

**Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit:  
Literature Review***Analysis of the effect of customer value on patient satisfaction in hospitals: Literature Review*Yonathan Ardhana Christanto<sup>1\*</sup>, Naili Farida<sup>2</sup>, Septo Pawelas Arso<sup>3</sup><sup>1,2,3</sup>Magister Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Diponegoro\*Korespondensi Penulis : [dr.yonathanardhana@gmail.com](mailto:dr.yonathanardhana@gmail.com)**Abstrak**

**Latar belakang:** Untuk meningkatkan nilai pelanggan diperlukan adanya kepuasan pasien. Angka kepuasan pasien pada tahun 2020 di Kenya 40,4 %, di India 34,4 % dan di Indonesia 42,8% dimana angka kepuasan di Indonesia maupun di luar negeri masih tergolong rendah.

**Tujuan:** Untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien di rumah sakit menggunakan literature review.

**Metode:** Pencarian literatur ini menggunakan 5 (Lima) data base online dan dalam pencarian artikel penelitian ini menggunakan metode PRISMA. Pembatasan tahun artikel terkait yaitu 10 tahun terakhir diantara tahun 2013 sampai dengan tahun 2023.

**Hasil:** Nilai pelanggan merupakan persepsi pelanggan tentang keseimbangan manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan suatu manfaat. Dimensi pelanggan terdiri dari 4 aspek utama yakni emotional value atau nilai emosional, performance value atau nilai kualitas, price value atau nilai harga. Menurut Lailatul Maghfiroh (2017) menyebutkan hasil penelitiannya menyebutkan bahwa gambaran Customer Perceived Value (CPV) di RSUD Dr. Soedono Madiun sebagian besar mempunyai CPV tinggi dan 45% diantaranya CPV sedang dan rendah. Besarnya pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di poliklinik Santosa Hospital Bandung Central sebesar 50,6%. Nilai pelanggan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pasien dengan menggunakan metode SEM-PLS nilai signifikansi 0,01 dan nilai koefisien determinasi  $R^2 = 0,47$  yang menunjukkan bahwa kepuasan pasien sebesar 47% dapat dipengaruhi oleh variasi nilai pelanggan sedangkan sisanya 53% dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Semakin tinggi nilai pelanggan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang akan dirasakan.

**Kesimpulan:** Nilai pelanggan berpengaruh secara signifikan dengan kepuasan pasien rumah sakit namun kepuasan pasien juga berpengaruh dengan faktor lain seperti kualitas pelayanan dan loyalitas pasien. Diharapkan rumah sakit dapat meningkatkan kepuasan pasien dengan meningkatkan mutu pelayanan dan meningkatkan nilai bagi pelanggan dengan cara memberikan hal-hal positif bagi pasien.

**Kata Kunci:** Nilai Pelanggan; Kepuasan Pasien.; Rumah Sakit;

**Abstract**

**Introduction:** To increase customer value, patient satisfaction is needed. The patient satisfaction rate in 2020 in Kenya was 40.4%, in India 34.4% and in Indonesia 42.8% where the satisfaction rate in Indonesia and abroad was still relatively low.

**Objective:** To analyze the effect of customer value on patient satisfaction in hospitals using literature review.

**Method:** This literature search uses 5 (Five) online data bases and in searching for this research article using the PRISMA method. The year restriction for related articles is the last 10 years between 2013 and 2023.

**Result:** Customer value is the customer's perception of the balance of benefits received with sacrifices made to obtain a benefit. The customer dimension consists of 4 main aspects, namely emotional value, performance value, and price value. According to Lailatul Maghfiroh (2017), the results of his research stated that the picture of Customer Perceived Value (CPV) at Dr. Soedono Madiun Hospital mostly has high CPV and 45% of them are medium and low CPV. The magnitude of the influence of customer value on outpatient satisfaction at Santosa Hospital Bandung Central Polyclinic is 50.6%. Customer value has a direct influence on patient satisfaction using the SEM-PLS method, a significance value of 0.01 and a coefficient of determination value of  $R^2 = 0.47$  which shows that patient satisfaction of 47% can be influenced by variations in customer values while the remaining 53% can be influenced by other variables that are not studied. The higher the customer value, the higher the level of satisfaction that will be felt.

**Conclusion:** Customer value has a significant effect on hospital patient satisfaction but patient satisfaction also affects other factors such as service quality and patient loyalty. It is expected that the hospital can increase patient satisfaction by improving the quality of service and increasing value for customers by providing positive things for patients.

**Keywords:** Customer Value; patient satisfaction.; Hospital;

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk terbesar peringkat keempat di dunia dimana persaingan bisnis sangat dibutuhkan untuk peningkatan kualitas hidup manusia (1). Bisnis rumah sakit di Indonesia merupakan bisnis yang berkembang sangat pesat dalam dekade terakhir ini dimana rumah sakit harus bertahan dan bertumbuh ditengah persaingan yang banyak dengan memiliki pelayanan kesehatan yang wajib mengikuti *trend* dan memiliki kemampuan menganalisis setiap perubahan yang terjadi (2). *Trend* pelayanan kesehatan saat ini salah satunya dengan meningkatkan teknologi informasi dan komunikasi agar dapat memudahkan pelanggan dalam mendapatkan pelayanan kesehatan yang baik di rumah sakit yang ada di Indonesia (3).

Rumah sakit merupakan institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna dimana sifat dasar dari rumah sakit adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasien maupun pelanggan yang sedang menunggu penyelesaian masalah kesehatannya di rumah sakit (4). Rumah sakit bagian terpenting di dunia kesehatan dikarenakan rumah sakit memiliki berbagai jenis pelayanan kesehatan yang dapat mendukung kesehatan para pelanggannya dan juga rumah sakit di Indonesia memiliki klasifikasi tersendiri sesuai dengan tugas, kelas serta cakupan wilayah kerjanya dalam melayani pelayanan kesehatan sehingga pelanggan dapat memilih pelayanan kesehatan yang sesuai dengan keinginan (5).

Pelanggan merupakan bagian dari pasien yang tentunya pihak rumah sakit harus memberikan pelayanan terbaik untuk mendapatkan kepuasan dari pasien (6). Pasien juga merupakan pelanggan rumah sakit yang mencari atau menerima perawatan dan juga dapat memberikan nilai pelanggan untuk kemanjuran rumah sakit (7).

Nilai pelanggan adalah penilaian yang didapatkan dari pelanggan secara menyeluruh terhadap kegunaan suatu produk berdasarkan pada pemikiran terkait apa yang diterima dengan yang diberikan sehingga dapat menimbulkan perbandingan antara manfaat yang dirasakan dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan (8). Nilai pelanggan juga merupakan suatu konsep utama dalam suatu pemasaran dikarenakan dalam pemasaran mementingkan hubungan antara nilai dengan faktor lain seperti kepuasan serta loyalitas (9).

Konsep nilai pelanggan mencakup beberapa komponen yakni kualitas produk (barang/jasa), harga, kinerja (*performance*), persepsi, hubungan dengan pelanggan (*customer relationship*) (10). Untuk meningkatkan nilai pelanggan diperlukan adanya kepuasan pelanggan sehingga semakin baik penilaian pelanggan akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan maupun kepuasan pasien (11).

Kepuasan pasien merupakan perasaan senang dan kecewa pasien sebagai hasil perbandingan antara prestasi yang dirasakan dengan harapan sehingga pasien akan puas apabila mendapatkan pelayanan yang sama atau melampaui harapan pasien (6). Kepuasan pasien juga merupakan keluaran "*Outcome*" dari layanan kesehatan untuk meningkatkan mutu layanan kesehatan dimana kepuasan pasien juga dapat disebut sebagai suatu tingkat perasaan pasien yang timbul akibat dari suatu kinerja layanan kesehatan yang didapatkannya setelah pasien membandingkan dengan apa yang diharapkannya (12). Kepuasan pasien dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) (13).

Menurut data kemenkes RI pada tahun 2018 sekitar 60% rumah sakit di Indonesia belum menerapkan standar pelayanan yang mampu diterima dan dijangkau oleh masyarakat sehingga dapat menyebabkan kepuasan pasien di rumah sakit berkurang (12). Menurut Riszeki,dkk (2021) menyebtkan bahwa angka kepuasan pasien pada tahun 2020 di Kenya 40,4 %, di India 34,4 % dan di Indonesia 42,8% dimana angka kepuasan di Indonesia maupun di luar negeri masih tergolong rendah (14). Menurut data WHO tahun 2021 hanya 20% penduduk mengatakan puas dengan sistem perawatan kesehatan mereka termasuk di Indonesia 67% pasien masih mengeluhkan ketidakpuasan dalam menerima pelayanan kesehatan (15). Penelitian yang dilakukan oleh Nia dan Bintang (2023) menyebutkan bahwa 63,4% dari penilaian pelanggan merasa puas sedangkan 36,6% dari penilaian pelanggan merasa tidak puas terhadap rumah sakit (16).

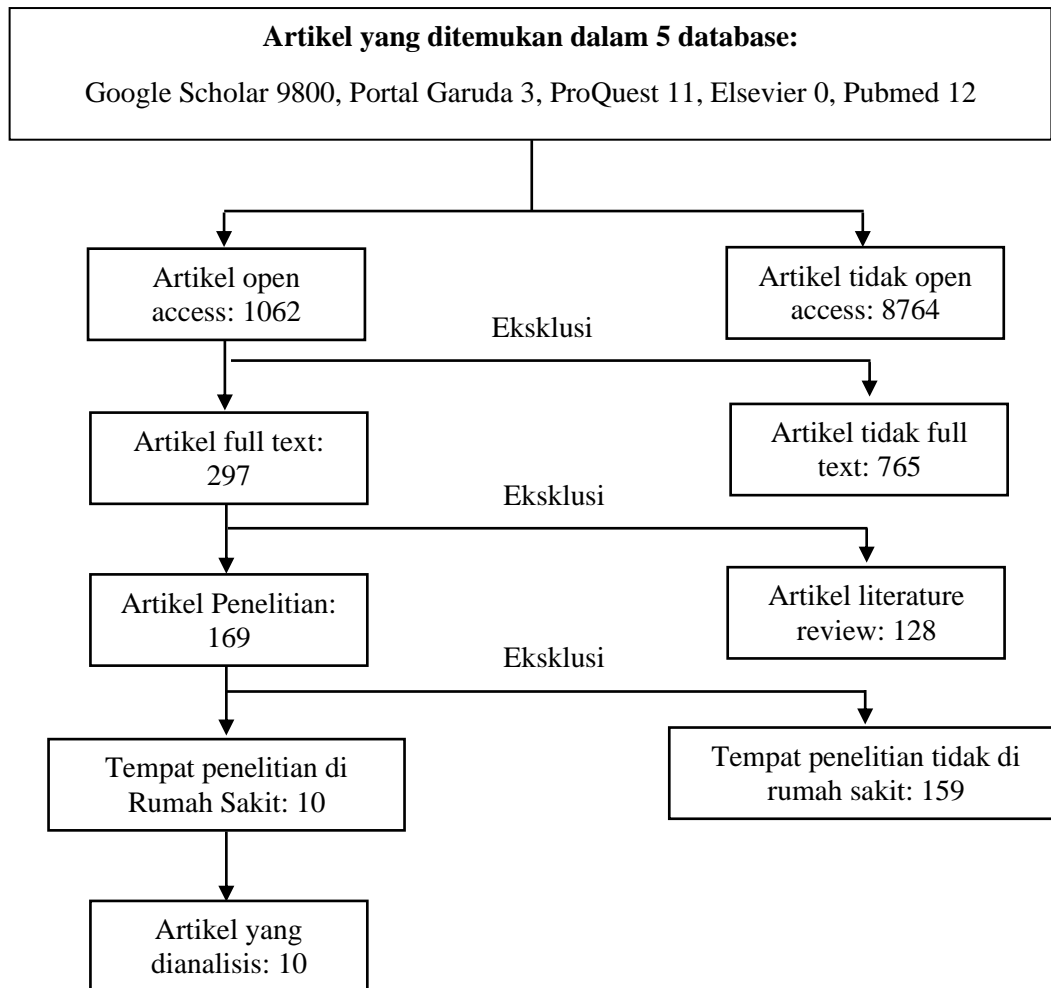
Berdasarkan latar belakang diatas peneliti bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien di rumah sakit menggunakan literature review.

## METODE

Pencarian literatur ini menggunakan 5 (Lima) data base online yaitu: Google Scholar, Portal Garuda, Proquest, Elsevier, dan PubMed. Kriteria dalam pemilihan *literature review* ini dilakukan dengan menentukan kata kunci "Nilai Pelanggan AND Kepuasan Pasien", "Rumah Sakit AND Indonesia". Kemudian dilakukan pembatasan tahun artikel terkait yaitu 10 tahun terakhir diantara tahun 2013 sampai dengan tahun 2023.

Pada pemilihan dan pencarian artikel penelitian ini menggunakan metode PRISMA. Artikel yang digunakan pada penulis sebelumnya sebanyak 9.826 dan dilakukan seleksi terhadap judul artikel yang sesuai dengan permasalahan dan ditemukan 1.062 jurnal yang dapat di akses, dilakukan penyeleksian kembali terhadap artikel yang full text dan merupakan artikel penelitian ditemukan sebanyak 297. Kemudian di seleksi kembali dan mengambil artikel penelitian sehingga didapatkan 169 artikel dan dilanjutkan dengan penyeleksian artikel dengan

tempat penelitian di rumah sakit sebanyak 10 artikel yang akan dilakukan studi literature. Proses penyeleksian tersebut dapat dilihat pada gambar prisma dibawah ini.



Gambar 1. Diagram Alir Pencarian dan Pemilihan Artikel PRISMA

**HASIL**

Penelitian ini menemukan 12 artikel penelitian yang relevan berdasarkan pemilihan artikel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Artikel Yang Diteliti

No.	Judul	Tahun	Metopen	Hasil
1.	Analisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien (17)	2019	Penelitian kuantitatif menggunakan uji regresi linear	Nilai koefisien regresi sebesar 0,250 dengan arah positif serta nilai t hitung sebesar 2,539 dan nilai Sig 0,013 sehingga penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara positif antara nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen.
2.	Pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas (18)	2020	Penelitian ini menggunakan penelitian strategi asosiatif	Nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pasien dengan nilai Sig. 0,000. Dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pasien dengan nilai Sig. 0,000.
3.	Kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan dan kepuasan pasien pada RSUD Raja Tombolotutu (19)	2021	Jenis penelitian kuantitatif	Terdapat pengaruh antara nilai pelanggan dengan kepuasan pasien RSUD Raja Tombolotutu dengan nilai Sig. 0,000.
4.	Determinan kepuasan pasien dengan metode SEM-PLS : pengaruh waktu tunggu dan nilai pelanggan melalui pelayanan prima	2022	Penelitian explanatory research dengan analisis yang digunakan	Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan antara waktu tunggu, nilai pelanggan, dan pelayanan prima terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit "X" di Kota Pekanbaru.

			<i>Partial Least Square (PLS)</i>	
	dan kewajaran harga pada rumah sakit swasta “X” di kota pekanbaru (20)			
5.	Pengaruh Kualitas Jasa Dan Nilai Pelanggan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan Pasien Di Poli Umum Di RSISA Semarang (21)	2016	Penelitian explanatory dengan pendekatan waktu <i>cross sectional</i> metode analitik kuantitatif	Terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien dengan nilai koefisien path sebesar 0,363720, taraf signifikansi 5% ( $t = 1.96$ ), dan $t$ -statistic 2,291789. Sehingga semakin tinggi nilai pelanggan yang didapat pasien, maka meningkat pula kepuasan pasien.
6.	Pengaruh Brand Image, Customer Perceived Value, Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pasien (22)	2017	Jenis penelitian observasional analitik menggunakan desain <i>cross sectional</i>	Berdasarkan hasil uji menunjukkan terdapat pengaruh antara <i>Customer perceived value</i> terhadap kepuasan pasien dengan nilai signifikansi ( $p=0,000$ )
7.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nilai Pelanggan Dan Implikasinya Pada Kepuasan Pasien Poliklinik Sntosa Hospital Bandung Central (23)	2015	Analisis deskriptif dan verifikatif dan menggunakan analisis data analisis jalur	Nilai pelanggan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien sebesar 50.69%, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien melalui nilai pelanggan adalah sebesar 67.72%.
8.	Analisis Pengaruh Langsung Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Word Of Mouth Serta Pengaruh Tidak Langsung Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Pada RS Marzuki Mahdi Bogor) (24)	2015	Metode analisis kuantitatif dengan analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	Persepsi nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ .
9.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (25)	2016	Teknik analisis Partial Least Square (PLS) disertai dengan pengujian hipotesis	Nilai pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,461 dan nilai $p$ -value sebesar 0,000 ( $p$ -value $< 0,05$ ) serta nilai $t$ -hitung sebesar 4,416 (nilai $t$ -hitung $> 1,96$ )
10.	Pengaruh Kualitas Layanan, Citra, Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pasien Rawat Jalan RSUD Bendan Pekalongan) (26)	2018	Penelitian kuantitatif menggunakan uji regresi linear	Terdapat pengaruh yang positif antara variabel kualitas layanan, citra, nilai Pelanggan dan kepercayaan terhadap Variabel kepuasan konsumen.

## PEMBAHASAN

Nilai pelanggan merupakan persepsi pelanggan tentang keseimbangan manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan suatu manfaat. Dimensi pelanggan terdiri dari 4 aspek utama yakni emotional value atau nilai emosional dimana utilitas berasal dari perasaan atau emosi yang dihasilkan dari pemakaian suatu jasa pelayanan, social value atau nilai sosial yakni utilitas yang didapatkan dari kemampuan suatu produk maupun jasa agar dapat meningkatkan konsep diri-sosial pelanggan, performance value atau nilai kualitas dilihat dari produk maupun jasa dikarenakan reduksi biaya jangka pendek dan jangka Panjang, serta price value atau nilai harga dimana utilitas yang didapatkan persepsi dari kinerja yang diharapkan dari suatu produk maupun jasa yang diharapkan (27). Nilai pelanggan dan kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seseorang pelanggan, pada dasarnya kepuasan pelanggan menjadi keuntungan bagi rumah sakit namun kekecewaan pelanggan menjadikan kehancuran bagi rumah sakit dimasa mendatang (28).

Menurut Lailatul Maghfiroh (2017) menyebutkan bahwa kepuasan pasien menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam meningkatkan mutu pelayanan rumah sakit dimana didalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa

gambaran *Customer Perceived Value (CPV)* di RSUD Dr. Soedono Madiun sebagian besar mempunyai CPV tinggi dan 45% diantaranya CPV sedang dan rendah sehingga nilai pelanggan merupakan faktor pemediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan serta perlu adanya peningkatan nilai pelanggan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di rumah sakit (22). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alif, dkk (2020) dimana nilai pelanggan memiliki kontribusi pengaruh terhadap loyalitas pasien sebesar 20,52% dan kepuasan pelanggan memiliki kontribusi pengaruh terhadap loyalitas pasien sebesar 17,98%. Dengan adanya nilai pelanggan yang semakin baik maka akan menciptakan loyalitas pelanggan serta kepuasan pelanggan sangat penting bagi pemasaran karena akan mendorong pembelian ulang dan data mempengaruhi perilaku pembelian yang akan membentuk kecenderungan bahwa pelanggan yang puas akan loyal terhadap rumah sakit sehingga semakin tinggi kepuasan pasien akan meningkatkan pula loyalitas pasien di rumah sakit (18).

Besarnya pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di poliklinik Santosa Hospital Bandung Central sebesar 50,6% dimana nilai pelanggan pada penelitian ini dibagi menjadi 4 dimensi yakni manfaat produk/jasa, manfaat pelayanan, manfaat SDM dan manfaat citra yang diinterpretasikan dalam kriteria baik sehingga nilai pelanggan mempunyai kontribusi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan (23). Hal ini sejalan dengan penelitian Ida Farida (2018) menyebutkan bahwa nilai pelanggan dapat dilihat dari dua hal yakni biaya dan manfaat. Manfaat yang dirasakan oleh setiap pasien akan berbeda-beda sehingga apabila manfaat yang diterima lebih besar dari biaya maka akan terciptanya nilai pelanggan yang tinggi (*superior customer value*) sedangkan apabila manfaat yang diterima lebih kecil dari biaya maka akan terciptanya nilai konsumen yang rendah (*inferior customer value*) (26).

Nilai pelanggan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pasien dimana hasil perhitungan dengan menggunakan metode SEM-PLS pada rumah sakit swasta "X" di kota Pekanbaru sebesar 0,68 ( $\beta=0,68$ ), nilai signifikansi 0,01 dan nilai koefisien determinasi  $R^2=0,47$  yang menunjukkan bahwa kepuasan pasien sebesar 47% dapat dipengaruhi oleh variasi nilai pelanggan sedangkan sisanya 53% dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti (20). Sejalan dengan penelitian Dimas dan Imroatul (2019) menyebutkan nilai koefisien regresi sebesar 0,250 dengan arah positif dengan nilai  $t$  hitung 2,539 dan nilai signifikansi 0,013 dimana menyebutkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pasien yang diterima oleh hasil penelitian empiris serta kualitas pelayanan, fasilitas, dan nilai pelanggan juga berpengaruh terhadap kepuasan pasien di rumah sakit PKU Muhammadiyah Gombong baik sebagian maupun bersamaan atau bersama-sama dengan kontribusi sebesar 61,2% dan sisanya 38,8% kepuasan pasien dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini (17).

Menurut penelitian Magfira, dkk (2021) menyebutkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pasien namun beberapa pasien masih beranggapan RSUD Raja Tombolotutu Tinombo tidak sebagus apa yang mereka harapkan dimana pihak manajemen rumah sakit wajib meningkatkan nilai bagi pelanggan dengan cara memberikan hal-hal positif bagi pasien sehingga pasien merasa ada manfaatnya yang dapat dirasakan. Ketika berobat ke RSUD Raja Tombolotutu (19). Menurut M. Rizky dan Harry (2015) menyatakan nilai pelanggan juga secara positif dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dimana jika ada kesesuaian antara harapan pasien dengan apa yang ia lihat maka akan semakin tinggi kepuasan yang akan dirasakan sehingga manajemen rumah sakit wajib meningkatkan nilai pelanggan untuk dapat meningkatkan kepuasan pasien (24). Selain itu, nilai yang diterima pasien dapat mengarahkan perasaan kepuasan secara keseluruhan dan pasien dapat membentuk harapan dari nilai lebih suatu kinerja pelayanan serta bertindak berdasarkan besarnya manfaat yang diberikan dengan dibatasi pada harga, waktu tenaga dan biaya psikologis sehingga semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan pasien poli umum RSISA maka akan semakin tinggi pula kepuasan pasien (21).

## KESIMPULAN

Nilai pelanggan berpengaruh secara signifikan dengan kepuasan pasien rumah sakit namun kepuasan pasien juga berpengaruh dengan faktor lain seperti kualitas pelayanan dan loyalitas pasien. Namun rumah sakit diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pasien dengan meningkatkan mutu pelayanan dan meningkatkan nilai bagi pelanggan dengan cara memberikan hal-hal positif bagi pasien.

## SARAN

Penelitian ini merekomendasikan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat mereview kembali artikel yang berkaitan dengan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pasien.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Enno Selya Agustina, Ariani RS, Hasnadewi N. Analisis Upaya Penegakan Hukum Terhadap Tindakan Kemitraan Dalam Perspektif Persaingan Usaha Tidak Sehat. *J Stud Leg J Ilmu Huk.* 2023;4(5):14–20.
2. Widadi RHS, Wadji F. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Loyalitas Pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit

- Jiwa Daerah Dr R.M. Soedjarwadi. *Daya Saing J Ekon Manaj Sumber Daya*. 2015;17(1):28–37.
3. Asyari DP. Tren Penggunaan Telemedicine Sebagai Solusi Awal Pelayanan Kesehatan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *JUKEJ J Kesehat Jompa*. 2022;1(1):84–8.
  4. Listiyono RA. Studi Deskriptif Tentang Kuaitas Pelayanan di Rumah Sakit Umum Dr. Wahidin Sudiro Husodo Kota Mojokerto Pasca Menjadi Rumah Sakit Tipe B. *J Kebijak dan Manaj Publik*. 2015;1(1):2–7.
  5. Badar M, Hajrah. Manajemen Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah Batara Siang Kabupate Pangkep. *Univ Pejuang Republik Indones*. 2022;1(1):248–53.
  6. Pangerapan DT, I OEL, Palandeng, Ratu AJM. Hubungan Antara Mutu Pelayanan Dengan Kepuasan Pasien Di Poliklinik Penyakit Dalam Rumah Sakit Umum GMIM Pancaran Kasih Manado. *JKK (Jurnal Kedokt Klin*. 2018;2(1):9–18.
  7. Mustika D, Sari K. Kepuasan pasien terhadap layanan rawat inap RSUD Jagakarsa tahun 2017/2018. *J Adm Rumah Sakit Indones* [Internet]. 2019;5(3):147–52. Available from: <http://journal.fkm.ui.ac.id/arsip/article/view/2950>
  8. Purwihartuti K, Amalia B. Nilai Pelanggan Sebagai Hasil Dari Kualitas Pelayanan Survey terhadap Pelanggan Restoran Nobu Sushi dan Ramen. *Ind Res Work Natl Semin*. 2019;42(4):1.
  9. Arfifahani D. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Concordia Executive Lounge Terminal A Bandara International Adisutjipto Yogyakarta). *J Ekobis Dewantara*. 2018;1(3):42–7.
  10. Wijanarko KS. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Menggunakan Samrtphone Samsung. *J Katalogis*. 2017;Vol. 2 No.:38.
  11. Husain W, Taan H, Niode IY. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Az- Zahra Kota Gorontalo. *J Ilm Manaj Dan Bisnis*. 2023;5(3):894–901.
  12. Soumokil Y, Syafar M, Yusuf A. Analisis Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Umum Daerah Piru. *J Ilm Kesehat Sandi Husada*. 2021;10(2):543–51.
  13. Akmaliah G, Budhiana J. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak (KIA) di Puskesmas Baros Kota Sukabumi. *JurnalStikesmi.ac.id* [Internet]. 2018;1(1):1–12. Available from: [https://jurnal.stikesmi.ac.id/file.php?file=preview\\_dosen&id=568&cd=0b2173ff6ad6a6fb09c95f6d50001df6&name=Johan Budhiana - Kepuasan Pasien.pdf](https://jurnal.stikesmi.ac.id/file.php?file=preview_dosen&id=568&cd=0b2173ff6ad6a6fb09c95f6d50001df6&name=Johan Budhiana - Kepuasan Pasien.pdf)
  14. Fitria R, Zakiyah A, Sudarsih S. Kualitas Pelayanan Kesehatan Dengan Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Puskesmas Lespadangan. 2021;1–13. Available from: [https://repositori.stikesppni.ac.id/bitstream/handle/123456789/276/MANUSKRIP\\_RISZEKI\\_FITRIA\\_PDF\\_FIKS.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositori.stikesppni.ac.id/bitstream/handle/123456789/276/MANUSKRIP_RISZEKI_FITRIA_PDF_FIKS.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
  15. Selfanay M, Pajung CB, Suarjana IW. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsd Cendrawasi Dobo Kabupaten Kepulauan Aru. *J Kesehat Masy UNIMA*. 2021;02(03):47–52.
  16. Murniati N, Syafira BN. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*. *J Adm Bisnis*. 2022;2(3):412–23.
  17. Siswanto D, Khasanah I. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Pasien Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Pku Muhammadiyah Gombang). Diponegoro *J Manag* [Internet]. 2019;8(1):38–46. Available from: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
  18. Adiyatma A, Dr. Engkur, SIP. M. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas (Studi Kasus pada Pasien RSUD. Persahabatan). *Sekol Tinggi Ilu Ekon Indones*. 2020;1–19.
  19. Magfira, Zahra Z, Ponirin. Kualitas Pelayanan Terhadap Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pasien Pada RSUD Raja Tombolotutu. *J Ilmu Manaj Univ Tadulako*. 2021;7(1):039–46.
  20. Sari DM, Daihani DU, Astuti P. Determinan Kepuasan Pasien dengan Metode SEM-PLS: Pengaruh Waktu Tunggu dan Nilai Pelanggan melalui Pelayanan Prima dan Kewajaran Harga pada Rumah Sakit Swasta “X” di Kota Pekanbaru. *J Tek Ind*. 2022;12(1):91–9.
  21. Kusniati R, Farida N, Sudiro S. Pengaruh Kualitas Jasa Dan Nilai Pelanggan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan Pasien Di Poli Umum Di RSISA Semarang. *J Manaj Kesehat Indones*. 2016;4(2):91–7.
  22. Maghfiroh L. Pengaruh Brand Image, Customer Perceived Value, Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pasien. *J Penelit Kesehat Suara Forikes*. 2017;VIII(4):1–7.
  23. Napitupulu LL. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan dan implikasinya pada kepuasan. *Progr Magister Manaj Fak Pascasarj Univ Pas*. 2015;1–24.
  24. Perdana MRP, Soesanto H. Analisis Pengaruh Langsung Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai Pelanggan

- Terhadap Word Of Mouth Serta Pengaruh Tidak Langsung Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Pada RS Marzuki Mahdi Bogor). *Diponegoro J Manag* [Internet]. 2015;5:1–10. Available from: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
25. Kanthi YA, Suharyono, Kumadji S. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *PROFIT J Adm Bisnis Univ Brawijaya*. 2016;10(1):1–12.
  26. Farida I. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra, Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pasien Rawat Jalan RSUD Bendan Pekalongan). Universitas Negeri Semarang; 2018.
  27. Paputungan T, Tamengkel LF, Punuindong AY. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Kotamobagu. *Productivity*. 2022;3(2):181–6.
  28. T S, Raheni C, Mandala Putra S, Nyoman Lilik N. The Influence of Customer Value and Service Quality on Customers Satisfaction in Makeup Services. *J Sinar Manaj*. 2022;09(2):272–7.