Jurnal Pharmacia Mandala Waluya Vol.5 No.4
ISSN : 2829-6850
https://jurnal-pharmaconmw.com/jpmw/index.php/jpmw
DOI : https://doi.org/10.54883/jpmw.v5i4.775

Analisis Faktor Penentu Loyalitas Pasien Rawat Jalan Dan Penguatan Customer Relationship Management Di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang

Adinda Virginia Dwi Setyo*, I Gede Made Wirabrata, Lies Putriana
Program Studi Magister Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Pancasila

ABSTRAK

Kualitas pelayanan instalasi farmasi merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pasien rawat jalan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien, pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, serta peran *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai variabel moderator, dengan kepuasan pasien ditempatkan sebagai variabel intervening dalam model penelitian. Penelitian menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan *cross-sectional*. Sampel terdiri atas 400 pasien rawat jalan yang menebus resep di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang dan dipilih menggunakan teknik *consecutive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (β = 0,677; t = 5,975**;** p < 0,001), kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (β = 0,412; t = 6,863**;** p < 0,001), dan kualitas pelayanan berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (β = 0,231; t = 2,907; p = 0,004). CRM memberikan efek moderasi positif dan signifikan pada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien (β = 0,259; t = 5,311; p < 0,001**)** serta hubungan kepuasan pasien dengan loyalitas pasien (β = 0,100; t = 3,652; p < 0,001**),** yang menunjukkan bahwa semakin baik CRM, semakin kuat kedua hubungan tersebut. Nilai R^2 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 53,0% variasi kepuasan pasien dan 62,8% variasi loyalitas pasien. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan farmasi dan kepuasan pasien yang didukung oleh penguatan CRM dapat menjadi strategi untuk meningkatkan loyalitas pasien rawat jalan.

Kata kunci: kualitas pelayanan; kepuasan pasien; loyalitas pasien; Customer Relationship Management; instalasi farmasi

Analysis of Determinant Factors of Outpatient Loyalty and Strengthening Customer Relationship Management in the Pharmacy Installation of Rumah Sakit Islam Karawang

ABSTRACT

The quality of pharmaceutical services plays an important role in shaping outpatient satisfaction and loyalty. This study aimed to analyze the effect of service quality on patient satisfaction, the effect of patient satisfaction on patient loyalty, the direct effect of service quality on patient loyalty, and the moderating role of Customer Relationship Management (CRM), with patient satisfaction positioned as an intervening variable in the research model. This quantitative study employed a cross-sectional design. A total of 400 outpatients who redeemed prescriptions at the Pharmacy Installation of Rumah Sakit Islam Karawang were selected using consecutive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The results showed that service quality had a positive and significant effect on patient satisfaction (β = 0.677; t = 5.975; p < 0.001), patient satisfaction had a positive and significant effect on patient loyalty (β = 0.412; t = 6.863; p < 0.001), and service quality had a positive and significant direct effect on patient loyalty (β = 0.231; t = 2.907; p = 0.004). CRM had a positive and significant moderating effect on the relationship between service quality and patient satisfaction (β = 0.259; t = 5.311; p < 0.001) and on the relationship between patient satisfaction and patient loyalty (β = 0.100; t = 3.652; p < 0.001), indicating that stronger CRM strengthens both relationships. The R^2 values indicated that the model explained 53.0% of the variance in patient satisfaction and 62.8% of the variance in patient loyalty. These findings suggest that improving pharmaceutical service quality and patient satisfaction, supported by stronger CRM implementation, can be an effective strategy for enhancing outpatient loyalty.

Keywords: service quality; patient satisfaction; patient loyalty; Customer Relationship Management; pharmacy installation

Penulis Korespondensi :
Adinda Virginia Dwi Setyo
Program Studi Magister Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Pancasila
E-mail : adhienda.moetz@yahoo.com
No. Hp : -

Info Artikel :
Submitted : 07 Juli 2026
Revised : 05 Agustus 2026
Accepted : 29 Agustus 2026
Published : 31 Agustus 2026

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam penyelenggaraan pelayanan kesehatan, termasuk pelayanan kefarmasian di rumah sakit. Rumah sakit tidak hanya berperan sebagai institusi sosial yang memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat, tetapi juga sebagai organisasi pelayanan yang harus mampu menjaga keberlanjutan operasional melalui peningkatan mutu layanan dan kepuasan pasien.

Dalam konteks pelayanan farmasi, kualitas pelayanan dapat tercermin dari ketepatan penyerahan obat, kecepatan pelayanan resep, ketersediaan obat, keramahan petugas, serta kejelasan informasi obat yang diberikan kepada pasien. Kualitas pelayanan yang baik akan membentuk persepsi positif pasien dan berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan pasien (Kotler & Keller., 2016; Tjiptono., 2019).

Instalasi Farmasi Rumah Sakit merupakan salah satu unit strategis yang berperan langsung dalam mendukung pelayanan medis, terutama pada pasien rawat jalan. Pelayanan farmasi menjadi titik akhir dari rangkaian pelayanan rumah sakit, sehingga pengalaman pasien pada tahap ini dapat memengaruhi penilaian mereka terhadap mutu layanan secara keseluruhan.

Kepuasan pasien terhadap pelayanan farmasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, serta mampu menjelaskan penggunaan obat secara jelas dan mudah dipahami. Pasien yang merasa puas cenderung memiliki keinginan untuk kembali menggunakan layanan yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain (Lovelock & Wirtz, 2016; Griffin, 2015). Rumah Sakit Islam Karawang menghadapi tantangan dalam mempertahankan kualitas pelayanan dan loyalitas pasien rawat jalan, khususnya pada Instalasi Farmasi. Data internal tahun 2024 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan pasien rawat jalan berfluktuasi dengan total 34.982 kunjungan selama satu tahun. Selain itu, capaian ketepatan waktu pelayanan menunjukkan bahwa rata-rata 77,36% resep obat nonracikan dapat diselesaikan sesuai target waktu pelayanan 30 menit, sedangkan 84,76% resep obat racikan dapat diselesaikan sesuai target waktu 60 menit. Capaian tersebut menunjukkan bahwa konsistensi pemenuhan target waktu pelayanan masih perlu ditingkatkan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan CRM berpengaruh terhadap kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pasien. Namun, sebagian besar penelitian masih menempatkan CRM sebagai variabel independen, bukan sebagai variabel moderator yang memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas. Selain itu, penelitian yang secara khusus mengkaji kualitas pelayanan, kepuasan pasien, loyalitas pasien, dan CRM pada Instalasi Farmasi Rumah Sakit masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dalam menguji peran CRM sebagai variabel moderator dalam hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien serta hubungan antara kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien, pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, serta peran CRM dalam memperkuat

hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pasien serta hubungan antara kepuasan pasien dan loyalitas pasien rawat jalan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang.

METODE

Desain penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain deskriptif analitik dan pendekatan *cross-sectional*. Desain *cross-sectional* digunakan karena pengukuran variabel penelitian dilakukan pada satu periode waktu tertentu terhadap responden yang memenuhi kriteria penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien, pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, serta peran *Customer Relationship Management* sebagai variabel moderator. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang diperoleh berupa skor jawaban kuesioner dan dianalisis secara statistik untuk menguji hubungan antarvariabel (Sugiyono, 2015).

Penelitian dilakukan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang pada bulan September sampai November 2025. Variabel dalam penelitian ini terdiri atas kualitas pelayanan sebagai variabel independen, kepuasan pasien sebagai variabel intervening, loyalitas pasien sebagai variabel dependen, dan *Customer Relationship Management* sebagai variabel moderator.

Ruang lingkup penelitian pada naskah tesis juga menyebutkan bahwa penelitian dilakukan pada pasien rawat jalan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner dan analisis menggunakan SEM atau PLS.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan yang melakukan penebusan resep di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang. Berdasarkan data kunjungan pasien rawat jalan tahun 2024, jumlah populasi penelitian adalah 34.982 pasien. Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih dengan prosedur tertentu agar dapat mewakili karakteristik populasi penelitian (Sugiyono, 2015). Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sebagai berikut:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan

Dengan jumlah populasi 34.982 pasien dan tingkat kesalahan 0,05, maka diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 395,5 responden. Untuk meningkatkan kecukupan data dan mengantisipasi kemungkinan data tidak lengkap, jumlah sampel dibulatkan menjadi 400 responden. Perhitungan ini sesuai dengan bagian populasi dan sampel dalam naskah penelitian yang menetapkan jumlah sampel sebanyak 400 pasien.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *consecutive sampling*. Teknik ini dilakukan dengan memilih pasien rawat jalan yang memenuhi kriteria inklusi selama periode pengumpulan data sampai jumlah sampel terpenuhi. Kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan yang menebus resep di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang, berusia minimal 18 tahun, dan bersedia menjadi responden.

Kriteria eksklusi adalah pasien rawat inap atau pasien gawat darurat, pasien dengan gangguan komunikasi, serta pasien yang mengisi kuesioner secara tidak lengkap.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner tertutup. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pasien, loyalitas pasien, dan *Customer Relationship Management*. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju diberi skor 1, tidak setuju diberi skor 2, netral diberi skor 3, setuju diberi skor 4, dan sangat setuju diberi skor 5. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat responden terhadap fenomena sosial yang diteliti (Sugiyono, 2015).

Variabel kualitas pelayanan diukur melalui dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Variabel kepuasan pasien diukur berdasarkan persepsi pasien terhadap kesesuaian pelayanan yang diterima dengan harapan pasien. Variabel loyalitas pasien diukur melalui kecenderungan pasien untuk kembali menggunakan layanan, memberikan rekomendasi positif, dan tetap memilih layanan rumah sakit. Variabel *Customer Relationship Management* diukur melalui dimensi teknologi, proses, kualitas hubungan, sumber daya manusia, dan pengetahuan terhadap pasien. Dalam naskah penelitian, instrumen juga dijelaskan menggunakan skala Likert lima kategori pada setiap butir pernyataan.

Prosedur penelitian

Prosedur penelitian dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah persiapan penelitian, meliputi penyusunan instrumen, pengurusan izin penelitian, dan pengajuan persetujuan etik. Tahap kedua adalah pengumpulan data, yaitu penyebaran kuesioner secara langsung kepada pasien rawat jalan yang sedang menerima pelayanan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang. Tahap ketiga adalah pemeriksaan kelengkapan data, pemberian kode jawaban, dan entri data ke dalam perangkat lunak statistik. Tahap keempat adalah analisis data dan interpretasi hasil penelitian.

Sebelum pengisian kuesioner, responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian, kerahasiaan data, serta hak responden untuk menolak atau menghentikan partisipasi tanpa konsekuensi terhadap pelayanan yang diterima. Responden yang bersedia berpartisipasi kemudian mengisi lembar persetujuan setelah penjelasan (*informed consent*).

ANALISIS DATA

Analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan jarak tempat tinggal, serta untuk menggambarkan distribusi jawaban responden pada setiap variabel penelitian. Analisis inferensial dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS). SEM-PLS digunakan karena mampu menganalisis hubungan kausal antarvariabel laten, sesuai untuk model penelitian dengan banyak indikator, serta dapat digunakan untuk menguji model yang melibatkan variabel moderasi (Hair *et al.,* 2022). Pengujian model dilakukan melalui evaluasi *outer model* dan *inner model*.

Evaluasi *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk. Validitas konvergen dinilai berdasarkan nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted*

(AVE), dengan kriteria *outer loading* > 0,70 dan AVE > 0,50.

Reliabilitas konstruk dinilai berdasarkan nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria nilai > 0,70. Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT), dengan nilai HTMT < 0,85 menunjukkan validitas diskriminan yang baik (Henseler et al., 2015). Kriteria evaluasi model pengukuran dalam naskah penelitian juga mencantumkan *outer loading* > 0,70, AVE > 0,50, CR > 0,70, dan HTMT < 0,85.

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk menilai hubungan antarvariabel laten. Pengujian dilakukan melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), R-square (R^2), *effect size* (f^2), *predictive relevance* (Q^2), serta uji signifikansi jalur menggunakan metode *bootstrapping*. Hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila nilai t-statistic > 1,96 dan p-value < 0,05 (Hair *et al.,* 2022). Dalam naskah penelitian, kriteria signifikansi juga menggunakan t-value > 1,96 dan p-value < 0,05.

Pengujian moderasi *Customer Relationship Management* dilakukan dengan membentuk konstruk interaksi antara kualitas pelayanan dan *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan pasien, serta konstruk interaksi antara kepuasan pasien dan *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas pasien. Pendekatan yang digunakan adalah *two-stage approach*, yaitu tahap pertama memperoleh skor variabel laten, kemudian tahap kedua membentuk variabel interaksi untuk menguji pengaruh moderasi. Pendekatan ini sesuai untuk pengujian efek moderasi pada model SEM-PLS dengan konstruk reflektif (Hair *et al.,* 2022).

Etik Penelitian

Penelitian ini melibatkan manusia sebagai responden, sehingga dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etik penelitian. Responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerahasiaan data, serta hak untuk menolak atau mengundurkan diri dari penelitian. Identitas responden dijaga kerahasiaannya dan data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Penelitian ini telah memperoleh persetujuan etik dari Komisi Etik dengan Nomor: 198/KEPK-FFUP/X/2025.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 400 pasien rawat jalan yang menerima pelayanan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada pasien yang memenuhi kriteria penelitian. Karakteristik responden yang dianalisis meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan jarak tempat tinggal dari rumah sakit.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Perempuan	252	63,0%
	Laki-laki	148	37,0%
Usia	18–23 tahun	53	13,3%
	24–39 tahun	197	49,3%
	40–55 tahun	98	24,5%
	56–61 tahun	52	13,0%
Pendidikan terakhir	SD	22	5,5%
	SMP	32	8,0%
	SMA	116	29,0%
	D3/S1	226	56,5%
	S2	4	1,0%
Pekerjaan	ASN/TNI/POLRI	57	14,3%
	Pegawai swasta	254	63,5%
	Mahasiswa/i	35	8,8%
	Tidak bekerja	54	13,5%
Jarak tempat tinggal	1 km	102	25,5%
	2 km	104	26,0%
	3 km	80	20,0%
	>3 km	114	28,5%
Total		400	100%

Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan, yaitu sebanyak 252 orang atau 63,0%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 148 orang atau 37,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien rawat jalan yang memanfaatkan pelayanan Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang pada saat penelitian adalah perempuan.

Berdasarkan usia, kelompok responden terbanyak berada pada rentang usia 24–39 tahun, yaitu sebanyak 197 orang atau 49,3%. Kelompok usia berikutnya adalah usia 40–55 tahun sebanyak 98 orang atau 24,5%, usia 18–23 tahun sebanyak 53 orang atau 13,3%, dan usia 56–61 tahun sebanyak 52 orang atau 13,0%. Distribusi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada usia produktif, sehingga dinilai mampu memberikan penilaian yang cukup rasional terhadap kualitas pelayanan farmasi yang diterima. Berdasarkan pendidikan terakhir, sebagian besar responden memiliki pendidikan D3/S1, yaitu sebanyak 226 orang atau 56,5%. Responden dengan pendidikan SMA berjumlah 116 orang atau 29,0%, SMP sebanyak 32 orang atau 8,0%, SD sebanyak 22 orang atau 5,5%, dan S2 sebanyak 4 orang atau 1,0%. Tingkat pendidikan responden yang relatif tinggi dapat memengaruhi kemampuan pasien dalam memahami informasi obat, mengevaluasi kualitas interaksi dengan petugas farmasi, serta menilai pelayanan berbasis Customer Relationship Management yang diterapkan rumah sakit.

Berdasarkan pekerjaan, responden terbanyak adalah pegawai swasta, yaitu sebanyak 254 orang atau 63,5%. Selanjutnya, responden ASN/TNI/POLRI sebanyak 57 orang atau 14,3%, tidak bekerja sebanyak 54 orang atau 13,5%, dan mahasiswa/i sebanyak 35

orang atau 8,8%. Karakteristik pekerjaan ini penting karena pasien yang bekerja umumnya memiliki keterbatasan waktu, sehingga lebih memperhatikan kecepatan pelayanan, ketepatan penyerahan obat, kejelasan informasi, dan responsivitas petugas.

Berdasarkan jarak tempat tinggal, responden terbanyak berasal dari jarak lebih dari 3 km, yaitu sebanyak 114 orang atau 28,5%. Responden dengan jarak 2 km berjumlah 104 orang atau 26,0%, jarak 1 km sebanyak 102 orang atau 25,5%, dan jarak 3 km sebanyak 80 orang atau 20,0%. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengguna layanan farmasi tidak hanya berasal dari wilayah sekitar rumah sakit, tetapi juga dari wilayah yang lebih jauh. Hal tersebut mengindikasikan adanya kepercayaan pasien terhadap pelayanan Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang. Secara umum, karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas pasien adalah perempuan, berada pada usia produktif, berpendidikan D3/S1, bekerja sebagai pegawai swasta, dan sebagian besar berdomisili lebih dari 3 km dari rumah sakit. Profil ini memberikan gambaran bahwa responden memiliki latar belakang yang cukup beragam dan relevan untuk menilai hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pasien, loyalitas pasien, serta peran Customer Relationship Management dalam pelayanan farmasi rawat jalan.

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

1. Kualitas Pelayanan

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Min	Max	Mean	Median	Std
ASS_1	2	5	4,45	5	0,64
ASS_2	2	5	4,42	4,5	0,65
ASS_3	2	5	4,40	4	0,67
ASS_4	2	5	4,42	4	0,64
ASS_5	2	5	4,47	5	0,62
EMP_1	2	5	4,35	4	0,68
EMP_2	2	5	4,49	5	0,66
EMP_3	2	5	4,46	5	0,63
EMP_4	2	5	4,45	5	0,65
EMP_5	2	5	4,44	5	0,65
REL_1	2	5	4,47	5	0,64
REL_2	2	5	4,48	5	0,64
REL_3	2	5	4,46	5	0,64
REL_4	2	5	4,38	4	0,64
REL_5	2	5	4,35	4	0,62
RES_1	2	5	4,37	4	0,63
RES_2	2	5	4,33	4	0,66
RES_3	2	5	4,40	4	0,65
RES_4	2	5	4,45	5	0,64
RES_5	2	5	4,47	5	0,64
TANG_3	2	5	4,38	4	0,68
TANG_5	2	5	4,40	4	0,63

Berdasarkan Tabel 2, seluruh indikator pada variabel kualitas pelayanan memiliki rentang nilai 2 sampai 5. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden berada pada kategori tidak setuju sampai sangat setuju, dan tidak terdapat responden yang memberikan nilai sangat rendah terhadap kualitas pelayanan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang. Nilai mean seluruh indikator berada pada rentang 4,33 sampai 4,49, sedangkan nilai median berada pada rentang 4 sampai 5. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian setuju hingga sangat setuju terhadap pernyataan mengenai kualitas pelayanan. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang telah dinilai baik oleh responden. Penilaian positif tersebut mencakup aspek jaminan pelayanan, empati petugas, keandalan pelayanan, daya tanggap, dan bukti fisik pelayanan.

2. Kepuasan Pasien

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pasien

Indikator	Min	Max	Mean	Median	Std
KEP_1	3	5	4,52	5	0,56
KEP_2	2	5	4,45	5	0,60
KEP_3	2	5	4,44	5	0,61
KEP_4	3	5	4,47	4,5	0,57

Berdasarkan Tabel 3, seluruh indikator pada variabel kepuasan pasien memiliki rentang nilai 2 sampai 5 atau 3 sampai 5. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat responden yang memberikan penilaian sangat rendah terhadap kepuasan pasien. Secara umum, pasien memberikan penilaian positif terhadap pelayanan yang diterima di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang. Nilai mean pada variabel kepuasan pasien berada pada rentang 4,44 sampai 4,52. Hasil ini menunjukkan bahwa pelayanan Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang telah mampu memenuhi harapan pasien. Kepuasan tersebut tercermin dari penilaian pasien terhadap kenyamanan pelayanan, kejelasan informasi, ketersediaan obat, dan kesesuaian pelayanan dengan kebutuhan pasien.

3. Loyalitas Pasien

Tabel 4. Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pasien

Indikator	Min	Max	Mean	Median	Std
LOY_1	3	5	4,48	5	0,58
LOY_2	2	5	4,52	5	0,59
LOY_3	3	5	4,41	4	0,64
LOY_4	2	5	4,44	5	0,62
LOY_5	2	5	4,48	5	0,60

Berdasarkan Tabel 4, seluruh indikator pada variabel loyalitas pasien memiliki rentang nilai 2 sampai 5 atau 3 sampai 5. Hal ini menunjukkan bahwa responden secara umum memberikan penilaian positif terhadap loyalitas pasien, dan tidak terdapat responden yang memberikan nilai sangat rendah pada indikator loyalitas. Nilai mean seluruh indikator loyalitas pasien berada pada rentang 4,41 sampai 4,52. Indikator dengan mean tertinggi adalah LOY_2 sebesar 4,52, sedangkan indikator dengan mean terendah

adalah LOY_3 sebesar 4,41. Hasil ini menunjukkan bahwa pasien memiliki kecenderungan loyal terhadap pelayanan Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang. Loyalitas tersebut terlihat dari keinginan pasien untuk kembali menggunakan pelayanan, tetap memilih rumah sakit yang sama, serta memberikan penilaian positif terhadap pelayanan farmasi yang diterima.

4. Customer Relationship Management

Tabel 5. Statistik Deskriptif Variabel Customer Relationship Management

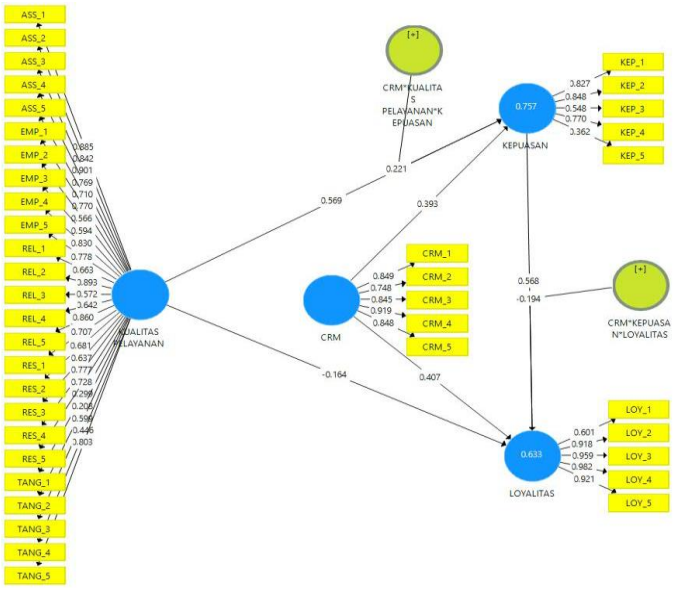
Item	Min	Max	Mean	Median	Std
CRM_1	2	5	4,45	5	0,69
CRM_2	2	5	4,40	5	0,73
CRM_3	2	5	4,38	5	0,73
CRM_4	2	5	4,47	5	0,66
CRM_5	2	5	4,41	5	0,68

Berdasarkan Tabel 5, seluruh indikator pada variabel Customer Relationship Management memiliki rentang nilai 2 sampai 5. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden berada pada kategori tidak setuju sampai sangat setuju. Tidak terdapat indikator dengan nilai minimum 1, sehingga dapat dikatakan bahwa responden tidak memberikan penilaian sangat rendah terhadap penerapan Customer Relationship Management di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang.

Nilai mean pada variabel Customer Relationship Management berada pada rentang 4,38 sampai 4,47. Indikator dengan mean tertinggi adalah CRM_4 sebesar 4,47, sedangkan indikator dengan mean terendah adalah CRM_3 sebesar 4,38. Hasil ini menunjukkan bahwa pasien memiliki persepsi positif terhadap pengelolaan hubungan pasien yang dilakukan oleh Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang. Aspek yang paling menonjol adalah ketanggapan petugas dalam merespons kebutuhan dan keluhan pasien. Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepuasan pasien, loyalitas pasien, dan Customer Relationship Management berada pada kategori tinggi. Temuan ini menggambarkan bahwa pasien memiliki penilaian positif terhadap pelayanan farmasi yang diterima. Hasil deskriptif ini menjadi dasar awal untuk melanjutkan analisis hubungan antarvariabel dalam model penelitian.

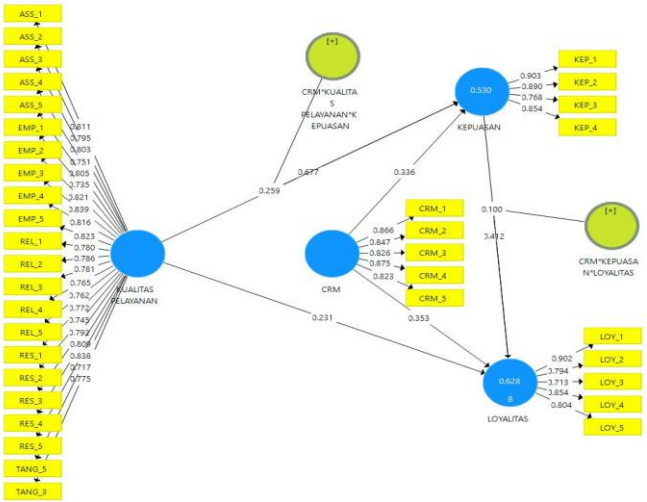
Evaluasi Model Pengukuran

Tahap awal evaluasi model pengukuran dilakukan dengan melihat nilai loading factor pada model awal. Model awal menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa indikator yang belum memenuhi kriteria validitas konvergen karena memiliki nilai loading factor di bawah 0,50, yaitu TANG_1, TANG_2, TANG_4, dan KEP_5. Oleh karena itu, indikator-indikator tersebut dieliminasi dari model agar konstruk yang digunakan dalam penelitian benar-benar mampu merepresentasikan variabel laten secara memadai.



Gambar 1. Loading Factor Model Awal

Berdasarkan Gambar 1, terlihat bahwa tidak semua indikator pada model awal memenuhi nilai loading factor yang dipersyaratkan. Beberapa indikator masih memiliki nilai loading factor di bawah batas minimal, sehingga perlu dieliminasi. Eliminasi indikator dilakukan agar model pengukuran menjadi lebih baik dan memenuhi syarat untuk analisis lanjutan. Setelah indikator yang tidak valid dieliminasi, dilakukan pengujian ulang terhadap outer model. Hasil pengujian ulang menunjukkan bahwa seluruh indikator pada model akhir telah memiliki nilai loading factor di atas 0,70, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dalam mengukur konstruk masing-masing.



Gambar 2. Outer Model Akhir

Berdasarkan Gambar 2, seluruh indikator pada model akhir menunjukkan hubungan yang kuat dengan konstruk laten yang diukur. Hal ini menandakan bahwa model akhir telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan layak digunakan untuk tahap analisis berikutnya. Seluruh indikator pada model akhir memiliki nilai loading factor lebih dari 0,70. Nilai loading factor pada variabel kualitas pelayanan berada pada rentang 0,717

sampai 0,839, kepuasan pasien berada pada rentang 0,768 sampai 0,903, loyalitas pasien berada pada rentang 0,713 sampai 0,902, dan Customer Relationship Management berada pada rentang 0,823 sampai 0,875. Dengan demikian, seluruh indikator telah memenuhi syarat validitas konvergen. Validitas konvergen juga dievaluasi melalui nilai Average Variance Extracted (AVE). Suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai AVE lebih dari 0,50.

Tabel 6. Nilai Average Variance Extracted

Konstruk	AVE	Keterangan
Customer Relationship Management	0,719	Valid
CRM × Kepuasan × Loyalitas	1,000	Valid
CRM × Kualitas Pelayanan × Kepuasan	1,000	Valid
Kepuasan Pasien	0,731	Valid
Kualitas Pelayanan	0,621	Valid
Loyalitas Pasien	0,666	Valid

Berdasarkan Tabel 7, seluruh konstruk memiliki nilai AVE di atas 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya. Dengan demikian, seluruh konstruk telah memenuhi validitas konvergen. Validitas diskriminan diuji menggunakan Fornell-Larcker Criterion. Konstruk dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila akar kuadrat AVE pada masing-masing konstruk lebih besar daripada korelasi dengan konstruk lainnya.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi model pengukuran menunjukkan bahwa setelah dilakukan eliminasi pada model awal, seluruh indikator pada model akhir telah memenuhi kriteria validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk. Oleh karena itu, model pengukuran dinyatakan layak dan dapat dilanjutkan pada tahap evaluasi model struktural.

Evaluasi Model Struktural dan Pengujian Hipotesis

Evaluasi model struktural dilakukan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen serta menguji pengaruh antarvariabel laten. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai R-square, koefisien jalur, t-statistic, dan p-value. Hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila nilai t-statistic lebih dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05. Analisis inner model pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien, serta peran Customer Relationship Management sebagai moderator.

Tabel 7. Nilai R-Square

Variabel Endogen	R-Square	Keterangan
Kepuasan Pasien	0,530	Sedang
Loyalitas Pasien	0,628	Sedang menuju kuat

Berdasarkan Tabel 10, nilai R-square pada variabel kepuasan pasien sebesar 0,530. Hal ini menunjukkan bahwa 53,0% variasi kepuasan pasien dapat dijelaskan oleh variabel

dalam model penelitian, yaitu kualitas pelayanan dan Customer Relationship Management. Sementara itu, sisanya sebesar 47,0% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian, seperti waktu tunggu pelayanan, fasilitas rumah sakit, biaya pelayanan, komunikasi tenaga kesehatan, maupun faktor psikologis pasien.

Nilai R-square pada variabel loyalitas pasien sebesar 0,628. Hal ini menunjukkan bahwa 62,8% variasi loyalitas pasien dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, kepuasan pasien, dan Customer Relationship Management. Adapun sisanya sebesar 37,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti harga layanan, kemudahan akses pelayanan, pengalaman klinis pasien, citra rumah sakit, maupun faktor kompetitor layanan kesehatan lainnya.

Dengan demikian, model penelitian memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan kepuasan dan loyalitas pasien rawat jalan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui hasil bootstrapping dengan melihat nilai original sample, t-statistic, dan p-value. Hasil uji hipotesis disajikan pada Tabel 11.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan antarvariabel	Original Sample	T-statistic	P-value	Keputusan
H1	Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pasien	0,677	5,975	0,000	Diterima
H2	Kepuasan Pasien → Loyalitas Pasien	0,412	6,863	0,000	Diterima
H3	Kualitas Pelayanan → Loyalitas Pasien	0,231	2,907	0,004	Diterima
H4	CRM × Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pasien	0,259	5,311	0,000	Diterima
H5	CRM × Kepuasan Pasien → Loyalitas Pasien	0,100	3,652	0,000	Diterima

Secara keseluruhan, hasil evaluasi model struktural menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan pasien, dan Customer Relationship Management memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas pasien rawat jalan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang. Seluruh hubungan antarvariabel menunjukkan arah pengaruh positif dan signifikan, sehingga model penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi peningkatan mutu pelayanan farmasi dan penguatan hubungan pasien secara berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai original sample sebesar 0,677, t-statistic sebesar 5,975, dan p-value sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pasien.

Kualitas pelayanan dalam konteks instalasi farmasi mencakup kecepatan pelayanan resep, ketepatan penyerahan obat, ketersediaan obat, kejelasan informasi obat, keramahan petugas, serta kenyamanan fasilitas pelayanan. Hasil ini sejalan dengan konsep SERVQUAL yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat dinilai melalui dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Parasuraman et al.,

1988). Dalam pelayanan kefarmasian, kelima dimensi tersebut menjadi dasar penting dalam membentuk persepsi pasien terhadap mutu layanan yang diterima.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat jalan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai original sample sebesar 0,412, t-statistic sebesar 6,863, dan p-value sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa pasien yang merasa puas terhadap pelayanan farmasi memiliki kecenderungan lebih besar untuk kembali menggunakan layanan rumah sakit, tetap memilih rumah sakit yang sama, serta merekomendasikan pelayanan kepada orang lain.

Kepuasan pasien menjadi faktor penting dalam membentuk loyalitas karena pengalaman pelayanan yang positif dapat menciptakan rasa percaya dan hubungan jangka panjang antara pasien dan rumah sakit. Sedangkan hasil yang sejalan dengan Lovelock dan Wirtz (2016) juga menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi terhadap pengalaman layanan yang diterima. Apabila pasien memperoleh pengalaman pelayanan farmasi yang cepat, jelas, ramah, dan dapat dipercaya, maka kepuasan tersebut dapat berkembang menjadi loyalitas terhadap rumah sakit.

Kualitas pelayanan juga terbukti berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat jalan, dengan nilai original sample sebesar 0,231, t-statistic sebesar 2,907, dan p-value sebesar 0,004. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya membentuk loyalitas melalui kepuasan pasien, tetapi juga dapat memengaruhi loyalitas secara langsung. Pelayanan farmasi yang baik dapat menumbuhkan kepercayaan pasien terhadap rumah sakit, sehingga pasien memiliki kecenderungan untuk tetap menggunakan layanan yang sama. Dalam hal ini, kualitas pelayanan berperan sebagai dasar terbentuknya hubungan positif antara pasien dan rumah sakit.

Hasil penelitian ini memperkuat pandangan Tjiptono (2019), yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terbentuk dari nilai, kepuasan, dan pengalaman layanan yang diterima pelanggan. Pada pelayanan farmasi, nilai yang dirasakan pasien dapat muncul dari ketepatan obat, kejelasan edukasi penggunaan obat, kepastian waktu pelayanan, dan interaksi yang baik dengan petugas farmasi. Dengan demikian, upaya membangun loyalitas pasien tidak cukup hanya dengan menyediakan obat, tetapi juga perlu memastikan bahwa seluruh proses pelayanan farmasi berjalan cepat, tepat, ramah, informatif, dan konsisten.

Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa Customer Relationship Management memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien. Hal ini ditunjukkan oleh nilai original sample sebesar 0,259, t-statistic sebesar 5,311, dan p-value sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan Customer Relationship Management yang baik dapat memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien. Dengan kata lain, kualitas pelayanan akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kepuasan apabila didukung oleh pengelolaan hubungan pasien yang baik, seperti komunikasi efektif, respons cepat terhadap keluhan, pelayanan personal, dan pemanfaatan teknologi informasi.

Customer Relationship Management menurut Kumar dan Reinartz (2012) menegaskan bahwa keberhasilan Customer Relationship Management ditentukan oleh

integrasi antara teknologi, sumber daya manusia, dan proses. Dalam konteks Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang, Customer Relationship Management dapat diwujudkan melalui sistem antrean digital, penyimpanan data pasien, komunikasi dua arah, respons terhadap keluhan, serta pemberian informasi obat yang jelas dan mudah dipahami. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ferianda *et al.* (2022), yang menunjukkan bahwa Customer Relationship Management berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat jalan.

Customer Relationship Management juga terbukti memoderasi pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien. Hal ini ditunjukkan oleh nilai original sample sebesar 0,100, t-statistic sebesar 3,652, dan p-value sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa pasien yang merasa puas akan memiliki loyalitas yang lebih kuat apabila rumah sakit mampu menjaga hubungan berkelanjutan dengan pasien. Kepuasan pasien yang tidak disertai pengelolaan hubungan yang baik belum tentu menghasilkan loyalitas jangka panjang. Sebaliknya, kepuasan yang diperkuat melalui komunikasi, perhatian, tindak lanjut, dan pelayanan yang personal dapat meningkatkan kepercayaan dan komitmen pasien terhadap rumah sakit.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Abekah-Nkrumah *et al.* (2021), yang menunjukkan bahwa Customer Relationship Management memiliki hubungan dengan kepuasan dan loyalitas pasien pada pelayanan rumah sakit. Dalam pelayanan farmasi, hal ini dapat dilakukan melalui edukasi penggunaan obat, pengelolaan keluhan pasien, pemberian informasi yang konsisten, serta tindak lanjut terhadap kebutuhan pasien. Dengan demikian, Customer Relationship Management tidak hanya berfungsi sebagai sistem administratif, tetapi juga sebagai strategi pelayanan yang berorientasi pada hubungan jangka panjang dengan pasien.

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (β=0,677) dan loyalitas pasien di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Islam Karawang. Kepuasan pasien berperan sebagai mediator yang menghubungkan kualitas pelayanan dengan loyalitas (β=0,383), dengan R^2 kepuasan 53% dan loyalitas 62,3%. Kelima dimensi kualitas pelayanan mendapat penilaian positif (mean 4,33-4,49). Customer Relationship Management (CRM) terbukti memoderasi hubungan kualitas pelayanan-kepuasan (β=0,259) dan kepuasan-loyalitas (β=0,112). Implementasi CRM berbasis SIMRS memberikan nilai tambah melalui personalisasi layanan, pengingat edukasi, dan pengelolaan keluhan terstruktur.

Strategi holistik mengintegrasikan kualitas pelayanan dengan CRM efektif menciptakan kepuasan dan loyalitas jangka panjang pasien rawat jalan. Instalasi Farmasi perlu mengoptimalkan dimensi tangible dan meningkatkan kecepatan pelayanan mengingat dominasi responden pegawai swasta. Implementasi CRM harus diperkuat dengan sistem notifikasi refil, pemantauan interaksi obat, dan riwayat digital.

Program loyalitas seperti kartu berlangganan dan reward point perlu dikembangkan untuk memperkuat hubungan emosional. Pelatihan berkala tenaga kefarmasian dalam komunikasi dan konseling harus dilaksanakan konsisten. Manajemen rumah sakit disarankan melakukan evaluasi berkala kepuasan-loyalitas menggunakan instrumen tervalidasi serta memanfaatkan data CRM untuk pengembangan layanan

farmasi berkelanjutan yang berpusat pada pasien.

DAFTAR PUSTAKA

Abekah-Nkrumah, G., Antwi, M. Y., Braimah, S. M., & Ofori, C. G. (2021). Customer relationship management and patient satisfaction and loyalty in selected hospitals in Ghana. International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing, 15(2), 251–268. https://doi.org/10.1108/IJPHM-09-2019-0064

Ferianda, A. S., Indrajaya, D., & Muchtar, A. H. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management & brand image terhadap kepuasan pasien rawat jalan selama masa pandemi Covid-19: Studi pada RS Baiturrahim Jambi. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 8(1). https://doi.org/10.5281/zenodo.6575098

Griffin, J. (2015). Customer loyalty: How to earn it, how to keep it. Jossey-Bass.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). Sage Publications.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. Journal of the Academy of Marketing Science, 43(1), 115–135. https://doi.org/10.1007/s11747-014 0403-8

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Kumar, V., & Reinartz, W. (2012). Customer relationship management: Concept, strategy, and tools (2nd ed.). Springer.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). Services marketing: People, technology, strategy (8th ed.). World Scientific Publishing.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.

Sugiyono. (2015). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian.

Jurnal Pharmacia Mandala Waluya (JPMW) is Licensed a Creative Commons Attribution 4.0 International Licence