

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, HARGA, KEPERCAYAAN & *PRODUCT KNOWLEDGE* TERHADAP KEPUASAN PASIEN
(Studi Kasus di Klinik Rumah Sehat Herbal Center)

Nurul Fathiyah Urfa¹, Meita Pragiwani²

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ² Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
Email : urfafathiyah@gmail.com¹, meita_pragiwani@stei.ac.id ²

Abstract

This study aims to test the effect of quality of service, facilities, pricing, trust, and product knowledge on patient satisfaction at the Sehat Herbal Center Clinic (RSHC). The research uses associative-causal (causality) quantitative approach. The analytical technique used in this study is Structural Equation Modeling (SEM) with a Partial Least Squares (PLS) approach. The population for this study consists of all patients visiting the Sehat Herbal Center Clinic (RSHC). The sample was determined using a Nonprobability Sampling method, with a sample size of 100 patient. The data used in this study is primer data. Data collection was conducted using an online questionnaire via Google Forms. Hypothesis testing was performed using path coefficient tests, T-Statistics, and P-Values. The results of the study indicate that service quality does not affect patient satisfaction, facilities do affect patient satisfaction, pricing does not affect patient satisfaction, trust does affect patient satisfaction, and product knowledge also affects patient satisfaction.

Keywords: *Service Quality; Facilities; Pricing; Trust; Product Knowledge; Patient Satisfaction.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga, kepercayaan, dan product knowledge terhadap kepuasan pasien pada Klinik Sehat Herbal Center (RSHC). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif – sebab akibat (kausalitas) pendekatan kuantitatif. Teknis analisis pada penelitian ini menggunakan SEM (Structural Equation Modelling) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pasien yang berkunjung ke Klinik Sehat Herbal Center (RSHC). Sampel ditentukan berdasarkan metode Nonprobability Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner online melalui google form. Pengujian hipotesis menggunakan uji path coefficient, T Statistics dan P-Value. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien, Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien, Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien, kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pasien dan product knowledge juga berpengaruh terhadap kepuasan pasien

Kata kunci : Kualitas Pelayanan; Fasilitas; Harga; Kepercayaan; Product Knowledge; Kepuasan Pasien

Corresponding author : urfafathiyah@gmail.com¹

PENDAHULUAN

Pelayanan Kesehatan tradisional integrasi adalah suatu bentuk pelayanan kesehatan yang mengkombinasikan pelayanan kesehatan konvensional dengan pelayanan kesehatan tradisional komplementer, baik bersifat sebagai pelengkap maupun pengganti dalam keadaan tertentu (KEMENKES, 2017).

Dunia kesehatan telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam pelayanan kesehatan tradisional integrasi. Lembaga kesehatan konvensional semakin menerima dan mengakui metode pengobatan seperti akupunktur, bekam, terapi herbal, dan terapi nutrisi. Banyak dokter dan fasilitas kesehatan sekarang menambahkan bagian dari pengobatan tradisional integrasi ke dalam metode perawatan mereka. Mereka menyadari manfaat tambahan yang dapat ditawarkan oleh pendekatan holistik ini dalam mendukung proses penyembuhan dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. (DINKES, 2023).

Selain itu, pengobatan tradisional integrasi semakin populer di Indonesia karena kesadaran masyarakat tentang mengurangi ketergantungan pada obat-obatan kimia, keinginan untuk menjalani gaya hidup yang lebih sehat, dan keinginan untuk pendekatan kesehatan yang lebih menyeluruh (Putro, 2018). Metode pengobatan seperti penggunaan jamu, terapi pijat, akupunktur, dan terapi refleksi kaki menarik banyak orang untuk mulai menggunakan obat tradisional saat sakit. (Ardiansyah, 2022).

Menurut survei dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, popularitas pengobatan tradisional integrasi juga terlihat. Penduduk Indonesia yang berobat ke praktik alternatif atau tradisional dari 2013 hingga 2017 menunjukkan bahwa sejak 2015 hingga 2017,

orang Indonesia mulai tertarik untuk berobat jalan ke klinik alternatif atau tradisional untuk mendukung proses penyembuhan kesehatannya (BPS RI, 2023).

Banyak perusahaan pelayanan kesehatan tradisional integrasi muncul sebagai akibat dari popularitas pengobatan tradisional integrasi dan peningkatan minat masyarakat terhadap pendekatan holistik terhadap kesehatan. Klinik-klinik ini bersaing untuk menawarkan berbagai macam layanan kesehatan, meningkatkan kualitas pelayanan, dan membangun reputasi untuk menarik lebih banyak pasien, yang memungkinkan mereka untuk bertahan dalam jangka panjang. Penyebaran pengobatan tradisional integrasi dan peningkatan minat masyarakat terhadap pendekatan holistik terhadap kesehatan menyebabkan munculnya banyak perusahaan pelayanan kesehatan tradisional integrasi (Kartika, 2016). Klinik-klinik ini bersaing untuk menyediakan berbagai macam layanan kesehatan, meningkatkan kualitas pelayanan, dan membangun reputasi untuk menarik lebih banyak pasien, memungkinkan mereka untuk bertahan dalam jangka panjang.

Namun dalam persaingan di bisnis jasa kesehatan, tingkat popularitas pengobatan alternatif/tradisional di kalangan masyarakat juga mengalami fluktuasi. Berdasarkan survey dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia ditemukan bahwa pada tahun 2018 hingga 2023 persentase penduduk Indonesia yang berobat ke praktik tradisional/alternatif mengalami perubahan trend yang cukup signifikan.

a) Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia menyatakan bahwa Provinsi DKI Jakarta menempati posisi terendah ke-delapan (Ke-8) untuk persentase penduduk yang berobat ke alternatif/tradisional dibandingkan dengan

provinsi lainnya. Berdasarkan survey dari Badan Pusat Statistik DKI Jakarta terkait Persentase Penduduk yang Berobat Jalan ke Klinik Alternatif/Tradisional Di DKI Jakarta Tahun 2021 ditemukan bahwa Kota Jakarta Selatan menempati posisi ke-2 terendah dibandingkan dengan kabupaten yang lain.

Rumah Sehat Herbal Center (RSHC) adalah usaha yang bergerak di bidang pelayanan pengobatan alternatif yang berlokasi di daerah Bukit Duri, Tebet, Jakarta Selatan. Rumah Sehat Herbal Center memiliki visi untuk menjadi klinik terbaik yang memberikan pelayanan pengobatan alternatif teintegrasi. Klinik RSHC memiliki berbagai jenis layanan kesehatan yang ditawarkan kepada pasien seperti: Bekam, Gurah, Pijat Urut, Ruqyah, Terapi Chiropractic dan akupuntur.

Berdasarkan laporan keuangan klinik RSHC selama Tahun 2023, ditemukan bahwa pada awal bulan Januari hingga Juli omset klinik tersebut masih memiliki trend fluktuatif, sedangkan pada bulan Agustus - hingga Oktober klinik RSHC mengalami penurunan omset yang cukup signifikan. Sedangkan, berdasarkan buku kunjungan pasien klinik RSHC ditemukan bahwa jumlah kunjungan pasien pada 9 bulan terakhir (Juni 2023 – Februari 2024) masih fluktuatif karena mengalami peningkatan dan penurunan disetiap bulannya.

Menurut (Hafizurrachman, 2009), Jumlah kunjungan pasien dapat dipengaruhi oleh tingkat kepuasannya terhadap layanan kesehatan. Ketidakpuasan menunjukkan bahwa layanan kesehatan belum memenuhi keinginan dan harapan pasien, dan penurunan jumlah kunjungan pasien dapat berdampak

pada penurunan kepuasan pasien karena pasien yang tidak puas dapat menolak untuk menggunakan layanan kesehatan yang tersedia. Akibatnya, pasien dapat saja bercerita kepada kerabat, teman dan lainnya untuk tidak menggunakan jasa layanan Kesehatan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arif (2023), Dibandingkan dengan rumah sakit pemerintah yang belum memenuhi harapan pasien, layanan rumah sakit swasta telah memenuhi harapan pasien. Kunjungan ke rumah sakit swasta telah meningkat sementara kunjungan ke rumah sakit pemerintah menurun. Hal tersebut dikarenakan kualitas pelayanan rumah sakit swasta sudah memenuhi harapan dan keinginan pasien dibandingkan dengan rumah sakit pemerintah yang belum memenuhi harapan pasien. Dalam penelitian tersebut, ditemukan pasien merasa kurang puas terhadap petugas yang tidak ramah, kehadiran dokter yang tidak tepat waktu, pelayanan yang tidak sesuai yang dijanjikan, dan sedikit dokter spesialis.

Dalam menyusun strategi peningkatan pertumbuhan bisnis, Perusahaan harus menjadikan kepuasan pelanggan menjadi asset penting karena mempunyai pengaruh yang besar terhadap keberhasilan sebuah bisnis (Adhari, 2021). Begitupun dalam bisnis di bidang pelayanan kesehatan tradisional integrasi, ketika pasien puas dengan layanan dan kualitas klinik, kondisi tersebut dapat berpengaruh positif terhadap profit yang akan didapatkan (Sudaryanto, 2021). Kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan yang timbul setelah mereka membandingkan pelayanan atau produk yang diterima sesuai yang diharapkan (Trisna, Wardana, Giantari, & Ekawati, 2023).

Selain itu, Pasien yang merasa puas dengan pengobatan alternatif juga cenderung memberi rekomendasi positif kepada orang lain, meningkatkan reputasi dan popularitas praktisi dan klinik alternatif. Klinik alternatif dapat mengembangkan reputasi yang kuat dan meningkatkan penerimaan dan kepercayaan masyarakat terhadap pengobatan alternatif sebagai pilihan pengobatan kesehatan dengan fokus pada kepuasan pasien. Ini juga dapat memperluas jangkauan klinik alternatif dalam masyarakat (Munthe, 2022). Pelanggan harus dipastikan merasa puas agar Perusahaan dapat mempertahankan pelanggan sehingga dapat membuat bisnis berkelanjutan.

Kualitas pelayanan merupakan dasar dari kepuasan pelanggan. Hal ini diukur sebagai ukuran kemampuan perusahaan dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan dapat memuaskan pelanggannya. (Adhari, 2021).

Klinik yang menyediakan layanan kesehatan tradisional integrasi tidak hanya bergantung pada kemampuan praktisi untuk membuat diagnosis dan pengobatan yang tepat, tetapi juga hal-hal lain seperti kecepatan respons pasien terhadap kebutuhan mereka, kemudahan mendapatkan informasi, dan kejelasan komunikasi antara staf klinik dan pasien. empati, keahlian teknis, dan pengalaman yang menyeluruh dengan pasien adalah semua komponen kualitas layanan. Pelayanan kesehatan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pasien terhadap penyedia layanan kesehatan dan membuat pasien merasa didengar dan dihargai, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pasien.

Selain peningkatan kualitas dalam pelayanan jasa, Fasilitas juga memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pasien. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Harfika (2017), ditemukan bahwa kondisi fasilitas yang diberikan oleh Rumah Sakit Umum Teuku Peukan Kabupaten Aceh Barat Daya memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pasien. Lingkungan yang bersih, nyaman, dan modern dapat memengaruhi persepsi pasien terhadap kualitas layanan yang mereka terima. Fasilitas yang memadai seperti ruang tunggu yang nyaman, peralatan medis yang mutakhir, serta kemudahan aksesibilitas, semuanya dapat meningkatkan kepuasan pasien dan memberikan rasa percaya diri terhadap proses perawatan yang mereka terima. Fasilitas yang memadai tidak hanya memberikan rasa nyaman, tetapi juga mencerminkan profesionalisme dan komitmen klinik terhadap kesehatan pasien.

Selain pelayanan dan fasilitas, faktor harga juga memengaruhi kepuasan pasien dalam layanan kesehatan. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan untuk Perusahaan. Dalam penetapan harga tidak hanya bergantung terhadap Kebijakan dari Perusahaan melainkan juga harus mempertimbangkan berbagai hal. Perusahaan harus memonitor harga yang ditetapkan oleh kompetitor secara berkala agar harga yang ditetapkan oleh Perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya (Sa'adah & Munir, 2020). Pasien seringkali mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan layanan kesehatan. Harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh klinik bisa menjadi faktor penentu dalam keputusan pasien untuk memilih klinik

tertentu. Persepsi nilai terhadap harga yang dibayar oleh pasien dapat memengaruhi kepuasan mereka.

Kepercayaan pasien terhadap proses perawatan dan pengobatan yang diberikan oleh praktisi di klinik alternatif juga dapat mempengaruhi kepuasan pasien. Kepercayaan merupakan sikap pelanggan yang timbul akibat evaluasi terhadap perilaku potensial anggota lain ataupun akibat dari pembelian sebelumnya. (Trisna, Wardana, Giantari, & Ekawati, 2023).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Syafrudin (2021) ditemukan bahwa kepercayaan pasien secara signifikan dapat mempengaruhi tingkat kepuasannya kepada klinik. Pelayanan Pasien yang merasa yakin terhadap informasi yang diberikan oleh praktisi klinik akan merasa lebih nyaman dan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi terhadap hasil perawatan yang mereka terima. Kepercayaan juga berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara pasien dan penyedia layanan. Pasien yang memiliki kepercayaan yang tinggi akan cenderung tetap setia dan memilih untuk kembali ke penyedia layanan yang sama untuk perawatan lanjutan. Ini memberikan indikasi bahwa kepercayaan yang terbangun dapat menjadi faktor kunci dalam mempertahankan pasien dan menciptakan hubungan yang berkelanjutan.

Selain aspek diatas, pelaku usaha juga harus memperhatikan terkait dengan product knowledge yang dimiliki oleh pasien, karena tingkat pengetahuan konsumen akan menentukan keputusan mereka dalam melakukan pembelian suatu produk. Menurut Penelitian yang dilakukan oleh (Widyarni, 2021) membahas mengenai Faktor yang

Berhubungan dengan Kepuasan Pasien di Poliklinik Kebidanan menyatakan bahwa pengetahuan pasien tentang hak-hak pasien mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien. Pengetahuan seseorang individu erat kaitannya dengan perilaku yang akan diambilnya, karena dengan pengetahuan tersebut individu tersebut memiliki alasan dan landasan untuk menentukan suatu pilihan.

Klinik Rumah Sehat Herbal Center harus melakukan upaya peningkatan kualitas pelayanan, fasilitas dan kepercayaan pasien. Hal ini dilakukan agar pasien yang telah mendapatkan perawatan/pengobatan merasa kebutuhannya terpuaskan sehingga dapat membuatnya untuk Kembali menggunakan jasa pengobatan alternatif. Pelanggan yang puas akan cenderung memberikan rekomendasi yang baik terhadap produk atau jasa kepada masyarakat lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis akan melakukan eksplorasi dalam penelitian yang judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, Kepercayaan dan Product Knowledge terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus di Klinik Rumah Sehat Herbal Center)”. Dengan memahami hubungan antara faktor-faktor ini, klinik dapat mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi manajemen klinik untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas yang disediakan, dan penetapan harga yang sesuai serta membangun kepercayaan pasien terhadap pelayanan yang disediakan oleh klinik Rumah Sehat Herbal Center.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan (Al Idrus, 2019)

Menurut (Kotler & Keller, 2012), Kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan harapan pelanggan terhadap layanan berdasarkan pengalaman sebelumnya, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan, dan membandingkannya dengan layanan yang sebenarnya mereka terima atau rasakan.

Kualitas pelayanan mencakup penyampaian layanan atau jasa yang melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Ini termasuk responsif terhadap kebutuhan pelanggan, kecepatan, kehandalan, kemampuan untuk memberikan solusi, komunikasi yang efektif, dan kemudahan dalam proses layanan (Adhari, 2021). Salah satu cara untuk menjadi lebih unggul dalam penjualan jasa dibandingkan dengan para pesaing lainnya adalah dengan menekankan peningkatan kualitas pelayanan, yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, dan memperkuat citra positif perusahaan di mata pelanggan

Menurut Ozkan et all (2020) dalam (Susilo, 2024), indikator kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain:

- Keandalan (Reliability), didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan dengan cara yang andal dan akurat. Dalam proses pengukurannya, kemampuan perusahaan untuk

menyediakan layanan yang tepat dan dapat diandalkan dapat diukur

- Ketanggapan (Responsiveness), merupakan kesediaan dalam membantu dan menyediakan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada konsumen dengan didukung oleh penyampaian informasi yang baik dan jelas.
- Jaminan (Assurance), merupakan kemampuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan mereka untuk meningkatkan rasa percaya pelanggan kepada Perusahaan. Dalam proses pengukurannya, mereka dapat mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan. Karyawan yang menanamkan kepercayaan pada pelanggan
- Empati (Empathy), merupakan cara karyawan memperhatikan dan memahami kebutuhan pelanggan. Untuk mengevaluasinya, mereka dapat mengukur bagaimana karyawan memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan perhatian.
- Bukti Langsung (Tangibles), merupakan cara fasilitas fisik suatu perusahaan ditunjukkan kepada pihak luar. Bukti langsung dapat berupa sarana yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh pelanggan, seperti gedung. Untuk mengevaluasi penampakan fisik, peralatan, staf, dan sarana komunikasi

Fasilitas

Menurut Kotler (2016) dalam (Karinda, 2023), fasilitas merupakan sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh penjual untuk membangun kenyamanan konsumennya. Fasilitas adalah hal penting

yang harus diperhatikan dalam pelayanan jasa, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen karena dalam bidang pelayanan jasa, penilaian konsumen terhadap suatu Perusahaan berdasarkan pada apa yang mereka peroleh setelah menggunakan jasa.

Fasilitas sangat penting untuk pelayanan jasa, terutama yang berkaitan dengan persepsi pelanggan karena dalam bidang pelayanan jasa, penilaian pelanggan terhadap suatu perusahaan didasarkan pada apa yang mereka peroleh setelah menggunakan jasa tersebut.

Persepsi pelanggan yang didapatkan dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa dimata pelanggan. Dengan fasilitas fisik yang baik maka akan membuat konsumen merasa tertarik dengan jasa yang ditawarkan sehingga pada akhirnya mereka melakukan pembelian jasa tersebut (Suwitho, 2022). Fasilitas fisik adalah salah satu indikator kualitas jasa dan hubungannya dengan persepsi pelanggan, dan merupakan sarana untuk meningkatkan kepuasan karyawan dan kinerja bisnis (Suwitho, 2022)

Menurut (Kurniawati, et al.,2022), fasilitas fisik mengacu pada tersedianya fasilitas umum berupa:

- Tempat pendaftaran
- Ruang Pelayanan
- Ruang Tunggu
- Tempat Parkir
- Toilet

Harga

Menurut (Kotler & Amstrong, 2018), Harga dapat didefinisikan sebagai uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk

memperoleh barang dan jasa. Selain itu, harga dapat diartikan sebagai jumlah uang yang diberikan konsumen kepada suatu produk atau layanan sebagai hasil dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut.

Harga juga merupakan salah satu dari kombinasi empat elemen bauran pemasaran/marketing selain Produk, Distribusi dan Promosi. Selain itu, harga merupakan sesuatu yang dibayarkan sebagai imbalan dalam mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Sesuatu yang dibayarkan adalah pengorbanan, nilai dan uang, sementara sesuatu yang diinginkan adalah hak kepemilikan dan pemakaian produk untuk mendapatkan kepuasan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. (Riorini, 2021)

Menurut Kotler dalam (Indrasari, 2019), Indikator harga adalah sebagai berikut:

- Keterjangkauan harga
Pelanggan akan mencari barang dan jasa dengan harga terjangkau sebelum melakukan pembelian. Namun, beberapa pembeli yang lebih kaya cenderung tidak memperhatikan harga.
- Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa
Pelanggan biasanya tidak keberatan apabila harus membeli barang dengan harga yang relatif mahal, asalkan kualitasnya baik. Namun, sebagai konsumen, mereka akan lebih suka barang dan jasa dengan harga murah tapi berkualitas tinggi
- Kesesuaian harga dan manfaat
Jika manfaat yang dirasakan dari produk atau jasa lebih besar atau sama dengan uang yang dikeluarkan untuk mendapatkannya, konsumen akan lebih

tertarik untuk menggunakannya. Jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan uang yang dikeluarkan untuk mendapatkannya, konsumen dapat menganggap produk tersebut mahal dan mungkin tidak akan kembali membeli produk tersebut.

- **Daya Saing harga**
Agar mampu bersaing di pasar, perusahaan menetapkan harga jual pada produk dan jasa yang ditawarkan dengan mempertimbangkan berbagai aspek harga yang ditawarkan oleh pesaingnya. Konsumen sering membandingkan harga yang mahal dan murah dari suatu produk atau jasa. Jika perusahaan dapat menawarkan harga yang lebih efektif dari pesaingnya, maka perusahaan akan memiliki peluang untuk mengikat konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Agar mampu bersaing di pasar, perusahaan harus mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi harga produk atau jasa. Pelanggan sering membandingkan harga barang dan jasa yang mahal dan murah. Jika bisnis dapat menawarkan harga yang lebih efektif dari pesaingnya, maka perusahaan akan memiliki peluang untuk mengikat pelanggan untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkannya.

Kepercayaan Pasien

Menurut (Gopichandran, 2019), Kepercayaan adalah keyakinan penuh bahwa orang yang dipercaya akan melakukan apa pun untuk kepentingan terbaik orang yang dipercayainya sambil menerima kerentanan seseorang.

Pelanggan mungkin mulai mempercayai perusahaan atau individu melalui pengalaman mereka sebelumnya. Mereka juga mungkin mempercayai agen perjalanan yang telah merencanakan liburan yang menyenangkan untuk keluarga mereka. Kepercayaan juga bisa berhubungan dengan pemberi rekomendasi; sebagai contoh, banyak pelanggan mempercayai majalah Consumer Reports dan sangat memperhatikan ulasan dan penilaian produk yang diterbitkannya. Orang-orang, merek, dan bisnis yang sangat dihormati memiliki banyak keuntungan di pasar.

Konsumen memiliki kecenderungan untuk membeli barang dan menjadi lebih setia pada merek yang mereka percayai. Merek yang dapat diandalkan tidak terlalu rentan terhadap persaingan yang didasarkan pada harga. Misalnya, sangat sedikit orang yang menggunakan penata rambut yang tidak dapat diandalkan hanya untuk menghemat sedikit uang

Menurut (Kotler & Keller, 2012), terdapat 4 indikator kepercayaan yaitu:

- Kompetensi
- Integritas
- Kejujuran
- Kebajikan

Product Knowledge

Pengetahuan tentang produk terdiri dari pengetahuan tentang fitur dan karakteristik produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan pelanggan. (Suprpto & Wahyuddin, 2020).

Konsumen dengan product knowledge yang lebih tinggi memiliki daya ingat terkait pengenalan, analisis, dan kemampuan logis yang lebih baik daripada konsumen dengan

tingkat pengetahuan yang rendah. Akibatnya, konsumen dengan pengetahuan produk yang lebih tinggi akan mempercayakan pada petunjuk intrinsik dalam mempertimbangkan kualitas produk karena mereka lebih menyadari pentingnya informasi tentang suatu produk. Konsumen dengan pengetahuan produk yang lebih rendah akan memiliki daya ingat pengenalan, analisis, dan kemampuan logis yang lebih rendah daripada konsumen dengan pengetahuan (Suprpto & Wahyuddin, 2020).

Konsumen harus memahami fitur produk agar mereka dapat membuat keputusan yang tepat saat membeli. Pelaku usaha yang berpengalaman mampu memberikan informasi, pendidikan, dan pemahaman untuk setiap pembeli.

Jenis Jenis product knowledge terdiri dari:

- Pengetahuan tentang karakteristik produk
- Pengetahuan tentang manfaat produk
- Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen

Kepuasan Pasien

Menurut Kotler & Amstrong (2018), Kepuasan konsumen merupakan perasaan puas yang dirasakan oleh konsumen terhadap pengalaman, produk atau layanan yang mereka terima dari suatu penyedia layanan. Tingkat kepuasan pelanggan menunjukkan seberapa baik produk atau jasa memenuhi harapan pelanggan: produk tidak sesuai dengan harapan, konsumen puas, dan produk melebihi ekspektasi. Tingkat kepuasan pelanggan menunjukkan seberapa baik produk atau jasa memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas produk atau layanan seringkali ditunjukkan oleh kepuasan konsumen, yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen dan citra perusahaan. Beberapa penelitian juga menyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi menghasilkan tingkat loyalitas konsumen yang tinggi sehingga pada gilirannya akan menciptakan kinerja perusahaan yang lebih baik.

Bisnis memiliki tujuan untuk menyenangkan konsumen dengan hanya memberikan janji yang dapat mereka berikan dan kemudian memberikan lebih dari yang mereka janjikan. Dengan adanya perasaan senang yang dimiliki konsumen tidak hanya mendorong mereka untuk melakukan pembelian yang sama berulang kali, tetapi mereka juga akan menjadi "penginjil konsumen", yang secara sukarela memberi tahu orang lain tentang pengalaman positif mereka (Kotler & Amstrong, 2018).

Dalam bidang kesehatan, kepuasan pasien diukur berdasarkan apakah harapan pasien terhadap apa yang seharusnya terjadi telah dipenuhi. (Eisenberg, 2020). Kepuasan pasien adalah standar yang terkenal untuk mengukur seberapa efektif pelayanan kesehatan. Saat ini, pendapat pasien dianggap penting dalam pengambilan keputusan tentang pengobatan dan pemberian layanan kesehatan. Akibatnya, perspektif pasien telah mendapat perhatian lebih besar dalam menilai kesehatan pemberian layanan dari sudut pandang pasien (Manzoor, et al, 2019).

Kepuasan pasien dalam bidang pelayanan kesehatan sangat penting untuk membangun hubungan yang sehat antara praktisi dan pasien. Kepuasan pasien berkaitan dengan hasil

fisik pengobatan dan pengalaman secara keseluruhan selama proses pengobatan. Ketika pasien merasa didengar, dipahami, dan terlibat aktif dalam perawatan mereka, mereka dapat lebih percaya pada metode pengobatan alternatif yang mereka pilih. Selain itu, kepuasan pasien dapat berdampak pada tingkat kepatuhan pasien terhadap rencana perawatan yang direkomendasikan oleh praktisi, karena pasien yang merasa puas dengan perawatan mereka cenderung lebih termotivasi untuk melanjutkan dan mengikuti proses pengobatan.

Pasien akan merasa puas jika kinerja pelayanan medis yang diterimanya memenuhi atau melebihi harapannya; sebaliknya pasien akan merasa tidak puas atau kecewa jika kinerja pelayanan medis yang diterimanya tidak sesuai dengan harapannya.

Menurut Tjiptono dalam (Estifaza & Yucha, 2023), indikator yang menghasilkan kepuasan pelanggan, yaitu:

- Kesesuaian Harapan dan Kenyataan
- Minat/Keinginan berkunjung Kembali
- Kesiediaan untuk merekomendasikan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif asosiatif yang menerapkan metode survei. Dalam terminologi penelitian kuantitatif asosiatif, seperti yang dijelaskan oleh Duli (2019).

Metode ini berkaitan berkaitan dengan pengumpulan, pengolahan, analisis dan penyajian data berdasarkan jumlah atau banyaknya yang dilakukan secara objektif dengan tujuan menyelesaikan suatu

permasalahan atau menguji hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum.

Penelitian ini dilakukan pada populasi atau sampel tertentu dan pada waktu tertentu yakni pasien yang berkunjung ke klinik RSHC pada rentang bulan Mei dan Agustus 2024. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian yang telah dirancang. Analisis data yang diterapkan bersifat antitatif atau statistik, dan ujuan utamanya adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling untuk memilih sampel yang sesuai dengan kriteria spesifik, yaitu responden yang melakukan kunjungan ke klinik RSHC untuk membeli produk obat herbal atau mendapatkan jasa terapis dari klinik. Dengan demikian, proses pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan khusus terhadap karakteristik yang diinginkan, memastikan bahwa sampel mencerminkan pengalaman yang relevan dengan topik penelitian. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Pengukuran data sampel menggunakan skala likert, yang mana metode ini umum digunakan dalam mengukur persepsi individu terhadap fenomena sosial. Setiap poin instrument dalam kuesioner penelitian akan diberikan tanggapan sesuai dengan gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, kemudian diwakili oleh skor mulai dari poin 1 sampai poin 5.

Skala likert membantu responden untuk mengekspresikan tingkatan setuju atau tidak setuju mereka terhadap pernyataan yang peneliti ajukan. Dengan skala likert yang

digunakan untuk mengukur sata sampel dapat memungkinkan peneliti dalam memperoleh informasi mendalam terkait persepsi responden terhadap variabel penelitan

Dalam penelitian yang menggunakan uji menggunakan SEM (Structural Equation Modelling) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS). merupakan bagian teknik baru yang dalam pelaksanaannya bersifat softmodelling dan tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel, sehingga dalam penelitian dengan sampel keil juga tetap dapat menggunakan pendekatan PLS. Proses ini dimulai dengan menentukan model regresi yang sesuai dengan pertanyaan penelitian, kemudian mengumpulkan data yang tepat untuk variabel yang terlibat.

Terdapat dua tahapan dalam pengolahan data menggunakan smart PLS yaitu uji Outer Model (Model Pengukuran/Measurement Model) dan uji Inner Model (Model Struktural/Structural Model). Uji Outer model digunakan untuk mengetahui apakah instrument penelitian memenuhi syarat sebagai data yang baik, yaitu data harus valid dan reliable. Uji Outer model dievaluasi menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Sedangkan uji Inner Model adalah gambaran hubungan antara variabel konstruk. Uji Inner model dievaluasi menggunakan Coefficients of Determination (R-square) untuk variabel dependen (endogen) dan Path Coefficients untuk variabel independen (eksogen) yang kemudian dinilai signifikansinya berdasarkan nilai T-Statistics dan P-Value

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar `1. Hasil Pengujian Hipotesis Langsung

	Original Sampel (O)	T Statistic	P Values	Kesimpulan
Fasilitas Klinik -> Kepuasan Pasien	0.261	2.882	0.004	Hipotesis Diterima
Kepercayaan -> Kepuasan Pasien	0.340	2.734	0.006	Hipotesis Diterima
Product Knowledge -> Kepuasan Pasien	0.202	2.055	0.040	Hipotesis Diterima
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pasien	0.114	1.064	0.288	Hipotesis Ditolak
Harga -> Kepuasan Pasien	0.034	0.321	0.748	Hipotesis Ditolak

Berdasarkan penyajian data pada Gambar.1, didapatkan hasil pengaruh langsung pertama yaitu pengaruh fasilitas klinik terhadap kepuasan pasien dengan nilai original sample sebesar 0,261, nilai T-statistic sebesar 2,882 dan nilai P-value sebesar 0,004 yang menandakan bahwa terdapat pengaruh langsung, oleh karena itu hipotesis penelitian ini diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kondisi fasilitas yang disediakan oleh klinik maka akan berdampak terhadap kepuasan pasien.

Hasil kedua yaitu pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pasien dengan nilai original sample sebesar 0,340, nilai T-statistic sebesar 2,734 dan nilai P-value sebesar 0,006 yang menandakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan, oleh karena itu hipotesis penelitian ini diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Tingkat kepercayaan pasien terhadap klinik maka semakin tinggi kepuasan pasien begitu juga sebaliknya sehingga kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien.

Hasil ketiga yaitu pengaruh product knowledge terhadap kepuasan pasien dengan nilai original sample sebesar 0.202 nilai T-statistic sebesar 2,055 dan nilai P-value sebesar 0,040 yang menandakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan, oleh karena itu hipotesis penelitian ini diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan pasien/product knowledge maka semakin tinggi kepuasan pasien begitu juga sebaliknya sehingga product knowledge memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien.

Hasil keempat yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien dengan nilai original sample sebesar 0.114, nilai T-statistic sebesar 1.064 dan nilai P-value sebesar 0,288 yang menandakan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan, oleh karena itu hipotesis penelitian ini ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka tidak akan berdampak terhadap kepuasan pasien motivasi kerja begitu juga sebaliknya sehingga kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien

Hasil kelima yaitu pengaruh harga terhadap kepuasan pasien dengan nilai original sample sebesar 0.034, nilai T-statistic sebesar 0.321 dan nilai P-value sebesar 0,748 yang menandakan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan, oleh karena itu hipotesis penelitian ini ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga produk/layanan maka tidak akan berdampak terhadap kepuasan pasien begitu juga sebaliknya sehingga harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan beberapa temuan terkait dengan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pertama, Variabel kualitas pelayanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini terungkap dari nilai original sample sebesar 0.114, nilai T-statistic sebesar 1.064 dan nilai P-value sebesar 0.288. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tinggi atau rendahnya tingkat kualitas pelayanan klinik RSHC maka tidak akan berdampak terhadap kepuasan pasien. Atau dengan kata lain kualitas pelayanan bukanlah penentu pasien merasa puas setelah menerima pelayanan kesehatan dari klinik. Dengan tidak berpengaruhnya dimensi ini terhadap kepuasan pasien memberi indikasi akan adanya aspek tertentu yang mempengaruhi tingkat kepuasan pasien atas pelayanan yang diberikan klinik RSHC. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyaningsih & Susanti (2021) yang juga menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan (aspek tangible) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Sementara itu variabel fasilitas menunjukkan hasil yang berbeda, hasil perhitungan yang telah dilakukan nilai original sample sebesar 0,261, nilai T-statistic sebesar 2,882 dan nilai P-value sebesar 0,004. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik fasilitas klinik yang disediakan oleh klinik maka akan dapat meningkatkan kepuasan pasien. Persepsi pelanggan yang didapatkan dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa dimata pelanggan. Dengan fasilitas fisik yang baik maka konsumen akan tertarik dengan jasa yang ditawarkan dan melakukan pembelian jasa tersebut (Suwitho, 2022). Hasil Penelitian

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramdhani & Fadili (2024) yang juga menyimpulkan bahwa fasilitas klinik berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Kemudian terkait variabel harga menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini terungkap dari nilai original sample sebesar 0.034, nilai T-statistic sebesar 0.321 dan nilai P-value sebesar 0.748, maka hipotesis ketiga ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa mahal atau tidaknya harga jasa dan produk di klinik RSHC maka tidak akan berdampak terhadap kepuasan pasien. Atau dengan kata lain harga jasa dan produk bukanlah penentu pasien merasa puas setelah menerima pelayanan kesehatan. Bagi sebagian pasien, kualitas perawatan yang diterima lebih signifikan daripada biaya yang harus dikeluarkan. Ketika pasien merasa bahwa mereka mendapatkan hasil yang efektif dari perawatan atau obat yang diberikan, mereka cenderung lebih fokus pada manfaat yang diperoleh daripada harga yang dibayar. Hasil Penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zuraidah, et al (2023) yang juga menyimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Variabel selanjutnya adalah kepercayaan pasien yang menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini dapat dilihat dari nilai original sampel sebesar 0.340, nilai T-statistic sebesar 2,734 dan nilai P-value sebesar 0,006, maka hipotesis keempat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pasien terhadap klinik maka akan dapat meningkatkan kepuasan pasien. Kepercayaan menjadi hal yang membuat seseorang merasa nyaman sehingga pada kepercayaannya akan suatu

produk atau jasa pelanggan akan merasa nyaman untuk hanya menggunakan produk dan menerima layanan dari Perusahaan tersebut tanpa berpaling ke yang lain (Pertwi, 2021). Hasil Penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya, et al (2024) yang juga menyimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Terakhir, terkait variabel product knowledge terhadap kepuasan pasien yang juga menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai original sampel sebesar 0.340, nilai T-statistic sebesar 2,734 dan nilai P-value sebesar 0,006, maka hipotesis keempat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pasien terhadap klinik maka akan dapat meningkatkan kepuasan pasien. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak terkait suatu produk atau jasa maka mereka akan lebih baik dalam mengambil keputusan, lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi dan mampu mengikat kembali informasi lebih baik (Suprpto & Wahyuddin, 2020). Hasil Penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Surasdiman, et al (2019) yang juga menyimpulkan bahwa product knowledge pasien berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperkuat pemahaman tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pasien di klinik RSHC.

Terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat dibuat dari hasil penelitian ini. Implementasi manajerial dari hasil penelitian dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pemilik Klinik RSHC dalam meningkatkan kinerja dan kepuasan pasien. Pertama, klinik

RSHC bisa melakukan improvement terhadap system pendaftaran pasien dengan menggunakan teknologi. Kedua, optimalisasi marketing produk dan jasa melalui media sosial sehingga bisa menjangkau pasien dengan ruang lingkup yang lebih luas. Ketiga, membuka online shop untuk menjual produk herbalnya. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, Klinik RSHC dapat meningkatkan daya saingnya dengan klinik herbal lain dan memperkuat hubungan dengan pasien, sambil merancang pengalaman kunjungan pasien yang lebih memuaskan

KESIMPULAN DAN SARAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, Kepercayaan dan Product Knowledge terhadap Kepuasan Pasien, maka berdasarkan tujuan tersebut dan setelah berproses dalam penelitian ini maka didapatkan simpulan sebagai berikut: pertama, hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak signifikan mempengaruhi variabel kepuasan. Kedua, hasil analisis menunjukkan bahwa variabel fasilitas secara signifikan mempengaruhi variabel kepuasan. Ketiga, hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga jasa & produk tidak signifikan mempengaruhi variabel kepuasan. Keempat, hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepercayaan secara signifikan mempengaruhi variabel kepuasan pasien. Kelima, hasil analisis menunjukkan bahwa variabel product knowledge secara signifikan mempengaruhi variabel kepuasan pasien. Hal Ini menunjukkan bahwa terdapat 3 variabel (Fasilitas, Kepercayaan dan Product Knowledge) yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan pasien. Namun juga terdapat 2 variabel (Kualitas pelayanan dan

Harga) yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- (IBI), I. B. (2018). *Bisnis Kredit Perbankan*. Jakarta: Gramedia Jakarta.
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan dan Pencapaian Brand Trust*. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Aini, N., & dkk. (2022). Pengembangan Sistem Manajemen ISO Mutu K3L Melalui Kegiatan Pelatihan di PT Indaco Warna Dunia. *IJECS (Indonesia Journal Of Empowerment and Community Services)*, 124.
- Alimin, E. (2022). Ruang Lingkup Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)* (p. 1). Nusa Tenggara Barat: Several Literindo Kreasi (Seval).
- Ardiansyah. (2022, Mei 23). *Perkembangan Obat dan Pengobatan Tradisional Dalam Kesehatan Masyarakat dan Pemanfaatannya di Rumah Sakit*. Retrieved from Kementerian Kesehatan: https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/13/perkembangan-obat-dan-pengobatan-tradisional-dalam-kesehatan-masyarakat-dan-pemanfaatannya-di-rumah-sakit
- Arif, N. I., & dkk. (2023). Analisis Faktor Penyebab Penurunan Jumlah Kunjungan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit DR. R Ismoyo Kendari Tahun 2022. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Kesehatan*, 174-181.
- DINKES, Y. (2023, Agustus 23). *KTT Global tentang Pengobatan Tradisional Pertama di Dunia*. Retrieved from Dinas Kesehatan Daerah Istimewa Yogyakarta:

- <https://dinkes.jogjaprovo.go.id/berita/detail/konferensi-tingat-tinggi-global-tentang-pengobatan-tradisional-pertama-di-dunia>
- Duli, N. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif : Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi dan analisis data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Eisenberg, A. (2020, June 18). *Wolters Kluwer*. Retrieved from What is patient satisfaction and why does it matter?: <https://www.wolterskluwer.com/en/expert-insights/what-is-patient-satisfaction-and-why-does-it-matter#:~:text=Patient%20satisfaction%20is%20a%20measure,actually%20wo%20separate%20concepts>.
- Estifaza, & Yucha, N. (2023). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus Berdasarkan Promosi CRM dan Kepercayaan*. Bali: Intelektual Manifes Media.
- Fadhilah, I. N., Listyorini, S., & Hadi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 23-32.
- Fakhrudin, A., Roellyanto, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gopichandran, V. (2019). *Dynamics of Trust in Doctor-Patient Relationship in India - A Clinical, Social and Ethical Analysis*. Singapore: Springer.i
- Hafizurrachman. (2009). Kepuasan Pasien dan Kunjungan Rumah Sakit. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*, 10-17.
- Harfika, J. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal Balance*, 44-56.
- Ikhsan, K., Yoebrilanti, A., & Nurhasanah. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien BPJS Di Klinik Isna Medika Kota Cilegon. *EKOMBIS Sains : Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis*, 47 - 59.
- Inawati. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pasien dan Fasilitas Rumah Sakit Terhadap Tingkat Keputusan Pasien Menggunakan Jasa Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso Pontianak. *Bisma*, 823 - 839.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya Jawa Timur: Unitomo Press..
- Karinda, K. (2023). *Sosiologi Pemerintahan*. CV Diva Pustaka.
- Kartika, D. (2016). Pelayanan Kesehatan Tradisional dan Perlindungan Hukum Bagi Pasien. *Jurnal Hukum Kesehatan*, 1-16.
- KEMENKES. (2017). *Peraturan Menteri Kesehatan RI No 37 Tahun 2017 Tentang Pelayanan Kesehatan Tradisional Integrasi*.
- Kementerian Kesehatan RI. (2019). *Peraturan Menteri Kesehatan tentang Standar Pelayanan Kesehatan di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.
- Khasanah, U. (2022). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: UAD Press.

- Kotler, P. (2022). *Marketing Management, Millenium Edition*. America: Pearson Custim Publishing.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Priciples of Marketing*. United States: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management - 14*. US America: Pearson.
- Kurniawati, D., Kaswindiarti, S., & Murika, N. D. (2022). *Manajemen Praktik Kedokteran Gigi*. Surakarta: Muhamadiyah University Press.
- Mahmud, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan. *Jurnal Mirai Management*, 104-119.
- Manzoor, F., Wei, L., Hussain, A., Asif, M., & Ali Shah, S. I. (2019). Patient Satisfaction with Health Care Services; An Application of Physician's Behavior as a Moderator. *International Journal of Environment Research and Public Health*, 1-16.
- Mulyani, N. (2022). Tantangan Perusahaan di Indonesia Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi Vol 2 No 3*, 255-269.
- Munthe, N. (2022). Pengaruh Peran Manajer, Kualitas Pelayanan Islami dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Bekam Sebagai Varible Interveing Pada Mitra Sehat Thibun Nabawi di masa covid. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan Smart PLS*. Tangerang: Pascal Books.
- PERMENKES. (2018). *PERMENKES Nomor 15 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Kesehatan Tradisional Komplementer*.
- Pertiwi, D. (2021). *Pemasaran Jasa Periwisata*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Saadah, L. (2021). *Statistik Inferensial*. Jombang: LPPM.
- Riorini, S. V. (2021). Penetapan Harga. In Solikha, A. Mundzir, Nunik, A. Trisavinaningdiah, & T. R. Djaya, *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan* (p. 100). Cirebon: Insania.
- Risdawati. (2017). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien dengan Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam Sebagai Variable Moderasi (Studi Pada RSUD I Lagaligo Wotu Kab Luwu Timur). *Skripsi*.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Sa'adah, L., & Munir, A. F. (2020). *Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jombang: LPPM Universitas KH. A Wahab Hasbullah.
- Sari, M. D. (2023). *Perilaku Konsumen*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Setyaningsih, R., Cahyaningrum, A. O., & Nuranti, B. R. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Pustaka Limajari Indonesia.
- Sitanggang, F. A., & Sitanggang, P. A. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.

- Sudaryanto, B. (2021). Pengaruh Kepuasan Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Bagian Pendaftaran Rumah Sakit Omni Pulomas. 1-108.
- Suprpto, R., & Wahyuddin, M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponogoro: Myria Publisher.
- Surasdiman, Gunawan, & Kadir, I. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Pengetahuan Terhadap Kepuasan Pasien di Puskesmas Batu Batu Kabupaten Soppeng. *Yume : Journal of Management*.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Susilo, A. (2024). *Strategi Meningkatkan Behaviour Loyalty, Service Auality, Customer Satisfaction, Customer Trust Pada Konsumen Koperasi*. Sidoarjo: Zifatama Jawara.
- Suwitho. (2022). *Pengusaha Yang Sukses Pasti Menjaga Kepuasan Pelanggannya - Sebuah Monograf dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran*. Banyumas, Jawa Tengah: Pena Persada.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi.
- Syafrudin, C. A. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien.
- Trisna, P. A., Wardana, I. M., Giantari, I. A., & Ekawati, N. W. (2023). *Niat Konsumen Membeli Kembali Berdasarkan Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan Elektronik Serta Hubungan Timbal Balik*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Widyarni, A. (2021). Faktor yang Berhubungan dengan Kepuasan Pasien di Poliklinik Kebidanan. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 524 - 529.
- Wijaya, H., Rohendi, A., & Mulyani, K. (2024). Pengaruh Kepercayaan Kualitas dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pasien di Klinik S Tangerang. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 2446 - 2457.
- Zuraidah, E., Hadiyati, E., & Muawanah, U. (2023). Pengaruh Harga, Penerapan E-Resep dan Waktu Tunggu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening. *Edusantek: Jurnal Pendidikan, Sains dan Teknologi*, 84 - 104.