

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KUNJUNGAN ULANG PASIEN

Ronita Hasari<sup>1</sup>, Nur Hidayati<sup>2</sup>, Nurali Agus Najibul S<sup>3</sup>

<sup>123</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kediri

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received Juni 2026

Revised Juni 2026

Accepted Juni 2026

Available Juni 2026

[hasarironita@gmail.com](mailto:hasarironita@gmail.com)

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap keputusan kunjungan ulang pasien pada Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 134 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri dalam meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pasien, serta menetapkan harga yang sesuai guna meningkatkan keputusan kunjungan ulang pasien.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Harga, Keputusan Kunjungan

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of service quality, customer satisfaction, and price on patients' decisions to revisit the Dentist Clinic on Jalan Dhoho, Kediri. The study employs a quantitative approach and an associative research design. The sample consists of 134 respondents selected using purposive sampling. Data were collected via questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the aid of SPSS. The results indicate that service quality, customer satisfaction, and price each have a positive and significant partial effect on patients' decisions to revisit. Simultaneously, these three variables also exert a positive and significant influence on the decision to revisit. The findings are expected to serve as a basis for evaluation for the Dentist Clinic on Jalan Dhoho, Kediri, in enhancing service quality and patient satisfaction, as well as setting appropriate pricing to encourage patient revisits.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Price, Visit Decision

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era ekonomi digital saat ini membawa perubahan besar dalam dunia bisnis termasuk pada sektor Kesehatan. Kesehatan adalah salah satu aspek terpenting dalam kehidupan manusia. Definisi kesehatan tidak hanya mencakup bebas dari

\*Corresponding author

E-mail addresses: [hasarironita@gmail.com](mailto:hasarironita@gmail.com)



penyakit, tetapi juga meliputi kesejahteraan fisik mulai dari seluruh anggota tubuh manusia, mental, dan sosial. Organisasi Kesehatan Dunia *WHO* (2025) mendefinisikan kesehatan sebagai “keadaan sejahtera secara fisik, mental, dan sosial, dan bukan hanya tidak adanya penyakit atau kelemahan. Hal ini menjadikan kesehatan sebagai aspek penting bagi kebutuhan individu serta masyarakat“. Kondisi sosial masyarakat saat ini memengaruhi tuntutan akan kualitas penyedia jasa kesehatan yang semakin meningkat hal ini menuntut para penyedia jasa pelayanan kesehatan selalu meningkatkan kualitas pelayanannya untuk lebih baik lagi.

Perkembangan sektor jasa kesehatan yang semakin pesat menyebabkan persaingan antar penyedia layanan kesehatan menjadi semakin tinggi, termasuk pada klinik dokter gigi. Kondisi tersebut menuntut setiap penyedia layanan kesehatan untuk mampu memberikan pelayanan yang tidak hanya berfokus pada tindakan medis, tetapi juga memperhatikan kebutuhan serta harapan pasien secara menyeluruh. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan pasien memiliki banyak pilihan layanan kesehatan dengan berbagai variasi kualitas pelayanan, fasilitas, serta biaya yang ditawarkan. Oleh karena itu, setiap penyedia layanan kesehatan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang unggul agar dapat menarik pasien baru sekaligus mempertahankan pasien yang sudah pernah menggunakan layanan sebelumnya.

Kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan menjadi salah satu indikator penting keberhasilan suatu organisasi jasa. Dalam industri jasa kesehatan, mempertahankan pasien dinilai lebih penting dibandingkan hanya memperoleh pasien baru, karena pasien yang telah memiliki pengalaman positif cenderung akan menggunakan kembali layanan yang sama di masa mendatang. Selain itu, pasien yang merasa puas terhadap pelayanan yang diterimanya juga memiliki kecenderungan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain melalui komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), sehingga dapat meningkatkan citra positif suatu klinik di masyarakat. Oleh karena itu, keputusan pasien untuk melakukan kunjungan ulang menjadi hal yang penting untuk diperhatikan oleh penyedia jasa Kesehatan.

Menurut Kotler (2016:156) “kualitas layanan adalah keseluruhan fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat“. Kualitas layanan dibangun berdasarkan perbandingan dua faktor utama: persepsi pelanggan terhadap layanan yang sebenarnya mereka terima (layanan yang dirasakan) dan layanan yang sebenarnya mereka harapkan. Kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti langsung langsung. Sedangkan menurut Indrasari (2019: 53) “kualitas pelayanan adalah kondisi yang melibatkan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang bertujuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan“.

Adanya kualitas layanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kesan yang baik dan kepuasan yang diharapkan oleh konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan kepadanya. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan menggunakan kembali serta memberitahukan kepada orang lain untuk menggunakan di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai untuk memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas layanan. Penerapan kualitas pelayanan secara maksimal akan tercipta kepuasan pelanggan.



Menurut Fatihudi D (2019:73) “berargumen kepuasan pelanggan merupakan pengukuran terhadap indikator sejauh mana pelanggan yang mengkonsumsi produk atau jasa perusahaan, dan merasa senang terhadap produk atau jasa yang diterima“. Kepuasan pelanggan menjadi unsur yang penting dalam mengkonsumsi suatu jasa. Maka secara keseluruhan seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan pada akhirnya bergantung pada nilai yang diberikan kepada pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas Pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan Perusahaan.

Harga produk atau layanan juga merupakan faktor penting dalam kepuasan pelanggan. Pelanggan ingin merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang adil untuk uang yang mereka keluarkan. Jika harga terlalu tinggi dibandingkan dengan kualitas atau manfaat yang diterima, pelanggan akan cenderung merasa tidak puas. Sebaliknya jika harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Klinik dokter gigi *Dentist* telah menerapkan standar kualitas Layanan kesehatan bermutu yakni suatu layanan kesehatan yang dibutuhkan masyarakat yang sangat ditentukan oleh profesi layanan kesehatan yang mampu memberikan pelayanan kesehatan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sebagai pengguna layanan kesehatan dengan harga yang terjangkau sesuai dengan perawatan yang dibutuhkan. Semakin tingginya tingkat persaingan antar Klinik akan menyebabkan pasien menghadapi lebih banyak alternatif pilihan, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pasien akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk dengan harga yang dianggap sesuai oleh mereka.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan dengan pihak Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri, diketahui bahwa jumlah pasien yang melakukan perawatan rata-rata mencapai sekitar 77 pasien setiap bulan. Dalam kondisi tertentu jumlah pasien dapat mengalami peningkatan hingga mencapai sekitar 15 pasien per hari mulai dari jam operasional pagi hingga waktu penutupan klinik pada malam hari. Namun pada kondisi tertentu jumlah pasien juga dapat mengalami penurunan, di mana pasien yang datang berkisar antara 6-8 pasien per hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa jumlah kunjungan pasien pada Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri mengalami fluktuasi pada periode tertentu.

Fluktuasi jumlah pasien tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan persepsi pasien terhadap layanan yang diterima. Dalam industri jasa kesehatan, keputusan pasien untuk kembali menggunakan layanan kesehatan tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan akan pengobatan, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman yang dirasakan selama memperoleh pelayanan. Pasien akan cenderung mempertimbangkan berbagai aspek seperti kualitas pelayanan yang diberikan oleh tenaga medis, kenyamanan fasilitas yang tersedia, kesesuaian biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh, serta tingkat kepuasan yang dirasakan setelah memperoleh pelayanan. Apabila pengalaman yang dirasakan pasien sesuai dengan harapan, maka pasien akan memiliki kecenderungan lebih besar untuk melakukan kunjungan ulang pada tempat yang sama.

Selain itu, keberhasilan klinik dalam menjaga hubungan baik dengan pasien dapat memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Pasien yang merasa puas tidak hanya berpotensi melakukan kunjungan kembali, tetapi juga dapat memberikan

\*Corresponding author

E-mail addresses: [hasarironita@gmail.com](mailto:hasarironita@gmail.com)



rekomendasi kepada orang lain mengenai kualitas pelayanan yang diterima. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pasien, maka pasien dapat memilih alternatif layanan kesehatan lain yang dianggap lebih mampu memenuhi kebutuhannya.

Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga merupakan faktor-faktor yang sangat penting dalam menentukan keputusan pasien untuk melakukan kunjungan ulang ke klinik dokter gigi. Namun, masih banyak klinik dokter gigi yang belum memperhatikan faktor-faktor tersebut, sehingga menyebabkan penurunan jumlah pasien dan kehilangan kesempatan untuk meningkatkan pendapatan. Belum lagi banyak klinik dokter yang kurang memperhatikan harga yang dipatok pada konsumen sehingga setelah melakukan perawatan banyak pasien yang tidak kembali karna harga yang diberikan dinilai terlalu mahal. Hasil penelitian Sariatin (2023) “variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kanefusa Indonesia. kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kanefusa Indonesia. harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Kanefusa Indonesia hal ini mendorong konsumen melakukan transaksi ulang karena konsumen merasakan kepuasan akan kualitas dan harga yang sesuai“. Sedangkan Penelitian lainnya Rizkiawan (2019) “Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat kunjungan ulang dikarenakan pada penelitian ini pasien menaruh nilai lebih pada kepercayaan ketimbang kualitas layanan dengan mediasi kepuasan konsumen.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan, ditemukan adanya perbedaan hasil penelitian (*research gap*) mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Penelitian yang dilakukan oleh. Selain itu, penelitian oleh Cahya & Angelina (2024) juga menunjukkan bahwa “kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan sesuai harapan pasien mampu meningkatkan keinginan pasien untuk kembali melakukan kunjungan pada fasilitas kesehatan yang sama.

Namun hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian Ambariani et al. (2017), yang menyatakan bahwa “kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat kunjungan ulang pasien. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pasien lebih mempertimbangkan aspek kepercayaan dibandingkan kualitas pelayanan yang diterima“. Adanya perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan kunjungan ulang pasien.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap keputusan kunjungan ulang pasien masih perlu diteliti lebih lanjut pada objek penelitian yang berbeda. Hal tersebut dikarenakan karakteristik pasien, kondisi lingkungan, jenis pelayanan kesehatan, serta persepsi masyarakat pada setiap tempat pelayanan kesehatan dapat berbeda-beda sehingga memungkinkan diperolehnya hasil penelitian yang berbeda pula.

Selain adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya, pemilihan Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri sebagai objek penelitian juga didasarkan pada kondisi nyata yang ditemukan di lapangan, yaitu adanya perubahan jumlah kunjungan pasien pada periode tertentu. Perubahan jumlah pasien tersebut menjadi hal yang penting untuk diperhatikan karena dapat memengaruhi



keberlangsungan operasional klinik dalam jangka panjang. Tingginya tingkat persaingan pada bidang jasa kesehatan menuntut setiap penyedia layanan kesehatan untuk mampu mempertahankan pasien agar tetap menggunakan layanan yang tersedia.

Keputusan pasien untuk melakukan kunjungan ulang merupakan salah satu indikator keberhasilan pelayanan yang diberikan oleh suatu klinik. Pasien yang memutuskan untuk kembali melakukan perawatan pada tempat yang sama menunjukkan bahwa pasien memiliki persepsi positif terhadap pelayanan yang diterima sebelumnya. Oleh karena itu, penting bagi pihak klinik untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pasien untuk kembali menggunakan layanan Kesehatan.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui sejauh mana kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga mampu memengaruhi keputusan pasien dalam melakukan kunjungan ulang pada Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri sehingga hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan evaluasi serta masukan bagi pihak klinik dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan loyalitas pasien.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dilakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Harga Terhadap Keputusan Kunjungan Ulang Pasien ( Studi Kasus Pada Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri ). Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi performa dari klinik dokter gigi dentist jalan dhoho kediri dari segi kualitas layanan, kepuasan serta harga yang memiliki pengaruh terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Melalui penelitian ini Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri dapat meningkatkan kualitasnya secara umum dan akhirnya diharapkan dapat memberi manfaat positif bagi pasien Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara konsisten. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya dilihat dari hasil akhir, tetapi juga dari proses pelayanan yang dirasakan oleh pasien. Dimensi kualitas pelayanan meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Fandy Tjiptono (2019:109) Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional berupa rasa senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang melakukan perbandingan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan yang dimilikinya. Indikator kualitas pelanggan diantaranya kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

### **Harga**

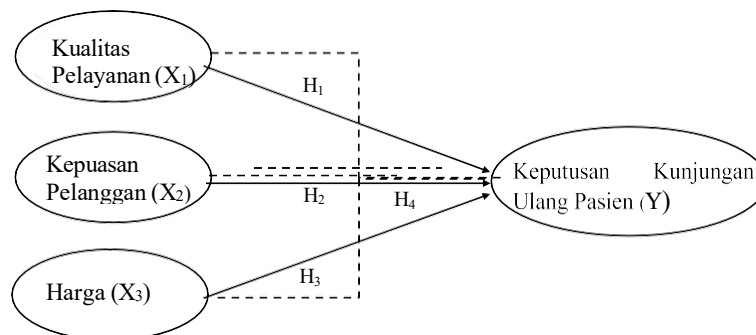
Menurut Muttaqien (2023) Harga merupakan salah satu komponen dalam bauran pemasaran yang memiliki sifat fleksibel, sehingga dapat disesuaikan dengan cepat mengikuti perubahan kondisi. Sebagai elemen ketiga dalam bauran pemasaran, harga berperan sebagai faktor yang memberikan kontribusi dalam menghasilkan pendapatan bagi perusahaan.

## Keputusan Kunjungan Ulang Pasien

Menurut Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler (2018:5) Kunjungan ulang adalah bentuk perilaku evaluasi yang terkait dengan pengalaman sebelumnya dan nilai yang diterima oleh pengunjung, yang memengaruhi keputusan mereka untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Indikator keputusan kunjungan diantaranya pemilihan produk atau jasa, waktu berkunjung, merek, dan jumlah kunjungan.

## Kerangka Teoritik

Berikut merupakan kerangka teoritik dalam penelitian yang merupakan konsep yang akan diteliti saat ini :



**Gambar 1. Kerangka Teoritik**

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap keputusan kunjungan ulang pasien pada Klinik Dokter Gigi Dentist Jalan Dhoho Kediri. Populasi penelitian berjumlah 202 pasien, dengan sampel sebanyak 134 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% dan teknik accidental sampling. Data penelitian diperoleh melalui data primer dan data sekunder serta dianalisis menggunakan bantuan IBM SPSS.

### Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari pasien yang menerima pelayanan perawatan gigi di Klinik Dokter Gigi Dentist melalui penyebaran kuesioner. Data sekunder diperoleh dari laporan register pasien selama tiga bulan. Variabel penelitian terdiri atas kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), kepuasan pelanggan (X<sub>2</sub>), dan harga (X<sub>3</sub>) sebagai variabel independen serta keputusan kunjungan ulang pasien (Y) sebagai variabel dependen. Populasi penelitian adalah seluruh pasien yang memperoleh tindakan perawatan gigi di Klinik Dokter Gigi Dentist dalam kurun waktu tiga bulan, dengan jumlah 202 pasien. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% sehingga diperoleh 134 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu pasien yang secara kebetulan datang ke klinik dan memenuhi kriteria penelitian dijadikan sebagai responden.

## Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan observasi. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk memperoleh data dari pasien Klinik Dokter Gigi Dentist dan disusun menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu sangat setuju (5), setuju (4), kurang setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1). Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung objek penelitian.

Instrumen penelitian mencakup kualitas pelayanan yang diukur melalui aspek bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati; kepuasan pelanggan yang diukur melalui kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan; harga yang diukur melalui keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat, serta daya saing harga; dan keputusan kunjungan ulang pasien yang diukur melalui pemilihan jasa, waktu berkunjung, merek, dan jumlah kunjungan.

## Analisi Data

Data penelitian dianalisis menggunakan bantuan IBM SPSS. Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian. Selanjutnya dilakukan uji kualitas data yang meliputi uji validitas menggunakan Corrected Item Total Correlation dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha. Uji asumsi klasik dilakukan melalui uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas.

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap keputusan kunjungan ulang pasien digunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

#### Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan sejauh mana sesuatu instrument dikatakan valid atau tidak valid dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar  $< 0,05$ . Untuk menguji validitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS 25. Hasil uji dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

| Variabel           | Item | <i>Corrected Item Total Correlation</i> | Standar Validitas | Keterangan |
|--------------------|------|-----------------------------------------|-------------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | X1.1 | 0,417                                   | 0,30              | Valid      |
|                    | X1.2 | 0,500                                   | 0,30              | Valid      |
|                    | X1.3 | 0,371                                   | 0,30              | Valid      |
|                    | X1.4 | 0,512                                   | 0,30              | Valid      |



|                           |       |                                         |                          |                   |
|---------------------------|-------|-----------------------------------------|--------------------------|-------------------|
|                           | X1.5  | 0,431                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X1.6  | 0,475                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X1.7  | 0,554                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X1.8  | 0,554                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X1.9  | 0,529                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X1.10 | 0,447                                   | 0,30                     | Valid             |
| Kepuasan Pelanggan        | X2.1  | 0,353                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X2.2  | 0,418                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X2.3  | 0,557                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X2.4  | 0,491                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X2.5  | 0,472                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X2.6  | 0,490                                   | 0,30                     | Valid             |
| Harga                     | X3.1  | 0,490                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X3.2  | 0,583                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X3.3  | 0,559                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X3.4  | 0,448                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X3.5  | 0,493                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X3.6  | 0,486                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | X3.7  | 0,478                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | Item  | <i>Corrected Item Total Correlation</i> | <b>Standar Validitas</b> | <b>Keterangan</b> |
|                           | X3.8  | 0,578                                   | 0,30                     | Valid             |
| Keputusan Kunjungan Ulang | Y1    | 0,343                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | Y2    | 0,363                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | Y3    | 0,465                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | Y4    | 0,549                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | Y5    | 0,381                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | Y6    | 0,414                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | Y7    | 0,471                                   | 0,30                     | Valid             |
|                           | Y8    | 0,380                                   | 0,30                     | Valid             |

Berdasarkan Tabel 4.2 hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, harga, dan keputusan kunjungan ulang memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari 0,30. Pada variabel kualitas pelayanan, nilai *Corrected Item Total Correlation* berkisar antara 0,371 sampai 0,554. Variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* antara 0,353 sampai 0,557. Variabel harga memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* antara 0,448 sampai 0,583, sedangkan variabel keputusan kunjungan ulang memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* antara 0,343 sampai 0,549.

Karena seluruh item pernyataan memiliki nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari standar validitas sebesar 0,30, maka seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, harga, dan keputusan kunjungan ulang mampu mengukur variabel penelitian secara tepat sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas ditentukan dengan melihat nilai *cronbach's alpha* jika lebih dari 0,60 maka dikatakan reliabel. Adapun hasil uji reliabel instrument sebagai berikut :

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

| Variable                  | Nilai <i>Cronbach Alpha</i> | <i>Cronbach Alpha</i> | Hasil    |
|---------------------------|-----------------------------|-----------------------|----------|
| Kualitas Pelayanan        | 0,764                       | 0,60                  | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan        | 0,701                       | 0,60                  | Reliabel |
| Harga                     | 0,786                       | 0,60                  | Reliabel |
| Keputusan Kunjungan Ulang | 0,689                       | 0,60                  | Reliabel |

Sumber : Data diolah peneliti, 2026.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, harga, dan keputusan kunjungan ulang dinyatakan reliabel, sehingga instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dan layak digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat dianggap reliabel, dan penelitian dapat dilanjutkan ke tahap uji berikutnya.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak.. dikatakan normal jika hasil signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:



Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

| Variabel | <i>Kolmogorov-Smirnov Sig.</i> | <i>Standar Sig.</i> | Keterangan           |
|----------|--------------------------------|---------------------|----------------------|
| RES_1    | 0,200                          | > 0,05              | Berdistribusi Normal |

Sumber : Data diolah peneliti, 2026.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *residual* penelitian berdistribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk pengujian selanjutnya.

### Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dijumpai adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Dengan ketentuan nilai *VIF (Variance Inflation Factor)* >10 maka akan terjadi Multikolinieritas, sedangkan apabila nilai *VIF* <10 maka tidak terjadi Multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel           | <i>Tolerance</i> | <i>VIF</i> | Keterangan                      |
|--------------------|------------------|------------|---------------------------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,621            | 1,522      | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Kepuasan Pelanggan | 0,588            | 1,701      | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Harga              | 0,644            | 1,553      | Tidak terjadi multikolinearitas |

Sumber : Data diolah peneliti, 2026.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi penelitian.

### Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi apabila varians residual dalam model regresi tidak bersifat konstan pada seluruh pengamatan. Kondisi ini dapat memengaruhi keakuratan hasil estimasi regresi. Untuk mendeteksi adanya *heteroskedastisitas*, penelitian ini menggunakan Uji *Glejser*, yaitu dengan meregresikan variabel *independen* terhadap nilai *absolut residual*.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Variabel           | <i>Sig.</i> | <i>Standart</i> | Keterangan                        |
|--------------------|-------------|-----------------|-----------------------------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,832       | > 0,05          | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Kepuasan Pelanggan | 0,088       | > 0,05          | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Harga              | 0,706       | > 0,05          | Tidak terjadi heteroskedastisitas |

Berdasarkan hasil uji *heteroskedastisitas* menggunakan metode *Glejser* diperoleh nilai signifikansi seluruh variabel lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

### Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas merupakan kondisi ketika antar variabel *independen* dalam model regresi saling berkorelasi secara kuat, sehingga membentuk hubungan *linear* yang sempurna atau mendekati sempurna. Keberadaan *multikolinearitas* dapat mengganggu ketepatan estimasi koefisien regresi.

**Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas**

| Variabel           | <i>Tolerance</i> | <i>VIF</i> | Keterangan                      |
|--------------------|------------------|------------|---------------------------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,621            | 1,522      | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Kepuasan Pelanggan | 0,588            | 1,701      | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Harga              | 0,644            | 1,553      | Tidak terjadi multikolinearitas |

Sumber : Data diolah peneliti, 2026.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda digunakan untuk melakukan prediksi atau estimasi variabel terikat berdasarkan variabel bebasnya. Data yang digunakan harus berupa data yang berskala interval atau rasio.

**Tabel 7. Hasil Uji t**

| Variabel           | <i>T<sub>hitung</sub></i> | <i>Sig.</i> | <i>Standart Sig.</i> | Keterangan             |
|--------------------|---------------------------|-------------|----------------------|------------------------|
| Kualitas Pelayanan | 3,587                     | 0,001       | 0,05                 | Berpengaruh Signifikan |
| Kepuasan Pelanggan | 3,021                     | 0,003       | 0,05                 | Berpengaruh Signifikan |
| Harga              | 2,334                     | 0,021       | 0,05                 | Berpengaruh Signifikan |

Sumber : Data diolah peneliti, 2026.

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen* keputusan kunjungan ulang pasien, dilakukan uji t dengan melihat nilai *thitung* dan signifikansi (*Sig.*) pada tabel *Coefficients*. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi terhadap taraf signifikan 0,05 serta membandingkan nilai *thitung* dengan *ttabel* sebesar 1,978 ( $n = 134$ ;  $\alpha = 0,05$ ). Adapun hasil interpretasi uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Kunjungan Ulang Pasien (Y)  
Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai *t* hitung sebesar 3,587, yang lebih besar dari nilai *t* tabel 1,978. Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri, maka semakin tinggi keputusan pasien untuk melakukan kunjungan ulang.
- 2) Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Keputusan Kunjungan Ulang Pasien (Y)  
Variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,003, yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai *t* hitung sebesar 3,021, yang lebih besar dari nilai *t* tabel 1,978. Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan klinik, maka semakin besar kemungkinan pasien melakukan kunjungan ulang.
- 3) Pengaruh Harga (X3) terhadap Keputusan Kunjungan Ulang Pasien (Y)  
Variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,021, yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai *t* hitung sebesar 2,334, yang lebih besar dari nilai *t* tabel (1,978). Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Hal ini mengindikasikan bahwa harga yang dianggap sesuai atau terjangkau oleh pasien dapat meningkatkan keputusan pasien untuk kembali melakukan perawatan di Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri.

### Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan nilai sig. < 0,05. Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 8. Hasil Uji F**

| Variabel          | THitung | Sig.  | Standart Sig. | Keterangan           |
|-------------------|---------|-------|---------------|----------------------|
| <i>Regression</i> | 35,821  | 0,001 | 0,05          | Berpengaruh Simultan |

Sumber : Data diolah peneliti, 2026.

Berdasarkan tabel ANOVA diperoleh nilai *F* hitung sebesar 35,821 dengan nilai signifikansi (*Sig.*) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi ketiga variabel *independen* tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi keputusan kunjungan ulang pasien pada Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri.

## Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Koefisien determinasi merupakan ukuran statistik yang digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel *independen* dalam menjelaskan variasi variabel *dependen* pada suatu model *regresi*. *Koefisien* ini dilambangkan dengan  $R^2$ , yang menunjukkan seberapa baik model regresi mampu menjelaskan data penelitian. Nilai  $R^2$  dapat diinterpretasikan sebagai persentase variasi variabel *dependen* yang dapat dijelaskan oleh variabel *independen*.

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi  $R^2$**

| Model | R                 | <i>R Square</i> | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the Estimate</i> |
|-------|-------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|
| 1     | .771 <sup>a</sup> | .595            | .586                     | 2.38675                           |

Sumber : Data diolah, 2026.

Berdasarkan tabel *Model Summary* diperoleh nilai *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,595 dan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,586. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 58,6% variasi keputusan kunjungan ulang pasien pada Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri. Sementara itu, sebesar 41,4% variasi keputusan kunjungan ulang pasien dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,586 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel *independen* dan jumlah sampel penelitian, model regresi masih memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variabel keputusan kunjungan ulang pasien. Dengan demikian, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga merupakan faktor yang cukup kuat dalam mempengaruhi keputusan pasien untuk melakukan kunjungan ulang.

## Pembahasan Hasil Penelitian

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Kunjungan Ulang Pasien

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai *t* hitung sebesar 3,587 yang lebih besar dari *t* tabel sebesar 1,978. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang pasien pada Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan kunjungan ulang pasien dinyatakan diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri mampu memberikan pengalaman pelayanan yang baik kepada pasien sehingga meningkatkan keinginan pasien untuk kembali melakukan perawatan. Pelayanan yang baik dapat dilihat dari keramahan tenaga medis, ketepatan pelayanan, kecepatan penanganan pasien, kenyamanan pelayanan, serta kemampuan klinik dalam memberikan

\*Corresponding author

E-mail addresses: [hasarironita@gmail.com](mailto:hasarironita@gmail.com)



pelayanan sesuai kebutuhan pasien. Semakin baik kualitas pelayanan yang diterima pasien, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pasien untuk melakukan kunjungan ulang.

Dalam penelitian ini kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan kunjungan ulang pasien. Pasien cenderung mempertimbangkan pengalaman pelayanan yang diterima ketika memutuskan untuk kembali menggunakan jasa suatu klinik kesehatan. Pelayanan yang profesional, responsif, dan memberikan rasa nyaman akan meningkatkan kepercayaan pasien terhadap klinik sehingga pasien merasa puas dan memiliki keinginan untuk melakukan kunjungan kembali. Secara teori hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller yang menyatakan bahwa "kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen". Apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan cenderung melakukan pembelian atau penggunaan ulang jasa yang ditawarkan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mempertahankan pelanggan maupun pasien pada suatu usaha jasa, termasuk pada bidang pelayanan kesehatan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri, maka semakin tinggi pula keputusan pasien untuk melakukan kunjungan ulang.

### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Kunjungan Ulang Pasien**

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai thitung sebesar 3,021 yang lebih besar dari ttabel sebesar 1,978. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang pasien pada Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan kunjungan ulang pasien dinyatakan diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pasien setelah menerima pelayanan di Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri menjadi salah satu pertimbangan utama pasien dalam melakukan kunjungan ulang. Kepuasan pelanggan dapat tercipta apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan pasien, baik dari segi pelayanan tenaga medis, fasilitas klinik, hasil perawatan, maupun kenyamanan selama proses pelayanan berlangsung.

Pasien yang merasa puas akan memiliki persepsi positif terhadap klinik sehingga meningkatkan loyalitas pasien untuk kembali menggunakan jasa pelayanan kesehatan di masa yang akan datang. Sebaliknya, apabila pasien merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diterima, maka pasien akan cenderung mencari alternatif klinik lain yang dianggap mampu memberikan pelayanan yang lebih baik. Secara teori hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Tjiptono yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan yang diinginkan. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan menciptakan loyalitas pelanggan dan mendorong terjadinya pembelian ulang atau penggunaan ulang jasa.

Hasil penelitian Cahya & Angelina, (2024) Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa "kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap



keputusan pembelian ulang maupun keputusan kunjungan ulang pelanggan”. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam mempertahankan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri, maka semakin tinggi pula keputusan pasien untuk melakukan kunjungan ulang.

### **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Kunjungan Ulang Pasien**

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,021 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,334 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,978. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang pasien pada Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan kunjungan ulang pasien dinyatakan diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu pertimbangan pasien dalam menentukan keputusan untuk melakukan kunjungan ulang. Pasien cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat atau kualitas pelayanan yang diterima. Harga yang dianggap terjangkau dan sesuai dengan kualitas pelayanan akan meningkatkan minat pasien untuk kembali melakukan perawatan di klinik tersebut.

Dalam bidang pelayanan kesehatan, harga yang kompetitif dan transparan dapat meningkatkan kepercayaan pasien terhadap klinik. Pasien akan merasa lebih nyaman apabila biaya pelayanan yang diberikan sesuai dengan kemampuan ekonomi dan kualitas pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan pasien. Secara teori hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Harga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa.

Hal tersebut menunjukkan bahwa harga yang sesuai akan memberikan nilai positif bagi konsumen sehingga meningkatkan keputusan penggunaan ulang jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin sesuai dan terjangkau harga pelayanan yang diberikan oleh Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri, maka semakin tinggi keputusan pasien untuk melakukan kunjungan ulang.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Harga Terhadap Keputusan Kunjungan Ulang Pasien**

Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 35,821. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang pasien pada Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pasien untuk melakukan kunjungan ulang tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan dipengaruhi secara bersama-sama oleh

\*Corresponding author

E-mail addresses: [hasarironita@gmail.com](mailto:hasarironita@gmail.com)



kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga. Ketiga variabel tersebut saling berkaitan dalam membentuk persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan klinik. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pasien, sedangkan harga yang sesuai akan memperkuat keputusan pasien untuk kembali menggunakan jasa pelayanan kesehatan di klinik tersebut. Apabila klinik mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dengan harga yang sesuai, maka pasien akan merasa nyaman dan memiliki loyalitas yang lebih tinggi untuk melakukan kunjungan ulang.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,586. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga mampu menjelaskan keputusan kunjungan ulang pasien sebesar 58,6%, sedangkan sisanya sebesar 41,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian seperti lokasi klinik, promosi, fasilitas, citra klinik, maupun faktor pribadi pasien. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan oleh Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri dalam meningkatkan keputusan kunjungan ulang pasien.

#### 4. SIMPULAN DAN SARAN

##### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian sebagaimana yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Secara parsial, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak klinik mampu memengaruhi keputusan pasien untuk kembali melakukan perawatan. Pelayanan yang baik, ramah, cepat, dan sesuai dengan harapan pasien akan meningkatkan rasa nyaman serta kepercayaan pasien terhadap klinik sehingga mendorong pasien untuk melakukan kunjungan ulang.
- 2) Variabel kepuasan pelanggan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pasien setelah menerima pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pasien untuk kembali menggunakan jasa pelayanan kesehatan di Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri. Semakin tinggi tingkat kepuasan pasien, maka semakin besar pula kemungkinan pasien melakukan kunjungan ulang.
- 3) Variabel harga juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Temuan ini menunjukkan bahwa harga pelayanan yang dianggap sesuai, terjangkau, dan sebanding dengan kualitas pelayanan yang diterima dapat meningkatkan minat pasien untuk kembali melakukan perawatan di klinik tersebut. Harga yang sesuai mampu memberikan persepsi nilai yang baik bagi pasien sehingga meningkatkan loyalitas pasien terhadap klinik.
- 4) Variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang pasien. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu memengaruhi keputusan pasien dalam melakukan kunjungan ulang pada Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri. Berdasarkan hasil variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga mampu menjelaskan keputusan kunjungan ulang pasien.



## Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- (1) Bagi Klinik Dokter Gigi *Dentist* Jalan Dhoho Kediri, pihak klinik disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada pasien, baik dari segi keramahan tenaga medis, ketepatan pelayanan, kecepatan penanganan, maupun kenyamanan fasilitas klinik. Pelayanan yang baik perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar pasien merasa puas dan nyaman selama melakukan perawatan sehingga dapat
- (2) Bagi peneliti selanjutnya, untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan kunjungan ulang pasien, seperti fasilitas klinik, lokasi, promosi, citra klinik, loyalitas pasien, kualitas hubungan dengan pasien, maupun faktor kepercayaan pasien terhadap tenaga medis. Penambahan variabel tersebut diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih luas dan mendalam. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar, objek penelitian yang berbeda, maupun metode analisis yang lebih beragam agar hasil penelitian dapat dibandingkan dan dikembangkan lebih lanjut sehingga memberikan kontribusi yang lebih baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang pemasaran jasa kesehatan.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2018. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jas*. Bandung: Alfabeta
- Ambariani, Ambariani, Gaga Irawan, Farid Husin, Tita Madjid, and Hadyana Sukandar. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Puskesmas Santun Lansia Pada Kepuasan Pasien Lanjut Usia Di Puskesmas Santun Lanjut Usia Kabupaten Bogor Jawa Barat." *Jurnal Pendidikan Dan Pelayanan Kebidanan Indonesia* 1(1):61. doi: 10.24198/IJEMC.V1I1.84
- Arianto, N. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor." 1(2):83–101.
- Cahya, Fajar Nur, and Christin Angelina. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Kunjungan Ulang Pasien Rawat Jalan Di Poli Mata Rs Pertamina Bintang Amin 2024." *Jurnal Kesehatan Tambusai* 5:2638–51. doi: <https://doi.org/10.31004/jkt.v5i2.27125>.
- Elma Ayudhia Maheswara, Diana Ambarwati, Nurali Agus Najibul Zamzam. 2023. "Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Elmayudia Makeup Kediri." *Business and Investment Review (BIREV) Vol. 1 No. 5 2023 ISSN 2986-7347 (Online)*.
- Fandy, Tjiptono. 2019. "Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran Dan Strategi." Penerbit Andi Yogyakarta.
- Fatihudin, D dan Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Sleman: Deepublish.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro:
- Hasbi, R., & Hadi, S. P. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Portobello Café Semarang." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.



- Imaniati, Zaen Zuhaj. 2016. *Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Terhadap Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013, Pemahaman Perpajakan Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kota Yogyakarta*. Vol. 5(2).
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pe. Surabaya: Unitomo Press.
- \_\_\_\_\_. M. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pe. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2019. *Marketing Management*. Pearson Education.
- \_\_\_\_\_. & Chernev, A. 2022. *Marketing Management*. Pearson Education.
- \_\_\_\_\_. Keller, K. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. Armstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Marketing*. Edisi Ke T. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. and Kevin Lane Keller. 2016. "Marketing Management." United States of America: Pearson India Education.
- \_\_\_\_\_. Gary Armstrong. 2016. "Principle of Marketing." P. 177 in. United States of America: Pearson Education.
- Krisdianto, Bagus, and Khuzaini Khuzaini. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien Di Klinik Pratama Stiesia Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Volume 9(12).
- Notoadmojo, Soekidjo. 2018. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta. Purwanto, Suharyadi Dan. 2016. *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Rani Vianita, Nur Hidayati, Nurali Agus Najibul Zamzam. 2025. "Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada GTT Pusat Oleh-Oleh Kediri." *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* Volume 16:Nomor 1,.
- Rizkiawan, Ilham Karin. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri."
- Sabera., Adib. Helen. 2016. *Metodologi Penelitian*,. Palembang: Noerfikri Offset.
- Sari Sariatin, Christina Ekawati. 2023. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan." 4(4):1258–61.
- Silaen, Sofar. 2018. *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*. Bandung: In Media.
- Sugiarto. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Suharyadi, and Purwanto. 2016. "Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern." Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2019. *Service Quality & Customer Satisfaction*. Edisi 5. Yogyakarta, Indonesia: Andi.
- Unaradjan, Dominikus Dolet. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- WHO. 2025. "Oral Health." *World Health Organization*.
- Zaenul Muttaqien. 2023. "Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo Pada Toko Handphone Mbahjo Cell Dibandar Kota Kediri." *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)* Vol.2(No.4):193.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. 2018. *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. McGraw-Hill Education.

---

## Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial

Volume 12 No 5, Tahun 2026

E-ISSN: 2988-1986

Open Access:



Zubaidah, Miftakhul. 2025. “Pengaruh Reliability, Responssiveness, Assurance, Empathy, Tangibles Terhadap Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Tingkat Iii Brawijaya.” *MAP (Jurnal Manajemen Dan Administrasi Publik)* Vol. 8(2). doi: <https://doi.org/10.37504/map.v8i2.719>

\*Corresponding author

E-mail addresses: [hasarironita@gmail.com](mailto:hasarironita@gmail.com)