

**PENGARUH SERVICE EXPERIENCE DAN PERCEIVED VALUE
TERHADAP KEPUASAN PASIEN PADA INSTALAS RAWAT INAP DI
RSUD KOTA MAKASSAR**

**INFLUENCE OF SERVICE EXPERIENCE AND PERCEIVED VALUE ON
PATIENT SATISFACTION AT INPATIENT INSTALLATION
AT RSUD KOTA MAKASSAR**

Ika Fadhilah Bea¹, Syahrir A. Pasinringi¹, Andi Zulkifli²

¹Bagian Manajemen Rumah Sakit, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Hasanuddin,

²Bagian Epidemiologi, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Hasanuddin, Makassar

Alamat Korespondensi: Ika Fadhilah Bea, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Hasanuddin
Makassar, 90245, HP: 085243564492, Email: IkaFadhilahBea@yahoo.co.id

Abstrak

Pengalaman layanan (*service experience*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*) yang terjadi pada setiap interaksi antar pasien dan pemberi layanan akan mempengaruhi kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service experience* dan *perceived value* terhadap kepuasan pasien pada Instalasi Rawat Inap di RSUD Kota Makassar. Penelitian ini dilaksanakan pada Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional* dengan menyebarkan kuesioner pada 180 pasien sebagai responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *proportional stratified random sampling* dari setiap kelas perawatan di lokasi penelitian. Data dianalisis dengan menggunakan uji regresi linear sederhana untuk melihat pengaruh masing-masing variabel *service experience* dan *perceived value* terhadap kepuasan pasien yang dilanjutkan dengan uji regresi linear berganda untuk melihat pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *service experience* terhadap kepuasan pasien dengan besar pengaruhnya R^2 26.7% yang ditunjukkan dengan t hitung=8.046 > t table=1.960 dengan nilai $p=0.001 < 0.05$. Terdapat pengaruh *perceived value* terhadap kepuasan pasien dengan besar pengaruhnya R^2 21.2% yang ditunjukkan dengan t hitung=6.926 > t table=1.960 dengan nilai $p=0.001 < 0.05$. Terdapat pengaruh secara simultan *service experience* dan *perceived value* terhadap kepuasan pasien dengan besar pengaruhnya *adjusted R²* 26.4% ditunjukkan dengan F hitung=33.161 > F table=19.50 dengan nilai $p=0.001 < 0.05$. Disimpulkan bahwa *service experience* dan *perceived value* serta secara simultan mempengaruhi kepuasan pasien. Diharapkan perhatian yang besar dalam memberikan *service experience* terbaik serta meningkatkan *perceived value* terhadap pelayanan di rumah sakit.

Kata Kunci : *Service experience, perceived value, kepuasan pasien.*

Abstract

*Service experience and perceived value in every interaction between patient and services provider will influence customer satisfaction. This study aimed to analyze the influence of service experience and perceived value to the satisfaction of the patients in the inpatient ward at the Hospital of Makassar. The research was conducted at the Inpatient Hospital Makassar. The method used in this study is a cross sectional study by distributing questionnaires to 180 as respondents. Sampling was done by using stratified random sampling of each class of treatment in the study site. Data were analyzed using simple linear regression test to see the effect of each variable service experience and perceived value to the satisfaction of patients, followed by multiple linear regression tests for the simultaneous viewing of independent variable on the dependent variable. The results showed that there were significant service experience against big influence patient satisfaction with R^2 26.7% as indicated by t score = 8.046 > t table = 1.960 with $p = 0.001 < 0.05$. There was the influence of perceived value against major influence patient satisfaction with R^2 21.2% as indicated by t score = 6.926 > t table = 1.960 with $p = 0.001 < 0.05$. There was influence of simultaneous service experience and perceived value against major influence patient satisfaction with *adjusted R²* 26.4% indicated by F score = 33.161 > F table = 19.50 with a value of $p = 0.001 < 0.05$. It was concluded that service experience and perceived value and simultaneously affect patient satisfaction. It is expected that great attention in providing the best service experience and increase perceived value of hospital services.*

Keywords: *Service experience, perceived value, patient satisfaction.*

PENDAHULUAN

Kepuasan pasien dalam pelayanan kesehatan merupakan komponen penting dari kinerja organisasi di lingkungan rumah sakit (Koné Péfoyo and Wodchis, 2013). Kepuasan pasien mengacu pada sejauh mana harapan, sasaran, dan preferensi yang diinginkan oleh pasien dipenuhi oleh penyedia layanan kesehatan (Huei, Mee and Chiek, 2015). Kepuasan pasien yang lebih besar terhadap perawatan akan menjadikan pasien patuh terhadap perintah dokter, lebih loyal, kesan positif dari mulut ke mulut oleh pasien, mengurangi jumlah keluhan pasien, keuntungan yang lebih tinggi, tingkat pengembalian pasien yang lebih tinggi dan rujukan pasien yang lebih banyak (Zarei et al., 2015). Penelitian yang ada menunjukkan bahwa pasien yang puas cenderung mengikuti petunjuk pengobatan dan saran medis, mungkin karena mereka lebih cenderung percaya bahwa pengobatan akan efektif (Arab et al., 2014). Kemampuan setiap organisasi untuk memuaskan pelanggannya paling mudah direalisasikan bila harapan tersebut dikelola agar sesuai dengan produk dan proses yang ada (Alrubaiee, 2011).

Berdasarkan beberapa hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan pasien sangat dipengaruhi oleh *service experience* (Guo, 2012; Khan et al., 2015; Maklan et al., 2011; Dobrota et al., 2012; Yulianti, 2017). Tseng et al., (1999) menyatakan bahwa *service experience* dapat memiliki dampak signifikan pada kepuasan pelanggan. Sedangkan Haeckel et al. (2003) dan Leonard et al. (2006) menyatakan bahwa petunjuk (*service clues*) mempengaruhi kepuasan melalui persepsi yang terbentuk pada setiap pengalaman layanan.

Selain itu, *perceived value* juga mempengaruhi kepuasan pasien. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan sangat dipengaruhi oleh *perceived value* (Wu et al., 2016; Nazri et al., 2016). *Perceived value* adalah salah satu elemen terpenting untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan dianggap sebagai prediktor yang signifikan terhadap kepuasan (Cronin et al., 2000; McDougall et al., 2000). Hal ini didukung dengan berbagai penulis seperti Hanan dan Karp serta Iglesias dan Guillen yang dikutip oleh Ali (2007) mengemukakan bahwa ada korelasi unik antara nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan.

Perceived value berperan penting dalam meningkatkan tingkat kepuasan pasien (Moliner, 2009). Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan pasien akan lebih tinggi bila *perceived value* dan kualitasnya melebihi harapan pasien (Surydana, 2017). Nilai yang dirasakan pelanggan dapat digambarkan sebagai evaluasi untuk membandingkan persepsi tentang nilai yang dirasakan dan hasil nyata dari pengalaman pembelian (Chiang et al., 2013). Sedangkan Leonard et al. (2006) menyatakan bahwa kepuasan berasal dari persepsi yang terbentuk pada setiap pengalaman layanan ketika terjadi interaksi antara pelanggan dan pemberi layanan. Dengan interaksi, pelanggan menilai nilainya tidak dalam tahap pembelian namun selama tahap konsumsi atau penggunaan layanan (Akbar et al., 2016). Pengalaman ini dipengaruhi oleh petunjuk sensorik dan emosional yang membangkitkan suatu persepsi baik yang bersifat rasional maupun emosional, dan berpengaruh terhadap kepuasan (Leonard et al., 2006; Prabhu et al., 2016).

Rumah sakit sebagai institusi pelayanan publik diwajibkan untuk memenuhi kepuasan pasien. RSUD Kota Makassar merupakan Pusat Rujukan Pintu Gerbang Utara Makassar Kelas B telah melakukan survey kepuasan pasien di Instalasi Rawat Inap pada Tahun 2015, 2016 dan 2017 dengan capaian tingkat kepuasan pasien rata-rata adalah sebesar 79.67%. Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan pasien yang belum memenuhi standar yaitu sebesar $\geq 90\%$ berdasarkan Kepmenkes No.129 Tahun 2008 tentang Standar Pelayanan Minimal Rumah Sakit. Dengan demikian, berdasarkan masalah tersebut penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh *service experience* dan *perceived value* terhadap kepuasan pasien pada Instalasi Rawat Inap di RSUD Kota Makassar.

BAHAN DAN METODE

Lokasi dan Rancangan penelitian

Penelitian ini dilakukan di Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar. Jenis penelitian yang digunakan adalah observasional analitik dengan rancangan *cross sectional study*.

Populasi dan sampel

Populasi adalah seluruh pasien yang sedang menjalani perawatan di Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar. Sampel sebanyak 180 pasien yang dipilih secara *proportional stratified random sampling* yang telah memenuhi kriteria inklusi yaitu tidak menderita penyakit jiwa dan gangguan panca indera,

pasien dalam keadaan sadar dan dapat diajak berkomunikasi, dan pasien yang telah dirawat sekurang-kurangnya 3 (tiga) hari.

Metode pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner *service experience*, *perceived value* dan kepuasan pasien. Adapun kuesioner *service experience* diadaptasi dari kuesioner yang dibuat oleh Yulianti (2017), yang terdiri dari 30 item pernyataan. Sementara kuesioner *perceived value* diadaptasi dari Moliner (2006) dan diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia yang terdiri dari 25 item pernyataan. Begitupun dengan kuesioner Kepuasan Pasien menggunakan kuesioner PSQ18 oleh Marshall *et al.*, (1994) dan diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia yang terdiri dari 9 item pernyataan positif dan 9 pernyataan negatif.

Analisis data

Analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel *service experience* dan *perceived value* terhadap kepuasan pasien adalah menggunakan uji regresi linear sederhana. Sedangkan analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh secara simultan *service experience* dan *perceived value* terhadap kepuasan pasien adalah menggunakan uji regresi linier berganda.

HASIL

Karakteristik sampel

Tabel 1 memperlihatkan distribusi frekuensi karakteristik responden di lokasi penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden yakni 31.7% berada dalam kelompok umur 25-34 Tahun. dilihat dari jenis kelamin, jumlah laki-laki dan perempuan sangat jauh berbeda yaitu laki-laki sebesar 25% sedangkan perempuan sebesar 75%. Berdasarkan jenis pekerjaan terbanyak yaitu sebagai ibu rumah tangga 46.7% dengan penghasilan responden sebagian besar yaitu Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000 sebesar 43.9%. Serta berdasarkan jenis pembiayaan sebagian besar adalah BPJS yaitu sebesar 56.1% dengan tingkat pendidikan responden terbanyak yaitu SMA/SMK /SLTA sebesar 44.4%.

Selain itu, distribusi frekuensi responden berdasarkan kelas perawatan secara proporsif dengan jumlah responden yang terbesar yaitu berasal dari kelas perawatan pada kelas 3 yakni 56.7%. Serta berdasarkan jenis pelayanan medik spesialis dasar sebaran responden secara proporsif yang terbesar berasal

dari penyakit dalam/interna yakni 38.9% dan sebagian besar responden tidak pernah dirawat di rumah sakit ini sebelumnya yaitu sebesar 64.4% serta sebagaimana responden yang tidak pernah dirawat di rumah sakit lain sebelumnya yaitu sebesar 63.9%.

Analisis Univariat

Hampir semua responden yakni 97.8% berada dalam kategori *service experience* yang tergolong baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa *service experience* tergolong baik di Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar. Selain itu, data tampak terlihat bahwa hampir semua responden yakni 92.8% berada dalam kategori *perceived value* yang tergolong baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived value* tergolong baik di Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar. Berdasarkan Kepuasan pasien menunjukkan bahwa hampir semua responden yakni 90.0% berada dalam kategori kepuasan pasien yang tergolong puas, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien tergolong puas di Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar.

Analisis Bivariat

Kotak *Model Summary* didapatkan nilai *R Square* sebesar 0.267 artinya pengaruh variable *service experience* terhadap kepuasan pasien adalah sebesar 26.7% sedangkan sisanya disebabkan oleh variable lain. Dari kotak *coefficients* didapatkan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0.256 bernilai positif maka dengan demikian dikatakan bahwa *service experience* berpengaruh positif terhadap terhadap kepuasan pasien, jika *service experience* meningkat maka kepuasan pasien juga meningkat. Selain itu, berdasarkan output pada table *coefficients* diatas didapatkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat bahwa ada pengaruh *service experience* terhadap kepuasan pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar.

Tabel 1 memperlihatkan bahwa dari kotak *Model Summary* didapatkan nilai *R Square* sebesar 0.212 artinya pengaruh variable *perceived value* terhadap kepuasan pasien adalah sebesar 21.2% sedangkan sisanya disebabkan oleh variable lain. Dari kotak *coefficients* didapatkan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0.259 bernilai positif maka dengan demikian dikatakan bahwa *perceived value* berpengaruh positif terhadap terhadap kepuasan pasien, jika *perceived value* meningkat maka kepuasan pasien juga meningkat. Selain itu, berdasarkan output pada table *coefficients* diatas didapatkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar

Table 1. Pengaruh *Perceived Value* terhadap Kepuasan Pasien pada Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar Tahun 2017ANOVA^a

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.461 ^a	.212	.208	5.004	

a. Predictors: (Constant), PERCEIVED VALUE

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1200.921	1	1200.921	47.969	.000 ^b
	Residual	4456.323	178	25.036		
	Total	5657.244	179			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PASIEN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.855	2.897		10.994	.000
	PERCEIVED VALUE	.259	.037	.461	6.926	.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN PASIEN

b. Predictors: (Constant), PERCEIVED VALUE

Table 2. Pengaruh *Service Experience* dan *Perceived Value* secara Simultan terhadap Kepuasan Pasien pada Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar Tahun 2017

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.522 ^a	.273	.264	4.822

a. Predictors: (Constant), PERCEIVED VALUE, SERVICE EXPERIENCE

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	970.957	2	770.987	33.161	.001 ^b
	Residual	3646.620	177	23.250		
	Total	4617.578	179			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PASIEN

b. Predictors: (Constant), PERCEIVED VALUE, SERVICE EXPERIENCE

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.671	3.103		8.595	.000
	SERVICE EXPERIENCE	.204	.053	.413	3.830	.001
	PERCEIVED VALUE	.072	.061	.129	1.195	.234

0.001 lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *perceived value* terhadap kepuasan pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar.

Analisis Multivariate

Table 2 memperlihatkan bahwa dari kotak *Model Summary* didapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.264 artinya sumbangan atau pengaruh variabel *service experience* dan *perceived value* terhadap kepuasan pasien adalah sebesar 26.4% sedangkan sisanya disebabkan oleh variable lain. Kemudian pada kotak *Anova* tampak bahwa hasil uji F yang menunjukkan nilai p (Sig.) sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable *service experience* dan *perceived value* mempunyai pengaruh simultan yang signifikan terhadap kepuasan pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar.

Dari kotak *coefficients* didapatkan nilai *Unstandardized Coefficients* (Bo) = 26.671, nilai B1 = 0.204 dan B2 = 0.072. Namun hanya variabel *service experience* yang mempunyai nilai p (Sig.) sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hanya variabel *service experience* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pasien sedangkan variabel *perceived value* hanya sebagai konfonding faktor. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan sebesar 1 satuan *service experience* maka akan meningkatkan kepuasan pasien sebesar 0.204 satuan setelah dikontrol variabel *perceived value*.

Selanjutnya, pada kolom *Beta* dapat digunakan untuk mengetahui variabel mana yang paling besar pengaruhnya dalam menentukan variabel dependennya (kepuasan pasien). Semakin besar nilai *Beta* semakin besar pengaruhnya terhadap variabel dependennya. Dari hasil nilai *Coeffisien Beta* didapatkan bahwa variabel *service experience* mempunyai nilai paling besar dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *service experience* yang paling besar pengaruhnya (dominan) terhadap kepuasan pasien.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa secara signifikan *service experience* mempengaruhi kepuasan pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pasien dipengaruhi oleh pengalaman total yang dirasakan saat mendapatkan layanan. Jika pasien merasakan pengalaman yang kurang baik secara

keseluruhan maka pasien menjadi kurang puas begitupun sebaliknya jika pasien merasakan pengalaman yang baik secara keseluruhan maka pasien menjadi puas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianti (2017) kepada 293 responden yang menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *service experience* dengan kepuasan pelanggan di Instalasi Rawat Inap RSUD AM Parikesit. Jika pelanggan merasakan pengalaman yang baik secara keseluruhan ketika menerima suatu layanan maka pelanggan akan puas. Selain itu terdapat beberapa penelitian yang juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh *service experience* (Guo, 2012; Khan et al., 2015; Maklan et al., 2011; Dobrota et al., 2012). Tseng et al. (1999) menyatakan bahwa *service experience* dapat memiliki dampak signifikan pada kepuasan pelanggan. Demikian halnya Haeckel et al. (2003) dan Leonard et al. (2006) menyatakan bahwa setiap pengalaman yang terjadi pada interaksi antara pelanggan dengan pemberi layanan akan berpengaruh terhadap kepuasan.

Distribusi responden berdasarkan variabel *service experience* dapat dilihat bahwa responden pada Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar memiliki *service experience* yang tergolong baik dengan persentase sebesar 97.8%. Berdasarkan ketiga indikator dari *service experience*, dapat diketahui bahwa indikator yang paling baik pada indikator *functional clues* dan indikator *humanic clues* sebesar 97.8%. Kemudian indikator *mechanic clues* sebesar 91.7%. Penelitian yang dilakukan oleh Yulianti (2017) menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *functional clues*, *humanic clues* dan *mechanic clues* terhadap kepuasan pasien dengan *functional clue* memiliki pengaruh yang paling besar.

Functional clues merupakan hal yang penting dalam pelayanan kesehatan sebab orang yang pergi ke rumah sakit untuk penyakit mereka dan mereka ingin disembuhkan dari penyakitnya terlebih dahulu. Sebagian besar responden mengutarakan kesan positif terhadap pelayanan yang disediakan oleh rumah sakit di antaranya dokter yang merawatnya mengetahui dengan baik tentang kondisi penyakit serta pengobatan yang diperlukan. Selain itu, dokter rutin memeriksa keadaan pasien dan dokter yang melayani bisa mendiagnosa dengan cepat setelah mendapat uji dalam beberapa tes kesehatan sebagaimana yang diutarakan pasien dalam pertanyaan terbuka penelitian.

Leonard *et al.* (2006) mengemukakan bahwa *humanic clues* sangat penting dalam melebihi harapan pelanggan terhadap layanan interaktif intensif karyawan, karena perawatan pelanggan sangat penting bagi pengalaman layanan. Selain itu *mechanic clues* juga berperan penting dalam membuat kesan pertama yang positif pada pelanggan. Karena dalam konsumsi layanan, pelanggan membeli layanan sebelum benar-benar mengalaminya. Petunjuk mekanis sangat penting untuk layanan di mana pelanggan merasakan fasilitas untuk jangka waktu yang lama, seperti rumah sakit (Berry *et al.*, 2006).

Penelitian ini juga menemukan bahwa secara signifikan *perceived value* mempengaruhi kepuasan pasien di Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pasien dipengaruhi oleh nilai yang dirasakan. Jika pasien merasakan nilai yang kurang baik maka pasien menjadi kurang puas begitupun sebaliknya jika pasien merasakan nilai yang baik maka pasien menjadi puas di Instalasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh H. Wu *et al.* (2016) kepada 452 responden *medical tourist* dari Cina yang menemukan bahwa *perceived value* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Selain itu, terdapat beberapa penelitian yang juga menunjukkan bahwa kepuasan sangat dipengaruhi oleh *perceived value* (Nazri *et al.*, 2016; Li, 2013; Cronin Jr *et al.*, 2000). Milfelner (2009) dalam penelitiannya menemukan bahwa *perceived value* sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, Rahmani *et al.* (2017) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *perceived value* dan kepuasan pasien. Demikian halnya Surydana (2017) mengemukakan bahwa *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dan kepuasan pasien dapat membangun hubungan jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan akan lebih tinggi bila *perceived value* melebihi harapan pasien (Surydana, 2017).

Distribusi responden berdasarkan variabel *perceived value* dapat dilihat bahwa responden pada Instalasi Rawat Inap RSUD Kota Makassar memiliki *perceived value* yang tergolong baik dengan persentase sebesar 92.8%. Berdasarkan ketujuh indikator dari *perceived value*, dapat diketahui bahwa indikator yang paling baik pada indikator *installation* sebesar 98.9%. Kemudian indikator

professionalism sebesar 95%, *social* sebesar 94.4%, *monetary cost* sebesar 93.9%, *non monetary cost* sebesar 92.8%, *perceived quality* sebesar 88.9% dan indikator *emotional* sebesar 87.8%. Adapun indikator yang paling rendah adalah *emotional*, hal ini dikarenakan pasien kurang merasa senang dengan suasana rumah sakit terkait dengan fasilitas ruang perawatan diantaranya ketersediaan air yang kadang terbatas, listrik yang sering padam, AC yang tidak berfungsi dengan baik dan biaya parkir yang begitu mahal. Penelitian Moliner (2006) yang menunjukkan bahwa persepsi kualitas dan emosional merupakan penentu yang penting dari *perceived value*. Emosional dapat mempengaruhi kepuasan pasien (Moliner, 2006).

Penelitian ini juga menemukan bahwa secara simultan terdapat pengaruh *service experience* dan *perceived value* terhadap kepuasan pasien dengan *service experience* yang paling besar pengaruhnya (dominan) terhadap kepuasan pasien pada Instalasi Rawat Inap di RSUD Kota Makassar. Hal ini berarti pasien lebih menekankan pada *service experience* meskipun peran *perceived value* juga menentukan kepuasan pasien. Ini disebabkan karena karakteristik pasien cenderung sama yang didominasi oleh pasien dengan jenis pembayaran menggunakan pihak ketiga. Hal ini menghitung kurang pengorbanan yang diberikan sehingga pasien lebih menekan pada proses pelayanan yang didapatkan. Jika pelanggan merasakan pengalaman yang baik secara keseluruhan ketika menerima suatu layanan maka pelanggan akan puas (Yulianti, 2017). Konsep *service experience* telah digambarkan sebagai inti dari penawaran layanan dan desain layanan (Helkkula, 2011).

Hasil penelitian ini sejalan dengan H. Wu *et al.* (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa *quality experience* menjadi pendorong utama kepuasan pasien dibandingkan *perceived value*. Moliner (2006) juga mengemukakan bahwa kepuasan tergantung dari pengalaman menggunakan produk atau jasa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *service experience* dan *perceived value* terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas *service experience* dan *perceived value* dapat meningkatkan kepuasan pasien pada Instalasi Rawat Inap di RSUD Kota Makassar.

Selain itu, terdapat pengaruh secara simultan *service experience* dan *perceived value* dengan *service experience* memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pasien. Ini berarti pasien lebih menekankan pada *service experience* meskipun peran *perceived value* juga menentukan kepuasan pasien. Dalam memahami hubungan ini, pihak rumah sakit untuk memberikan focus yang kuat pada pemberian *service experience* terbaik serta meningkatkan *perceived value* terhadap pelayanan di rumah sakit sehingga dapat mewujudkan kepuasan pasien sesuai dengan standar yang ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S. et al. (2016). A Review : Customer Perceived Value and its Dimension Asian Journal of Social Sciences A Review : Customer Perceived Value and its Dimension.
- Ali, H. M. (2007). Predicting the Overall Perceived Value of a Leisure Service: a Survey of Restaurant Patrons in Pretoria Magister Commercii (Marketing Management).
- Alrubaiee, L. (2011). The Mediating Effect of Patient Satisfaction in the Patients' Perceptions of Healthcare Quality – Patient Trust Relationship, 3(1), pp. 103–127.
- Arab, M. et al. (2014). Developing a Persian inpatient satisfaction questionnaire. *Internaional Journal of Health Care Quality Assurance*, 27, pp. 4–14.
- Berry, L. L., Wall, E. a. and Carbone, L. P. (2006). Service Clues and Customer Assessment of the Service Experience: Lessons from Marketing. *Academy of Management Perspectives*, 20(2), pp. 43–57.
- Chiang, C. and Lee, L. (2013). An Examination of Perceived Value Dimensions of Hotel Visitors : Using Exploratory and Confirmatory Factor Analyses, 8(1), pp. 167–174.
- Cronin Jr, J. J., Brady, M. K. and Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments, *Journal of Retailing*, 76(2), pp. 193–218.
- Dobrota, M., Nikodijevic, A. and Dobrivojec, M. (2012). Influence of The Customer Experience On Satisfaction With Mobile Phones', *Engineering Management and Competitiveness (JEMC)*, 2(2), pp. 69–75.
- Guo, M. (2012). Service Experience from Customers' Point of View'.
- Haeckel, S. H., Carbone, L. P. and Berry, L. L. (2003). How to Lead the Customer Experience', *Marketing Management*, 12(1), pp. 18–23.
- Helkkula, A. (2011). Characterising the Concep of Service Ezperience. *Journal of Service Management*, 22(3), pp. 367–389.
- Huei, C. T., Mee, L. Y. and Chiek, A. N. (2015) 'A Study of Brand Image , Perceived Service Quality , Patient Satisfaction and Behavioral Intention among the Medical Tourists'.
- Khan, I., Jain, R. and Rahman, Z. (2015) 'Customer Service Experience in Hotel Operations : An Empirical Analysis', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 189, pp. 266–274.
- Koné Péfoyo, A. J. and Wodchis, W. P. (2013) 'Organizational performance impacting patient satisfaction in Ontario hospitals: a multilevel analysis.', *BMC research notes*, 6, p. 509.
- Li, J. (2013) 'Factors Affecting Customer Satisfaction and Customer Loyalty towards Belle Footwear Company in Lanzhou City , Gansu Province of the People ' s Republic of China', *Journal of Business and Management*, 14(2), pp. 41–48.
- Maklan, S. and Klaus, P. (2011) 'Customer Experience: Are We Measuring the Right Things?', *International Journal of Market Research*, 53(6), pp. 1–22. doi: 10.2501/IJMR-53-6-771-792.
- Marshall, G. N. and Hays, R. D. (1994) 'The Patient Satisfaction Questionnaire Short-Form (PSQ-18)', pp. 1–36.
- McDougall, G. H. G. and Levesque, T. (2000). Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation', *Journal of Services Marketing*, 14(5), pp. 392–410.
- Milfelner, B. (2009). Measurement of Perceived Quality, Perceived Value, Image, and Satisfaction Interrelations of Hotel Services: Comparison of Tourists from Slovenia and Italy.
- Moliner, M. A. (2006). Hospital Perceived

-
- Value, pp. 328–336.
- Moliner, M. A. (2009). Loyalty , perceived value and relationship quality in healthcare services.
- Nazri, M., Raji, A. and Zainal, A. (2016). he effect of customer perceived value on customer satisfaction : A case study of Malay upscale restaurants. 3(3), pp. 58–68.
- Prabhu, S. and Kazi, R. (2016) ‘Literature Review of Service Encounter Management , using Emotions Management’, 9(45).
- Rahmani, Z. *et al.* (2017) ‘The study of the relationship between value creation and customer loyalty with the role of trust moderation and customer satisfaction in Sari hospitals’, pp. 4474–4478.
- Surydana, L. (2017) ‘Service Quality , Customer Value and Patient Satisfaction on Public Hospital in Bandung District , Indonesia’, 7(2), pp. 187–192.
- Strategy; Systemtic Review, Annal of Internal Medicine.
- WHO. (2007). WHO Collaborating cenetrfor patient safety. Joint Comission and Joint Comission International Solutions.
- Tseng, M. M., Qin Hai, M. and Su, C.-J. (1999) ‘Mapping customers’ service experience for operations improvement’, *Business Process Management Journal*, 5(1), pp. 50–64.
- Wu, H., Li, T. and Li, M. (2016) ‘A Study of Behavioral Intentions , Patient Satisfaction , Perceived Value , Patient Trust and Experiential Quality for Medical Tourists A Study of Behavioral Intentions , Patient Satisfaction ’, 98.
- Yulianti, M. (2017) ‘Pengaruh Service Experience terhadap Kepuasan Pelanggan di Instalasi Rawat Inap RSUD A.M Parikesit Kabupaten Kutai Kartanegara’, *Magister Administrasi Rumah Sakit Prodi Kesmas UNHAS*.
- Zarei, E. *et al.* (2015) ‘An Empirical Study of the Impact of Service Quality on Patient Satisfaction in Private Hospitals , Iran’, 7(1), pp. 1–9.
-