E-ISSN: 3025-0994
Halaman 7588-7596
Volume 4 Nomor 3 Tahun 2026

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien di Klinik Utama SC Radiologi Tasikmalaya

Eva Nurjayanti[1], Ade Iskandar[2], Iis Miati[3]

[1,2,3] Ilmu Administrasi Niaga, STIA YPPT Priatim Tasikmalaya
e-mail: evanurjayanti91@gmail.com

Abstrak

Perkembangan manajemen pemasaran modern menempatkan pelanggan sebagai pusat perhatian, sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas, khususnya pada sektor kesehatan. Klinik sebagai penyedia layanan kesehatan dituntut mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan profesional agar dapat memenuhi harapan pasien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di Klinik Utama SC Radiologi Tasikmalaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, wawancara, dan studi pustaka. Sampel penelitian berjumlah 98 responden yang dipilih sebagai subjek penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Persamaan regresi menghasilkan nilai konstanta sebesar 3,296 dan koefisien regresi sebesar 0,432, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pasien sebesar 0,432 satuan. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,534 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,660 dengan tingkat signifikansi 0,000 (<0,05), sehingga hipotesis penelitian diterima. Nilai koefisien determinasi sebesar 48,6% menunjukkan bahwa variasi kepuasan pasien dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan 51,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pasien di Klinik Utama SC Radiologi Tasikmalaya.

Kata Kunci: Kualitass Pelayanan, Kepuasan Pasien

Abstract

The development of modern marketing management has shifted from a sales-oriented approach to a customer-oriented strategy, making service quality a key factor in achieving customer satisfaction and long-term loyalty, particularly in the healthcare sector. This study aimed to examine the effect of service quality on patient satisfaction at SC Radiology Tasikmalaya Main Clinic. A quantitative research design was employed, with data collected through questionnaires, interviews, observations, and literature review. The study involved

98 respondents. Data were analyzed using simple linear regression, the t-test, and the coefficient of determination. The findings revealed that service quality has a positive and significant effect on patient satisfaction. The regression analysis produced a constant value of 3.296 and a regression coefficient of 0.432, indicating that every one-unit increase in service quality leads to a 0.432-unit increase in patient satisfaction. The t-test result showed a calculated t-value of 9.534, which exceeded the t-table value of 1.660, with a significance level of 0.000 (<0.05), confirming that service quality significantly influences patient satisfaction. Furthermore, the coefficient of determination (R^2) was 48.6%, indicating that service quality explains 48.6% of the variation in patient satisfaction, while the remaining 51.4% is influenced by other factors not examined in this study. These findings highlight the importance of continuously improving service quality to enhance patient satisfaction at SC Radiology Tasikmalaya Main Clinic.

Keywords : *Service quality, Patient satisfactionn*

LATAR BELAKANG

Perkembangan manajemen pemasaran secara global mengalami perubahan yang sangat signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Jika sebelumnya pemasaran lebih berfokus pada aktivitas penjualan dan promosi produk, saat ini konsep pemasaran telah berkembang menjadi pendekatan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*). Dalam era persaingan yang semakin ketat, organisasi tidak hanya dituntut untuk menawarkan produk atau jasa, tetapi juga harus mampu memberikan nilai tambah melalui pelayanan yang berkualitas. Manajemen pemasaran modern menekankan pentingnya memahami kebutuhan, keinginan, serta harapan konsumen guna menciptakan kepuasan dan loyalitas jangka panjang. Pendekatan ini tidak hanya diterapkan pada perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur, tetapi juga menjadi aspek penting dalam organisasi penyedia jasa, termasuk sektor pelayanan kesehatan.

Dalam industri jasa, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan organisasi dalam mempertahankan pelanggan. Berbeda dengan produk berwujud yang dapat dinilai sebelum digunakan, jasa memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), tidak dapat dipisahkan antara proses produksi dan konsumsi (*inseparability*), bersifat beragam (*heterogeneity*), serta tidak dapat disimpan (*perishability*). Karakteristik tersebut menyebabkan pelanggan menilai kualitas jasa berdasarkan pengalaman yang mereka rasakan selama proses pelayanan berlangsung. Oleh karena itu, organisasi jasa harus mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, profesional, dan konsisten agar dapat memenuhi harapan pelanggan sekaligus membangun kepercayaan terhadap layanan yang diberikan.

Dalam konteks sektor kesehatan, kualitas pelayanan merupakan komponen utama dalam strategi manajemen pemasaran. Pelayanan kesehatan merupakan salah satu kebutuhan dasar masyarakat yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan kualitas hidup. Seiring meningkatnya tingkat pendidikan, akses informasi, serta kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kesehatan, tuntutan terhadap pelayanan kesehatan yang

berkualitas juga semakin tinggi. Masyarakat tidak lagi hanya mempertimbangkan keberhasilan tindakan medis, tetapi juga menilai bagaimana pelayanan diberikan, mulai dari kemudahan memperoleh informasi, kecepatan pelayanan, keramahan petugas, ketepatan prosedur, hingga kenyamanan fasilitas kesehatan. Kondisi tersebut menjadikan kualitas pelayanan sebagai salah satu indikator penting dalam menentukan tingkat kepuasan pasien.

Manajemen pemasaran dalam pelayanan kesehatan tidak hanya diartikan sebagai kegiatan promosi untuk menarik pasien, tetapi lebih luas mencakup upaya merancang, mengelola, dan meningkatkan mutu pelayanan agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Konsep pemasaran jasa kesehatan berorientasi pada penciptaan nilai (*value creation*) melalui pelayanan yang berkualitas, pengalaman pasien yang positif, serta hubungan jangka panjang antara fasilitas kesehatan dengan pasien. Pendekatan ini menempatkan pasien sebagai fokus utama dalam seluruh proses pelayanan sehingga setiap aktivitas organisasi diarahkan untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pasien. Dengan demikian, penerapan manajemen pemasaran yang efektif akan berdampak pada meningkatnya kepuasan, kepercayaan, serta loyalitas pasien terhadap fasilitas pelayanan kesehatan.

Berbagai elemen dalam manajemen pemasaran memiliki pengaruh yang erat terhadap kepuasan pasien. Dalam pelayanan kesehatan, pasien tidak hanya menilai hasil akhir berupa diagnosis atau tindakan medis yang diterima, tetapi juga mengevaluasi keseluruhan pengalaman selama memperoleh pelayanan. Pengalaman tersebut dimulai sejak proses pendaftaran, kejelasan informasi yang diberikan petugas, waktu tunggu pelayanan, sikap tenaga kesehatan, kemudahan administrasi, kenyamanan ruang tunggu, hingga proses penyampaian hasil pemeriksaan. Apabila seluruh rangkaian pelayanan mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pasien, maka tingkat kepuasan pasien akan meningkat. Sebaliknya, apabila terdapat pelayanan yang kurang memuaskan, maka persepsi pasien terhadap kualitas layanan juga akan menurun meskipun hasil pemeriksaan medis yang diberikan sudah sesuai standar.

Kepuasan pasien merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur keberhasilan suatu fasilitas pelayanan kesehatan. Kepuasan menggambarkan tingkat kesesuaian antara harapan pasien dengan pelayanan yang diterima. Pasien yang merasa puas cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap fasilitas kesehatan, bersedia kembali menggunakan layanan ketika membutuhkan, serta merekomendasikan pelayanan tersebut kepada keluarga maupun masyarakat. Sebaliknya, pasien yang tidak puas berpotensi memberikan penilaian negatif yang dapat memengaruhi citra dan reputasi fasilitas kesehatan. Dalam era digital seperti saat ini, pengalaman pasien juga dapat dengan mudah disebarluaskan melalui media sosial maupun platform ulasan daring sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan daya saing suatu fasilitas kesehatan.

Persaingan antar penyedia layanan kesehatan juga mengalami peningkatan yang cukup pesat. Bertambahnya jumlah rumah sakit, klinik, laboratorium, maupun pusat layanan diagnostik membuat masyarakat memiliki banyak alternatif dalam memilih fasilitas kesehatan. Kondisi ini mendorong setiap institusi kesehatan untuk terus meningkatkan mutu pelayanan agar mampu mempertahankan kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, strategi

pemasaran yang diterapkan tidak lagi hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan pasien, tetapi juga pada upaya membangun hubungan yang baik dengan pasien melalui pelayanan yang berkualitas, komunikasi yang efektif, serta peningkatan pengalaman pasien selama memperoleh layanan kesehatan.

Salah satu bentuk pelayanan kesehatan yang memiliki peranan penting dalam mendukung proses diagnosis adalah pelayanan radiologi. Layanan radiologi merupakan pemeriksaan penunjang yang membantu dokter dalam menegakkan diagnosis serta menentukan tindakan medis yang tepat. Perkembangan teknologi di bidang radiologi telah menghasilkan berbagai jenis pemeriksaan diagnostik dengan tingkat akurasi yang semakin tinggi, seperti pemeriksaan foto rontgen, ultrasonografi (USG), maupun pemeriksaan radiologi lainnya. Oleh karena itu, kualitas pelayanan radiologi tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan peralatan yang digunakan, tetapi juga oleh kompetensi tenaga kesehatan, kecepatan pelayanan, ketepatan hasil pemeriksaan, serta kenyamanan yang dirasakan pasien selama menjalani pemeriksaan.

Di Kota Tasikmalaya, kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan radiologi terus mengalami peningkatan seiring bertambahnya jumlah penduduk, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemeriksaan kesehatan, serta semakin kompleksnya kasus penyakit yang memerlukan pemeriksaan penunjang. Kondisi tersebut mendorong fasilitas pelayanan radiologi untuk terus meningkatkan kualitas layanan agar mampu memenuhi harapan masyarakat. Salah satu fasilitas kesehatan yang berperan dalam menyediakan layanan diagnostik adalah Klinik Utama SC Radiologi Tasikmalaya yang beralamat di Ruko Mayasari Plaza No. 68, Jalan Pasar Kidul, Argasari, Kecamatan Cihideung, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat. Klinik ini menyediakan berbagai layanan pemeriksaan radiologi, seperti foto rontgen, ultrasonografi (USG), serta pemeriksaan penunjang lainnya yang bertujuan membantu tenaga medis dalam menegakkan diagnosis secara cepat dan akurat.

Dalam menjalankan aktivitas pelayanannya, Klinik Utama SC Radiologi Tasikmalaya tidak hanya dituntut menghasilkan pemeriksaan yang akurat, tetapi juga memberikan pelayanan yang cepat, ramah, profesional, dan berorientasi pada kenyamanan pasien. Pasien saat ini memiliki ekspektasi yang semakin tinggi terhadap kualitas pelayanan. Mereka menginginkan proses administrasi yang mudah, waktu tunggu yang singkat, petugas yang komunikatif dan responsif, informasi yang jelas mengenai prosedur pemeriksaan, serta fasilitas yang bersih, aman, dan nyaman. Oleh karena itu, keberhasilan klinik tidak hanya diukur dari kualitas hasil pemeriksaan radiologi, tetapi juga dari kemampuan memberikan pengalaman pelayanan yang menyenangkan bagi setiap pasien.

Kualitas pelayanan dalam layanan radiologi mencakup berbagai dimensi, antara lain kecepatan proses pelayanan, ketepatan hasil pemeriksaan, kemampuan petugas dalam memberikan informasi, keramahan tenaga kesehatan, kenyamanan fasilitas, kemudahan administrasi, serta responsivitas dalam melayani kebutuhan pasien. Seluruh dimensi tersebut menjadi bagian penting yang membentuk persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai atau bahkan melampaui harapan pasien, maka kepuasan pasien akan meningkat dan berdampak positif terhadap loyalitas serta citra klinik. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menimbulkan

ketidakpuasan yang berpotensi menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap fasilitas kesehatan tersebut.

Dengan demikian, terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien dalam penyelenggaraan pelayanan kesehatan. Penerapan manajemen pemasaran yang berorientasi pada kualitas pelayanan menjadi strategi penting dalam meningkatkan kepuasan pasien sekaligus memperkuat daya saing fasilitas kesehatan di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di Klinik Utama SC Radiologi Tasikmalaya menjadi penting untuk dilakukan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien serta menjadi bahan evaluasi bagi pihak klinik dalam menyusun strategi peningkatan mutu pelayanan yang berkelanjutan sehingga mampu memenuhi harapan masyarakat dan meningkatkan kepercayaan pasien terhadap layanan kesehatan yang diberikan.

METODE

Dalamm penelitian ini, penulis menetapkan Klinik Utama SC Radiologi Tasikmalaya sebagai objek penelitian. Klinik tersebutt merupakann salah satuu fasilitas pelayanan kesehatan menyediakan berbagai pemeriksaan radiologi bagi masyarakat dengan didukung oleh tenaga kesehataan yang profesional serta peralatan medis yang memadai. Sebagai penyedia jasa pelayanan kesehatan, Klinik Utama SC Radiologi Tasikmalaya Tujuannya adalah untuk memberikan layanan berkualitas tinggi guna memenuhi kebutuhann dan harapan pasienn. Kualitas layanann yang diberikan merupakan salah satu faktorr terpenting dalam menciptakan pengalamann pasien yang positiif, meningkatkan kepuasan pasien, dan menumbuhkan loyalitas serta kepercayaan pasienn. Metode digunakan penulis melakukan penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatiff.

Menurut Sugiyonoo (2022), metode asosiatif adalahh teknik digunakan menguji hubungan antara dua atau lebihh variabel. Metodologi penelitian ini didasarkan pada analisis variabel operasional, analisis tipe dan sumber daata, metodologi pengumpulan data, dan analisiis statistik hipotesis. Menurut Sugiyono (2022), variabel bebass adalah variabel yang mempengaruhii dihasilkan dari perubahan variabel terikaat. Kualitas Pelayanan adalah variabel bebas yang digunakaan penulis dalam penelitian inii.

Variabel kualitas pelayanan (X) Kualitas pelayanan adalah tingkat kepuasan yang dimiliki suatu organisasi atau penyediaa jasa dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggann. Kualitas pelayanan mencerminkan seberapa baik pelayanan tersebut disampaikan secara konsisten, akurat, cepat, ramah, dan memuaskan sehingga pelanggan merasa dihargai serta memperoleh Pengalaman pelayanan yang memuaskan atau bahkan melebihi harapan mereka. Seiring peningkatan kualitas pelayanann, potensi loyalitas pelanggan terhadap pelayanan yangg mereka juga meningkat. Semua pasien yang menerima perawatan di Klinik Utama SC Radiology Tasikmalaya dilibatkan dalam penelitian ini. selama periode tahun 2024. Populasi tersebut mencakup seluruh pasien yang memanfaatkan berbagai layanan pemeriksaan yang tersedia di klinik tanpa membedakan jenis layanan yang diterima. Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak Klinik Utama SC

Radiologi Tasikmalaya, jumlah pasien yang tercatat selama tahun 2024 adalah sebanyak 6.148 orang. Dengan demikian, seluruh pasien yang berjumlah 6.148 orang tersebut dijadikan sebagai Metode pengambilan sampel non-probabilitas digunakan dalam penelitian ini. Pengambilan sampel non-probabilitas, menurut Sugiyono (2022), adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap individu atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel ini meliputi pengambilan sampel sistematis, kuaota, insidental, purposif, jenuh, dan snowball. Pengambilan sampel insidental adalah teknik yang digunakan dalam penelitian ini karena populasi yang digunakan relatif kecil. Untuk mengukur ukuran populasi, penelitian ini menggunakan sampel yang diukur menggunakan rumus Yamane, Isaac, dan Michael karena ukuran populasi telah ditentukan. Menurut Rumus Yamane, Isaac, dan Michael (Sugiyono, 2022), penggunaan Rumus Yamane, Isaac, dan Michael dengan ambang batas 10% menghasilkan ukuran sampel sekitar 98,39 atau 98 responden. (kualitas pelayanan 10 dan kepuasan pasien 6 pernyataan).

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan untuk meningkatkan variabel dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar, r tabel = 0,198 (nilai r tabel untuk n = 98).

Nilai alpha Cronbach minimum konvensional adalah 0,60, menurut temuan analisis, sedangkan alpha Cronbach Kualitas Pelayanan adalah 0,834 dan alpha Cronbach Kepuasan pasien adalah 0,733, keduanya lebih tinggi dari 0,60. Kesimpulannya dapat diungkapkan sebagai berikut: item-by-item dalam konsep ini dapat dimanfaatkan sebagai instrumen HASIL PENELITIAN Analisis untuk mengevaluasi sejauh mana dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien karena gagasan pengukuran variabel dari Kuesioner dapat diandalkan. Y = a + bX adalah persamaan regresi. Berikut ini adalah analisis regresi linier yang dilakukan menggunakan aplikasi komputer SPSS 26: 3,296 + 0,432 = Y

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Modell	Unstandardized Coefficientss B	Std. Errorr	Standardizedd Coefficientss Betaa	t	Sigg.
(Constantt)	3,296	,874		3,770	,000
XTOTALL	,432	,045	,697	9,534	,000

YTOTAL adalah variabel dependen.

Seperti yang dapat Anda lihat dari tabel di atas, yang dimaksudkan untuk menunjukkan hasil/output garis regresi sederhana yang ditemukan di SPSS 26 dan menunjukkan koefisien B, skor kualitas kerja akan menjadi sekitar 0,432. Selain itu, dapat diamati bahwa kualitas perawatan yang diberikan oleh Klinik Utama SC Radiologi Tasikmalaya memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pasien.

Uji T

Uji persial adalah metode untuk memahami dampak variabel independen secara persial terhadap variabel dependen. Penelitian ini dilakukan menggunakan uji t pada tingkat kepercayaan 95%, yang dibandingkan dengan nilai t tabel menggunakan tingkat kepercayaan 95% dan kriteria berikut:

- Jika t hitung ≤ t tabel, maka H0 diterima Ha ditolak
- Jika t hitung ≥ t tabel, maka H0 ditolak Ha diterima

Tabel 2. Hasil Ujii T

Coefficientss[a]

Moddel	Unstandardized Coefficientts B	Sttd. Error	Standardizeed Coefficieents Betta	t	Sig.
(Constaant)	3,296	,874		3,770	,000
XTOTAAL	,432	,045	,697	9,534	,000

a. Dependent Variable: YTOTAL

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dampak variabel bebas secara individual guna menjelaskan variabel terikat. Nilai T tabel, yang digunakan sebagai nilai uji T (parsial), adalah sekitar 1,660 dan diperoleh dari tabel T α = 0,05.

Menurut tabel di atas, nilai T hitung yang dihasilkan oleh variabel kualitas pelayanan adalah 9,534, yang lebih besar dari T tabel, yaitu 1,660, dengan tingkat signifikansi 0,000 angka dari hasil yang sedikit di bawah tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan secara memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pasien dan nilai t hitung > T tabel, artinya H0 dan Ha ditolak.

4 Koefisien Determinasi Uji

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasii

Model Summarry

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,697[a]	,486	,481	2,25825

a. Predictors: (Constant), XTOTAL

Berdasarkan tabel di atas, kita dapat melihat bahwa R^2 (R^2) kira-kira sebesar 0,486. Untuk memahami koefisien determinasinya, kita harus menggunakan rumus. Selain itu, rumus koefisien determinasinya adalah sebagai berikut:

KD sama dengan r^2 x 100%.

KD = r (0,697)

KD sama dengan 0,486 x 100%.

KD sebesar 48,6%.

Menurut hipotesis di atas, koefisien determinasi, atau besarnya pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pasien), adalah sekitar 48,6%. Hal ini juga dipengaruhi oleh variabel lain (51,4%) yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di Klinik Utama SC Radiologi Tasikmalaya, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan termasuk dalam kategori baik, sebagaimana ditunjukkan oleh dimensi ketelitian (reliabilitas), daya tanggap (responsif), jaminan (kepastian), empati (empati), dan bukti fisik (tangible), yang secara umum menghasilkan umpan balik pasien yang positif. Tingkat kepuasan pasien juga termasuk dalam kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa pasien memiliki sikap positif terhadap pelayanan yang diterima, termasuk kualitas hasil pemeriksaan, keramahan petugas, kenyamanan fasilitas, dan ketelitian pelayanan. Situasi ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan dan tuntutan pasien untuk memberikan pelayanan yang baik. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa Y = 3,296 + 0,432X, artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sekitar 0,432. Dengan nilai t hitung sebesar 9,534, yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,660, dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, hasil uji hipotesis juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ditentukan oleh koefisien determinasi (R2) sekitar 0,486, atau 48,6%, sedangkan faktor lain di luar penelitian berkisar dari 51,4%. Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus terus ditingkatkan oleh Klinik Utama SC Radiologi Tasikmalaya agar dapat meningkatkan loyalitas, kepercayaan, dan kepuasan pasien terhadap pelayanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2020). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Bpfe-Yogyakarta.

Diana, A., Dan F. Tjiptono (2019). Kepuasan Pelanggan: Konsep Dan Strategi Pengukuran (A. Diana)

Dj Priansa (2016). Alfabeta, Cv Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontenmporer.

H.Musa (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Klinik Citra Utama Palembang 1(1).

Handayani, J. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Pukesmas Susukan 2*. *4*.Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Bpfe-Yogyakarta. Dharmmesta, Bs, & Handoko, H. (2020).

Ik Sari (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Urug Kecamatan Kawalu Tasikmalaya. 7. Santosa, A.D., Dan Sartika, S.H. (2023). A. A. Amril (Ed.) Manajemen Pemasaran. Media Mitra Cedekia.

J.Handayani (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Pukesmas Susukan 2. 4. Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Pers Unitomo.

Jumaidi (2025). 6, 361–369 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Rawat Inap Kecamatan Haruyan Kabupaten Hulu Sungai Tengah. W.Kosnan (2019). 21. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Merauke.

Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Sanjaya, A., Marsin, I.S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suparno, Aman, & Herman, H. (2022). Manajemen Pemasaran (H. Herman, Ed.). Strategi Citra Semesta.

M.Said (2022). Manajemen Pemasaran (Gunawan, Ed.). Karya Intelektual Nusantara.

Manajemen Pemasaran, Kotler, P., & Keller, Kl (2020). Glora Aksara Pratama Pt.

Sugiyono. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif (Setiawarni, Ed.). Alfabeta, Cv.

Tapaningsih, Weni Indah Doktri Agus, Rachmawaty, Esso, Andi Sawe Ri, Sari, Dinah Indah, Kusumadewi, Riema Afriani, Rijal, S., Harahap, M. Guffar, Radiansyah, A., Levany, Y., Relifra, Wijayanti, Tri Cicik, Utami, Miranti Pradipta, Ramadhi, & Mustari. (2022). Manajemen Pemasaran (Nia Kurnia Lestari (Ed.)).

W.Ritonga (2020). Pemasaran (Diedit Oleh Y.B. Kusuma). Pt Muara Karya (Ikapi).

W.Sujarweni (2023). Metodologi Penelitian. Perpustakaanbarupress.