



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 2446-2457

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pasien Di Klinik S, Tangerang Selatan

Hanna Wijaya<sup>1✉</sup>, A. Rohendi<sup>2</sup>, Kahar Mulyani<sup>3</sup>

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

Email: [hannwijaya@yahoo.com](mailto:hannwijaya@yahoo.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Kepuasan pasien merupakan metrik penting dalam menilai kualitas layanan kesehatan di sebuah klinik. Kepercayaan konsumen atau pasien sangat berperan dalam membentuk kepuasannya. Di sektor layanan kesehatan, khususnya di klinik, kualitas layanan merupakan faktor yang sangat penting. Kualitas layanan yang unggul dapat meningkatkan kepuasan pasien, sedangkan kualitas layanan yang buruk dapat mengurangnya. Keadilan harga mengacu pada harga yang dianggap sesuai oleh konsumen dengan kualitas produk atau layanan yang diterima. Konsep ini sangat penting dalam dunia bisnis, karena kewajaran harga yang ditawarkan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk atau jasa yang diinginkan. Kepuasan pasien merupakan hal yang paling penting dalam pelayanan kesehatan, karena pasien yang puas cenderung menjadi pelanggan setia dan mungkin merekomendasikan klinik tersebut kepada orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kolektif kepercayaan, kualitas layanan, dan keadilan harga terhadap kepuasan pasien di Klinik S di Tangerang Selatan. Pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel konsumen yang berkunjung ke Klinik S di Tangerang Selatan. Sampel dipilih melalui metode non-random konsekutif sampling. Instrumen penelitian terdiri dari kuesioner yang mencakup pertanyaan terkait kepercayaan, kualitas layanan, dan kewajaran harga. Analisis data meliputi uji validitas-reliabilitas, analisis univariat, dan analisis multivariat. Kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di klinik ( $p\text{-value} < 0,05$ ). Kepercayaan Pasien dan Kualitas Pelayanan berdampak pada kepuasan pasien di Klinik S di Tangerang Selatan. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor tersebut dapat membantu klinik dan pihak terkait dalam mengembangkan strategi operasional klinik yang lebih efektif.

Kata Kunci: *Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kewajaran Harga, Kepuasan Pasien, Klinik S*

## Abstract

Patient satisfaction is a crucial metric in assessing the quality of healthcare services in a clinic. Consumer or patient trust plays a significant role in shaping their satisfaction. In the healthcare sector, particularly in clinic settings, service quality is a critical factor. Superior service quality can enhance patient satisfaction, while inferior quality can diminish it. Price fairness refers to a price that consumers deem appropriate for the quality of product or service received. This concept is vital in the business realm, as the fairness of the price offered can influence consumer decisions in selecting desired products or services. Patient satisfaction is of utmost importance in healthcare services, as satisfied patients tend to become loyal customers and may recommend the clinic to others. This study aims to examine the collective impact of trust, service quality, and price fairness on patient satisfaction at Clinic S in South Tangerang. A quantitative research approach with a survey method was used to gather data from a sample of consumers visiting Clinic S in South Tangerang. The sample was selected through a non-random consecutive sampling method. The research instrument consisted of a questionnaire covering questions related to trust, service quality, and price fairness. Data analysis included validity-reliability testing, univariate analysis, and multivariate analysis. Trust and service quality simultaneously exert a positive and significant influence on patient satisfaction at the clinic ( $p$ -value  $< 0.05$ ). Patient Trust and Service Quality impact patient satisfaction at Clinic S in South Tangerang. Therefore, a better understanding of these factors can assist the clinic and relevant parties in developing more effective strategies for clinic operations.

Keywords: *Trust, Service Quality, Price Fairness, Patient Satisfaction, Clinic S*

## PENDAHULUAN

Kepuasan pasien merupakan ukuran penting dalam menilai kualitas pelayanan kesehatan yang diberikan oleh suatu klinik. Terbentuknya kepercayaan konsumen atau pasien merupakan elemen penting dalam mencapai kepuasan tersebut. Kepercayaan tersebut timbul dari pengalaman positif yang dialami pasien saat menerima pelayanan di klinik. (Hasanah et al., 2023) Pengalaman ini dapat mencakup aspek-aspek seperti pelayanan yang ramah, cepat, efektif, dan efisien, sehingga memberikan hasil yang memuaskan. Pasien cenderung mempercayai klinik yang memberikan layanan berkualitas tinggi dan efektif, serta memberikan hasil positif. (Jawa et al., 2023) Oleh karena itu, membangun kepercayaan konsumen merupakan komponen kunci dalam menumbuhkan kepuasan pasien. (Al-Abri & Al-Balushi, 2014; Zhu & Chen, 2015)

Kepercayaan yang dimiliki pasien terhadap klinik dapat mempengaruhi kepuasan mereka secara keseluruhan secara positif. (Dedy et al., 2023) Pasien yang mempercayai klinik cenderung merasa lebih tenang dan nyaman selama menjalani perawatan. Kepercayaan ini memudahkan pemahaman dan penerimaan informasi terkait kesehatan, membantu mereka

dalam mengambil keputusan mengenai perawatan atau prosedur medis.(Ng & Luk, 2019; Pansari & Kumar, 2017) Sebaliknya, kurangnya kepercayaan dapat menimbulkan perasaan cemas, khawatir, dan tidak nyaman, sehingga menyulitkan pasien untuk memahami dan menerima informasi kesehatan, yang dapat berdampak buruk pada keputusan perawatan kesehatan mereka. Hal ini dapat menyebabkan berkurangnya kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh klinik.(Henriques et al., 2019; Ng & Luk, 2019)

Klinik harus memperhatikan faktor kepercayaan konsumen dalam memberikan layanan kesehatan. Perlu dilakukan upaya untuk memberikan pelayanan yang ramah, cepat, efektif, dan efisien, disertai dengan hasil yang memuaskan untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap klinik.(Widjaja & Wildan, 2023) Selain itu, klinik harus menyampaikan informasi yang jelas dan transparan tentang kondisi kesehatan pasien, sehingga memungkinkan pemahaman dan penerimaan informasi yang lebih baik.(Sarnacchiaro et al., 2019; Scaglione & Mendola, 2017) Peningkatan kualitas layanan di klinik dapat dicapai melalui berbagai cara, termasuk pelatihan dan pengembangan staf, peningkatan fasilitas dan peralatan, dan integrasi teknologi dalam layanan kesehatan. Meningkatkan keterampilan dan keahlian staf klinik melalui pelatihan dan pengembangan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien. (Suherman et al., 2021) Peningkatan fasilitas dan peralatan dapat menciptakan lingkungan yang lebih nyaman dan aman, sementara penggunaan teknologi dalam layanan kesehatan dapat menyederhanakan dan memfasilitasi proses layanan. Kualitas pelayanan yang baik berdampak positif terhadap kepuasan pasien di klinik, dengan aspek seperti keandalan dan daya tanggap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien.(Bayraktar et al., 2012; Henriques et al., 2019)

Dalam konteks layanan kesehatan, kepuasan pasien adalah hal terpenting untuk meningkatkan kualitas layanan dan membangun hubungan jangka panjang antara klinik dan pasiennya.(Fabregat-Aibar et al., 2019) Klinik harus terus berupaya meningkatkan kualitas layanan yang mereka tawarkan, dengan fokus pada dimensi-dimensi yang disebutkan di atas. Selain itu, klinik juga harus berusaha memahami dan menanggapi kebutuhan dan preferensi individu pasien untuk menjamin kepuasan mereka.(Henriques et al., 2019; Marcenaro-Gutierrez et al., 2010).

## METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian deskriptif analitik dengan metode survei dan pendekatan *cross sectional*. Lokasi penelitian dilakukan di Klinik S, Tangerang Selatan. Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Maret 2023 hingga Juni 2023. Kriteria inklusi dalam penelitian ini mencakup pelanggan yang datang berkunjung selama periode waktu penelitian. Sementara itu, kriteria eksklusi mencakup pelanggan yang menolak berpartisipasi, pelanggan yang tidak dapat berkomunikasi dalam bahasa Indonesia, pelanggan yang tidak memiliki kapasitas mental untuk diwawancarai, data penelitian yang tidak lengkap, dan pelanggan yang tidak dapat membuat keputusan mengenai kepuasan pasien. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kewajaran Harga. Variabel tergantung dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pasien. Skala yang digunakan dalam penelitian ini berupa skala liker. Adapun total pertanyaan pada penelitian ini berjumlah 52 pertanyaan dengan sebaran 8 pertanyaan untuk variabel kepercayaan pasien, 24 pertanyaan untuk variabel kualitas layanan, 5 pertanyaan untuk variabel kewajaran harga, serta 15 pertanyaan untuk variabel kepuasan pasien. Seluruh butir pertanyaan pada penelitian ini telah melalui uji validasi dan uji realibilitas dengan hasil akhir berupa  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan nilai Cronbach alpha diatas 0,80. Teknik analisa statistik dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda dengan batas kemaknaan kesalahan tipe 1 adalah sebesar 5% dan dikatakan H-null ditolak bilamana nilai p-value  $<$  0,05.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, 200 kuesioner disebarakan di Klinik S di Tangerang Selatan. Jenis kelamin responden dibagi menjadi dua kategori: laki-laki dan perempuan. Di antara 200 responden, 85 orang adalah laki-laki, terhitung 42,5%, dan 115 orang adalah perempuan, mewakili 57,5%. Usia responden dikelompokkan menjadi enam kelompok: di bawah 20 tahun, 21-25 tahun, 26-30 tahun, 31-35 tahun, 36-40 tahun, dan di atas 40 tahun. Dari 200 responden, tidak terdapat individu yang berusia di bawah 20 tahun. Terdapat 21 responden berusia 21-25 tahun, yang merupakan 10,5% dari total; 41 responden berusia 26-30 tahun, yaitu 20,5%; 29 responden berusia 31-35 tahun, yaitu 14,5%; 35 responden berusia 36-40 tahun, terdiri dari 17,5%; dan 74 responden berusia di atas 40 tahun, mewakili 37%. Data karakteristik pasien disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Demografi Responden

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	85	42.5
	Perempuan	115	57.5
Usia	<20	0	0
	21-25	21	10.5
	26-30	41	20.5
	31-35	29	14.5
	36-40	35	17.5
	>40	74	37
Pendidikan	SD-SMA	61	30.5
	D3/S1	72	36.0
	S2/S3	67	33.5
Pekerjaan	Pelajar	34	17
	Pegawai Negeri	52	26
	Pegawai Swasta	36	18
	Wiraswasta	36	18
	Profesi	42	21
Pendapatan	<6 juta	70	35
	6-10 juta	63	31.5
	>10 juta	67	33.5

Dalam analisis statistik terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien, berbagai koefisien diperiksa untuk memahami dampaknya masing-masing. Aspek penting dari analisis ini adalah interpretasi koefisien konstan dan variabel dalam model regresi (Tabel 2).

Tabel 2. Analisis Regresi Berganda tiap Variabel

	B	Std.Error	Beta	t	Sig.
(constant)	23.890	4.437		5.384	0.000
Kepercayaan	0.772	0.047	0.801	16.402	0.000
Kualitas Pelayanan	0.117	0.053	0.109	2.208	0.028
Kewajaran Harga	-0.039	0.087	-0.015	-0.453	0.651

Nilai konstanta sebesar 23,890 pada analisis ini menunjukkan bahwa jika variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kewajaran harga semuanya bernilai nol maka kepuasan pasien sebesar 23,890. Mengenai variabel kepercayaan, koefisiennya bernilai positif sebesar 0,772, menunjukkan bahwa peningkatan variabel kepercayaan berkorelasi

dengan peningkatan kepuasan pasien sebesar 0,772, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan. Begitu pula dengan variabel kualitas pelayanan yang menunjukkan koefisien positif sebesar 0,117, yang berarti bahwa peningkatan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pasien sebesar 0,117, dengan syarat variabel lain tidak berubah.

Sebaliknya, variabel kewajaran harga mempunyai koefisien negatif sebesar -0,039. Hal ini mencerminkan bahwa peningkatan variabel kewajaran harga dikaitkan dengan penurunan kepuasan pasien sebesar 0,039, sekali lagi dengan asumsi keteguhan variabel independen lainnya. Namun perlu diperhatikan bahwa berdasarkan pengujian statistik, nilai signifikansi variabel kewajaran harga hanya sebesar 0,651 ( $p\text{-value} > 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kewajaran harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien.

Tabel 3. Hasil Uji Signifikan Simultan

	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Regression</i>	9963.004	3	3321.001	236.880	0.000
<i>Residual</i>	2747.876	196	14.020		
<i>Total</i>	12710.880	199			

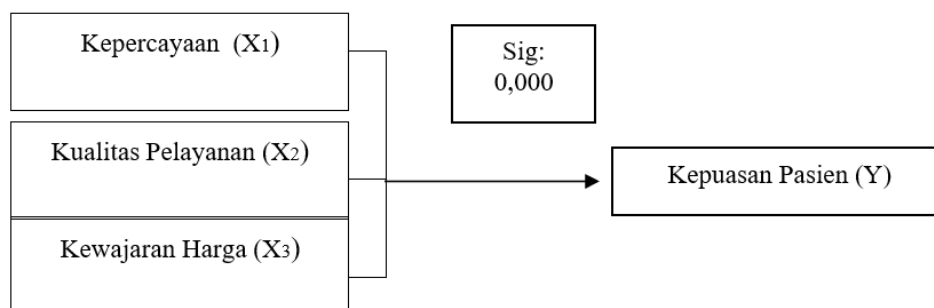
Penelitian “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pasien di Klinik S, Tangerang Selatan” menawarkan implikasi manajerial yang mendalam dalam mengelola Klinik S, Tangerang Selatan, untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pasien. Pertama, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya kualitas layanan dan dampaknya terhadap kepuasan pasien. Temuan ini menunjukkan bahwa manajemen harus memprioritaskan inisiatif seperti pelatihan staf, mengintegrasikan teknologi yang lebih baik, dan menyempurnakan proses layanan untuk meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Selain itu, penelitian ini menyoroti peran penting penetapan harga dalam kepuasan pasien. Oleh karena itu, manajemen disarankan untuk menerapkan strategi penetapan harga yang lebih berbeda, termasuk mengevaluasi kembali struktur penetapan harga, memahami harga pesaing, atau memperkenalkan paket harga khusus. Pendekatan ini dapat menyelaraskan harga klinik dengan ekspektasi pasien dan standar pasar, sehingga berpotensi meningkatkan kepuasan pasien.

Aspek penting lainnya yang diungkapkan oleh penelitian ini adalah dampak kepercayaan pasien. Manajemen perlu menggali pemahaman tentang apa yang membangun atau mengurangi kepercayaan ini. Mereka dapat menerapkan kebijakan dan praktik yang mendorong transparansi dan keamanan untuk menumbuhkan kepercayaan, seperti saluran komunikasi yang jelas dan kebijakan privasi yang ketat.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat keselarasan yang kuat antara kinerja karyawan dengan tujuan kualitas layanan klinik. Memastikan bahwa staf dan karyawan menyadari sepenuhnya peran penting mereka dalam meningkatkan kepuasan pasien sangatlah penting. Hal ini dapat dicapai melalui program pelatihan yang ditargetkan dan mengakui serta menghargai kinerja yang efektif. Selain itu, manajemen harus menerapkan sistem yang kuat untuk memantau dan mengukur kepuasan pasien. Hal ini dapat melibatkan survei pasien secara berkala dan mekanisme umpan balik untuk mengukur perubahan persepsi pasien mengenai kepercayaan, kualitas layanan, dan harga. Dalam hal pemasaran, temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Menekankan kualitas layanan dan kepercayaan pada kampanye pemasaran dapat lebih diterima oleh calon pasien, sehingga meningkatkan posisi pasar klinik.

Proses operasional di klinik juga memerlukan evaluasi dan perbaikan untuk memastikan proses tersebut memenuhi standar efisiensi dan kualitas. Mengoptimalkan proses ini dapat menghasilkan pengalaman pasien yang lebih baik dan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Penelitian ini menyiratkan bahwa peningkatan kepuasan pasien dapat berdampak positif terhadap profitabilitas dan pertumbuhan klinik. Oleh karena itu, manajemen harus bersiap untuk berinvestasi pada bidang yang mendorong kepuasan pasien dan memantau dengan cermat dampak finansial dari investasi tersebut.

Pengembangan sumber daya manusia merupakan bidang penting lainnya bagi klinik ini. Manajemen harus memastikan mereka memiliki bakat dan keterampilan yang tepat untuk menerapkan strategi perbaikan secara efektif. Terakhir, penelitian ini menekankan bahwa meningkatkan kepercayaan, kualitas layanan, dan harga adalah upaya jangka panjang. Pemantauan berkelanjutan dan evaluasi berkala terhadap upaya perbaikan diperlukan untuk mempertahankan dan membangun kemajuan dalam meningkatkan kepuasan pasien. Komitmen terhadap perbaikan berkelanjutan ini sangat penting bagi keberhasilan jangka panjang dan reputasi klinik di sektor layanan kesehatan.



Gambar 1. Hubungan Antar Variabel

Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Swapnarag Swain dan Nirmal Chandra Kar, yang diterbitkan dalam *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing* pada Agustus 2018, mengeksplorasi dimensi persepsi kualitas layanan di rumah sakit. Makalah ini bertujuan untuk mengembangkan kerangka konseptual yang menghubungkan kualitas layanan rumah sakit, kepuasan pasien, dan niat berperilaku. Ini mengidentifikasi enam bidang utama kualitas layanan yang dirasakan di rumah sakit dan mengusulkan hubungan langsung antara kualitas layanan, kepuasan pasien, dan pilihan perilaku. "Kerangka 6-Q" yang komprehensif ini mengeksplorasi semua kemungkinan dimensi kualitas layanan yang dirasakan di rumah sakit.(Pansari & Kumar, 2017; Swain & Kar, 2018)

Studi lain yang dilakukan oleh Syed Saad Andaleeb, yang diterbitkan dalam *Social Science & Medicine* pada Mei 2001, berfokus pada persepsi pasien terhadap layanan kesehatan di negara-negara berkembang. Hal ini menekankan perlunya suara pasien menjadi lebih penting dalam desain layanan kesehatan, terutama di negara-negara berkembang. Studi ini mengidentifikasi faktor-faktor penting kualitas layanan dari sudut pandang pasien dan mengkaji hubungannya dengan kepuasan pasien di Bangladesh.(Randhawa et al., 2016) Dengan menggunakan analisis faktor dan regresi berganda, penelitian ini menetapkan hubungan yang signifikan antara dimensi kualitas layanan dan kepuasan pasien. Penelitian Dudung Juhana, Ester Manik, Catleya Febrinella, dan Iwan Sidharta yang dimuat dalam *International Journal of Applied Business and Economic Research* tahun 2015 meneliti pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pasien di rumah sakit umum di Bandung, Indonesia. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk memahami keterkaitan variabel-variabel tersebut dan menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien.(Agnihotri et al., 2016; Ferreira et al., 2023)

Dalam konteks Komunitas Kesehatan Online (OHCs), sebuah penelitian yang dilakukan oleh Wu Hong dan Lu Naiji, yang diterbitkan dalam *International Journal of Medical Informatics* pada bulan Februari 2018, menyelidiki bagaimana penyediaan layanan dan harga memengaruhi kepuasan pasien. Studi empiris ini menganalisis data dari 2.309 dokter di OHC Tiongkok dan menemukan korelasi non-linier antara harga layanan dan kepuasan pasien.(Hao et al., 2019; Widayati et al., 2017) Hal ini menekankan pentingnya penyediaan dan penetapan harga layanan di OHC secara efektif untuk meningkatkan kepuasan pasien. Penelitian Stephanie Olivia dan Innocentius Bernarto tahun 2022 yang diterbitkan di *Budapest International Research and Critics Institute-Journal* menganalisis dampak

kepercayaan, keadilan harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien di Klinik Dental Studio di Jakarta Barat. Dengan menggunakan metode survei dan analisis PLS-SEM, penelitian ini menemukan bahwa ketiga variabel berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, dengan kewajaran harga mempunyai pengaruh paling dominan. (Bulchand-Gidumal et al., 2013; Ruggeri et al., 2019) Penelitian Aditya Pratama Saanin, Grace Rumengan, Laila Ulfa, dan Jeffry Rustandy yang dipublikasikan di Jurnal Manajemen Dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia pada Oktober 2022 berfokus pada hubungan antara kepercayaan, keadilan harga, kualitas layanan, dan lingkungan fisik. tentang kepuasan pasien di unit rawat inap di Rumah Sakit Azra di Bogor, Indonesia. Dengan menggunakan analisis regresi berganda, penelitian ini mengungkapkan bahwa semua variabel ini mempengaruhi kepuasan pasien secara signifikan dan positif. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukannya manajemen rumah sakit untuk membangun citra yang baik, menawarkan harga yang kompetitif, memastikan kualitas layanan yang prima, dan menjaga lingkungan fisik yang nyaman untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien. (Manolitzas et al., 2014; Miao et al., 2020).

## SIMPULAN

Temuan utama dari penelitian ini menyoroti peran penting kualitas layanan, kepercayaan, keadilan harga, dan lingkungan fisik dalam menentukan kepuasan dan loyalitas pasien. Penerapan analisis statistik yang canggih, termasuk *Structural Equation Modeling* (SEM) dan analisis regresi berganda, telah berperan penting dalam menentukan dampak signifikan dan positif faktor-faktor ini terhadap kepuasan pasien. Metodologi-metodologi ini telah memberikan tulang punggung kuantitatif pada kerangka teoritis yang dibahas dalam penelitian ini. Sintesis komprehensif dari penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pemahaman akademis tentang kepuasan pasien tetapi juga menawarkan wawasan praktis bagi penyedia layanan kesehatan. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan terpadu yang berfokus pada berbagai aspek pemberian layanan sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pasien. Bukti empiris yang disajikan dalam penelitian ini sangat berharga bagi manajer dan praktisi layanan kesehatan, membimbing mereka dalam mengambil keputusan dan menerapkan strategi efektif untuk meningkatkan kepuasan pasien.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnihotri, R., Dingus, R., Hu, M. Y., & Krush, M. T. (2016). Social media: Influencing customer satisfaction in B2B sales. *Industrial Marketing Management, 53*, 172–180. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.09.003>
- Al-Abri, R., & Al-Balushi, A. (2014). Patient Satisfaction Survey as a Tool Towards Quality Improvement. *Oman Medical Journal, 29*(1), 3–7. <https://doi.org/10.5001/omj.2014.02>
- Bayraktar, E., Tatoglu, E., Turkyilmaz, A., Delen, D., & Zaim, S. (2012). Measuring the efficiency of customer satisfaction and loyalty for mobile phone brands with DEA. *Expert Systems with Applications, 39*(1), 99–106. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2011.06.041>
- Bulchand-Gidumal, J., Melián-González, S., & González Lopez-Valcarcel, B. (2013). A social media analysis of the contribution of destinations to client satisfaction with hotels. *International Journal of Hospitality Management, 35*, 44–47. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.05.003>
- Dedy, A., Wulandari, S., Mubarak, A., Noor, C. M., & Sukajie, B. (2023). PERSONAL SELLING, KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Sains Manajemen, 5*.
- Fabregat-Aibar, L., Barberà-Mariné, M. G., Terceño, A., & Pié, L. (2019). A Bibliometric and Visualization Analysis of Socially Responsible Funds. *Sustainability, 11*(9), 2526. <https://doi.org/10.3390/su11092526>
- Ferreira, D. C., Vieira, I., Pedro, M. I., Caldas, P., & Varela, M. (2023). Patient Satisfaction with Healthcare Services and the Techniques Used for its Assessment: A Systematic Literature Review and a Bibliometric Analysis. *Healthcare, 11*(5), 639. <https://doi.org/10.3390/healthcare11050639>
- Hao, A. W., Paul, J., Trott, S., Guo, C., & Wu, H.-H. (2019). Two decades of research on nation branding: a review and future research agenda. *International Marketing Review, 38*(1), 46–69. <https://doi.org/10.1108/IMR-01-2019-0028>
- Hasanah, D. F., Syaodih, E., Handayani, N., & Mulyani, K. (2023). PENGARUH MUTU PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN DI KLINIK PRATAMA MANSURIN BANDUNG. *E-Prosiding Pascasarjana, 1*.
- Henriques, C. O., Luque, M., Marcenaro-Gutierrez, O. D., & Lopez-Agudo, L. A. (2019). A multiobjective interval programming model to explore the trade-offs among different aspects of job satisfaction under different scenarios. *Socio-Economic Planning Sciences, 66*, 35–46. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2018.07.004>

- Jawa, L. L. H., Purwadhi, Andriani, R., & ANDikarya, R. O. (2023). STRATEGI MANAJEMEN UNTUK MENINGKATKAN EXCELLENT SERVICE DI RUMAH SAKIT UMUM ST. RAFAEL MANGGARAI NTT. *E-Prosidings Magister Manajemen ARS University*, 1.
- Manolitzas, P., Fortsas, V., Grigoroudis, E., & Matsatsinis, N. (2014). Internal Customer Satisfaction in Health-Care Organizations: A Multicriteria Analysis Approach. *International Journal of Public Administration*, 37(10), 646–654. <https://doi.org/10.1080/01900692.2014.903267>
- Marcenaro-Gutierrez, O. D., Luque, M., & Ruiz, F. (2010). An application of multiobjective programming to the study of workers' satisfaction in the Spanish labour market. *European Journal of Operational Research*, 203(2), 430–443. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2009.07.017>
- Miao, R., Zhang, H., Wu, Q., Zhang, J., & Jiang, Z. (2020). Using structural equation modeling to analyze patient value, satisfaction, and loyalty: a case study of healthcare in China. *International Journal of Production Research*, 58(2), 577–596. <https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1598595>
- Ng, J. H. Y., & Luk, B. H. K. (2019). Patient satisfaction: Concept analysis in the healthcare context. *Patient Education and Counseling*, 102(4), 790–796. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2018.11.013>
- Pansari, A., & Kumar, V. (2017). Customer engagement: the construct, antecedents, and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(3), 294–311. <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0485-6>
- Randhawa, K., Wilden, R., & Hohberger, J. (2016). A Bibliometric Review of Open Innovation: Setting a Research Agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 33(6), 750–772. <https://doi.org/10.1111/jpim.12312>
- Ruggeri, G., Orsi, L., & Corsi, S. (2019). A bibliometric analysis of the scientific literature on Fairtrade labelling. *International Journal of Consumer Studies*, 43(2), 134–152. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12492>
- Sarnacchiaro, P., Camminatiello, I., D'Ambra, L., & Palma, R. (2019). How does public service motivation affect teacher self-reported performance in an education system? Evidence from an empirical analysis in Italy. *Quality & Quantity*, 53(5), 2521–2533. <https://doi.org/10.1007/s11135-018-0772-z>
- Scaglione, A., & Mendola, D. (2017). Measuring the perceived value of rural tourism: a field survey in the western Sicilian agritourism sector. *Quality & Quantity*, 51(2), 745–763. <https://doi.org/10.1007/s11135-016-0437-8>

- Suherman, E., Sumarni, N., Suroso, S., Mubarok, A., & Sukajie, B. (2021). STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PADA BUMDES APOTEK LAKSANA BAROKAH DI DESA JATILAKSANA. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 3.
- Swain, S., & Kar, N. C. (2018). Hospital service quality as antecedent of patient satisfaction – a conceptual framework. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-06-2016-0028>
- Widayati, M. Y., Tamtomo, D., & Adriani, R. B. (2017). Factors Affecting Quality of Health Service and Patient Satisfaction in Community Health Centers in North Lampung, Sumatera. *Journal of Health Policy and Management*, 02(02), 165–175. <https://doi.org/10.26911/thejhpm.2017.02.02.08>
- Widjaja, Y. R., & Wildan. (2023). PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR. *Jurnal Sains Manajemen*, 5.
- Zhu, Y.-Q., & Chen, H.-G. (2015). Social media and human need satisfaction: Implications for social media marketing. *Business Horizons*, 58(3), 335–345. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2015.01.006>