

ABSTRAK

Loyalitas pasien bergantung pada penerapan manajemen hubungan pelanggan dan terciptanya ikatan pelanggan yang akan menumbuhkan kepuasan pasien. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh manajemen hubungan pelanggan dan ikatan pelanggan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan. Populasi penelitian adalah seluruh pasien yang berkunjung ke puskesmas pada bulan Januari sampai dengan Desember 2024. Jumlah responden ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin yang berjumlah 100 orang. Metode yang digunakan adalah partial least squares untuk menganalisis pengujian outer model dan inner model. Hasil pengujian pengaruh langsung menunjukkan bahwa: CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, ikatan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien, ikatan pelanggan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pasien, dan kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. Pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa kepuasan pasien berperan positif dan signifikan dalam memperkuat pengaruh CRM terhadap loyalitas pasien, dan kepuasan pasien juga berperan positif dan signifikan dalam memperkuat pengaruh ikatan pelanggan terhadap loyalitas pasien.

Kata kunci : *customer relationship management*; *customer bonding*; kepuasan pasien; loyalitas pasien

ABSTRACT

Patient loyalty depends on the implementation of customer relationship management and the creation of customer bonding, which will foster patient satisfaction. This study aims to examine the influence of customer relationship management and customer bonding on loyalty mediated by satisfaction. The research population consists of all patients visiting the health center from January to December 2024. The number of respondents is determined using Slovin's formula, totaling 100 individuals. The method used is partial least squares for analyzing the outer model and inner model tests. The results of the direct influence tests indicate that: CRM has a positive and significant effect on patient satisfaction, customer bonding has a positive and significant effect on patient satisfaction, CRM has a positive and significant effect on patient loyalty, customer bonding has a positive but not significant effect on patient loyalty, and patient satisfaction has a positive and significant effect on patient loyalty. The indirect effect test shows that patient satisfaction plays a positive and significant role in strengthening the influence of CRM on patient loyalty, and patient satisfaction also plays a positive and significant role in strengthening the influence of customer bonding on patient loyalty.

Keyword: *customer relationship management; customer bonding; patient satisfaction; patient loyalty.*