

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Grand Theory: Service Quality Theory*

Teori *Service Quality* yang dikembangkan oleh Zeithaml (1988), Parasuraman, dan Berry merupakan landasan konseptual yang komprehensif dalam memahami bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan terbentuk. Melalui model SERVQUAL, kualitas layanan ditentukan oleh selisih antara harapan pelanggan dan persepsi atas layanan yang diterima. Lima dimensi utama *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* merepresentasikan elemen-elemen krusial yang memengaruhi evaluasi pelanggan terhadap suatu layanan (Zeithaml, 1998). Pemahaman atas dimensi ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai aspek teknis, fungsional, dan emosional dalam pengalaman pelanggan, sehingga teori ini layak dijadikan *grand theory* dalam kajian pelayanan jasa, termasuk sektor kesehatan.

Penelitian berjudul “Peran Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Fasilitas Dalam Mempengaruhi Kepuasan Pasien di *Total Life Clinic* Surabaya” memiliki relevansi yang kuat dengan kerangka SERVQUAL. Dimensi *tangibles* tercermin dalam kondisi sarana dan prasarana klinik, sedangkan *reliability* dan *responsiveness* tampak dari konsistensi pelayanan medis serta kecepatan respons terhadap kebutuhan pasien. Komponen *assurance* dan *empathy* terwujud melalui sikap profesional, keramahan, dan kemampuan tenaga medis dalam membangun kepercayaan serta memberikan perhatian individual. Ketiga variabel yang diteliti kinerja, kualitas pelayanan, dan fasilitas merupakan manifestasi langsung dari dimensi SERVQUAL, yang secara kolektif memengaruhi tingkat kepuasan pasien.

Penerapan teori ini sebagai *grand theory* memungkinkan analisis yang terstruktur dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan layanan yang diberikan oleh *Total Life Clinic*. Penelitian mampu menjelaskan hubungan kausal antara elemen pelayanan dan tingkat kepuasan, sekaligus memberikan dasar strategis bagi

peningkatan mutu layanan secara menyeluruh. Kerangka SERVQUAL tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi, melainkan juga sebagai panduan operasional bagi klinik dalam membentuk pengalaman pasien yang unggul, berkelanjutan, dan kompetitif. Pemanfaatan teori ini secara tepat akan mendukung klinik dalam menciptakan layanan berbasis kebutuhan pasien yang terukur dan terintegrasi.

2.2 Kepuasan Pasien

2.2.1 Pengertian Kepuasan Pasien

Menurut Pohan (dalam Rohmadoni, 2021), kepuasan pasien adalah tingkat perasaan yang timbul setelah pasien membandingkan antara harapan terhadap pelayanan kesehatan yang diterima dengan kenyataan pelayanan yang diperoleh (Pohan, 2018). Kepuasan ini merupakan indikator penting dalam menilai mutu pelayanan kesehatan, karena mencerminkan sejauh mana kebutuhan, harapan, dan keinginan pasien dapat terpenuhi oleh penyedia layanan. Sementara itu, Zeithaml dkk., (2020) menyatakan bahwa kepuasan pasien adalah respon emosional jangka pendek terhadap layanan kesehatan yang diterima, yang dipengaruhi oleh harapan awal pasien dan persepsi terhadap kinerja aktual layanan (Zeithaml, 2020). Sementara Renedo & Marston, 2020) mengungkapkan bahwa Kepuasan pasien mencerminkan evaluasi subjektif pasien terhadap kualitas pelayanan yang diperoleh, yang dipengaruhi oleh struktur, proses, dan hasil layanan kesehatan (Renedo, dkk, 2020).

Menurut Permenkes No. 14 Tahun 2021, kepuasan pasien adalah perasaan senang atau tidak senang yang muncul setelah pasien menerima pelayanan kesehatan yang dibandingkan dengan harapannya. Sementara Pohan (2018) menyatakan bahwa kepuasan pasien adalah tingkat perasaan pasien yang timbul sebagai akibat dari kinerja layanan kesehatan yang diperolehnya, setelah pasien membandingkan dengan apa yang diharapkannya (Pohan, 2018). Sedangkan Ahmad (2019) mendefinisikan kepuasan pasien sebagai tingkat perasaan seseorang yang telah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Ahmad, 2019). Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama pelayanan prima sehingga setiap aparatur pelayanan berkewajiban untuk berupaya memuaskan pelanggannya.

Berdasarkan berbagai pengertian mengenai kepuasan pasien, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien merupakan penilaian subjektif dan emosional terhadap layanan kesehatan yang diterima, yang ditentukan oleh kesesuaian antara harapan dengan persepsi atas kualitas layanan, komunikasi, empati, serta hasil yang diperoleh. Kepuasan ini menjadi indikator penting dalam evaluasi mutu layanan kesehatan, khususnya dalam kerangka paradigma *patient-centered care*.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien

Menurut Pohan dalam Rohmadoni (2021), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pasien terhadap pelayanan kesehatan. Faktor-faktor tersebut mencakup:

1. Kesembuhan: Tingkat kesembuhan pasien setelah menerima pelayanan medis.
2. Ketersediaan Obat: Ketersediaan obat yang diperlukan pasien di fasilitas kesehatan.
3. Privasi: Keleluasaan pribadi atau privasi pasien selama berada di ruang periksa.
4. Kebersihan: Kebersihan fasilitas kesehatan, termasuk ruang periksa dan area lainnya.
5. Informasi: Pemberian informasi yang menyeluruh kepada pasien mengenai penyakit, perawatan di rumah, dan tanda-tanda bahaya yang memerlukan perhatian medis.
6. Komunikasi: Kemampuan tenaga medis dalam memberikan jawaban yang dimengerti terhadap pertanyaan pasien, serta penggunaan bahasa yang mudah dipahami.
7. Kesempatan Bertanya: Memberikan kesempatan kepada pasien untuk bertanya mengenai kondisi dan perawatan mereka.
8. Kesiambungan Petugas: Konsistensi tenaga medis dalam memberikan pelayanan, yang dapat meningkatkan rasa percaya pasien (Pohan, 2018).

2.2.3 Indikator Kepuasan Pasien

Menurut Pohan dalam Rohmadoni (2021) Kepuasan pasien dapat diukur dengan beberapa indikator, diantaranya:

1. Ketepatan waktu pelayanan

Sejauh mana pelayanan diberikan secara tepat waktu, tanpa keterlambatan yang merugikan pasien.

2. Kualitas komunikasi tenaga kesehatan
Kemampuan tenaga medis dalam memberikan penjelasan yang jelas, ramah, dan mudah dipahami pasien.
3. Sikap dan keramahan petugas
Tingkat keramahan, kesopanan, dan empati petugas medis dan nonmedis dalam melayani pasien.
4. Kenyamanan fasilitas
Persepsi pasien terhadap kenyamanan ruangan, kebersihan, suhu, tempat tidur, dan suasana lingkungan layanan.
5. Ketersediaan dan kemudahan memperoleh layanan
Aksesibilitas terhadap layanan, termasuk kelengkapan obat, alat kesehatan, dan prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit.
6. Kepuasan terhadap hasil layanan (*outcome*)
Persepsi pasien terhadap hasil yang dirasakan setelah menerima pelayanan kesehatan, seperti membaiknya kondisi kesehatan atau rasa lega setelah berkonsultasi (Pohan, 2018).

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Mulyadi (2021), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kesesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima. Kualitas ini tidak hanya diukur berdasarkan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, tetapi juga melibatkan aspek lain seperti konsistensi, ketepatan waktu, dan keterjangkauan layanan. Mulyadi menekankan bahwa kualitas pelayanan harus dipandang sebagai hasil dari interaksi antara penyedia layanan dengan pelanggan yang terjadi dalam konteks yang dinamis. Faktor-faktor seperti kemampuan sumber daya manusia, sistem informasi yang digunakan, dan infrastruktur yang mendukung sangat memengaruhi kualitas layanan yang dapat diberikan kepada masyarakat (Mulyadi, 2021).

Sementara itu, menurut Amir Mahmud (2022), kualitas pelayanan merupakan tingkat unggulan yang diharapkan dan pengendalian. Kualitas layanan

menurut Supartiningsih dalam Amir Mahmud (2022) adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk (Mahmud, 2022).

Menurut Butarbutar dkk. (2021), penilaian kualitas layanan terutama ditentukan oleh bagaimana pelanggan merasakan aspek seperti empati, jaminan, tangibles, daya tanggap, dan keandalan yang menunjukkan bahwa persepsi pelanggan adalah fondasi utama penilaian kualitas pelayanan. Sejalan dengan itu, prinsip *serviceability* menekankan pentingnya kemudahan akses, kecepatan respons, dan kompetensi petugas sebagai faktor krusial dalam membentuk persepsi positif terhadap layanan kesehatan. Selanjutnya, evaluasi dan pengukuran berkala atas dimensi-dimensi ini memungkinkan upaya perbaikan berkelanjutan, sehingga menciptakan pengalaman pasien yang lebih baik dan meningkatkan kualitas layanan secara konsisten (Butarbutar, 2021).

Kesimpulan dari beberapa pengertian di atas adalah bahwa kualitas layanan sebagai kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan melalui proses yang efisien, responsif, dan dapat diandalkan. Pengelolaan kualitas pelayanan yang baik memerlukan perhatian terhadap berbagai elemen, seperti keterjangkauan, kecepatan, kompetensi petugas, dan infrastruktur yang mendukung, agar pelayanan dapat memenuhi standar yang diinginkan oleh masyarakat dan menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna.

2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan

Menurut Mulyadi (2021), kualitas layanan merupakan hasil interaksi kompleks antara penyedia layanan, sistem pelayanan, dan persepsi pelanggan terhadap pengalaman layanan yang diterima. Mulyadi mengidentifikasi sejumlah faktor utama yang secara signifikan memengaruhi kualitas layanan, yaitu:

1. Kompetensi Sumber Daya Manusia

Faktor pertama yang sangat menentukan kualitas layanan adalah kompetensi tenaga kerja atau sumber daya manusia. Kompetensi mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap, dan etika pelayanan. Petugas atau staf layanan yang profesional, terlatih, dan memiliki empati tinggi akan mampu menciptakan pengalaman layanan yang positif bagi pelanggan.

2. Standar Operasional Prosedur (SOP)

Kualitas layanan sangat ditentukan oleh sejauh mana organisasi memiliki dan menerapkan SOP yang jelas, konsisten, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. SOP berfungsi sebagai pedoman kerja untuk memastikan keseragaman dan efisiensi pelayanan, sekaligus meminimalkan kesalahan atau keluhan pelanggan.

3. Sistem Teknologi Informasi

Pemanfaatan teknologi informasi yang tepat dan efektif mampu meningkatkan kecepatan, ketepatan, serta aksesibilitas layanan. Mulyadi menekankan bahwa digitalisasi layanan (seperti sistem online, aplikasi mobile, dan *chatbot*) merupakan instrumen penting dalam mempercepat respons layanan dan meningkatkan kenyamanan pengguna.

4. Ketersediaan Sarana dan Prasarana

Aspek fisik seperti ruang pelayanan, fasilitas pendukung, dan kenyamanan lingkungan turut memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Sarana yang memadai dapat meningkatkan efektivitas pelayanan sekaligus memperkuat citra profesionalisme organisasi.

5. Komunikasi dan Interaksi Pelayanan

Kualitas komunikasi antara penyedia layanan dan pelanggan sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Komunikasi yang terbuka, jelas, responsif, serta disampaikan dengan sikap yang sopan dan bersahabat akan membentuk hubungan kepercayaan yang baik antara dua pihak.

6. Budaya Organisasi yang Mendukung Pelayanan Prima

Mulyadi juga menyoroti pentingnya budaya organisasi yang mendukung pelayanan prima. Budaya tersebut tercermin dalam nilai-nilai kerja seperti integritas, orientasi pelanggan, kerja sama tim, dan inovasi berkelanjutan. Organisasi yang membudayakan pelayanan unggul cenderung memiliki tingkat kualitas layanan yang tinggi dan konsisten.

7. Kepemimpinan dan Komitmen Manajerial

Faktor terakhir adalah peran kepemimpinan dalam menciptakan visi, mendorong motivasi, serta memastikan alokasi sumber daya untuk mendukung peningkatan kualitas layanan. Pemimpin yang visioner dan berkomitmen

terhadap pelayanan publik akan mendorong terwujudnya sistem pelayanan yang efisien dan efektif (Mulyadi, 2021).

2.3.3 Indikator Kualitas Layanan

Menurut Mulyadi (2021), kualitas layanan dapat diukur melalui serangkaian indikator yang mencerminkan persepsi pelanggan terhadap performa pelayanan (Mulyadi, 2021). Indikator-indikator ini dirancang untuk menilai sejauh mana suatu layanan memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna secara konsisten. Mulyadi mengadaptasi dan menyempurnakan konsep SERVQUAL (Parasuraman, dkk., 1988) dengan pendekatan kontekstual di Indonesia, yang terdiri dari lima indikator utama:

1. Keandalan (*Reliability*): Sejauh mana penyedia layanan dapat diandalkan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan janji mereka, tanpa adanya kesalahan atau kegagalan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*): Kemampuan penyedia layanan untuk memberikan bantuan yang cepat dan tepat ketika dibutuhkan pelanggan.
3. Jaminan (*Assurance*): Tingkat kepercayaan yang dapat diberikan pelanggan bahwa mereka akan menerima layanan yang aman, terjamin, dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.
4. Empati (*Empathy*): Kemampuan penyedia layanan untuk memahami dan peduli terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*): Aspek-aspek fisik yang dapat dirasakan oleh pelanggan, seperti tampilan fisik fasilitas, tampilan petugas, serta alat dan bahan yang digunakan dalam pelayanan.

2.4 Persepsi Harga

2.4.1 Pengertian Persepsi Harga

Persepsi harga adalah penilaian subjektif konsumen terhadap nilai atau kewajaran harga yang harus dibayar untuk suatu produk atau layanan, yang dipengaruhi oleh perbandingan antara harga yang dibayarkan dengan manfaat yang diterima serta faktor psikologis dan sosial. Menurut Monroe dan Krishnan (2020), persepsi harga mencakup bagaimana konsumen menafsirkan harga sebagai indikator kualitas, keadilan, dan nilai secara keseluruhan dalam proses pengambilan keputusan pembelian (Monroe, dkk, 2020). Selain itu, Kannan dan

Kopalle (2021) menambahkan bahwa persepsi harga bukan hanya tentang angka nominal, tetapi juga mencakup aspek emosional dan kognitif, seperti rasa puas atau kecewa yang muncul akibat evaluasi harga terhadap alternatif yang tersedia (Kannan, dkk, 2021).

Menurut Rahayu dan Wulandari (2023), persepsi harga adalah penilaian individu terhadap kewajaran atau nilai harga yang harus dibayarkan atas suatu produk atau layanan berdasarkan perbandingan antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diterima, termasuk aspek psikologis dan sosial yang memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, Sari, dkk. (2024) menyatakan bahwa persepsi harga tidak hanya terkait dengan angka harga saja, melainkan juga bagaimana konsumen memaknai harga tersebut dalam konteks kepuasan, keadilan, dan kesesuaian dengan ekspektasi, yang akhirnya memengaruhi perilaku konsumsi dan loyalitas pelanggan (Sari, dkk, 2024).

Persepsi harga merupakan penilaian subjektif konsumen terhadap kewajaran dan nilai harga yang dibayarkan untuk suatu produk atau layanan, yang dipengaruhi oleh perbandingan antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diterima serta faktor psikologis dan sosial. Persepsi harga tidak hanya berkaitan dengan angka nominal, tetapi juga meliputi aspek emosional dan kognitif yang memengaruhi kepuasan dan keputusan konsumen. Dengan demikian, pemahaman terhadap persepsi harga sangat penting dalam strategi pemasaran agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga menurut Monroe dan Krishnan (2020) sebagai berikut:

- 1. Harga Referensi (*Reference Price*)**

Konsumen membandingkan harga yang ditawarkan dengan harga yang mereka anggap wajar atau biasa mereka bayar (harga referensi). Perbedaan ini memengaruhi persepsi apakah harga tersebut mahal atau murah.

- 2. Manfaat yang Dirasakan (*Perceived Benefits*)**

Persepsi harga dipengaruhi oleh sejauh mana manfaat atau nilai yang diterima sesuai atau sebanding dengan harga yang dibayarkan.

3. Situasi Sosial dan Psikologis

Faktor seperti tekanan sosial, status ekonomi, dan emosi dapat memengaruhi bagaimana konsumen menilai harga.

4. Alternatif yang Tersedia

Banyaknya pilihan alternatif dan harga dari kompetitor juga menjadi tolak ukur dalam membentuk persepsi harga (Monroe, dkk, 2020).

2.4.3 Indikator Persepsi Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Winasis dkk., 2022) Indikator harga, yaitu:

1. Kewajaran Harga (*Price Fairness*)
Sejauh mana konsumen menilai harga yang dibayarkan itu adil dan masuk akal.
2. Keterjangkauan Harga (*Price Affordability*)
Apakah harga tersebut sesuai dengan kemampuan finansial konsumen.
3. Harga sebagai Representasi Kualitas (*Price-Quality Relationship*)
Persepsi bahwa harga mencerminkan kualitas produk atau layanan.
4. Transparansi Harga (*Price Transparency*)
Sejauh mana konsumen merasa informasi tentang harga jelas dan tidak membingungkan (Winasis,dkk., 2022).

2.5 Fasilitas

2.5.1 Pengertian Fasilitas

Menurut Tjiptono (2020), fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2021). Sementara Riva'i dalam Wahyudi (2024) mengatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang (Wahyudi, 2024).

Sementara Kotler dan Keller dalam Maydiana (2019) mendefinisikan fasilitas sebagai segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan (Maydiana, 2019).

Sementara menurut Wibisono dan Achsa, fasilitas adalah segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan yang berguna untuk menunjang kepuasan konsumen.

Kesimpulan dari beberapa pengertian fasilitas di atas adalah bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik atau sarana yang disediakan oleh organisasi atau perusahaan untuk mendukung proses penyampaian jasa atau produk kepada konsumen. Fasilitas berperan penting dalam menciptakan kenyamanan, efisiensi, dan kepuasan pelanggan, serta memengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan.

2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas

Menurut Tjiptono (2020), faktor-faktor yang mempengaruhi fasilitas meliputi berbagai aspek yang berkaitan dengan kenyamanan dan kelengkapan fisik yang mendukung pelayanan. Beberapa faktor tersebut antara lain:

1. Kelengkapan peralatan
Adanya alat dan teknologi yang cukup dan modern untuk mendukung proses pelayanan.
2. Kebersihan dan kenyamanan ruang
Lingkungan yang terjaga kebersihan dan memberikan rasa nyaman bagi pasien dan pengunjung.
3. Penataan ruang dan desain
Susunan dan desain ruang yang terorganisir dengan baik agar memudahkan akses dan penggunaan fasilitas.
4. Aksesibilitas
Kemudahan pasien untuk mencapai lokasi fasilitas, termasuk ketersediaan tempat parkir dan akses yang mudah.
5. Sarana pendukung lainnya
Fasilitas tambahan seperti ruang tunggu, toilet, dan area istirahat yang menunjang kenyamanan pasien (Tjiptono, 2021).

2.5.3 Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono (2021), indikator fasilitas meliputi:

1. Ketersediaan fasilitas fisik yang memadai

Apakah fasilitas yang dibutuhkan tersedia dalam jumlah dan kualitas yang cukup.

2. Kebersihan dan kerapian fasilitas

Sejauh mana fasilitas dijaga agar tetap bersih dan tertata rapi.

3. Kenyamanan lingkungan pelayanan

Tingkat kenyamanan yang dirasakan pasien selama berada di fasilitas tersebut.

4. Kelengkapan peralatan dan teknologi

Adanya alat-alat yang diperlukan untuk memberikan pelayanan yang efektif dan efisien.

5. Aksesibilitas dan kemudahan penggunaan fasilitas

Seberapa mudah pasien dapat menggunakan dan mengakses fasilitas yang tersedia (Tjiptono, 2021).

2.6 Penelitian Terdahulu

Berbagai studi terdahulu telah mengeksplorasi hubungan antara kualitas pelayanan, persepsi harga, dan fasilitas dengan kepuasan pasien. Tabel berikut menyajikan ringkasan dari penelitian-penelitian sebelumnya:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1	Amir Mahmud (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan	<u>Variabel Independen:</u> • <i>Tangible</i> • <i>Reliability</i> • <i>Responsiveness</i> • <i>Assurance</i> • <i>Empathy</i> <u>Variabel Dependen:</u>	▪ Kuantitatif ▪ Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tangible, reliability, responsiveness, dan assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan, sedangkan empathy tidak berpengaruh signifikan; dimensi yang paling dominan memengaruhi kepuasan pasien adalah <i>tangible</i> .

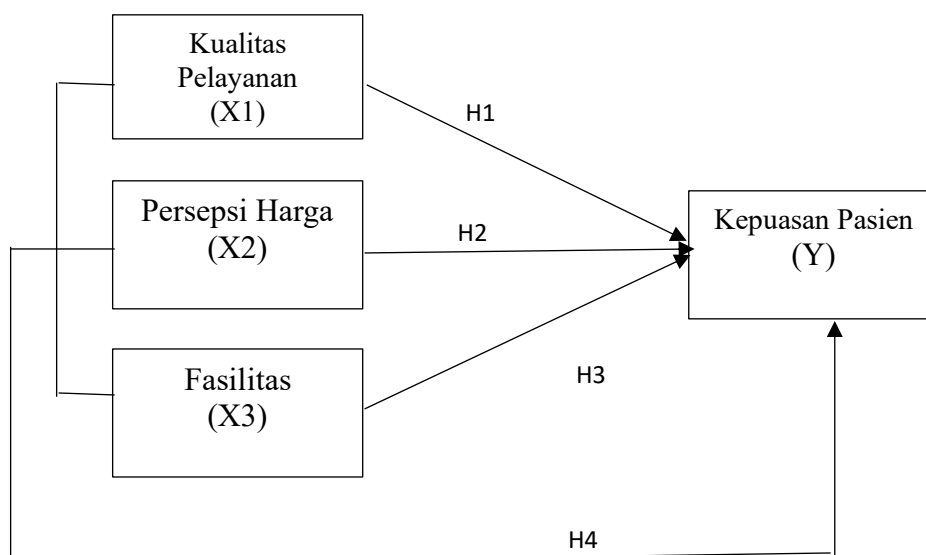
			☐	Kepuasan Pasien	
2	(Sugiyono, 2020)Raden Agustinus Randy Kelvianto, Elfrida Viesta Napitupulu.	PENGARUH H KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI STEPHANIE DENTAL	<u>Variabel Independen:</u> ☐ kualitas layanan Persepsi harga, fasilitas <u>Variabel Dependen:</u> ☐ Kepuasan Pasien dan loyalitas pasien	▪ Kuantitatif ▪ Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, persepsi harga, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di Stephanie Dental, di mana para responden menyatakan diri merasa puas. Namun, hasil uji interaksi antara kualitas layanan dengan persepsi harga, kualitas layanan dengan fasilitas, serta fasilitas dengan persepsi harga menunjukkan bahwa tidak terdapat interaksi signifikan antar ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan pasien.
3	Heru Susanto, Nur Mufarokah.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien pada Klinik PPK1 PT Petrokimia Gresik	<u>Variabel Independen:</u> ☐ Kualitas Pelayanan ☐ Fasilitas <u>Variabel Dependen:</u> ☐ Kepuasan Pasien	▪ Kuantitatif ▪ Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pasien klinik PPK1 PT Petrokimia Gresik.
4	Nur Hasanah, Sri Nuringwahyu,	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas	<u>Variabel Independen:</u> ☐ Kualitas Pelayanan	▪ Kuantitatif ▪ Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial dan simultan

	Daris Zunaida (2020)	terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus pada Pasien Rawat Inap Klinik Global Sarana Medika	☐ Fasilitas <u>Variabel Dependen:</u> ☐ Kepuasan Pasien	berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien.
5	Budi Setiawati Heni Suparti (2023)	Analisis Kinerja Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat di Puskesmas Mabu'un Kabupaten Tabalong	<u>Variabel Independen:</u> ☐ Kinerja Pelayanan <u>Variabel Dependen:</u> ☐ Kepuasan Pasien	☐ Kuantitatif ☐ analisis nilai rata-rata tertimbang (<i>weighted average analysis</i>). Hasil penelitian menunjukkan keselarasan antara kepentingan dan kepuasan masyarakat masih belum sesuai. Pada unsur kepuasan masyarakat sudah baik, walaupun terdapat satu unsur yang memiliki nilai paling rendah yaitu kenyamanan ruang tunggu. Namun secara keseluruhan mutu pelayanan mendapatkan nilai "A" yang berarti kinerja pelayanan puskesmas menunjukkan kategori "sangat baik".
6	Ifa Nur Fadlilah & Sari Listyorini , Sudharto P. Hadi (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Pasien (Studi pada Pasien Rawat Jalan Klinik Pratama "Al-Fatah"	<u>Variabel Independen:</u> ☐ kualitas pelayanan ☐ Fasilitas • harga <u>Variabel Dependen:</u>	☐ Kuantitatif ☐ Analisis regresi linier berganda Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Klinik Pratama Al Fatah Kabupaten Kudus. Hal ini berarti peningkatan ketiga faktor tersebut dapat meningkatkan

	Kabupaten Kudus)	☐	Kepuasan Pasien	kepuasan pasien secara keseluruhan..
7	Nancy Cynthia Sudiarta, Ida Ayu Oka Martini (2023)	Peran kualitas pelayanan memediasi kinerja dokter spesialis dan fasilitas rumah sakit terhadap kepuasan pasien	<u>Variabel Independen:</u> ☐ kinerja dokter spesialis • fasilitas <u>Variabel Dependen:</u> ☐ Kepuasan Pasien <u>Variabel Intervening:</u> ☐ kualitas pelayanan	▪ Kuantitatif ▪ Analisis SEM Kualitas pelayanan tidak memediasi pengaruh kinerja dokter spesialis terhadap kepuasan pasien dan kualitas pelayanan tidak memediasi pengaruh fasilitas rumah sakit terhadap kepuasan pasien.

2.7 Kerangka Penelitian

Pada penelitian ini, diteliti hubungan antara kualitas pelayanan, persepsi harga dan fasilitas terhadap kepuasan Pasien di Total Life Clinic Surabaya.



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

2.8 Pengembangan Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih bersifat praduga, karena masih harus dibuktikan melalui data yang dikumpulkan secara empiris di lapangan (Sugiyono., 2020).

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pasien

Hipotesis bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien sangat sesuai dengan *Service Quality Theory* dari Zeithaml, Parasuraman, dan Berry. Teori ini menjelaskan bahwa kualitas layanan terbentuk dari lima dimensi utama yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang secara bersama-sama memengaruhi persepsi pasien terhadap mutu layanan yang diterima. Ketika Total Life Clinic Surabaya mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pasien pada kelima dimensi tersebut, maka secara langsung akan meningkatkan kepuasan pasien sebagai respons terhadap kualitas layanan yang dirasakan. Dengan kata lain, teori ini memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk memahami bagaimana perbaikan kualitas layanan dalam aspek teknis maupun emosional akan menghasilkan peningkatan kepuasan pasien. Hasil penelitian Ervita Nindy, dkk. (2023) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien juga menguatkan relevansi teori ini dalam konteks pelayanan kesehatan. Selain itu, hasil penelitian Ervita Nindy, dkk. (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien BPJS Rawat Inap di RSUD X. Oleh sebab itu, hipotesis ini didukung oleh landasan teori yang menjelaskan mekanisme hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pasien secara menyeluruh dan sistematis (Nindy, dkk, 2023). Dengan demikian, kualitas layanan menjadi faktor kunci dalam menciptakan kepuasan pasien secara menyeluruh. Hipotesis yang dibangun adalah:

H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pasien

Hipotesis tentang pengaruh harga terhadap kepuasan pasien dapat dikaitkan dengan aspek persepsi harga dalam kerangka *Service Quality Theory* dan teori perilaku konsumen yang menekankan pentingnya nilai (*value*) dalam proses penilaian layanan. Dalam konteks teori kualitas layanan, harga bukan hanya sekadar angka nominal, tetapi menjadi bagian dari persepsi keseluruhan pasien terhadap nilai yang diterima dari layanan tersebut. Ketika Total Life Clinic Surabaya menetapkan harga yang dianggap sepadan dengan kualitas

pelayanan dan fasilitas yang diberikan yaitu harga yang transparan, terjangkau, dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan maka pasien akan mengalami kepuasan yang lebih tinggi. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harga dan kualitas layanan dapat menimbulkan rasa kecewa dan menurunkan kepuasan pasien. Penelitian Nindy, dkk, (2023) yang menunjukkan bahwa harga yang sesuai ekspektasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien juga mendukung hubungan ini. Dengan demikian, persepsi harga yang adil dan sesuai nilai layanan merupakan faktor kunci dalam membentuk kepuasan pasien, sesuai dengan prinsip bahwa kualitas layanan dan harga harus seimbang untuk menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

H2 : Diduga persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

3. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien

Hipotesis mengenai pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien dapat dijelaskan melalui dimensi tangibles dalam Service Quality Theory yang dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman, dan Berry. Dimensi tangibles mencakup segala aspek fisik yang dapat dirasakan langsung oleh pasien, seperti kondisi ruang tunggu, kebersihan, peralatan medis, dan kenyamanan ruangan. Fasilitas yang berkualitas dan lengkap memberikan pengalaman positif bagi pasien serta memperkuat persepsi mereka terhadap mutu layanan secara keseluruhan. Oleh karena itu, keberadaan fasilitas yang memadai tidak hanya menunjang aspek teknis pelayanan tetapi juga memberikan nilai emosional yang meningkatkan kepuasan pasien. Penelitian menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pasien di klinik Pratama PKU Muhammadiyah Tambak menguatkan hubungan ini (Khusnia & Nur, 2024). Dengan demikian, penyediaan fasilitas yang optimal merupakan bagian integral dari kualitas layanan yang berdampak positif terhadap tingkat kepuasan pasien sesuai dengan kerangka SERVQUAL.

H3 : Diduga fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pasien.

Hipotesis mengenai pengaruh simultan kualitas layanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pasien sangat relevan dengan Service Quality Theory yang menekankan pentingnya keseimbangan antara berbagai dimensi kualitas layanan dalam membentuk persepsi pelanggan. Dalam kerangka SERVQUAL, kualitas layanan (meliputi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy), persepsi harga yang adil, serta

fasilitas yang memadai merupakan komponen integral yang saling melengkapi untuk menciptakan pengalaman pelayanan yang memuaskan. Ketika ketiga faktor tersebut terpenuhi secara bersamaan, pasien akan merasakan nilai layanan yang optimal, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan secara signifikan. Temuan penelitian (Hasanah, dkk, 2020) layanan dan fasilitas, baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pasien, mendukung kesimpulan bahwa kombinasi faktor-faktor ini sangat penting dalam pelayanan kesehatan . Oleh karena itu, pendekatan holistik yang mengintegrasikan kualitas layanan, harga yang sesuai, dan fasilitas yang lengkap merupakan strategi efektif dalam meningkatkan kepuasan pasien secara menyeluruh.

H4: Diduga kualitas pelayanan, persepsi harga, dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien.