

Analisis Customer Value Pelayanan Kesehatan Terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik UNESA

Customer Value Analysis of Health Services on Patient Loyalty at the UNESA Polyclinic

Laura Wulandari^{*1}, Denita Mayasari Sitio²

ABSTRAK

Latar Belakang: Pertumbuhan pasien Poliklinik UNESA cenderung fluktuatif bahkan bisa disebut menurun cukup signifikan. Pada tahun 2018 pertumbuhan pelayanan pasien Poliklinik UNESA menurun dari tahun sebelumnya dengan persentasi sebesar -5,20%. Pada tahun 2019 pertumbuhan pelayanan pasien Poliklinik UNESA merosot tajam sejumlah -30,32% dari tahun sebelumnya. Perihal ini memperjelas bila poliklinik sudah mengalami penurunan terkait jumlah kunjungan pasien di tahun 2019 yang sangat tajam dibanding tahun terdahulu.

Tujuan: Menganalisis *customer value* terhadap kepuasan pasien yang berakibat menurunnya kunjungan pasien di Poliklinik UNESA.

Metode: Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2021 di Poliklinik UNESA Surabaya dengan menggunakan pendekatan observasional analitik dengan rancang bangun *cross sectional*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode online menggunakan google formulir. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 137 orang yang terdiri dari mahasiswa yang masih aktif kuliah saat penelitian ini dilakukan, pegawai yang masih aktif bekerja di UNESA dan masyarakat umum yang pernah mendapatkan pelayanan kesehatan di Poliklinik UNESA.

Hasil: Hasil dalam penelitian ini adalah karakteristik pasien bersignifikasi lebih kecil dibanding alpha terhadap *costumer value* ($p\text{-value} = 0,001$), *Customer value* bersignifikasi lebih kecil dibanding alpha terhadap kepuasan pasien ($p\text{-value}=0,001$). Selain itu, kepuasan pasien memiliki signifikasi lebih kecil dari pada alpha terhadap loyalitas pasien ($p\text{-value}=0,001$)

Kesimpulan: Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa karakteristik pasien mempengaruhi *customer value*, *customer value* mempengaruhi kepuasan pasien dan kepuasan pasien mempengaruhi loyalitas pasien.

Kata kunci: Costumer Value, Kepuasan Pasien, Loyalitas Pasien, Poliklinik

ABSTRACT

Background: The growth of UNESA health services patients tends to fluctuate and can even be said to have decreased significantly. In 2018 the growth of UNESA health services patient services decreased from the previous year with a percentage of -5.20%. In 2019, the growth of UNESA health services patient services fell sharply by -30.32% from the previous year. This indicates that there has been a sharp decline in the number of patient visits in 2019 compared to the previous year.

Objectives: Analyzing Customer Value on patient satisfaction which has an impact on decreasing patient visits at the UNESA Health Services

Methods: This research was conducted in May 2021 at UNESA health services using an analytical observational approach with a cross sectional design. Data collection is done by online method using google forms. The number of samples in this study were 137 people consisting of students who were still actively studying at the time this research was conducted, employees who were still actively working at UNESA and the general public who had received health services at the UNESA health services.

Results: *The results in this study were Patient characteristics have a smaller significance than alpha on Customer Value (p -value=0,001), Customer Value has a smaller significance than alpha on patient satisfaction (p -value=0,001). In addition, patient satisfaction has a smaller significance than alpha on patient loyalty (p -value=0,001).*

Conclusions: *Based on this, it can be concluded that patient characteristics affect Customer Value, Customer Value affects patient satisfaction and patient satisfaction affects patient loyalty.*

Keywords: *Customer Value, Health Services, Patient Loyalty, Patient Satisfaction*

*Koresponden:

laura.wulandari-2018@fkm.unair.ac.id

Laura Wulandari

Department of Epidemiology, Biostatistics, Population and Health Promotion, Faculty of Public Health, Airlangga University, Surabaya 60115, Indonesia.

PENDAHULUAN

Poliklinik sebagai sarana layanan kesehatan dasar yang berperan cukup strategis guna meningkatkan derajat kesehatan masyarakat Indonesia di wilayah masing-masing. Sebagaimana diatur dalam Permenkes RI No 9 tahun 2014 pelayanan di poliklinik minimal harus memenuhi syarat minimal berupa ketersediaan dan berkesinambungan, dapat diterima dan wajar, mudah dicapai, mudah dijangkau, dan bermutu. Oleh karenanya, Poliklinik setidaknya acap membenahi diri dengan peningkatan, perbaikan kualitas, maupun mutu bentuk pelayanan yang diberikan. Demikian halnya dengan Poliklinik UNESA, sebagai fasilitas pelayanan kesehatan yang terdapat di lingkungan kerja UNESA yang melayani civitas akademika dan masyarakat maka mutlak untuk terus meningkatkan atau minimal mempertahankan kinerjanya.

Namun, sebagaimana telah diidentifikasi oleh peneliti mengalami penurunan jumlah kunjungan pasien di Poliklinik UNESA pada medio 2017 sampai 2019 dengan rata-rata penurunan sebesar 10,46%. Situasi seperti ini perlu dicegah oleh pihak Poliklinik, sebab penurunan secara terus menerus pada jumlah pasien dapat berakibat cukup serius, yakni berpeluang kehilangan rasa percaya dari pasien atas layanan Poliklinik. Bahkan, kehilangan rasa percaya terhadap layanan Poliklinik dapat memengaruhi kunjungan pasien lama dan berakibat menurunnya kunjungan maupun penghasilan. Atas dasar itulah, Poliklinik perlu mencari tahu faktor yang menyebabkan jumlah kunjungan pasien menurun.

Beberapa peneliti sebelumnya menemukan bahwa *customer value* jelas berdampak pada kepuasan pelanggan dan peningkatan konsumen. Dalam kaitan ini, Puspaningrum (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan berdampak pada loyalitas konsumen dan *customer value* menjadi variable mediasi diantara keduanya. Demikian halnya dengan, Pribadi *et al.* (2021) mengungkapkan bahwa Kepercayaan memiliki efek mediasi parsial dalam hubungan antara kepuasan dan loyalitas pasien. Pelayanan kefarmasian berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pasien. Temuan ini menekankan pentingnya kontribusi pelayanan kefarmasian dalam membangun hubungan dengan pasien. Secara lebih spesifik, Permana (2019) menemukan bahwa *customer value* memengaruhi positif dan bermakna bagi kepuasan pasien. Kualitas layanan memengaruhi positif namun tidak bermakna bagi loyalitas. Nilai memengaruhi positif dan bermakna bagi loyalitas. Daya konsumen (pasien) memengaruhi positif dan bermakna bagi loyalitas. Secara lebih komprehensif, Zhou *et al.* (2017) mengungkapkan delapan faktor determinan yang berdampak positif pada nilai pelanggan yakni kepuasan, mutu, nilai, citra merek rumah sakit, tingkat keterpercayaan, komitmen, perilaku kewarganegaraan organisasi maupun keluhan pelanggan. Pada kajian Rahmani *et al.* (2017) dinyatakan dengan jelas bahwa hasil penelitian mengungkapkan hubungan antara penciptaan nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan di rumah sakit swasta, dan kepuasan dan kepercayaan konsumen, memediasi hubungan antara penciptaan nilai pelanggan dan loyalitas konsumen.

Berdasarkan paparan di atas, dari upaya meningkatkan mutu layanan, peneliti beranggapan bila kepuasan pasien bisa mengalami peningkatan. Atas dasar itulah, kepercayaan pasien terhadap Poliklinik UNESA Surabaya secara berangsur-angsur akan membaik, sehingga berakibat pada peningkatan jumlah pasien yang berkunjung ke Poliklinik UNESA Surabaya. Atas dasar itulah kajian ini memiliki tujuan guna menganalisis Customer Value terhadap kepuasan pasien yang berdampak pada penurunan kunjungan pasien di Poliklinik UNESA. Dengan menganalisis *customer value* yang berdampak pada kunjungan pasien, diharapkan dapat dijadikan dasar bagi Poliklinik UNESA dalam rangka meningkatkan dan memperbaiki kualitas layanannya.

METODE

Kajian ini terlaksana pada bulan Mei 2021 dengan menggunakan pendekatan observasional analitis

berancang bangun *cross sectional*. Dalam proses mengumpulkan data, kajian ini mempergunakan metode online melalui google formulir. Jumlah sampel pada kajian ini sejumlah 137 orang, meliputi mahasiswa yang masih aktif kuliah saat kajian ini dilakukan, karyawan yang aktif bekerja di UNESA dan masyarakat umum yang pernah mendapatkan pelayanan kesehatan di Poliklinik UNESA.

Pengumpulan data pada kajian ini, terdiri atas data sekunder maupun primer. Data sekunder didapatkan melalui sumber database Poliklinik UNESA terkait populasi yang ada di Poliklinik UNESA. Data primer diperoleh dari pengisian angket oleh partisipan. Pengambilan data dilakukan mempergunakan instrumen angket/kuesioner. Instrumen pengumpulan data adalah kuesioner yang disebar secara *online* dan penelitian ini telah laik etik dengan sertifikat uji etik nomor 241/HRECC.FODM/V/2021. Kuesioner disusun oleh peneliti dan telah melalui uji realibilitas dan validitas. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi komputer (SPSS) dan uji yang digunakan adalah *chi square*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Hasil kajian ini digambarkan pada data berikut:

Pengaruh karakteristik digunakan untuk melihat apakah ada pengaruh dari karakteristik meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, jarak, dan asuransi terhadap *customer value (emotional value, price/value of money, social value, dan quality/performance value)*. Tabulasi silang karakteristik responden terhadap Emotional Value pada Poliklinik UNESA dijelaskan dalam tabel 1:

Tabel 1. Tabulasi Silang Karakteristik Responden terhadap *Emotional Value* di Poliklinik UNESA Tahun 2021

		<i>Emotional Value</i>									
		Sangat Kurang	%	Kurang	%	Cukup	%	Baik	%	Total	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	0	0	2	3.70	28	51.85	24	44.44	54	39.42
	Perempuan	0	0	2	2.41	55	66.27	26	31.33	83	60.58
	Total									137	100
Usia	≤20 tahun	0	0	1	1.67	35	58.33	24	40	60	43.80
	21-30 tahun	0	0	3	6.12	32	65.31	14	28.57	49	35.77
	31-40 tahun	0	0	0	0	11	50	11	50	22	16.06
	41-50 tahun	0	0	0	0	3	75	1	25	4	2.92
	≥50 tahun	0	0	0	0	2	100	0	0	2	1.46
	Total										137
Pendidikan	Tidak tamat SD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SMP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SMA	0	0	2	2.38	52	61.90	30	35.71	84	61.31
	Tamat Diploma Perguruan Tinggi	0	0	0	0	1	25	3	75	4	2.92
	Total										137
Pekerjaan	Mahasiswa	0	0	4	4.04	63	63.64	32	32.32	99	72.26
	Dosen	0	0	0	0	5	50	5	50	10	7.30
	Tenaga Pendidik	0	0	0	0	12	52.17	11	47.83	23	16.79

	≥50 tahun	0	0	0	0	2	100	0	0	2	1.46
	Total									137	100
Pendidikan	Tidak tamat SD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SMP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SMA	0	0	4	4.76	48	57.14	32	38.10	84	61.31
	Tamat Diploma Perguruan Tinggi	0	0	0	0	1	25	3	75	4	2.92
	Total									137	100
Pekerjaan	Mahasiswa	0	0	5	5.05	60	60.61	34	34.34	99	72.26
	Dosen	0	0	0	0	4	40	6	60	10	7.30
	Tenaga Pendidik Lainnya	0	0	0	0	13	56.52	10	43.48	23	16.79
	Lainnya	0	0	0	0	2	40	3	60	5	3.65
	Total									137	100
Asuransi	Tidak Ada	0	0	0	0	31	50	31	50	62	45.26
	BPJS Kesehatan	0	0	5	6.67	48	64.00	22	29	75	54.74
	Total									137	100
Jarak	0-5km	0	0	4	4.49	47	52.81	38	42.70	89	64.96
	6-10km	0	0	0	0	16	50	16	50	32	23.36
	11-15km	0	0	0	0	5	62.50	3	37.50	8	5.84
	11-20km	0	0	0	0	6	75	2	25	8	5.84
	Total									137	100

Sesuai uraian di atas, menyimpulkan bila jenis kelamin partisipan yang memiliki *social value* paling banyak adalah kategori cukup pada responden perempuan (49 responden). Usia responden yang memiliki *social value* paling banyak adalah kategori cukup pada responden usia kurang dari 20 tahun (34 responden). Pendidikan responden yang memiliki *social value* paling banyak adalah kategori cukup pada responden berpendidikan SMA (48 responden). Pekerjaan responden yang memiliki *social value* paling banyak adalah kategori cukup pada responden yang memiliki pekerjaan mahasiswa (60 responden). Selanjutnya, asuransi responden yang memiliki *social value* paling banyak adalah kategori cukup pada responden yang memiliki BPJS kesehatan (48 responden). Jarak tempuh responden yang memiliki *social value* paling banyak adalah kategori cukup pada responden dengan jarak tempuh 0-5 km (47 responden).

Tabel 4. Tabulasi silang karakteristik terhadap *Social Value* Responden Poliklinik UNESA Tahun 2021

Variabel Bebas	Variabel terikat	Sig	Keterangan
Usia	<i>Social Value</i>	0,001	Signifikan
Jenis kelamin		0,001	Signifikan
Pendidikan		0,001	Signifikan
Pekerjaan		0,001	Signifikan
Asuransi		0,001	Signifikan
Jarak		0,001	Signifikan

Sesuai uraian di atas, menyimpulkan bila nilai *p-value* = 0,001 ($p \leq 0,05$), berarti jika ada pengaruh karakteristik responden yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, asuransi dan jarak responden terhadap *customer value* berupa *social value*.

Tabel 5. Tabulasi Silang Karakteristik terhadap *Quality/Performance Value* Responden Poliklinik UNESA 2021

		<i>Quality/Performance Value</i>									
		Sangat Kurang	%	Kurang	%	Cukup	%	Baik	%	Total	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	0	0	1	1.85	37	68.52	16	29.63	54	39.42
	Perempuan	0	0	2	2.41	58	69.88	23	27.71	83	60.58
	Total									137	100
Usia	≤20 tahun	0	0	1	1.67	46	77	13	21.67	60	43.80
	21-30 tahun	0	0	2	4.08	30	61.22	17	34.69	49	35.77
	31-40 tahun	0	0	0	0	14	63.64	8	36.36	22	16.06
	41-50 tahun	0	0	0	0	3	75	1	25	4	2.92
	≥50 tahun	0	0	0	0	2	100	0	0	2	1.46
	Total										137
Pendidikan	Tidak tamat SD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SMP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SMA	0	0	1	1.19	64	76.19	19	22.62	84	61.31
	Tamat Diploma Perguruan Tinggi	0	0	0	0	1	25	3	75	4	2.92
	Total										137
Pekerjaan	Mahasiswa	0	0	3	3.03	72	72.73	24	24.24	99	72.26
	Dosen	0	0	0	0	6	60	4	40	10	7.30
	Tenaga Pendidik	0	0	0	0	14	60.87	9	39.13	23	16.79
	Lainnya	0	0	0	0	3	60	2	40	5	3.65
	Total										137
Asuransi	Tidak Ada	0	0	1	1.61	42	67.74	19	30.65	62	45.26
	BPJS Kesehatan	0	0	2	2.67	53	70.67	20	27	75	54.74
	Total										137
Jarak	0-5km	0	0	1	1.12	62	69.66	26	29.21	89	67.94
	6-10km	0	0	0	0	18	69.23	8	30.77	26	19.85
	11-15km	0	0	0	0	5	62.50	3	37.50	8	6.11
	11-20km	0	0	1	12.50	5	62.50	2	25	8	6.11
	Total										131

Sesuai uraian di atas, menyimpulkan bila jenis kelamin partisipan yang memiliki *quality/performance value* paling banyak adalah kategori cukup pada responden perempuan (58 responden). Usia responden yang memiliki *quality/performance value* paling banyak adalah kategori cukup pada responden usia kurang dari 20 tahun (46 responden). Pendidikan responden yang memiliki *quality/performance value* paling banyak adalah kategori cukup pada responden berpendidikan SMA (64 responden). Pekerjaan responden yang memiliki *quality/performance value* paling banyak adalah kategori cukup pada responden yang memiliki pekerjaan mahasiswa (72 responden). Selanjutnya, asuransi responden yang memiliki *quality/performance value* paling banyak adalah kategori cukup pada responden yang memiliki BPJS kesehatan (53 responden). Jarak tempuh responden yang memiliki *quality/performance value* paling banyak adalah kategori cukup pada responden dengan jarak tempuh 0-5 km (62 responden)

Tabel 6. Pengaruh Karakteristik terhadap *Quality/Performance Value* Responden Poliklinik UNESA 2021

Variabel Bebas	Variabel terikat	sig	Keterangan
Usia	<i>Quality/performance value</i>	0,001	Signifikan
Jenis kelamin		0,001	Signifikan
Pendidikan		0,001	Signifikan
Pekerjaan		0,001	Signifikan
Asuransi		0,001	Signifikan
Jarak		0,001	Signifikan

Sesuai uraian di atas, menyimpulkan bila nilai $p\text{-value} = 0,001$ ($p \leq 0,05$), berarti jika ada pengaruh karakteristik responden yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, asuransi dan jarak responden terhadap customer value berupa *quality/performance value*.

Tabel 7. Tabulasi Silang Karakteristik Responden terhadap *Price/Value of Money* di Poliklinik UNESA Tahun 2021

		<i>Price/Value of money</i>									
		Sangat Kurang	%	Kurang	%	Cukup	%	Baik	%	Total	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	0	0	2	3.70	41	75.93	11	20.37	54	39.42
	Perempuan	0	0	3	3.61	58	69.88	22	26.51	83	60.58
Total										137	100
Usia	≤20 tahun	0	0	1	1.67	48	80	11	18.33	60	43.80
	21-30 tahun	0	0	4	8.16	32	65.31	13	26.53	49	35.77
	31-40 tahun	0	0	0	0	13	59.09	9	40.91	22	16.06
	41-50 tahun	0	0	0	0	4	100	0	0	4	2.92
	≥50 tahun	0	0	0	0	2	100	0	0	2	1.46
Total										137	100
Pendidikan	Tidak tamat SD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SMP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	SMA	0	0	3	3.57	66	78.57	15	17.86	84	61.31
	Tamat Diploma Perguruan Tinggi	0	0	0	0	1	25	3	75	4	2.92
	Total										137
Pekerjaan	Mahasiswa	0	0	5	5.05	74	74.75	20	20.20	99	72.26
	Dosen	0	0	0	0	7	70	3	30	10	7.30
	Tenaga Pendidik Lainnya	0	0	0	0	16	69.57	7	30.43	23	16.79
	Total										137
Asuransi	Tidak Ada	0	0	1	1.61	43	69.35	18	29.03	62	45.26
	BPJS Kesehatan	0	0	4	5.33	56	74.67	15	20	75	54.74
Total										137	100
Jarak	0-5km	0	0	3	3.37	63	70.79	23	25.84	89	67.94
	6-10km	0	0	0	0	21	80.77	5	19.23	26	19.85
	11-15km	0	0	0	0	5	62.50	3	37.50	8	6.11
	11-20km	0	0	1	12.50	5	62.50	2	25	8	6.11
	Total										131

Sesuai uraian di atas, menyimpulkan bila jenis kelamin partisipan yang memiliki *price/value of money* paling banyak adalah kategori cukup pada responden perempuan (58 responden). Usia responden yang memiliki *price/value of money* paling banyak adalah kategori cukup pada responden usia kurang dari 20 tahun (48 responden). Pendidikan responden yang memiliki *price/value of money* paling banyak adalah kategori cukup pada responden berpendidikan SMA (66 responden). Pekerjaan responden yang memiliki *price/value of money* paling banyak adalah kategori cukup pada responden yang memiliki pekerjaan mahasiswa (74 responden). Selanjutnya, asuransi responden yang memiliki *price/value of money* paling banyak adalah katagori cukup pada responden yang memiliki BPJS kesehatan (56 responden). Jarak tempuh responden yang memiliki *price/value of money* paling banyak adalah kategori cukup pada responden dengan jarak tempuh 0-5 km (63 responden).

Tabel 8. Pengaruh Karakteristik terhadap *Price/Value of Money* Responden Poliklinik UNESA Tahun 2021

Variabel Bebas	Variabel terikat	sig	Keterangan
Usia	<i>Price/value of money</i>	0,001	Signifikan
Jenis kelamin		0,001	Signifikan
Pendidikan		0,001	Signifikan
Pekerjaan		0,001	Signifikan
Asuransi		0,001	Signifikan
Jarak		0,001	Signifikan

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa nilai *p-value* = 0,001 ($p \leq 0,05$) yang artinya terdapat pengaruh karakteristik responden yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, asuransi dan jarak responden terhadap *customer value* berupa *price/value of money*.

Pengaruh *Customer Value* terhadap Kepuasan pasien di Poliklinik UNESA tahun 2021

Pengaruh *customer value* digunakan untuk mengetahui apakah *customer value* (*emotional value*, *price/value of money*, *social value*, dan *quality/performance value*) berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Poliklinik UNESA. Tabulasi silang *customer value* responden terhadap kepuasan pada Poliklinik UNESA dijelaskan dalam tabel 9.

Sesuai uraian di atas, menyimpulkan bila kepuasan partisipan yang berasal dari *emotional value* paling banyak adalah kategori cukup (50 responden). Kepuasan responden yang berasal dari *social value* paling banyak adalah kategori cukup (66 responden). Kepuasan responden yang berasal dari *quality/performance value* paling banyak adalah kategori cukup (72 responden). Serta kepuasan responden yang berasal dari *price/value of money* paling banyak adalah kategori cukup (78 responden).

Tabel 9. Tabulasi Silang *Customer Value* terhadap Kepuasan Pasien Poliklinik UNESA tahun 2021

<i>Costumer Value</i>		Kepuasan Pasien									
		Tidak Puas	%	Kurang Puas	%	Cukup	%	Puas	%	Total	%
<i>Emotional Value</i>	Sangat kurang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Kurang	2	50	2	50	0	0	0	0	4	3
	Cukup	0	0	1	1	50	60.24	32	38.55	83	61
	Baik	0	0	1	2	40	80	9	18	50	36
	Total									137	100
<i>Social Value</i>	Sangat kurang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00
	Kurang	1	20	2	40	2	40	0	0	5	3.65
	Cukup	1	1.27	2	3	66	84	10	13	79	57.66
	Baik	0	0	0	0	43	81	10	19	53	38.69
	Total									137	100
<i>Quality/ Performance Value</i>	Sangat kurang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Kurang	1	33.3	2	67	0	0	0	0	3	2.19
	Cukup	1	1.05	2	2	72	76	20	21	95	69.34

	Baik	0	0	0	0	30	77	9	23	39	28.47
	Total									137	100
<i>Price/Value of money</i>	Sangat kurang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Kurang	1	20	3	60	1	20	0	0	5	3.65
	Cukup	0	0	1	1	78	79	20	20	99	72.26
	Baik	0	0	1	3	22	67	10	30	33	24.09
	Total									137	100

Tabel 10. Pengaruh *Customer Value* terhadap Kepuasan Poliklinik UNESA tahun 2021

Variabel Bebas	Variabel Terikat	Sig	Keterangan
Kepuasan Pasien	<i>Emotional Value</i>	0,001	Signifikan
	<i>Social Value</i>	0,001	Signifikan
	<i>Performance value</i>	0,001	Signifikan
	<i>Price/value of money</i>	0,001	Signifikan

Berdasar tabel 10 diketahui nilai *p-value* = 0,001 ($p \leq 0,05$) yang artinya *emotional value*, *social value*, *performance value*, dan *price/value of money* memengaruhi kepuasan pasien di Poliklinik UNESA.

Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik UNESA Tahun 2021

Pengaruh kepuasan pasien diukur untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas di Poliklinik UNESA. Tabulasi silang kepuasan terhadap loyalitas dijelaskan pada tabel 11:

Tabel 11. Tabulasi silang Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien Poliklinik UNESA Tahun 2021

Kepuasan	Loyalitas									
	Tidak loyal	%	Kurang loyal	%	Cukup loyal	%	Loyal	%	Total	%
Tidak puas	1	4.55	2	9.09	13	59.09	6	27.27	22	16.06
Kurang puas	2	8.70	3	13.04	14	60.87	4	17.39	23	16.79
Cukup puas	12	18.75	13	20.31	25	39.06	14	21.88	64	46.72
Puas	3	10.71	3	10.71	14	50.00	8	28.57	28	20.44
Total									137	100

Berdasarkan uraian di atas, memperjelas jika partisipan yang merasa puas sehingga loyal terhadap Poliklinik UNESA yaitu sebanyak 8 responden. Responden yang cukup puas sehingga loyal terhadap Poliklinik UNESA yaitu sebanyak 14 responden. Responden yang cukup puas dan cukup loyal terhadap Poliklinik UNESA sebanyak 25 responden. Akan tetapi terdapat 3 responden yang tidak loyal, namun tetap puas dengan pelayanan di Poliklinik UNESA.

Tabel 12. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien Poliklinik UNESA Tahun 2021

Variabel Bebas	Variabel Terikat	Sig	Keterangan
Kepuasan Pasien	Loyalitas Pasien	0,001	Signifikan

Berdasar tabel 12 diketahui jika nilai *p-value* = 0,001 ($p \leq 0,05$), berarti kepuasan pasien memengaruhi loyalitas pasien di Poliklinik UNESA.

Pengaruh Karakteristik terhadap Kepuasan di Poliklinik UNESA Tahun 2021

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh karakteristik responden berupa usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, jarak, dan asuransi terhadap *customer value* (*emotional value*, *social value*, *performance value*, dan *price/value of money*) terhadap kepuasan pasien di Poliklinik UNESA bernilai *p-value* =

0,001 ($p \leq 0,05$). Usia merupakan satuan waktu yang menentukan waktu keberadaan makhluk hidup ataupun benda. Usia ialah faktor yang bisa memengaruhi penilaian seseorang terhadap layanan kesehatan. Jenis kelamin tergolong sebagai faktor yang memengaruhi pemanfaatan layanan kesehatan sebab diperhatikan melalui tingkat kerentangan manusia yang berasal dari jenis kelamin, memicu tingkat penilaian layanan kesehatan pun berlainan di tiap jenis kelamin.

Menurut Yulianti (Yulianti 2017) tingkat pendidikan responden ialah salah satu karakteristik yang memengaruhi tingkat pengetahuan individu terhadap risiko kesehatannya dan akses untuk layanan kesehatannya. Sehingga dapat menumbuhkan *customer value* pada responden. Kemudian menurut Rumengan (2015) terdapat pengaruh dari penggunaan JKN terhadap *customer value*, yaitu responden yang tidak memiliki BPJS, tidak mau mempergunakan pelayanan itu sebab merasa nyaman dengan tempat yang dipilih. Hasil penelitian Aeni (Aeni 2013) menunjukkan bahwa jarak ke pelayanan kesehatan terdapat korelasi dengan *customer value* pelayanan kesehatan, yaitu jarak pasien dengan layanan kesehatan yang dituju dapat diakses dengan mudah, misalnya dengan sepeda motor.

Pengaruh Customer Value terhadap Kepuasan Pasien di Poliklinik UNESA Tahun 2021

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua nilai pada variable *customer value* (*emotional value, social value, performance value, dan price/value of money*) adalah $p\text{-value} = 0,001$ ($p \leq 0,05$). Perihal ini memperlihatkan bila *emotional value, social value, performance value, dan price/value of money* memengaruhi kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pasien terpengaruh dari total pengalaman yang pasien rasakan selama memperoleh pelayanan. Bila pasien merasa pengalaman yang mereka dapatkan secara menyeluruh kurang baik, maka mereka kurang puas. Sebaliknya, bila pasien merasakan pengalaman yang baik, maka mereka akan puas.

Hasil kajian ini sama seperti kajian milik (Yulianti 2017) menjelaskan bila *customer value* memengaruhi positif dan bermakna bagi kepuasan pelanggan di Instalasi Rawat Inap RSUD AM Parikesit. Bila pelanggan merasakan pengalaman yang baik secara keseluruhan saat menerima suatu layanan maka pelanggan akan puas. Selain itu terdapat beberapa penelitian yang juga memperlihatkan bila kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh *customer value*. Demikian halnya Haeckel et al. (Haeckel et al. 2003) menjelaskan bila tiap pengalaman yang terjadi pada interaksi antara pelanggan dengan pemberi layanan akan memengaruhi kepuasan.

Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik UNESA

Hasil kajian memperlihatkan persentase kepuasan pelanggan yang puas dan loyal (94,9%). Uji *chi square* menghasilkan nilai $p\text{-value} = 0,001$ ($p \leq 0,05$). Perihal ini memperlihatkan bila ada hubungan antara kepuasan dan loyalitas pasien. Variabel kepuasan memengaruhi positif dan bermakna bagi loyalitas pasien. Artinya semakin tinggi kepuasan pasien maka kian tinggi pula loyalitas pasien dan sebaliknya. Widadi, dkk (2015) kepuasan pasien atau pelanggan berpengaruh pada loyalitas pasien. Putri Widya Citami (2013), dalam penelitiannya juga menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien rawat jalan dan rawat inap. Hidajhningtyas, dkk (2013) dan Widadi, dkk (2015), menemukan semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh rumah sakit, maka semakin tinggi kepuasan pasien dan semakin tinggi tingkat kepuasan pasien, maka semakin tinggi loyalitas pasien. Jika pasien tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pasien tidak akan loyal dan tidak ingin kembali ke pelayanan kesehatan. (Mosahab et al. 2010).

Kepuasan dan ketidakpuasan pasien terhadap suatu pelayanan akan memengaruhi perilaku berikutnya. Jika pasien merasa puas, ia akan menunjukkan kemungkinan atau minat yang lebih untuk berkunjung kembali. Peningkatan layanan kesehatan di Poliklinik memberikan kontribusi retensi pasien dan loyalitasnya terhadap. Oleh karena itu, kualitas layanan yang dirasakan pasien akan mempengaruhi komitmennya. Jadi, loyalitas pasien tidak dapat dikesampingkan oleh pihak Poliklinik karena hal ini akan mempengaruhi profibilitas Poliklinik. Niat kunjungan ulang pasien tentunya tidak serta merta dilakukan pasien tanpa alasan atas dasar kualitas yang di atas ekspektasi atau harapan pasien, maka akan membuat komitmen masyarakat untuk berkunjung atau menggunakan jasa layanan kesehatan yang sama kembali (Khan et al. 2015).

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan di atas, disimpulkan bahwa karakteristik responden (Usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, asuransi, dan jarak) berdampak *customer value* (*emotional value, social value, performance value, dan price/value of money*) di Poliklinik UNESA dengan nilai $p\text{-value} = 0,001$ ($p \leq 0,05$).

Demikian juga dengan indikator *customer value* (*emotional value, social value, performance value, dan price/value of money*) juga berdampak pada kepuasan pasien di Poliklinik UNESA dengan nilai $p\text{-value} = 0,001$ ($p \leq 0,05$). Kepuasan konsumen tersebut berdampak pada loyalitas pasien di Poliklinik UNESA bernilai $p\text{-value} = 0,001$ ($p \leq 0,05$).

Dari hasil kajian ini menyatakan bahwa dari aspek *emotional value, social value, quality/performance value, price/value of money*, kepuasan pasien dan loyalitas pasien Poliklinik UNESA masih dalam kategori

cukup. Petugas kesehatan di Poliklinik UNESA diharapkan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor terkait yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien di Poliklinik UNESA. Mengingat kajian ini terlaksana selama masa pandemi COVID-19 dan penilaian loyalitas diukur dengan pendekatan attitudinal yang difokuskan kepada sikap dimana loyalitas dianggap sebagai suatu komitmen psikologis pasien, diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan pengukuran dengan pendekatan behavioral, yaitu berdasarkan perilaku kasat mata seperti *repeated buying* yang dilakukan oleh pasien.

ACKNOWLEDGEMENT

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada para responden penelitian, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga, Poliklinik UNESA, seluruh instansi yang turut membantu terlaksananya penelitian ini, dan dosen pembimbing di Program Studi Kesehatan Masyarakat, Denita Mayasari Sitio sebagai rekan dalam pelaksanaan penelitian ini serta para kontributor lainnya yang ikut membantu terlaksananya dan terselesaikannya penelitian ini.

REFERENSI

- Aeni, N., 2013. Faktor Risiko Kematian Ibu. *Kesmas: National Public Health Journal*, 7(10), p.453.
- Haeckel, S.H., Carbone, L. & Berry, L., 2003. How to Lead the Customer Experience. *Marketing Management*, 12, pp.18–23.
- Khan, I., Garg, R.J. & Rahman, Z., 2015. Customer Service Experience in Hotel Operations: An Empirical Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 189, pp.266–274.
- Mosahab, R., Mahamad, O. & Ramayah, T., 2010. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test Of Mediation. *International Business Research*, 3(4).
- Hidajahningtyas, N., Sularso, A. & Suroso, I., 2013. Pengaruh Citra, Kualitas Layanan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi Kabupaten Jember. *JEAM (Jurnal Ekonomi, Administrasi, dan Manajemen)*, 12(1), pp.39–53. Available at: <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/1183/946>.
- Permana, A.W. et al., 2019. Analysis of Service Quality and Value Effect on Patient Satisfaction and Its Effect on Loyalty of Hospital Patients in Hospital and Children of Pucuk Permata Hati. *International Journal of Contemporary Research and Review*, 10(2), pp.21255–21266.
- Pribadi, P. et al., 2021. Building Patient Loyalty in Pharmacy Service: A Comprehensive Model. *Indonesian Journal of Pharmacy*, pp.241–250.
- Puspaningrum, A., 2020. Quality of Hospital Services and Loyalty: Role of Customer Value. In *Proceedings of the 3rd Asia Pacific International Conference of Management and Business Science (AICMBS 2019)*. Paris, France: Atlantis Press.
- 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. *Electronic physician*, 9(6), pp.4474–4478.
- Widadi, R.H.S. & Wadji, F., 2015. Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit Jiwa Daerah Dr. R.M. Soedjarwadi. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 17(1), pp.28–37. Available at: <http://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/view/2270/1540>.
- Yulianti, M., 2017. Pengaruh Service Experience terhadap Kepuasan Pelanggan di Instalasi Rawat Inap RSUD A.M Parikesit Kabupaten Kutai Kartanegara. *UNHAS*.
- Zhou, W.-J. et al., 2017. Determinants of patient loyalty to healthcare providers: An integrative review. *International Journal for Quality in Health Care*, 29(4), pp.442–449.