Klinik Utama	Total Klinik <i>Non</i> BPJS	Klinik Pratama	Klinik Utama	Total Klinik BPJS	
1	Kab. Bandung	66	5	71	102	8	110	181
2	Kab. Bandung Barat	18	4	22	49	1	50	72
3	Kab. Bekasi	121	10	131	161	2	163	294
4	Kab. Bogor	45	7	52	104	2	106	158
5	Kab. Ciamis	21	4	25	36	-	36	61
6	Kab. Cianjur	20	5	25	29	2	31	56
7	Kab. Cirebon	4	5	9	28	12	40	49
8	Kab. Garut	19	3	22	58	1	59	81
9	Kab. Indramayu	26	9	35	33	7	40	75
10	KAB. Karawang	73	7	80	114	3	117	197
11	Kab. Kuningan	9	2	11	14	7	21	32
12	Kab. Majalengka	21	2	23	37	8	45	68
13	Kab. Pangandaran	5	-	5	17	1	18	23
14	Kab. Purwakarta	18	4	22	59	2	61	83
15	Kab. Subang	44	4	48	38	3	41	89
16	Kab. Sukabumi	31	3	34	55	1	56	90
17	Kab. Sumedang	12	6	18	61	3	64	82
18	Kab. Tasikmalaya	13	-	13	36	2	38	51
19	Kota Bandung	37	58	95	110	29	139	234

No	Nama Kota / Kabupaten	Klinik <i>Non</i> BPJS			Klinik BPJS			Total Klinik BPJS & <i>Non</i> BPJS
		Klinik Pratama	Klinik Utama	Total Klinik <i>Non</i> BPJS	Klinik Pratama	Klinik Utama	Total Klinik BPJS	
20	Kota Banjar	3	4	7	14	4	18	25
21	Kota Bekasi	63	22	85	111	5	116	201
22	Kota Bogor	52	9	61	61	10	71	132
23	Kota Cimahi	15	10	25	28	-	28	53
24	Kota Cirebon	19	8	27	27	8	35	62
25	Kota Depok	43	10	53	106	19	125	178
26	Kota Sukabumi	12	3	15	19	2	21	36
27	Kota Tasikmalaya	13	7	20	30	1	31	51
TOTAL KESELURUHAN		823	211	1.034	1.537	143	1.680	2.714

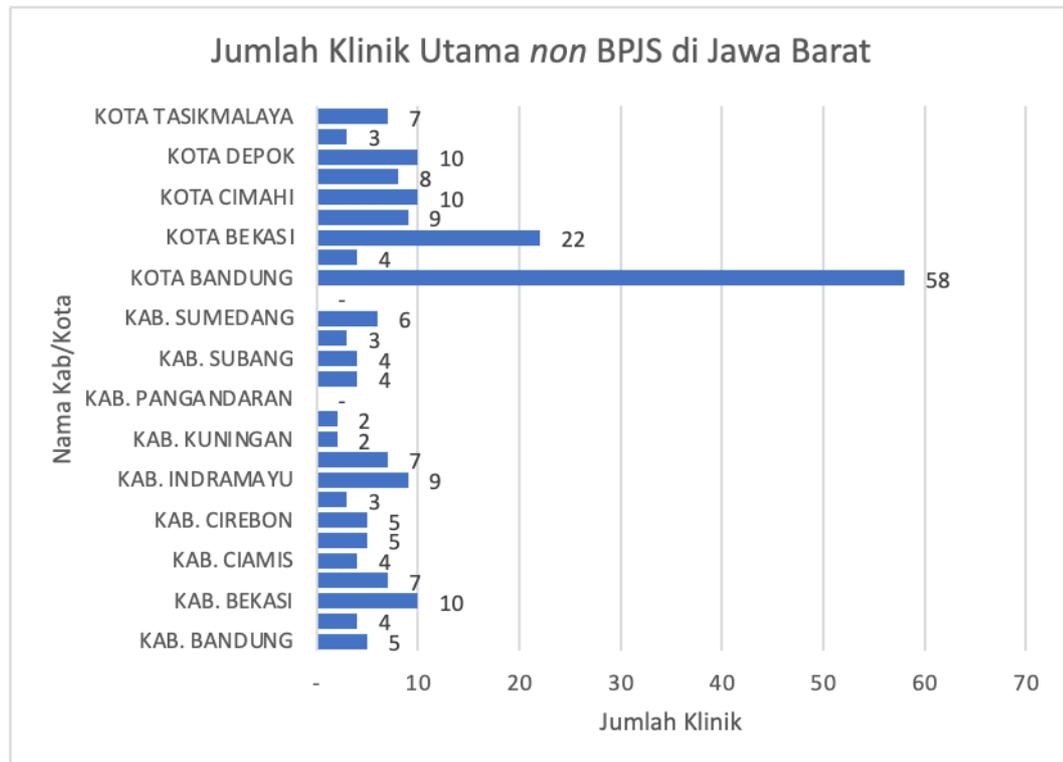
Sumber: (Kementerian Kesehatan RI, 2023)

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Kota Bandung dan Kota Bekasi merupakan kabupaten / kota di provinsi Jawa Barat dengan klinik utama yang bukan rekanan BPJS Kesehatan terbanyak. Penelitian ini dilakukan kepada orang tua dari pasien gigi anak yang melakukan perawatan gigi pada klinik gigi utama di provinsi Jawa Barat yang memiliki pilihan layanan dokter gigi spesialis. Klinik gigi dipilih yang mana pasien membayar saat melakukan perawatan gigi, oleh karenanya klinik yang dipilih bukan merupakan rekanan BPJS kesehatan. Menurut penelitian (Othman et al., 2019) penetapan harga menjadi peranan penting bagi pemasaran layanan dalam menetapkan strategi, yang selanjutnya dari penetapan harga ini menjadi bagian dalam menentukan pangsa pasar dan juga target penjualan. Selanjutnya (Gaffar et al., 2019), menyatakan bahwa konsumen dapat memahami nilai sebuah produk dari harga yang ditentukan. Oleh karenanya penelitian ini dilakukan pada klinik utama dan bukan rekanan BPJS kesehatan. Berikut gambar 1.2 yang menunjukkan grafik persebaran jumlah klinik utama yang bukan rekanan BPJS kesehatan di provinsi Jawa Barat:

Yogi Suprayogi, 2024

MODEL PATIENT LOYALTY MELALUI CHILD-FRIENDLY DENTAL CLINIC EXPERIENCE DAN SERVICE QUALITY PADA KLINIK GIGI DI JAWA BARAT

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Gambar 1.2 Klinik Utama Non BPJS Kesehatan di Provinsi Jawa Barat
Sumber: (Kementerian Kesehatan RI, 2023)

Berdasarkan latar belakang di atas, fenomena persaingan yang tinggi terjadi di bidang usaha klinik gigi perkotaan, dimana tidak meratanya jumlah klinik gigi yang menumpuk di kota besar, tidak banyak masyarakat yang sadar akan kesehatan gigi ditambah rasa takut masyarakat akan peralatan yang digunakan sehingga frekuensi kunjungan ke klinik gigi menjadi rendah, serta masih sangat sedikitnya masyarakat yang melakukan perawatan ke tenaga medis gigi sehingga dapat dinilai menjadi *empirical gap* pada penelitian ini. Salah satu cara yang dinilai perlu dilakukan untuk menjaga loyalitas pasien gigi agar klinik gigi dapat bersaing yaitu dengan peningkatan kualitas layanan. Masih sangat terbatasnya penelitian yang membahas pemasaran pada klinik gigi, khususnya yang membahas pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* pada klinik gigi, sehingga dinilai menjadi *research gap* pada penelitian ini.

Terdapat perbedaan dimensi loyalitas pelanggan dari beberapa peneliti, yang mana menurut (Griffin, 2005), menyatakan empat dimensi pada loyalitas pelanggan yaitu pembelian teratur yang dilakukan konsumen, konsumen melakukan pembelian antar lini terhadap barang atau jasa, konsumen memberikan

referensi kepada orang lain, dan yang terakhir adanya kekebalan terhadap upaya pemasaran pesaing lain. Sedangkan Menurut (Slack et al., 2020) 4 dimensi loyalitas pelanggan terdiri dari niat pelanggan untuk penggunaan kembali barang atau jasa, cerita dari mulut ke mulut mengenai barang atau jasa yang telah dia gunakan, seberapa berpengaruh pelanggan menilai harga yang ditetapkan untuk barang atau jasa dan bagaimana kebiasaan pelanggan dalam memberikan komplain atau masukan.

Selanjutnya menurut (Tartaglione et al., 2019) dimensi loyalitas pelanggan terbagi dua, yaitu loyalitas pelanggan sebagai sikap dan loyalitas pelanggan sebagai perilaku. Loyalitas pelanggan sebagai sikap merupakan keterikatan pelanggan, toleransi harga, niat pembelian kembali, tidak tertarik terhadap penawaran pesaing. Sedangkan loyalitas pelanggan sebagai perilaku melakukan pembelian berulang, memberikan informasi dari mulut ke mulut yang positif, ekuitas pelanggan serta pengambilan keputusan dalam membeli. Dimensi *patient loyalty* itu sendiri menurut (Ravichandran, 2015) memiliki 9 dimensi. Secara rinci, dimensi tersebut adalah mengunjungi untuk konsultasi di masa mendatang, kata-kata baik untuk dikatakan tentang layanan kesehatan, merekomendasikan kepada orang lain, layanan kesehatan memenuhi harapan, beralih ke penyedia layanan lain, memberikan umpan balik untuk perbaikan, berniat untuk melanjutkan selama 3 tahun ke depan, dapat berkunjung karena tawaran yang menggiurkan. Perbedaan ini yang menjadi *theoretical gap* pada variabel *patient loyalty* penelitian ini.

Penelitian (Asnawi et al., 2019; Hamdan et al., 2019; Shie et al., 2022; Taqdees et al., 2017) menyatakan adanya pengaruh variabel kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian (Supriyanto et al., 2021) menyatakan hubungan variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan masih kontroversial atau bersifat tentatif, yang mana hasil pada penelitian ini juga menunjukkan tidak adanya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank. Penelitian (Abror et al., 2020) juga menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan hasil penelitian di industri jasa ini yang juga menjadi *research gap* pada penelitian ini.

Pengembangan *Child-Friendly Dental Clinic Experience* merupakan hasil sintesa *Customer Experience* dan *Child-Friendly Environment*. Pengalaman pasien dalam (Sari W et al., 2021) dijelaskan bahwa, organisasi layanan kesehatan memberikan evaluasi berdasarkan pengalaman pasien yang dinilai mempertimbangkan kebutuhan pasien. Selanjutnya pada penelitian (Horelli, 1998) dijelaskan bahwa lingkungan ramah anak diperlukan sebagai wadah atau ruang yang dibangun sebagai upaya meningkatkan kebahagiaan anak pada suatu lingkungan. Penelitian ini melihat bagaimana pengalaman klinik gigi ramah anak yang dirasakan pasien gigi anak dapat meningkatkan loyalitas pasien.

Kepuasan pelanggan didapat dari rasa senang dan kecewa terhadap kinerja layanan maupun sebuah produk, perasaan ini ada melalui perbandingan pelanggan antara harapan sebelum mendapatkan layanan atau produk dengan hasil yang didapat. (Kotler & Keller, 2012). Rekomendasi pasien terhadap layanan kesehatan setelah mereka melakukan kunjungan merupakan wujud dari kepuasan pasien (J P Richter & Kazley, 2020). Kepuasan pasien berasal dari pengalaman positif yang telah dirasakan pasien.

Negara Indonesia dan sebagaimana negara berkembang lainnya menghadapi realita memberikan kualitas pelayanan yang mendesak, dimana persaingan layanan kesehatan dalam mutu layanan dan efisiensi dapat mempengaruhi pasien memilih layanan kesehatan yang mereka inginkan (Akbar, Ulfah, et al., 2020). Gambaran respon pelanggan terhadap pemberian layanan merupakan konsep dari kualitas layanan (Narteh, 2018). Keberhasilan layanan kesehatan dapat diukur melalui pendekatan kualitas layanan yang diberikan (Ratnawati & Kholis, 2020).

Sangat terbatasnya strategi pemasaran yang membahas khusus di klinik gigi, sedangkan peran dari klinik gigi bagi kesehatan masyarakat dan peran dalam membangun perekonomian regional serta penyerapan tenaga kerja ahli bidang kesehatan gigi dinilai sangat penting. Penelitian mengenai kesehatan khususnya pada klinik gigi sudah pernah dilakukan, tetapi pembahasan mengenai konsep belum pernah dilakukan dan dinilai perlu diteliti untuk mengetahui peran pengoptimalan loyalitas pasien pada sebuah klinik gigi di Jawa Barat. Penelitian ini akan membahas pengembangan model pemasaran pada klinik gigi dengan melihat peran dari kualitas layanan, *Child-Friendly Dental Clinic Experience*,

kepuasan pasien dan loyalitas pasien pada klinik gigi di Jawa Barat. Penelitian ini membangun model dengan variabel baru yaitu *Child-Friendly Dental Clinic Experience* dan peneliti mengajukan judul: “**Model Patient Loyalty melalui Child-Friendly Dental Clinic Experience dan Service Quality pada Klinik Gigi di Jawa Barat**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas kita mendapatkan uraian fenomena, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran *Service Quality*, *Child-Friendly Dental*, *Patient Satisfaction* dan *Patient Loyalty* pada klinik-klinik gigi di Provinsi Jawa Barat?
2. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Child-Friendly Dental Clinic Experience* pada klinik gigi di Jawa Barat?
3. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Patient Satisfaction* pada klinik gigi di Jawa Barat?
4. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Patient Loyalty* pada klinik gigi di Jawa Barat?
5. Bagaimana pengaruh *Child-Friendly Dental Clinic Experience* terhadap *Patient Loyalty* pada klinik gigi di Jawa Barat?
6. Bagaimana pengaruh *Patient Satisfaction* terhadap *Patient Loyalty* pada klinik gigi di Jawa Barat?
7. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Patient Loyalty* yang dimediasi *Child-Friendly Dental Clinic Experience* pada klinik gigi di Jawa Barat?
8. Bagaimana pengaruh *Service Quality* terhadap *Patient Loyalty* yang dimediasi *Patient Satisfaction* pada klinik gigi di Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun model untuk *Patient Loyalty* pada klinik gigi yang sesuai dengan kondisi di Jawa Barat. Model ini diharapkan dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi ataupun tidak sehingga menjadi acuan dalam pengambilan strategi pemasaran guna penyusunan kebijakan dan program yang akan diambil pada sebuah klinik gigi.

Penelitian ini di dunia akademis diharapkan berkontribusi terhadap kajian terkait pemasaran dan loyalitas pasien pada klinik gigi di sektor kesehatan gigi yang hingga saat ini masih jarang ditemukan, baik dari aspek teoritis maupun empiris. Penelitian di bidang pemasaran pada klinik gigi, khususnya pada aspek manajemen dan perilaku manusia, belum banyak ditemui pada literatur di Indonesia. Secara rinci tujuan pada penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui dan menganalisa gambaran-gambaran *Service Quality*, *Child-Friendly Dental*, *Patient Satisfaction* dan *Patient Loyalty* pada klinik-klinik gigi di Provinsi Jawa Barat
2. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *Service Quality* terhadap *Child-Friendly Dental Clinic Experience* pada klinik gigi di Jawa Barat
3. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *Service Quality* terhadap *Patient Satisfaction* pada klinik gigi di Jawa Barat
4. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *Service Quality* terhadap *Patient Loyalty* pada klinik gigi di Jawa Barat
5. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *Child-Friendly Dental Clinic Experience* terhadap *Patient Loyalty* pada klinik gigi di Jawa Barat
6. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *Patient Satisfaction* terhadap *Patient Loyalty* pada klinik gigi di Jawa Barat
7. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *Service Quality* terhadap *Patient Loyalty* yang dimediasi *Child-Friendly Dental Clinic Experience* pada klinik gigi di Jawa Barat
8. Mengetahui dan menganalisa pengaruh *Service Quality* terhadap *Patient Loyalty* yang dimediasi *Patient Satisfaction* pada klinik gigi di Jawa Barat

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat serta sumbangsih dalam ilmu pengetahuan dan operasional di klinik gigi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis:
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran sektor jasa layanan kesehatan khususnya klinik gigi dalam

upaya untuk peningkatan loyalitas pasien sehingga dapat bersaing dengan memperhatikan kualitas layanan, pengalaman pasien terhadap klinik gigi yang ramah anak dan kepuasan pasien.

- b. Bagi penelitian lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan informasi untuk menginisiasi penelitian selanjutnya yang terkait dengan topik kualitas layanan, pengalaman pasien terhadap klinik gigi yang ramah anak, kepuasan pasien dan loyalitas pasien.

2. Manfaat secara praktis

- a. Sebagai sumbangan pemikiran dalam menentukan arah kebijakan pemasaran dibidang usaha tersebut khususnya yang berkaitan dengan pasien di klinik gigi agar dapat meningkatkan serta mempertahankan pasien yang melakukan perawatan dengan membentuk loyalitas pasien melalui pengembangan kualitas layanan, pengalaman pasien terhadap klinik gigi yang ramah anak dan kepuasan pasien.
- b. Bagi pemerintah dan regulator untuk dapat membantu dan memperkuat regulasi dan pengawasan serta membuat kebijakan yang berkaitan dengan usaha layanan kesehatan, khususnya klinik gigi. Penelitian ini mampu menjadi salah satu sumber informasi bagi pemangku kepentingan dalam upaya pengambilan keputusan.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat serta sumbangsih dalam ilmu.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, identifikasi dan perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat/signifikansi penelitian, orisinalitas penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Konsep, teori, dan hasil penelitian sebelumnya yang terkait dan relevan dipaparkan dalam bab ini. Secara umum, bagian ini berisi penjelasan tentang konsep teoritis yaitu definisi, dimensi dan model setiap variabel serta kerangka pemikiran dan hipotesis dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III ini memberikan penjelasan yang rinci tentang metode penelitian yang digunakan sebagai alat untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian yang dirumuskan.

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang temuan penelitian dan pembahasan, yang meliputi analisis deskriptif tentang responden dan jawaban responden, dan analisis inferensi untuk pengujian hipotesis.

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan simpulan, implikasi, dan rekomendasi meliputi ringkasan penelitian, kesimpulan atas hipotesis, kesimpulan atas masalah penelitian, implikasi teoretis dan manajerial, serta rekomendasi bagi *user* dan *policy maker*.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian daftar pustaka berisi semua literatur yang digunakan dalam penelitian ini mulai dari buku, *ebook*, jurnal nasional, jurnal internasional, dan disertasi.