



PENGARUH PELAYANAN BABY SPA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DAN KEPUASAN ORANG TUA PASIEN SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR

Renata Indri Aningtyas^{*1}, Sulis Diana², Dhonna Anggreni³

Program Studi S2 Kesehatan Masyarakat, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan
Majapahit Mojokerto ^{1,2,3}

Email: renataindri2026@gmail.com

ABSTRACT

Baby Spa services support infant growth and development through stimulation and relaxation. Effective service management – including reservation processes, trained staff, comfortable facilities, and gentle, safe care – plays a crucial role in parent satisfaction. Objective: To analyze the effect of baby spa services (reservation method, trained HR, comfortable facilities, gentle & safe care) on revisit intention, with parent satisfaction acting as a mediating variable at Mili Baby Care and Morena Baby Care in Pasuruan Regency. Methods: A quantitative analytical observational study with a cross-sectional approach. The population consisted of parents of infants aged 1–24 months visiting the facilities. A sample of 137 respondents was selected using accidental sampling. Data were collected via structured questionnaires and analyzed using multiple linear regression and the Sobel Test for mediation analysis. Results: Multiple regression Stage 1 showed service management simultaneously affected satisfaction ($R = 0.618$, $R^2 = 0.382$, $p < 0.001$). Partially, reservation method ($p = 0.005$), trained HR ($p = 0.002$), comfortable facilities ($p = 0.011$), and gentle/safe service ($p = 0.000$) significantly influenced satisfaction. Stage 2 regression showed service management and satisfaction simultaneously affected revisit intention ($R = 0.792$, $R^2 = 0.627$, $p < 0.001$). Furthermore, the Sobel Test confirmed that satisfaction significantly mediates the relationship between all four service aspects and revisit intention ($p < 0.05$). Conclusion: Baby spa service quality has both direct and indirect effects (mediated by satisfaction) on parents' revisit intention. Management should continuously enhance all four service dimensions.

Keywords : Service Management, Baby Spa, Parent Satisfaction, Revisit Intention, Mediation

ABSTRAK

Pelayanan Baby Spa merupakan upaya mendukung tumbuh kembang bayi melalui stimulasi dan relaksasi. Pelayanan yang mencakup sistem reservasi, SDM terlatih, fasilitas yang nyaman, serta pelayanan yang lembut dan aman menjadi faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan orang tua. Tujuan: Menganalisis pengaruh pelayanan baby spa (cara reservasi, SDM terlatih, fasilitas dan tempat nyaman, pelayanan lembut dan aman) terhadap minat berkunjung ulang serta peran kepuasan orang tua pasien sebagai variabel mediator di Mili Baby Care dan Morena Baby Care Kabupaten Pasuruan. Metode: Penelitian kuantitatif observational analitik dengan pendekatan cross-sectional. Populasi adalah orang tua bayi usia 1–24 bulan yang berkunjung ke Mili Baby Care dan Morena Baby Care. Sampel berjumlah 137 responden yang diambil dengan teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji regresi linier berganda serta Uji Sobel (Sobel Test) untuk pengujian mediasi. Hasil: Hasil regresi Tahap 1 menunjukkan manajemen pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan ($R = 0,618$, $R^2 = 0,382$, $p < 0,001$). Secara parsial, cara reservasi ($p = 0,005$), SDM terlatih ($p = 0,002$), fasilitas tempat ($p = 0,011$), dan pelayanan lembut/aman ($p = 0,000$) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. Hasil regresi Tahap 2 menunjukkan manajemen pelayanan dan kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap minat kunjung ulang ($R = 0,792$, $R^2 = 0,627$, $p < 0,001$). Secara parsial, cara reservasi ($p = 0,012$), SDM terlatih ($p = 0,000$), dan kepuasan ($p = 0,000$) berpengaruh langsung signifikan terhadap minat kunjung ulang. Hasil Sobel Test membuktikan bahwa kepuasan memediasi secara signifikan hubungan antara cara reservasi ($Z = 2,48$, $p = 0,013$), SDM terlatih ($Z = 2,64$, $p = 0,008$), fasilitas tempat ($Z = 2,29$, $p = 0,022$), serta pelayanan lembut/aman ($Z = 2,61$, $p = 0,009$) terhadap minat kunjung ulang. Kesimpulan: Kualitas pelayanan baby spa berpengaruh langsung maupun tidak langsung (melalui kepuasan) terhadap minat kunjung ulang orang tua pasien. Pengelola disarankan untuk terus meningkatkan standar mutu keempat dimensi pelayanan tersebut.

Kata Kunci : *Pelayanan Baby Spa, Kepuasan Orang Tua, Minat Berkunjung Ulang, Mediasi.*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri jasa kesehatan dan perawatan bayi (*baby spa*) mengalami peningkatan yang sangat signifikan seiring dengan meningkatnya kesadaran orang tua terhadap pentingnya stimulasi tumbuh kembang anak sejak usia dini. *Baby spa* tidak hanya berfungsi sebagai sarana relaksasi, tetapi juga berperan penting dalam mendukung perkembangan motorik, sensorik, dan emosional bayi melalui kombinasi tindakan stimulasi seperti *baby gym*, *baby swim*, dan *baby massage* (Desyanti et al., 2023). Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor krusial dalam menentukan kepuasan pelanggan dan keputusan orang tua untuk melakukan

kunjungan ulang secara berkelanjutan.

Manajemen pelayanan *baby spa* yang unggul mencakup pelbagai dimensi utama, antara lain sistem reservasi yang efisien, ketersediaan sumber daya manusia (SDM) yang profesional dan terintegrasi, penyediaan fasilitas serta tempat pelayanan yang bersih dan nyaman, serta penerapan standar pelayanan yang lembut dan aman. Sistem reservasi yang terorganisir dengan baik dapat meminimalkan waktu tunggu, mengatur alur pelayanan secara optimal, serta memberikan kepastian jadwal bagi orang tua (Washilah, 2025). Di sisi lain, terapis yang terlatih dan memiliki sertifikasi kompetensi menjamin bahwa tindakan stimulasi fisik dilakukan sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) kesehatan tanpa menimbulkan cedera maupun trauma pada bayi (Makanoneng et al., 2024).

Menurut data World Health Organization (WHO), tingkat kepuasan pasien di berbagai negara bervariasi, di mana Swedia mencapai 92,37% dan Finlandia 91,92%. Namun di Indonesia, beberapa hasil studi nasional mencatat indeks kepuasan pasien masih berada pada kisaran 42,8% hingga 44,4% (Putri et al., 2024; Hayati, 2022). Angka ini masih berada di bawah Standar Pelayanan Minimal (SPM) Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yang menetapkan target kepuasan pasien di atas 95% (Meisyaroh et al., 2023).

Berdasarkan studi pendahuluan di Mili Baby Care dan Morena Baby Care Kabupaten Pasuruan, diketahui bahwa fluktuasi angka kunjungan ulang orang tua pasien masih dipengaruhi oleh beragam keluhan terkait efisiensi antrean reservasi, keramahan petugas, serta kenyamanan ruang perawatan. Kepuasan orang tua pasien diduga kuat berperan sebagai variabel mediator yang menjembatani pengaruh antara kualitas pelayanan fisik dan interaksional terhadap minat untuk berkunjung ulang secara rutin. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan *baby spa* (cara reservasi, SDM terlatih, fasilitas tempat, dan pelayanan lembut/aman) terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan orang tua pasien sebagai variabel mediator di Mili Baby Care dan Morena Baby Care Kabupaten Pasuruan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan desain *observational analitik* dan pendekatan *cross-sectional*. Penelitian dilaksanakan di Mili Baby Care dan Morena Baby Care yang berlokasi di wilayah Kabupaten Pasuruan pada tahun 2026.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang tua yang membawa bayinya (usia 1–24 bulan) untuk mendapatkan pelayanan *baby spa* di kedua lokasi tersebut, dengan rata-rata populasi selama tiga bulan sebanyak 208 bayi. Penentuan ukuran sampel minimal menggunakan rumus Lemeshow untuk populasi terhingga, diperoleh sampel sebanyak 137 responden. Teknik pengambilan sampel

menggunakan *accidental sampling*, dengan kriteria inklusi meliputi: (1) Orang tua yang membawa bayi usia 1–24 bulan; (2) Telah menyelesaikan seluruh rangkaian paket *baby spa*; (3) Bersedia menjadi responden dan menandatangani *informed consent*; serta (4) Mampu membaca dan mengisi kuesioner.

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Variabel independen terdiri dari Cara Reservasi (X1), SDM Terlatih (X2), Fasilitas dan Tempat Nyaman (X3), serta Pelayanan Lembut dan Aman (X4). Variabel mediator adalah Kepuasan Orang Tua Pasien (Z), dan variabel dependen adalah Minat Berkunjung Ulang (Y). Pengukuran menggunakan skala Likert yang dikategorikan menjadi kategori Baik (skor 76–100%) dan Cukup/Kurang (skor <76%).

Analisis data meliputi analisis univariat (distribusi frekuensi, persentase, mean, standar deviasi), analisis bivariat, serta analisis multivariat dengan Regresi Linier Berganda dua tahap. Untuk menguji peran kepuasan sebagai variabel mediator, dilakukan pengujian efek tidak langsung menggunakan *Sobel Test* dengan formula statistik:

Formula Sobel Test:

$$Z = (a \times b) / \sqrt{(b^2 \times SE_a^2 + a^2 \times SE_b^2)}$$

Keterangan: a = koefisien regresi X terhadap Z; b = koefisien regresi Z terhadap Y; SE_a & SE_b = standard error masing-masing koefisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data terhadap 137 responden di Mili Baby Care dan Morena Baby Care Kabupaten Pasuruan, diperoleh karakteristik distribusi responden sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Demografis Responden dan Bayi (n = 137)

Kategori Karakteristik	Sub-Kategori	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Usia Ibu	< 20 Tahun	5	3,6
	20 – 35 Tahun	96	70,1
	> 35 Tahun	36	26,3
Pekerjaan Ibu	Ibu Rumah Tangga (IRT)	118	86,1
	Karyawan Swasta	13	9,5
	Wiraswasta	6	4,4
	< 10 Kali	125	91,2

Jumlah Kunjungan	≥ 10 Kali	12	8,8
Jenis Kelamin Bayi	Laki-laki	61	44,5
	Perempuan	76	55,5
Usia Bayi	< 6 Bulan	61	44,5
	6 – 12 Bulan	64	46,7
	> 12 Bulan	12	8,8

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden ibu berada pada usia reproduktif sehat 20–35 tahun (70,1%), berstatus sebagai Ibu Rumah Tangga (86,1%), serta memiliki frekuensi kunjungan <10 kali (91,2%). Sebagian besar bayi berjenis kelamin perempuan (55,5%) dan berada pada rentang usia 6–12 bulan (46,7%).

Deskripsi Variabel Pelayanan, Kepuasan, dan Minat Kunjung Ulang

Hasil pengukuran terhadap variabel pelayanan baby spa, kepuasan orang tua, dan minat berkunjung ulang dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi dan Deskripsi Variabel Penelitian (n = 137)

Variabel Penelitian	Kategori	Frekuensi (f)	Persentase (%)	Mean ± SD
Cara Reservasi (X1)	Cukup	15	10,9	20,96 ± 2,13
	Baik	122	89,1	
SDM Terlatih (X2)	Cukup	1	0,7	24,58 ± 1,29
	Baik	136	99,3	
Fasilitas & Tempat (X3)	Cukup	18	13,1	21,04 ± 2,36
	Baik	119	86,9	
Pelayanan Lembut & Aman (X4)	Cukup	18	13,1	21,37 ± 2,52
	Baik	119	86,9	
Kepuasan Orang Tua (Z)	Cukup	16	11,7	83,72 ± 7,47
	Baik	121	88,3	
Minat Berkunjung Ulang (Y)	Cukup	1	0,7	48,85 ± 2,50
	Baik	136	99,3	

Data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa responden menilai kualitas sistem reservasi (89,1%), kompetensi SDM terlatih (99,3%), fasilitas tempat (86,9%), serta

pelayanan lembut/aman (86,9%) secara dominan berada pada kategori Baik. Tingkat kepuasan orang tua pasien mencapai 88,3% (kategori baik) dan minat berkunjung ulang mencapai 99,3% (kategori baik).

Pengaruh Manajemen Pelayanan terhadap Kepuasan Orang Tua (Regresi Tahap 1)

Pengujian regresi tahap pertama dilakukan untuk menganalisis pengaruh keempat dimensi pelayanan terhadap variabel mediator (Kepuasan Orang Tua). Hasil analisis disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Tahap 1 (Variabel Dependen: Kepuasan Orang Tua Pasien)

Variabel Independent	Unstandardized B	Std. Error	Beta (β)	t-statistic	p-value (Sig.)
(Constant)	2,720	11,500	-	0,236	0,813
Cara Reservasi (X1)	0,760	0,266	0,217	2,861	0,005
SDM Terlatih (X2)	1,256	0,401	0,217	3,133	0,002
Fasilitas & Tempat (X3)	0,605	0,235	0,191	2,575	0,011
Pelayanan Lembut & Aman (X4)	1,004	0,225	0,339	4,459	0,000

$R = 0,618$; $R\text{ Square} = 0,382$; $Adjusted\ R\ Square = 0,363$; $F = 20,412$ ($p < 0,001$).

Berdasarkan Tabel 3, model regresi Tahap 1 terbukti signifikan ($F = 20,412$; $p < 0,001$) dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,363. Hal ini menunjukkan bahwa 36,3% variasi kepuasan orang tua pasien mampu dijelaskan oleh empat dimensi pelayanan baby spa. Secara parsial, seluruh dimensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan ($p < 0,05$), di mana pelayanan lembut dan aman memberikan kontribusi paling dominan ($\beta = 0,339$; $t = 4,459$; $p = 0,000$).

Pengaruh Manajemen Pelayanan dan Kepuasan terhadap Minat Kunjung Ulang (Regresi Tahap 2)

Pengujian regresi tahap kedua menganalisis pengaruh dimensi pelayanan beserta variabel kepuasan terhadap Minat Berkunjung Ulang. Hasil analisis dirangkum pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Tahap 2 (Variabel Dependen: Minat Berkunjung Ulang)

Variabel Independent	Unstandardized B	Std. Error	Beta (β)	t-statistic	p-value (Sig.)
(Constant)	7,667	3,001	-	2,555	0,012
Cara Reservasi (X1)	0,182	0,071	0,155	2,550	0,012

SDM Terlatih (X2)	1,072	0,108	0,554	9,891	0,000
Fasilitas & Tempat (X3)	-0,008	0,063	-0,008	-0,127	0,899
Pelayanan Lembut & Aman (X4)	0,078	0,063	0,079	1,240	0,217
Kepuasan Orang Tua (Z)	0,114	0,023	0,340	5,006	0,000

$R = 0,792$; $R\text{ Square} = 0,627$; $Adjusted\ R\ Square = 0,613$; $F = 44,035$ ($p < 0,001$).

Tabel 4 menunjukkan bahwa model regresi Tahap 2 memiliki koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,613, yang berarti 61,3% variasi minat kunjung ulang dijelaskan oleh dimensi pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama. Secara parsial, Cara Reservasi ($p = 0,012$), SDM Terlatih ($p = 0,000$), dan Kepuasan ($p = 0,000$) berpengaruh langsung secara signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Sebaliknya, Fasilitas Tempat ($p = 0,899$) dan Pelayanan Lembut/Aman ($p = 0,217$) tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap minat berkunjung ulang secara independen.

Analisis Mediasi Kepuasan Orang Tua Pasien (Sobel Test)

Untuk membuktikan peran kepuasan orang tua pasien sebagai variabel mediator (intervening) dari pengaruh tidak langsung dimensi pelayanan terhadap minat berkunjung ulang, dilakukan kalkulasi *Sobel Test*. Ringkasan hasil uji mediasi disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Ringkasan Hasil Analisis Mediasi (Sobel Test)

Jalur Pengaruh Mediasi ($X \rightarrow Z \rightarrow Y$)	Koef a (SE)	Koef b (SE)	Z-Score	p-value	Keterangan
Cara Reservasi → Kepuasan → Minat Kunjung Ulang	0,760 (0,266)	0,114 (0,023)	2,482	0,013	Mediasi Signifikan
SDM Terlatih → Kepuasan → Minat Kunjung Ulang	1,256 (0,401)	0,114 (0,023)	2,641	0,008	Mediasi Signifikan
Fasilitas Tempat → Kepuasan → Minat Kunjung Ulang	0,605 (0,235)	0,114 (0,023)	2,289	0,022	Mediasi Signifikan
Pelayanan Lembut/Aman → Kepuasan → Minat	1,004 (0,225)	0,114 (0,023)	2,608	0,009	Mediasi Signifikan

Kunjung Ulang					
---------------	--	--	--	--	--

Hasil *Sobel Test* pada Tabel 5 membuktikan bahwa seluruh nilai $p\text{-value} < 0,05$ dengan nilai $Z\text{-score} > 1,96$. Hal ini menegaskan bahwa kepuasan orang tua pasien terbukti secara statistik berperan signifikan sebagai variabel mediator yang menyalurkan pengaruh tidak langsung dari cara reservasi, SDM terlatih, fasilitas tempat, serta pelayanan lembut dan aman terhadap minat berkunjung ulang.

Pembahasan

Pengaruh Cara Reservasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Ulang

Sistem reservasi yang efisien merupakan pintu gerbang awal interaksi pelanggan dengan penyedia layanan jasa kesehatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cara reservasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan ($p = 0,005$) dan minat berkunjung ulang ($p = 0,012$). Kemudahan pendaftaran berbasis digital (seperti layanan pesan WhatsApp dan pemesanan via media sosial) memberikan fleksibilitas waktu bagi orang tua, meminimalkan durasi antrean di tempat, serta memberikan kepastian jam perawatan. Temuan ini sejalan dengan teori Parasuraman et al. (1988) terkait dimensi *responsiveness* dan efisiensi akses, di mana kemudahan administratif awal berkontribusi positif terhadap pembentukan ekspektasi dan persepsi kualitas layanan secara menyeluruh (Washilah, 2025; Umayah et al., 2025).

Pengaruh SDM Terlatih terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Ulang

Kompetensi dan profesionalisme SDM merupakan fondasi utama dalam pelayanan kesehatan bayi. Penelitian menemukan bahwa SDM terlatih memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan ($p = 0,002$) dan pengaruh langsung sangat kuat terhadap minat berkunjung ulang ($\beta = 0,554$; $p = 0,000$). Terapis yang dibekali sertifikasi khusus dalam teknik penanganan bayi (seperti pijat bayi, stimulasi sensorik-motorik, dan penanganan kegawatdaruratan ringan) mampu membangun kepercayaan (*assurance*) serta rasa aman yang tinggi pada orang tua. Orang tua merasa sangat yakin menyerahkan perawatan fisik bayinya kepada tenaga profesional yang komunikatif dan terampil. Hasil ini sejalan dengan penelitian Makanoneng et al. (2024) yang menyatakan bahwa kualitas SDM kesehatan berpengaruh langsung terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Pengaruh Fasilitas Tempat dan Pelayanan Lembut/Aman

Fasilitas tempat yang bersih, nyaman, ber-AC, ramah anak, serta dilengkapi peralatan medis/spa yang higienis terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan orang tua ($p = 0,011$). Demikian pula, pendekatan pelayanan yang lembut dan mengutamakan keselamatan bayi berpengaruh sangat kuat terhadap kepuasan

($p = 0,000$). Bayi yang dipijat dengan teknik lembut dan diajak berenang pada air hangat ber-suhu teratur menunjukkan respons rileks dan tenang, yang secara emosional memuaskan harapan orang tua.

Menariknya, pada analisis Regresi Tahap 2, fasilitas tempat ($p = 0,899$) dan pelayanan lembut/aman ($p = 0,217$) tidak menunjukkan pengaruh langsung secara signifikan terhadap minat kunjung ulang jika kepuasan dimasukkan dalam model. Namun, hasil *Sobel Test* membuktikan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh secara tidak langsung melalui kepuasan ($p < 0,05$). Hal ini berarti fasilitas dan standar pelayanan yang aman tidak secara otomatis membuat pelanggan datang kembali tanpa adanya rasa puas menyeluruh dari orang tua. Kepuasan merupakan prasyarat mutlak (mediator sempurna/parsial) yang mengubah persepsi atas fasilitas dan kenyamanan menjadi komitmen perilaku berkunjung ulang.

Peran Mediasi Kepuasan Orang Tua Pasien

Pengujian mediasi mengonfirmasi bahwa kepuasan berfungsi sebagai jembatan krusial. Ketika orang tua merasa bahwa ekspektasi mereka terhadap aspek teknis, fasilitas, dan interaksi terapis terpenuhi, rasa puas yang mendalam akan membentuk sikap loyal. Sikap loyal inilah yang mendorong niat kuat untuk menjadwalkan kembali perawatan rutin bayi mereka di tempat yang sama. Sebagaimana dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), kepuasan merupakan evaluator emosional yang mengonversi persepsi mutu layanan menjadi tindakan kunjungan berulang serta rekomendasi positif dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama, yaitu sistem reservasi, kompetensi SDM terlatih, fasilitas tempat, serta pelayanan lembut dan aman di Mili Baby Care dan Morena Baby Care Kabupaten Pasuruan sebagian besar dinilai berada dalam kategori Baik. Tingkat kepuasan orang tua pasien dan minat berkunjung ulang sebagian besar berada pada kategori sangat tinggi/baik. Secara simultan maupun parsial, sistem reservasi, SDM terlatih, fasilitas tempat, dan pelayanan lembut/aman berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan orang tua pasien. Secara simultan, seluruh dimensi pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Secara parsial, cara reservasi, SDM terlatih, dan kepuasan berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung ulang. Kepuasan orang tua pasien terbukti secara signifikan memediasi (menjadi variabel mediator) pengaruh tidak langsung antara cara reservasi, SDM terlatih, fasilitas tempat, dan pelayanan lembut/aman terhadap minat berkunjung ulang di Mili Baby Care dan Morena Baby Care Kabupaten Pasuruan..

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Z. (2020). *Pengantar Hukum Kesehatan Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Desyanti, D., et al. (2023). Manfaat dan Manajemen Pelayanan Baby Spa terhadap Stimulasi Tumbuh Kembang Bayi. *Jurnal Kebidanan dan Kesehatan Masyarakat*, 8(1), 12-25.
- Fauziah, N., et al. (2024). Evaluasi dan Monitoring Pelayanan Kesehatan Anak pada Fasilitas Swasta. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 12(1), 45-56.
- Hayati, R. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pasien terhadap Layanan Kesehatan di Indonesia. *Jurnal Administrasi Kesehatan Masyarakat*, 6(2), 89-98.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Makanoneng, S., et al. (2024). Pengaruh Kompetensi dan Pelatihan SDM Terhadap Kualitas Pelayanan Klinik Kesehatan. *Jurnal Sumber Daya Manusia Kesehatan*, 5(1), 34-42.
- Meisyaroh, S., et al. (2023). Standardisasi Pelayanan Minimal dan Kepuasan Pasien Fasilitas Kesehatan. *Jurnal Mutu Pelayanan Kesehatan*, 10(2), 101-110.
- Nursalam. (2016). *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis* (Edisi 4). Jakarta: Salemba Medika.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4), 33-44.
- 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.
- Purba, H., et al. (2024). Pengaruh Fasilitas Fisik dan kenyamanan Lingkungan terhadap Kepuasan Pasien. *Jurnal Fasilitas dan Lingkungan Kesehatan*, 3(2), 77-88.
- Putri, A., et al. (2024). Gambaran Kepuasan Pasien pada Pelayanan Ibu dan Anak di Indonesia. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 19(1), 15-24.
- Samudra, R., et al. (2024). Perkembangan Layanan Baby Spa dan Tren Stimulasi Dini di Indonesia. *Jurnal Perkembangan Anak dan Kesehatan*, 7(2), 112-120.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umayah, S., et al. (2025). Efektivitas Reservasi Digital WhatsApp dan Instagram

dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Baby Spa. *Jurnal Teknologi dan Jasa Kesehatan*, 4(1), 22-31.

Washilah, N. (2025). Peran Sistem Booking Online dalam Efisiensi Alur Pelayanan Klinik Mandiri. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, 11(1), 60-69.