**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NILAI PELANGGAN DENGAN IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PUSKESMAS TANJUNGPANDAN TAHUN 2021**

**ARTIKEL TESIS**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Administrasi Rumah Sakit**

**Oleh :**

**ETI OKTAVIA NENGSIH, S.Kep., Ners.**

**NPM : 188020124**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NILAI PELANGGAN DENGAN IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PUSKESMAS TANJUNGPANDAN TAHUN 2021**

**1Eti Oktavia Nengsih, 2Juanim, 3Dadang Kusnadi**

Pascasarjana Manajemen Rumah Sakit

Universitas Pasundan Bandung

**ABSTRAK**

Kepuasan pasien dapat terjadi bila suatu kehendakan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pasien dapat terpenuhi melalui kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap produk dan jasa yang diberikan Puskesmas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan serta implikasinya terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Tanjungpandan. Jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survei analitik. Objek penelitian adalah pasien yang memanfaatkan pelayanan puskesmas tanjungpandan dengan jumlah sampel 96 responden. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis jalur *(analysis path)*. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara umum kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan kepuasan pasien masuk dalam kategori baik. Hasil analisis verifikatif dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap nilai pelanggam dengan nilai 0.546 atau 29.81% serta kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pasien diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0.663 atau 44.0%. kesimpulan: terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan serta implikasinya terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Tanjungpandan.

Kata kunci : kualitas pelayanan, nilai pelanggan, kepuasan pasien

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TOWARD CUSTOMERS’ VALUE ALSO THE IMPLICATION TO THE CONSUMERS’ SATISFACTION IN TANJUNGPANDAN***

***IN 2021***

***1Eti Oktavia Nengsih, 2Juanim, 3Dadang Kusnadi***

*Postgraduate of Hospital Management*

*Pasundan University of Bandung*

***ABSTRACT***

*Patients’ satisfaction achieved if patients’ need, will and hope can be fullfilled by service quality and customers’ value to products or service that give by Public Health Centre. The aims of this research were to know the influence of service quality to customers’ value also the implication to patients’ satisfaction in Tanjungpandan Public Health Centre. The type of research was survey analytic research method. The research objects were patients who used Tanjungpandan Public Health Centre service with total samples were 96 respondents. Data analysis used path analysis. The analysis descriptive research showed the general service quality, customers’ value and patients’ satisfaction categorized into good. Verificative analysis result can be find out that service quality influenced to the customers’ value with score 0.546 or 29.81% also service quality and customers’ value together influenced to the patients’ satisfaction gained path coefficient value to the customers’s value was 0.663 or 44.0%. The conclusion: There was influence of service quality toward customers’ value also the implication toward patients’ satisfaction in Tanjungpandan Public Health Centre.*

*Keywords: Service quality, customers’ value, patients’ satisfaction*

**PENDAHULUAN**

Terwujudnya keadaan sehat adalah kehendak semua pihak. Tidak hanya oleh orang perorang, tetapi juga oleh keluarga, kelompok dan bahkan masyarakat. Dalam rangka mewujudkan status kesehatan masyarakat yang optimal, maka berbagai upaya harus dilaksanakan, salah satu di antaranya ialah menyelenggarakan pelayanan kesehatan.

Dalam PMK 75 tahun 2014, bahwa Puskesmas sebagai salah satu jenis fasilitas pelayanan kesehatan tingkat pertama memiliki peranan penting dalam sistem kesehatan nasional khususnya subsitem upaya kesehatan. Puskesmas merupakan salah satu fasilitas pelayanan kesehatan yang diselenggarakan oleh pemerintah, pemerintah daerah dan swasta yang bertugas memberikan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna meliputi : upaya promotif, preventif, kuratif dan rehabilitative dengan menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat (UU RI No.44 Tahun 2009).

Ketidakberhasilan target tersebut mengidentifikasikan adanya penurunan kualitas pelayanan yang disampaikan oleh penyedia jasa, sehingga berdampak pada penurunan keputusan konsumen yang tinggi. Salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industri kesehatan adalah dengan menciptakan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pihak Puskesmas sangat memprioritaskan kualitas pelayanan jasa dan nilai pelanggan yang tidak dimiliki oleh pesaing yang tentunya akan berakibat pada kepuasan yang diperoleh konsumen yang diharapkan setelah konsumen puas maka konsumen akan merasa tidak dirugikan setelah memilih pelayanan ke Puskesmas Tanjungpandan tersebut.

Berikut adalah data kunjungan pasien selama tiga bulan terakhir di Puskesmas Tanjungpandan pada tahun 2020.

**Tabel 1.2**

**Angka Kunjugan Pasien Di Puskesmas Tanjungpandan Belitung Barat**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bln** | **Dalam Wilayah** | | **Diluar Wilayah** | | **Total Kunjungan** |
| **Diobati** | **Dirujuk** | **Diobati** | **Dirujuk** |
| April | 1037 | 197 | 13 | - | 1247 |
| Mei | 688 | 155 | 17 | - | 860 |
| Juni | 1160 | 245 | 8 | - | 1413 |

*Sumber : Puskesmas Tanjungpandan Belitung Barat Tahun (2020)*

Jika pelayanan yang diberikan tidak bisa memenuhi harapan, maka pasien cenderung kecewa atau muncul ketidakpuasan. Begitu juga sebaliknya jika puskesmas mampu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan-harapan pasien maka pasien akan senang dan besar kemungkinan akan memanfaatkan pelayanan kembali. Pelayanan yang dinilai memiliki utilitas akan menumbuhkan rasa percaya terhadap puskesmas. Sedangkan menurut Buchari (2010:295) menyatakan bahwa nilai pelanggan ialah selisih antara total nilai tambah yang diperoleh pelanggan dibandingkan dengan total biaya yang dikeluarkan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti di puskesmas Tanjungpandan yang telah terakreditasi, kemudian peneliti tuangkan kedalam judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nilai Pelanggan dengan Implikasinya terhadap Kepuasan Pasien di Puskesmas Tanjungpandan”**

**Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei analitik, Sifat dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif Verifikatif yang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien di Puskesmas Tanjungpandan.

**Populasi dan Sampel**

Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode *slovin* sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel karena jumlah populasi yang diobati di dalam wilayah diketahui sebanyak 2865 responden. Dan di hitung menggunakan rumus slovin menjadi 96 responden.

**Hasil Penelitian**

**Karakteristik Responden**

**Tabel 4.1**

**Demografi Pasien Berdasarkan Usia**

| **Usia** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent |
| Valid | Dibawah 18 tahun | 4 | 4.2 |
| 18 sampai 30 | 19 | 19.8 |
| 31 sampai 40 | 33 | 34.4 |
| 41 sampai 50 | 26 | 27.1 |
| Diatas 50 tahun | 14 | 14.6 |
| Total | 96 | 100.0 |

**Tabel 4.2**

**Demografi Pasien Berdasarkan**

| **jenis kelamin** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent |
| Valid | laki-laki | 26 | 27.1 |
| Perempuan | 70 | 72.9 |
| Total | 96 | 100.0 |

**Tabel 4.3**

**Demografi Pasien Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

| **pendidikan** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Frequency | Percent |
| Valid | SD | 8 | 8.3 |
| SMP | 16 | 16.7 |
| SMA | 64 | 66.7 |
| DIII | 7 | 7.3 |
| s1 | 1 | 1.0 |
| Total | 96 | 100.0 |

**Analisa Deskriptif**

1. **Variabel Kualitas Pelayanan**

Diketahui bahwa rata-rata keseluruhan kualitas pelayanan yang diukur dengan dimensi keselamatan pasien, efektif, tepat waktu, efisien, keadilan dan berpusat pada pasien memperlihatkan indeks rata-rata yaitu 3.52 yang berarti dapat diinterpretasikan ke dalam kategori baik karena berada pada interval 3.41 - 4.20. Sedangkan untuk rata-rata perdimensi, dimensi keadilan yang tertinggi dengan rata-rata 3.89 dan untuk dimensi terendah yaitu pada dimensi ketepat waktu dengan 3.14.

1. **Variabel Nilai Pelanggan**

Diketahui bahwa rata-rata keseluruhan nilai pelanggan yang diukur dengan memperlihatkan indeks rata-rata yaitu 3.21 yang berarti dapat diinterpretasikan ke dalam kategori cukup baik karena berada pada interval 2.61 – 3.41. Sedangkan untuk rata-rata per dimensi, dimensi yang tertinggi adalah *value of money* dengan rata-rata 3.52 dan untuk dimensi terendah yaitu pada *social value* dengan 2.82.

1. **Variabel Kepuasan Pasien**

Diketahui bahwa rata-rata keseluruhan kepuasan pasien yang diukur dengan dimensi kepuasan konsumen memperlihatkan indeks rata-rata yaitu 3.42 yang berarti dapat diinterpretasikan ke dalam kategori baik karena berada pada interval 3.41 – 4.20. Sedangkan untuk rata-rata per dimensi, dimensi *Survey* kepuasan pelanggan yang tertinggi dengan rata-rata 3.65 dan untuk dimensi terendah yaitu pada dimensi *ghost shopping* dengan 3.27.

**Analisa Verifikatif**

| **Correlations** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Kualitas Pelayanan (X1) | Nilai Pelanggan (X2) | Kepuasan Pasien (Y) |
| Kualitas Pelayanan (X1) | Pearson Correlation | 1 | .546\*\* | .479\*\* |
| Sig. (2-tailed) |  | .000 | .000 |
| Sum of Squares and Cross-products | 4122.625 | 1060.188 | 1854.688 |
| Covariance | 43.396 | 11.160 | 19.523 |
| N | 96 | 96 | 96 |
| Nilai Pelanggan (X2) | Pearson Correlation | .546\*\* | 1 | .645\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .000 |  | .000 |
| Sum of Squares and Cross-products | 1060.188 | 916.156 | 1177.906 |
| Covariance | 11.160 | 9.644 | 12.399 |
| N | 96 | 96 | 96 |
| Kepuasan Pasien (Y) | Pearson Correlation | .479\*\* | .645\*\* | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 |  |
| Sum of Squares and Cross-products | 1854.688 | 1177.906 | 3634.990 |
| Covariance | 19.523 | 12.399 | 38.263 |
| N | 96 | 96 | 96 |
| \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | |  |  |

**Tabel 4.30**

**Koefisien Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Nilai Pelanggan**

| **Model Summary** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .546a | .298 | .290 | 2.616 |
| a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1) | | | | |

Sumber: Hasil Pengolahan Statistika SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 4.31 di atas diperoleh nilai koefisien jalur pxy sebesar 0.546 dan nilai R2yx sebesar 0.298 atau 29,8%. Dengan nilai R2xy tersebut dapat diperoleh pengaruh dari faktor lain (error) sebesar 100% - 29,8% = 70,2% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sedangkan koefisien jalur variabel lainnya diluar variabel Y ditentukan melalui:

ε1 =

= 0.837

Dengan demikian diperoleh persamaan sub struktur 1 sebagai berikut:

Y = 0.546X + 0.837

**Tabel 4.32**

**Koefisien Jalur Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pasien**

| **Model Summary** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .663a | .440 | .428 | 4.680 |
| a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan (X2), Kualitas Pelayanan (X1) | | | | |

Sumber: Hasil Pengolahan Statistika SPSS (2020)

Berdasarkan pada tabel 4.32 di atas diperoleh nilai koefisien jalur X1 dan Y terhadap X2 sebesar 0.663 dan nilai R2 sebesar 0.440 atau 44,0%. Dengan nilai R2 tersebut dapat diperoleh pengaruh dari faktor lain (error) sebesar 100% - 44.0% = 56% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sedangkan koefisien jalur variabel lainnya diluar variabel Y ditentukan melalui:

ε2 =

= 0.748

Jika persamaan tersebut digambarkan maka akan seperti gambar 4.3 dibawah ini :

Jika persamaan tersebut digambarkan maka akan seperti gambar 4.3 dibawah ini

Kualitas Pelayanan (X1)

0.181

0.748

0.546

Kepuasan (Y)

Nilai Pelanggan (X2)

0.547

**Gambar 4.3**

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pasien**

Berdasarkan kedua persamaan di atas, maka jalur dari masing-masing variabel dapat digambarkan pada gambar 4.4 berikut:

0.784

0.837

Kepuasan Pasien (Y)

Nilai Pelanggan

(X2)

Kualitas Pelayanan

(X1)

0.546 0.547

0.181

Hasil perhitungan yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh nilai pelanggan, dan kepuasan pasien. Berdasarkan nilai korelasi dan koefisien jalur yang diperoleh dari hasil perhitungan dengan SPSS dapat diketahui besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung dari kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien sebagai berikut :

**Tabel 4.33**

**Korelasi Parsial**

| **Coefficientsa** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Correlations | | |
| B | Std. Error | Beta | Zero-order | Partial | Part |
| 1 | (Constant) | 12.518 | 4.232 |  | 2.958 | .004 |  |  |  |
| Kualitas Pelayanan (X1) | .170 | .087 | .181 | 1.952 | .054 | .479 | .198 | .152 |
| Nilai Pelanggan (X2) | 1.089 | .184 | .547 | 5.904 | .000 | .645 | .522 | .458 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien (Y) | | | |  |  |  |  |  |  |

Sumber: Hasil Pengolahan Statistika SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 4.33 di atas, dapat dilakukan perhitungan untuk memperoleh pengaruh parsial dari setiap variabel bebas sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan (X1) : 0.181 x 0.479 = 0.0866 atau 8.66%

Nilai Pelanggan (X2) : 0.547 x 0.645 = 0.352 atau 35.2%

**Tabel 4.34**

**Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pasien**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Koefisisen Jalur** | | **Pengaruh Langsung** | **Pengaruh Tidak Langsung** | | **Sub Total Pengaruh Tidak Langsung** | **Pengaruh Total** |
| Kualitas pelayanan | Nilai pelanggan |
| Kualitas | 0.181 | | 3.2% | - | 5.40% | 5.40% | 8.7% |
| Nilai | 0.547 | | 29% | 5.40% | - | 5.40% | 35.3% |
|  | | **Pengaruh Keseluruhan** | | | | | **44%** |
| **Pengaruh Faktor lain atau Residu** | | | | | **56%** |

Sumber: Hasil Pengolahan Statistika SPSS (2020)

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan adalah sebesar 3.3% sedangkan pengaruh tidak langsungnya melalui nilai pelanggan adalah sebesar 5.40% sehingga apabila dijumlahkan totalnya menjadi 8.7%. Pengaruh langsung variabel nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien adalah sebesar 29.9% sedangkan pengaruh tidak langsungnya melalui kualitas pelayanan adalah sebesar 5.40% sehingga apabila dijumlahkan totalnya menjadi 35.3%.

Dengan demikian pengaruh total atau pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel kualitas pelayanan (X1) dan nilai pelanggan (X2) terhadap kepuasan pasien (Y) adalah sebesar 44% sedangkan pengaruh variabel lain di luar variabel yaitu sebesar 56% yang merupakan variabel yang diteliti di dalam penelitian.

**Uji Hipotesis**

**Uji Simultan**

**Tabel 4.35**

**Hasil Uji Simultan Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pasien**

| **ANOVAb** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1597.896 | 2 | 798.948 | 36.475 | .000a |
| Residual | 2037.094 | 93 | 21.904 |  |  |
| Total | 3634.990 | 95 |  |  |  |
| a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan (X2), Kualitas Pelayanan (X1) | | | | | |  |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Pasien (Y) | | | |  |  |  |

Berdasarkan tabel 4.36 didapat nilai Fhitung sebesar 36.475 dengan sig.sebesar 0.000 dengan α (5%) serta *Degree of Freedom* df1=k=3 dan df2=n-(k-1) = 96-(3-1)= 94 , maka didapat Ftabel = 3.09 , sehingga nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel (36.475 > 3.09), selain itu diperoleh hasil nilai sig. 0.000 lebih kecil dari tingkat keyakinannya (0.000 < 0.05) sehingga H0 ditolak. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa regresi berarti, sehingga secara simultan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan dengan implikasinya terhadap kepuasan konsumen di puskesmas tanjungpandan.

**Uji Parsial**

**Tabel 4.36**

**Hasil Uji Parsial Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Nilai Pelanggan**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Struktural | Koefisien Jalur | t hitung | t tabel | Sig. | Kesimpulan |
| Ρyx | 0.546 | 6.311 | 1.689 | 0.000 | H0 ditolak  Haditerima |

Sumber: Hasil Pengolahan Statistika SPSS (2020)

Koefisien jalur variabel kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan sebesar 0.546, diperoleh thitung sebesar 6.311 dengan mengambil taraf signifikan sebesar 10% maka nilai ttabel sebesar 1.689sehingga thitung lebih besar dari ttabel, selain itu diketahui pula bahwa nilai sig. (0.000 < α (0.10) maka H0 ditolak dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan nilai pelanggan di puskesmas tanjungpandan.

**Tabel 4.37**

**Hasil Uji Parsial Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasaan Pasien**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Struktural | Koefisien Jalur | t hitung | t tabel | Sig. | Kesimpulan |
| Ρzx | 0.181 | 1.952 | 1.689 | 0.054 | H0 ditolak  Haditerima |

Sumber: Hasil Pengolahan Statistika SPSS (2020)

Koefisien jalur variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan sebesar 0.181, diperoleh thitung sebesar 1.952 dengan mengambil taraf signifikan sebesar 10% maka nilai ttabel sebesar 1.689 sehingga thitung lebih besar dari ttabel, selain itu diketahui pula bahwa nilai sig. (0.054 < α (0.10) maka H0 ditolak dengan kata lain terdapa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien di puskesmas tanjungpandan.

**Tabel 4.38**

**Hasil Uji Parsial Variabel Nilai Pelanggan terhadap Kepuasaan Pasien**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Struktural | Koefisien Jalur | t hitung | t tabel | Sig. | Kesimpulan |
| Ρzy | 0.547 | 5.904 | 1.689 | 0.000 | H0 ditolak  Haditerima |

Sumber: Hasil Pengolahan Statistika SPSS (2020)

Koefisien jalur variabel nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien sebesar 0.547, diperoleh thitung sebesar 5.904 dengan mengambil taraf signifikan sebesar 10% maka nilai ttabel sebesar 1.689 sehingga thitung lebih besar dari ttabel, selain itu diketahui pula bahwa nilai sig. (0.000 < α (0.10) maka H0 ditolak dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai pelanggan dengan kepuasan pasien di puskesmas tanjungpandan.

**PEMBAHASAN**

1. **Pembahasan Analisa Deskriptif**
2. **Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan**

Hasil penelitian analisis deskriptif menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan masuk ke dalam kategori baik dengan indeks rata-rata dari enam dimensi yang dimiliki sebesar 3.52. Pada dasarnya jawaban responden terhadap seluruh item perrtanyaan yang ada sebagian besar menjawab dengan skor di antara 3 sampai dengan 4. Hal ini menandakan bahwa responden menjawab dengan kriteria cukup setuju dan setuju.Dengan demikian bahwa penilaian rata-rata dari seluruh responden terhadap seluruh item pertanyaan memberikan penilaian yang baik. Namun demikian masih ada beberapa responden yang menjawab skor 1 dan 2, hal ini menandakan respon terhadap berbagai item belum baik.

1. **Analisis Deskriptif Variabel Nilai Pelanggan**

Hasil penelitian analisis deskriptif menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap nilai pelanggan secara keseluruhan masuk ke dalam kategori baik dengan indeks rata-rata dari empat dimensi yang dimiliki sebesar 3.21. Pada dasarnya jawaban responden terhadap seluruh item perrtanyaan yang ada sebagian besar menjawab dengan skor di antara 3 sampai dengan 4. Hal ini menandakan bahwa responden menjawab dengan kriteria cukup setuju dan setuju.Dengan demikian bahwa penilaian rata-rata dari seluruh responden terhadap seluruh item pertanyaan memberikan penilaian yang baik. Namun demikian masih ada beberapa responden yang menjawab skor 1 dan 2, hal ini menandakan respon terhadap berbagai item belum baik.

1. **Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pasien**

Hasil penelitian analisis deskriptif menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap kepuasan pasien secara keseluruhan masuk ke dalam kategori baik dengan indeks rata-rata dari empat dimensi yang dimiliki sebesar 3.42. Pada dasarnya jawaban responden terhadap seluruh item perrtanyaan yang ada sebagian besar menjawab dengan skor di antara 3 sampai dengan 4. Hal ini menandakan bahwa responden menjawab dengan kriteria cukup setuju dan setuju.Dengan demikian bahwa penilaian rata-rata dari seluruh responden terhadap seluruh item pertanyaan memberikan penilaian yang baik. Namun demikian masih ada beberapa responden yang menjawab skor 1 dan 2, hal ini menandakan respon terhadap berbagai item belum baik.

1. **Pembahasan Analisa Verifikatif**
2. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nilai Pelanggan**

Berdasarkan perhitungan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dapat dirumuskan jalur sebagai berikut:

Y= 0.546 X+ e1

Hasil analisis penelitian data persamaan jalur diatas menunjukkan bahwa persepsi kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan.Ini menggambarkan bahwa semakin tinggi persepsi kualitas pelayanan yang dimiliki pasien terhadap puskesmas maka akan semakin tinggi pula nilai pelanggan terhadap puskesmas tanjungpandan. Hal tersebut diketahui karena nilai t-hitung kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan lebih besar dari nilai t-tabel. Dengan Koefisien jalur variabel kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan yaitu sebesar 0.546, dengan diperoleh thitung sebesar 6.311 dengan mengambil taraf signifikan sebesar 10% maka nilai ttabel sebesar 1.689 sehingga thitung lebih besar dari ttabel, selain itu diketahui pula bahwa nilai sig. (0.000 < α (0.10).

1. **Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasaan Pasien**

Berdasarkan perhitungan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dapat dirumuskan jalur sebagai berikut:

Y= 0.547 X+ e1

Berdasarkan pengolahan data persamaan jalur diatas didapatkan hasil nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal tersebut diketahui karena nilai t-hitung nilai pelanggan terhadap kepuasaan pasien lebih besar dari nilai t-tabel. Dengan Koefisien jalur variabel nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien sebesar 0.547, diperoleh thitung sebesar 5.904 dengan mengambil taraf signifikan sebesar 10% maka nilai ttabel sebesar 1.689 sehingga thitung lebih besar dari ttabel, selain itu diketahui pula bahwa nilai sig. (0.000 < α (0.10). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai pelanggan di puskesmas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien baik pengaruh langsung maupun tidak langsung, pengaruh langsung variabel nilai pelanggan di puskesmas tanjungpandan terhadap kepuasan pasien adalah sebesar 29.9%.

1. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasaan Pasien**

Berdasarkan perhitungan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dapat dirumuskan jalur sebagai berikut :

Y= 0.181 X+ e1

Hasil persamaan jalur didapatkan hasil kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasiem. Hal tersebut diketahui karena nilai t-hitung kualitas pelayanan terhadap nilai pelanggan lebih besar dari nilai t-tabel. Dengan Koefisien jalur variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan sebesar 0.181, diperoleh thitung sebesar 1.952 dengan mengambil taraf signifikan sebesar 10% maka nilai ttabel sebesar 1.689 sehingga thitung lebih besar dari ttabel, selain itu diketahui pula bahwa nilai sig. (0.054 < α (0.10).

**Kesimpulan**

1. Tanggapan pasien terhadap kualitas pelayanan yang diukur dengan dimensi keselamatan, efektif, berpusat kepada pasien, ketepatan waktu, efisien, dan keadilan diinterpretasikan dalam kriteria baik dengan nilai rata-rata sebesar 3.52, namun ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan lagi kualitasnya seperti pada dimensi ketepatan waktu yang dengan rata-rata 3.14. Berdasarkan hasil penelitian, dimensi ketepatan waktu tersebut masih dirasakan kurang atau rendah bagi pasien disebabkan karena puskesmas tidak mampu menyediakan dokter umum maupun spesialis yang bisa menangani keluhan pasien dengan cepat sehingga pasien memerlukan waktu yang lama untuk berobat.
2. Tanggapan pasien terhadap nilai pelanggan yang terdapat di puskesmas tanjugngpandan sudah baik dengan nilai rata-rata 3.21, walaupun demikian terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki lagi seperti pada dimensi *social value*. Berdasarkan hasil penelitian, penilaian pasien terhadap dimensi *social value* masih rendah terutama berkaitan dengan kepuasan pasien terhadap bangga atau tidaknya seorang pasien menggunakan pelayanan puskesmas tanjungpandan
3. Tanggapan pasien terhadap kepuasan pasien terhadap puskesmas tanjungpandan sudah baik dengan nilai rata-rata 3.42, walaupun demikian terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki lagi seperti pada dimensi *ghost shopiing*. Berdasarkan hasil penelitian, penilaian pasien terhadap dimensi *ghost shopping* masih rendah terutama berkaitan dengan terhadap petugas mencari atau tidaknya menemukan temuan keluhan yang dikeluhan pasien.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien dengan pengaruh sebesar 3.3%
5. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien dengan pengaruh sebesar 29.9%

Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien dengan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yaitu sebesar 8.7% dan nilai pelanggan memberikan pengaruh yang paling besar yaitu 35.3%, sehingga jika ditotalkan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan memberikan pengaruh sebebesar 44%.

**DAFTAR PUSTAKA**

Assauri, Sofjan. 2013.Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.

1. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. “Problems and Strategies in Services Marketing”. Jurnal of Marketing Vol. 49. (Spring).

Bernard,L.,K., & Curry, J. F. (2011). Self-compassion: Conseptualizations,correlates, & interventions. Review of General Psychology, 15, No.4, 289-303

Buchari Alma, (2011), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.

Departemen Kesehatan RI, 2004, Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1197/Menkes/SK/X/2004, tentang Standar Pelayanan Farmasi di Rumah Sakit, Jakarta.

Departemen Kesehatan RI. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan. Jakarta: Kementrian Kesehatan RI: 2009.

Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). Konsumen dan pelayanan prima. Yogyakarta: Gava Media

Fandy, Tjiptono. 2011.Service ManagementMewujudkan Layanan Prima.Edisi2.Yogyakarta: Andi.

Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.

Goetsch, DL, and David, S. 2008. Implementasi Kualitas, Alih Bahasa: Fandy Tjiptono dan Gregorious Chandra, (2011), Andi. Yogyakarta.

Haliman dan Wulandari. 2012. Cerdas Memilih Rumah Sakit.Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Hasibuan, Malayu S.P, 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Askara.

Hasibuan, Malayu S.P. 2016.Manajemen Sumber Daya Manusia. EdisiRevisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.

Hilman Firmansyah dan Acep Syamsudin. 2016. Organisasi dan Manajemen Bisnis. Ombak, Yogyakarta.

Hurriyanti Ratih, 2014. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung.ALFABETA,CV.

Hurriyati, Ratih. (2010). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: ALFABETHA.

Juanim. (2020). Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL. Bandung. Pt. Refika Aditama.

Kanaidi,2010,Pengaruh Customer Value dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Paket Pos di Wilayah Pos Bandung Raya. “COMPETITIVE”Majalah Ilmiah,Vol6 No.2 Desember 2010,ISSN : 0216 : 2539

Kemenkes. Rencana Strategis Kementerian Kesehatan Tahun 2015-2019. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI; 2015.

Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 2, edisi Ketiga edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Jilid 1dan 2. Jakarta. PT Indeks.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), Principles of Marketin, 12th Edition,Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.

Lupiyoadi (2001) Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta:Salemba Empat.

Notoatmodjo, S. 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta

Notoatmodjo.(2014). Metodologi Penelitia Kesehatan.Jakarta : PT. Rineka Cipta

Noreti., 2016,Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien PadaPuskesmas Mendawai Kecamatan Arut Selatan Kabupaten KotaWaringin Barat. Skripsi.Program Pascasarjana Universitas Terbuka : Jakarta.

Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 75 Tahun 2014 tentang Pusat Kesehatan Masyarakat. 2014.

Permenkes No 340 / Menkes / per / III / 2010 , Tentang Klasifikasi Rumah Sakit, 2010.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,2012, Manajemen Pemasaran ed.Ketiga Belas . Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.

Robbins, StephenPand Timothy A. Judge(2015). Organizational Behavior. Pearson. United State America.Edisi 16

Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. 2016. Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta.

Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. (2011). SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset. Penerbit Salemba empat, Jakarta.

Sinambela. 2010. Reformasi Pelayanan Publik. Jakarta: Bumi Aksara.

Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Supriyanto, Aji. 2005. “Pengantar Teknologi Informasi”. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Sunyoto, Danang. 2013. Analisis Data Ekonomi Dengan Menggunakan SPSS, Cetakan I, Penerbit PT INDEKS, Jakarta.

Solomon, Michael. R. 2015. Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11th Edition, New Jersey: Prentice-Hall.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.Bandung: Alfabeta.CV

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Sweeney, J. And Soutar, G. 2001. “Consumer perceived value: the development of a multiple item scale”. Journal of Retailing, Vol. 77, pp. 203-205.

Tjiptono. 2001. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen,Yogyakarta: BPFE

Undang-Undang RI Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit. Jakarta2009.

Yamit, Zulian. 2010. Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Yogyakarta. Ekonesia.