

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA
PERUSAHAAN, PENGALAMAN PASIEN TERHADAP
LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PASIEN MCU RASUNA
MEDICAL CENTER**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Manajemen**



ERA PAMADIA

2241011026

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama	:	ERA PAMADIA
NIM	:	2241011026
Tanda Tangan	:	
Tanggal	:	01 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan : ERA PAMADIA
oleh
Nama : ERA PAMADIA
NIM : 2241011026
Program Studi : Magister Management
Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan,
Pengalaman Pasien Terhadap Loyalitas Melalui
Kepuasan Pasien MCU Rasuna Medical Center

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie

Dewan Penguji

Pembimbing : Prof. Muchsin Saggaiff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD

()
Muchsin

Penguji : Ovalia Rukmana, S.Pd., M.Si., Ph.D.

()

Penguji : Dr. Syahrul Effendi, S.E., M.M.

()

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 07 September 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan tesis ini.
2. Ibu Ovalia Rukmana, S.Pd., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembahas dan penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tesis ini.
3. Bapak Dr. Syahrul Effendi, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan berharga dalam penyempurnaan tesis ini.
4. Bapak Arief Bimantoro Suharko, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Magister Management yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.
5. Istri tercinta, Rosanih, S.Si., MM., Apt. CHRM dan anak tercinta, Aisha Faaraz Anersha dan Archard Faarabbi Anerzha, yang telah menjadi sumber kekuatan, doa, inspirasi, serta semangat dalam setiap langkah perjuangan penulis. Kesabaran, pengertian, dan cinta yang diberikan menjadi motivasi utama hingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. dr. Zah Dharma Rangkuti, dr. Herdhito Dewahyu, dr. Ahmad Budi Arto selaku Pimpinan dan tenaga Medis Klinik Rasuna Medical Center, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penuh kepada penulis untuk melanjutkan studi S2.
7. Sahabat terbaik Syarifudin, Amarilisa Kusuma, Ghaisand Abirath Putra Ganendra dan Aqlan Harits Putra Ganendra yang selalu memberikan semangat dan dukungan moral dalam penulisan tesis ini.
8. Mahasiswa dan Mahasiswi Magister Manajemen Batch 22 Universitas Bakrie, yang selalu saling mendukung, memberikan semangat, serta

kebersamaan yang sangat berarti bagi penulis selama proses perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.

9. Ibu Yani Takarianti S.Si., Apt. atas perhatian, dukungan, dan kebersamaan yang telah menjadi penyemangat besar bagi penulis.
10. Rekan kerja Klinik Rasuna Medical Center, atas kerjasama, dukungan, dan semangat yang turut memberikan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini.
11. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi S2 Magister Manajemen Universitas Bakrie, staf akademik Pascasarjana, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan tesis ini.

Akhir kata, semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala membalas seluruh kebaikan dari berbagai pihak yang penulis dapatkan, dan juga penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa penyajian dan penulisan tesis ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun untuk penyempurnaan tesis ini.

Jakarta, 2026

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ERA PAMADIA
NIM : 2241011026
Program Studi : Magister Management
Jenis Tesis :

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksekutif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Pengalaman Pasien Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien MCU Rasuna Medical Center.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksekutif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 01 - 09 - 2026

Yang menyatakan



(Era Pamadia)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN,
PENGALAMAN PASIEN TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN PASIEN MCU RASUNA MEDICAL CENTER**

ERA PAMADIA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan pengalaman pasien terhadap loyalitas pasien *Medical Check Up* (MCU) melalui kepuasan pasien sebagai variabel mediasi di Klinik Rasuna Medical Center, Jakarta. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena rendahnya niat kunjungan ulang dan rekomendasi pasien MCU, serta kesenjangan penelitian mengenai integrasi ketiga variabel antededen tersebut dalam satu model mediasi. Model penelitian dibangun berdasarkan integrasi *Expectation Confirmation Theory* (ECT) dan *Stimulus Organism Response* (SOR) *Theory*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan desain *cross-sectional* dan teknik analisis *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM). Sampel penelitian sebanyak 100 pasien MCU dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan SmartPLS 4 dengan prosedur bootstrapping 5.000 subsampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan pengalaman pasien berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien, sedangkan citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan. Kepuasan pasien berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pasien dan menjadi satu-satunya prediktor langsung loyalitas yang signifikan, sementara ketiga variabel independen tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas. Uji mediasi menunjukkan pola *full mediation* pada jalur kualitas pelayanan dan pengalaman pasien terhadap loyalitas melalui kepuasan, sedangkan mediasi citra perusahaan tidak terbukti signifikan. Model penelitian menjelaskan 57,8% variasi kepuasan pasien dan 59,8% variasi loyalitas pasien. Temuan ini mengindikasikan bahwa pada layanan preventif berfrekuensi rendah, kepuasan pasien merupakan syarat mutlak (*necessary condition*) sebelum loyalitas terbentuk. Penelitian ini merekomendasikan Klinik Rasuna Medical Center memperkuat sistem pemantauan kepuasan pasien sebagai instrumen kendali mutu guna meningkatkan loyalitas pasien MCU secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Kepuasan Pasien, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pasien, *Medical Check Up*, Pengalaman Pasien

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, CORPORATE IMAGE, AND
PATIENT EXPERIENCE ON PATIENT LOYALTY THROUGH PATIENT
SATISFACTION AMONG PATIENTS UNDERGOING MEDICAL
CHECK-UPS AT RASUNA MEDICAL CENTER**

ERA PAMADIA

ABSTRACT

This study analyzes the effect of service quality, corporate image, and patient experience on patient loyalty in Medical Check Up (MCU) services through patient satisfaction as a mediating variable at Klinik Rasuna Medical Center, Jakarta. It is motivated by low revisit and recommendation intentions among MCU patients and a research gap regarding the integration of these three antecedents within a single mediation model. The research model integrates Expectation Confirmation Theory (ECT) and Stimulus Organism Response (SOR) Theory. A quantitative explanatory approach with a cross-sectional design was used, applying Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). A sample of 100 MCU patients was selected through purposive sampling and analyzed using SmartPLS 4 with bootstrapping of 5,000 subsamples. Results show that service quality and patient experience have a significant positive effect on patient satisfaction, whereas corporate image has no significant effect. Patient satisfaction significantly and positively affects patient loyalty and is the only significant direct predictor of loyalty, while none of the three independent variables directly affects loyalty. Mediation testing reveals full mediation for the effects of service quality and patient experience on loyalty through satisfaction, while corporate image's mediating role is not supported. The model explains 57.8% of the variance in patient satisfaction and 59.8% in patient loyalty. These findings indicate that in low-frequency preventive healthcare services, patient satisfaction is a necessary condition for loyalty formation. This study recommends that Klinik Rasuna Medical Center strengthen its patient satisfaction monitoring system as a quality-control instrument to sustainably improve MCU patient loyalty.

Keywords: Corporate Image; Medical Check Up; Patient Experience; Patient Loyalty; Patient Satisfaction; Service Quality

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS 10	
2.1 Landasan Teori Utama.....	10
2.1.1 <i>Expectation Confirmation Theory</i> (ECT).....	10
2.1.2 Stimulus Organism Response (SOR) Theory.....	11
2.1.3 Integrasi ECT dan SOR <i>Theory</i> sebagai Landasan Model Penelitian	13
2.2 Kualitas Pelayanan.....	15
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan dalam Layanan Kesehatan.....	16
2.2.3 Kualitas Pelayanan dalam <i>Medical Check Up</i>	17
2.2.4 Kualitas Pelayanan sebagai Determinan Kepuasan dan Loyalitas	18
Pasien.....	18
2.3 Citra Perusahaan.....	19
2.3.1 Pengertian Citra Perusahaan.....	19
2.3.2 Dimensi Citra Perusahaan dalam Layanan Kesehatan.....	19
2.3.3 Citra Perusahaan dalam <i>Medical Check Up</i>	20
2.3.4 Citra Perusahaan sebagai <i>Antecedent</i> Kepuasan dan Loyalitas Pasien	22
2.4 Pengalaman Pasien.....	23
2.4.1 Pengertian Pengalaman Pasien.....	23
2.4.2 Dimensi Pengalaman Pasien dalam Layanan Kesehatan.....	23
2.4.3 Pengalaman Pasien dalam <i>Medical Check Up</i>	24
2.4.4 Pengalaman Pasien sebagai Determinan Kepuasan Pasien.....	25
2.4.5 Peran Pengalaman Pasien dalam Model Penelitian.....	26
2.5 Kepuasan Pasien.....	27
2.5.1 Pengertian Kepuasan Pasien.....	27
2.5.2 Konsep Kepuasan Pasien dalam Layanan Kesehatan.....	27
2.5.3 Teori Kepuasan Pasien: <i>Expectation Confirmation Theory</i>	28

2.5.4	Dimensi dan Indikator Kepuasan Pasien.....	30
2.5.5	Kepuasan Pasien sebagai Variabel Mediasi.....	30
2.6	Loyalitas Pasien.....	32
2.6.1	Pengertian Loyalitas Pasien.....	32
2.6.2	Konsep Loyalitas Pasien dalam Layanan Kesehatan.....	32
2.6.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pasien.....	33
2.6.4	Loyalitas Pasien dalam Layanan <i>Medical Check Up</i>	33
2.6.5	Loyalitas Pasien Sebagai Variabel Dependen Penelitian.....	34
2.7	Penelitian Terdahulu.....	35
2.7.1	Hubungan Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pasien.....	35
2.7.2	Hubungan Citra Perusahaan, Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien	36
2.7.3	Hubungan Pengalaman Pasien, Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien.....	36
2.7.4	Kepuasan Pasien sebagai Variabel Mediasi.....	37
2.8	Kerangka Berpikir Penelitian.....	44
2.9	Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	46
2.9.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien.....	46
2.9.2	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pasien.....	47
2.9.3	Pengaruh Pengalaman Pasien terhadap Loyalitas Pasien.....	48
2.9.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien.....	48
2.9.5	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pasien.....	49
2.9.6	Pengaruh Pengalaman Pasien terhadap Kepuasan Pasien.....	50
2.9.7	Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien.....	50
2.9.8	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien.....	51
2.9.9	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien.....	52
2.9.10	Pengaruh Pengalaman Pasien terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien.....	53
BAB III	METODOLOGI.....	54
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	54
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	54
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	54
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	56
3.5	Teknik Penumpulan Data.....	56
3.6	Variabel Penelitian.....	57
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	57
3.8	Teknik Analisis Data.....	62
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen (<i>Pilot Study</i>).....	62
3.8.2	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	63
3.8.3	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	63
3.8.4	Uji Mediasi.....	65
3.8.5	Pengujian Hipotesis.....	65
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1	Deskripsi Responden.....	66
4.2	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	67
4.2.1	Uji Validitas Konvergen.....	67

4.2.2	Uji Reliabilitas Konstruk.....	69
4.2.3	Uji Validitas Diskriminan.....	69
4.2.4	Uji Kolinearitas (<i>Collinearity Assesment</i>).....	70
4.3	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	71
4.3.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4.3.2	<i>Effect Size</i> (f^2).....	71
4.3.3	<i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	72
4.3.4	<i>Model Fit</i> (SRMR).....	72
4.3.5	Model Akhir Hasil PLS-SEM.....	73
4.3.6	Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung (H1 - H7).....	74
4.3.7	Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung/Mediasi (H8 - H10)	75
4.4	Pembahasan.....	75
4.4.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien (H1).....	75
4.4.2	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pasien (H2).....	76
4.4.3	Pengaruh Pengalaman Pasien terhadap Loyalitas Pasien (H3).....	77
4.4.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien (H4).....	78
4.4.5	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pasien (H5).....	79
4.4.6	Pengaruh Pengalaman Pasien terhadap Kepuasan Pasien (H6).....	79
4.4.7	Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien (H7).....	80
4.4.8	Peran Mediasi Kepuasan Pasien (H8, H9, H10).....	81
4.5	Implikasi Penelitian.....	83
4.5.1	Implikasi Teoritis.....	83
4.5.2	Implikasi Manajerial.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	87
5.3	Saran.....	88
5.3.1	Saran bagi Klinik Rasuna Medical Center.....	88
5.3.2	Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	89
5.3.3	Saran bagi Industri Layanan MCU di Indonesia.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....		92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Integrasi SOR Theory dalam Model Penelitian.....	12
Gambar 2.2 Mekanisme ECT di dalam komponen Stimulus– <i>Organism</i>	13
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	44
Gambar 4.1 Model Akhir SEM-PLS.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kunjungan Pasien MCU Klinik Rasuna Medical Center.....	2
Tabel 1.2 Komplain Pasien MCU Berdasarkan Variabel Penelitian.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	59
Tabel 4.1 Profil Demografis Responden.....	67
Tabel 4.2 Outer Loading Indikator.....	68
Tabel 4.3 Nilai AVE Setiap Konstruk.....	69
Tabel 4.4 Reliabilitas Konstruk.....	70
Tabel 4.5 Rasio HTMT.....	70
Tabel 4.6 Nilai VIF Konstruk Prediktor.....	71
Tabel 4.7 Nilai R ² Variabel Endogen.....	71
Tabel 4.8 Effect Size (f^2).....	72
Tabel 4.9 <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	72
Tabel 4.10 <i>Model Fit</i>	73
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung.....	74
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung.....	75