

## FAKTOR YANG MEMENGARUHI *PATIENT LOYALTY* DI UNIT RAWAT INAP RSIA XYZ

Derryl Komala Putra<sup>1</sup>; Zoel Hutabarat<sup>2</sup>

Fakultas Kedokteran, Universitas Pelita Harapan, Jakarta<sup>1,2</sup>  
Email : derrylkomala@yahoo.com<sup>1</sup>; zoel.hutabarat@uph.edu<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara jelas, faktor apa yang paling berperan bagi pasien untuk memilih suatu rumah sakit sebagai pilihannya. Menjadi rumah sakit pilihan yang dimaksud bukan hanya sekedar datang ke rumah sakit untuk berobat, namun agar terbentuk kepercayaan dan hubungan baik antar kedua pihak, agar pasien dapat melakukan kunjungan berulang dan bahkan merekomendasikan ke kerabatnya. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan terhadap orangtua pasien anak yang menjalani rawat inap di rumahsakit dengan menggunakan kuesioner online berisi 30 pertanyaan dengan skala likert 1-5. Pengambilan data dengan purposive sampling, dan dilakukan selama dua bulan hingga tercapai jumlah responden sebanyak 160 orang. Data yang sudah terkumpul lalu diolah dan dianalisis dengan PLS-SEM. Dari hasil penelitian didapatkan untuk mendapatkan patient loyalty, maka perlu diciptakan patient satisfaction terlebih dahulu agar pasien tetap memilih rumah sakit tersebut di masa mendatang. Adapun semua factor yang dibahas baik dari Physical environment, Quality of care, People, dan Price Fairness masing-masing memberikan dampak yang positif terhadap Patient Satisfaction. Pada hasil penelitian ini factor yang paling signifikan adalah Quality of Treatment yang diberikan kepada pasien, yaitu tentang bagaimana pasien diperlakukan di rumah sakit.

Kata kunci : Loyalitas Pasien; Kepuasan Pasien; Manajemen Rumah Sakit; Staf medis; Perawatan Medis

### ABSTRACT

*This study was conducted to find out what specific factors have the most impact on patients when choosing a hospital as a hospital of their choice. Being the hospital of choice in this context is not just for patients who come to the hospital to get treatment, but to be able to build trust and have a good relationship between the two parties, so that patients can gladly make repeated visits and even recommend to their relatives. Data collection in this study was carried out on the parents of hospitalized patients using an online questionnaire containing 30 questions on a Likert scale of 1-5. Data were collected using purposive sampling, and carried out for two months until the required 160 respondents were achieved. The data that has been collected is then analyzed with PLS-SEM. From the results of the study, it can be concluded that to get patient loyalty, it is necessary to build patient satisfaction so that patients willingly choose the hospital as their healthcare solution in the future. All of the factors discussed, which are the Physical environment, Quality of care, People, and Price Fairness, each have a positive impact on Patient Satisfaction. As the results of this study, the most significant factor is the Quality of Treatment given to patients, and how patients are treated in the hospital.*

*Keywords : Patient Loyalty; Patient Satisfaction; Hospital Management; Medical staff; Medical Treatment*

## PENDAHULUAN

Layanan kesehatan memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung pembangunan berkelanjutan di suatu negara. Di Indonesia, sektor kesehatan terus mengalami pengembangan melalui peningkatan kualitas layanan institusi kesehatan seperti rumah sakit, puskesmas, dan klinik. Undang-Undang Kesehatan Nomor 17 Tahun 2023 menggarisbawahi pentingnya sarana kesehatan sebagai tempat untuk mencegah, mengobati, dan menangani penyakit baik oleh negara maupun swasta. Hal ini berbanding lurus dengan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2016 yang membuka peluang bagi pihak swasta untuk mendirikan fasilitas kesehatan.

Jumlah rumah sakit di Indonesia terus meningkat, mencapai 3.072 unit pada tahun 2022. Peningkatan ini menunjukkan intensitas persaingan yang semakin tinggi di antara rumah sakit untuk menarik minat pasien. Agar mampu bersaing, rumah sakit dituntut memiliki keunggulan kompetitif dan memberikan layanan dengan nilai tambah yang memuaskan. Kepuasan pasien menjadi salah satu indikator utama untuk mempertahankan loyalitas mereka di tengah persaingan ketat.

Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) XYZ merupakan salah satu fasilitas kesehatan tipe C yang berlokasi di Jakarta. Berdiri sejak 2013, rumah sakit ini memiliki kapasitas 63 tempat tidur dan dilengkapi berbagai fasilitas modern. RSIA XYZ telah meraih akreditasi paripurna dari Komisi Akreditasi Rumah Sakit (KARS), yang menjadi bukti komitmennya dalam memberikan pelayanan berkualitas. Dengan visi menjadi rumah sakit unggulan bagi keluarga, RSIA XYZ terus berfokus pada kepuasan pelanggan melalui pendekatan *service excellence*.

Dalam upaya menghadapi persaingan, RSIA XYZ mengalami peningkatan jumlah kunjungan pasien secara signifikan sepanjang tahun 2023. Namun, survei kepuasan pasien menunjukkan adanya tren penurunan pada beberapa bulan terakhir tahun tersebut, terutama untuk layanan rawat inap. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai kesesuaian antara harapan pasien dan kualitas layanan yang diberikan oleh rumah sakit.

Kepuasan pasien adalah indikator penting dalam menilai kualitas layanan rumah sakit. Faktor-faktor seperti harga yang wajar, lingkungan fisik yang nyaman, kompetensi tenaga medis, dan kualitas perawatan merupakan elemen utama yang

memengaruhi tingkat kepuasan pasien. Berdasarkan survei terhadap pasien RSIA XYZ, 90% responden menganggap bahwa harga, lingkungan fisik, staf medis, dan kualitas pelayanan adalah faktor dominan yang menentukan preferensi mereka dalam memilih rumah sakit.

Di tengah meningkatnya jumlah rumah sakit baru dalam radius 10 km dari RSIA XYZ, membangun hubungan jangka panjang dengan pasien menjadi strategi penting. Revisit intention atau niat pasien untuk kembali menggunakan layanan rumah sakit sangat berperan dalam menciptakan loyalitas pasien (*patient loyalty*). Loyalitas ini tidak hanya memberikan manfaat finansial, tetapi juga memperkuat reputasi dan kesinambungan layanan rumah sakit. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa harga yang adil (*price fairness*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Jika pasien merasa bahwa harga yang mereka bayar sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan, mereka cenderung merasa puas dan berpotensi melakukan kunjungan ulang. Selain itu, lingkungan fisik rumah sakit yang nyaman dan fasilitas yang memadai dapat menciptakan persepsi positif yang memperkuat kepercayaan pasien terhadap kualitas layanan.

Kompetensi dan profesionalisme tenaga medis juga menjadi faktor penting dalam membangun kepuasan pasien. Tenaga medis yang berpengalaman dan ramah tidak hanya memberikan rasa nyaman, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pasien terhadap layanan yang diterima. Dalam konteks RSIA XYZ, peran tenaga medis sebagai *frontline* pelayanan menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas pasien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *price fairness*, lingkungan fisik, kompetensi tenaga medis (*people*), dan kualitas perawatan terhadap kepuasan pasien. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi hubungan antara kepuasan pasien dengan loyalitas pasien di RSIA XYZ. Melalui pendekatan ini, diharapkan rumah sakit dapat memahami faktor-faktor yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi ekspektasi pasien.

Dengan mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan layanan yang ada, RSIA XYZ dapat menyusun strategi yang lebih efektif dalam menghadapi persaingan di industri kesehatan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi rumah sakit dalam meningkatkan kualitas layanan dan membangun loyalitas pasien secara berkelanjutan.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Untuk menjadi rumah sakit pilihan, pasien mempertimbangkan banyak faktor, seperti pengalaman pribadi, rekomendasi kerabat, dan informasi masyarakat. Pelayanan yang aman, terpercaya, dan sesuai standar, didukung oleh fasilitas yang sebanding dengan harga, menjadi kunci dalam memberikan kepuasan dan kenyamanan pasien. Jika kepuasan pasien dapat dicapai dan dipertahankan secara konsisten, loyalitas pasien untuk kembali menggunakan layanan rumah sakit dapat terwujud. Berdasarkan pertimbangan ini, maka pokok bahasan penelitian ini akan berfokus pada :

### ***Patient Loyalty***

*Patient loyalty* didefinisikan sebagai kesetiaan yang dipegang teguh komitmen untuk secara konsisten menggunakan kembali layanan pilihan di masa depan yang mengarah pada penggunaan layanan yang sama layanan atau merek (Zhou et al., 2017). Selain menggunakan kembali pelayanan tertentu, pasien yang loyal akan merekomendasikan pada orang lain sebagai calon pasien yang potensial untuk menggunakan pelayanan yang ditawarkan tersebut (Sadeh, 2017). Sebagai kesimpulan, *patient loyalty* merupakan suatu komitmen pasien terhadap suatu penyedia pelayanan medis, yang dipegang secara teguh, untuk terus menggunakan pelayanan medis tersebut di masa yang akan mendatang. Dari sisi manajemen, adanya *patient loyalty* akan sangat berpengaruh terhadap pemasaran dan *branding*, sebab loyalitas tersebut juga akan membuahkan intensi dari pasien untuk merekomendasikan pelayanan medis kepada orang disekitarnya, yang juga secara tidak langsung akan meningkatkan reputasi penyedia pelayanan medis.

### ***Patient Satisfaction***

*Patient satisfaction* merupakan tolak ukur penting yang digunakan untuk menyampaikan pelayanan kesehatan, saat ini, pendapat pasien dianggap sebagai faktor utama dalam keputusan pengobatan dan pemberian pelayanan kesehatan (Manzoor et al., 2019). Bagi penyedia layanan kesehatan, *patient satisfaction* memiliki dampak langsung terhadap peningkatan respons pasien dan promosi positif dari mulut ke mulut. Dengan kata lain, semakin puas pasien, semakin tinggi tingkat loyalitas mereka, yang pada akhirnya meningkatkan keinginan mereka untuk merekomendasikan Rumah Sakit tersebut kepada orang lain. *Patient satisfaction* juga mempengaruhi tingkat kepatuhan pasien terhadap saran dan instruksi dari dokter. Oleh karena itu, *patient satisfaction*

memiliki pengaruh signifikan terhadap hasil dari pelayanan kesehatan (Haque, Rahman, Pang, et al., 2020).

### ***Price Fairness***

*Price fairness* merupakan perbandingan harga produk dengan referensi harga dan informasi yang terkandung dalam harga tersebut (Sugianto & Ardhanari, 2021). *Price fairness* dapat diartikan sebagai persepsi pasien terhadap harga yang ditetapkan masih wajar dan dapat diterima (Muskat et al., 2019b). *Price fairness* sebagai salah satu indikator dalam penelitian ini sangat berhubungan dengan emosi terkait perbedaan harga dengan kompetitor, dimana masih dapat ditoleransi atau tidak pada setiap pasien (Simbolon et al., 2020).

### ***Physical Environment***

*Physical environment* merujuk pada semua elemen fisik yang mempengaruhi pengalaman konsumen dalam menggunakan atau membeli produk atau jasa tertentu. Ini mencakup tempat di mana interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa berlangsung. Faktor-faktor dalam lingkungan ini mempengaruhi bagaimana kualitas jasa dipandang oleh konsumen dan dapat meningkatkan minat beli mereka (Wulansari et al., 2021).

### ***Quality of Treatment***

*Quality of treatment* diartikan sebagai segala upaya penyedia layanan jasa untuk dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen untuk dapat mengimbangi harapan dari konsumen. Konsep *quality of treatment* mencakup dua bagian, yaitu secara teknis dan interpersonal. Allen-Duck (2017) mengartikan *quality of treatment* keunggulan yang dihasilkan sebagai hasil dari penyediaan pelayanan yang efektif, aman, dan sesuai dengan harapan pasien (Allen-Duck et al., 2017; WHO, 2020). Definisi lain melibatkan konsep perawatan yang efektif, aman, berbasis bukti, dan berpusat pada individu dalam lingkungan layanan kesehatan yang berubah dengan cepat, di mana layanan kesehatan harus tepat waktu, terintegrasi secara adil, dan efisien.

## **METODE PENELITIAN**

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018:113). Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan cross-sectional untuk menganalisis faktor-faktor yang

mempengaruhi loyalitas pasien di RS Ibu & Anak XYZ. Objek penelitian adalah orang tua pasien rawat inap, dengan sampel minimal 160 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Variabel yang digunakan adalah variabel bebas (People, Physical Environment, Quality of Treatment, Price Fairness) yang mempengaruhi variabel dependen (Patient Satisfaction, Patient Loyalty). Pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala interval dan skala Likert untuk mengukur persepsi responden.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan skala ordinal dan Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Squares (PLS), yang mencakup evaluasi outer model untuk validitas konvergen dan diskriminan serta inner model untuk mengukur  $R^2$  dan T-statistik. Hipotesis diuji dengan nilai T-statistik  $\geq 1,96$ , sementara validitas dan reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's alpha dan Composite Reliability untuk memastikan keandalan instrumen penelitian.

### HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil analisa profil responden yang merupakan orangtua pasien rawat inap di RS Ibu & Anak XYZ, terlihat bahwa mayoritas responden adalah wanita, dengan jumlah 112 orang atau 70% dari total sampel, sedangkan pria hanyaberjumlah 48 orang atau 30%. Dalam analisis data menggunakan PLS-SEM, tahap pertama adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap outer model, yang juga dikenal sebagai model pengukuran (measurement model).

Pada hasil *outer model* didapatkan sejumlah 30 indikator yang digunakan dalam model penelitian. Pada *outer model* dapat dilihat semua 30 indikator telah valid untuk mengukur konstruknya sesuai dengan nilai *outer loading* yang disyaratkan (Hair et al., 2019). Selain itu, juga terdapat uji validitas dan reliabilitas terhadap outer model, yaitu sebagai berikut : Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) merupakan faktor kunci dalam menciptakan loyalitas pasien (*patient loyalty*). Semua variabel independen yang diteliti memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pasien, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pasien terhadap rumah sakit. Analisis lebih lanjut mengungkapkan bahwa kualitas perawatan memiliki pengaruh paling besar dibandingkan variabel lainnya, menunjukkan pentingnya layanan yang efektif, aman, dan sesuai dengan harapan pasien.

Lingkungan fisik rumah sakit memainkan peran penting dalam membentuk persepsi pasien terhadap kualitas layanan. Kebersihan, kenyamanan, dan kelengkapan

fasilitas memberikan pengalaman positif yang mendukung tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Faktor ini menciptakan suasana yang membuat pasien merasa dihargai dan nyaman selama perawatan mereka. Selain itu, kewajaran harga menjadi aspek signifikan dalam meningkatkan kepercayaan pasien. Harga yang dianggap wajar dan transparan oleh pasien mendorong rasa puas, terutama jika layanan yang diterima sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Kebijakan harga yang jelas juga mencerminkan komitmen rumah sakit untuk memberikan layanan yang adil.

Kompetensi staf medis, termasuk profesionalisme, empati, dan keterampilan komunikasi yang baik, juga ditemukan sangat memengaruhi kepuasan pasien. Hubungan yang baik antara pasien dan staf medis menciptakan rasa percaya yang tidak hanya meningkatkan pengalaman pasien tetapi juga mendorong mereka untuk kembali menggunakan layanan rumah sakit. Kepuasan pasien secara langsung memengaruhi loyalitas mereka terhadap rumah sakit. Pasien yang merasa puas cenderung kembali untuk menerima layanan di masa depan. Mereka juga lebih mungkin untuk merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain, menciptakan efek pemasaran dari mulut ke mulut yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien tidak hanya berdampak pada hubungan individu tetapi juga pada citra keseluruhan rumah sakit.

Manajemen rumah sakit harus memprioritaskan peningkatan kualitas layanan melalui investasi dalam pelatihan staf, pengembangan fasilitas, dan penerapan kebijakan harga yang transparan. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pasien tetapi juga memastikan keberlanjutan rumah sakit di tengah persaingan yang semakin ketat.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mencakup satu rumah sakit dengan fokus pada populasi pasien yang spesifik. Studi mendatang diharapkan dapat mencakup berbagai rumah sakit dengan populasi yang lebih luas untuk menghasilkan temuan yang lebih umum. Selain itu, eksplorasi terhadap faktor lain seperti teknologi kesehatan dapat memberikan wawasan tambahan yang berharga.

Dengan demikian, kepuasan pasien adalah elemen kunci dalam menciptakan loyalitas pasien. Dengan memprioritaskan kualitas perawatan, lingkungan fisik yang mendukung, harga yang adil, dan staf medis yang kompeten, rumah sakit dapat membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pasien. Temuan ini memberikan landasan penting bagi rumah sakit untuk meningkatkan kualitas layanan dan reputasi mereka.



## KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroiti bahwa kepuasan pasien adalah elemen kunci dalam menciptakan loyalitas pasien di rumah sakit. Semua variabel yang dianalisis, yaitu kualitas perawatan, lingkungan fisik, kompetensi staf medis, dan kewajaran harga, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Di antara faktor-faktor ini, kualitas perawatan ditemukan sebagai faktor yang paling berpengaruh, menunjukkan pentingnya memberikan layanan yang efektif, aman, dan memenuhi harapan pasien.

Selain itu, kewajaran harga yang transparan mendorong rasa kepercayaan pasien terhadap rumah sakit. Pasien lebih puas ketika harga layanan dianggap adil dan sesuai dengan kualitas perawatan yang diterima. Hal ini menunjukkan bahwa aspek finansial memainkan peran penting dalam menciptakan hubungan yang berkelanjutan dengan pasien. Kompetensi staf medis, termasuk profesionalisme, empati, dan kemampuan komunikasi, sangat memengaruhi tingkat kepuasan pasien. Hubungan yang baik antara pasien dan staf medis tidak hanya menciptakan pengalaman perawatan yang positif tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas jangka panjang.

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar manajemen rumah sakit memprioritaskan peningkatan kualitas perawatan melalui pelatihan staf yang berkelanjutan, pengembangan fasilitas fisik yang lebih baik, dan kebijakan harga yang transparan. Selain itu, strategi pemasaran yang berfokus pada kepuasan pasien dapat meningkatkan citra rumah sakit dan menarik lebih banyak pasien baru. Penelitian di masa depan disarankan untuk memperluas cakupan ke berbagai rumah sakit dan populasi yang lebih beragam untuk mendapatkan wawasan yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S., Tarique, K. M., & Arif, I. (2017). Service quality, patient satisfaction and loyalty in the Bangladesh healthcare sector. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 30(5), 477–488. <https://doi.org/10.1108/IJHCQA-01-2017-0004>
- Allen-Duck, A., Robinson, J. C., & Stewart, M. W. (2017). Healthcare Quality: A Concept Analysis. *Nursing Forum*, 52(4), 377–386. <https://doi.org/10.1111/NUF.12207>
- Alzoubi, H., Alshurideh, M., Kurdi, B. Al, & Inairat, M. (2020). Do perceived service value, quality, price fairness and service recovery shape customer satisfaction and delight? A practical study in the service telecommunication context. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(3), 579–588. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2020.2.005>
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach*. Pearson Education Limited.



- Biscaia, A. R., Rosa, M. J., Moura e Sá, P., & Sarrico, C. S. (2017). Assessing customer satisfaction and loyalty in the retail sector. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 34(9), 1508–1529. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-03-2015-0039>
- BPS. (2022). *Ada 3.072 Rumah Sakit di Indonesia pada 2022 - DataIndonesia.id*. <https://dataIndonesia.id/kesehatan/detail/ada-3072-rumah-sakit-di-indonesia-pada-2022>
- Cakici, A. C., Akgunduz, Y., & Yildirim, O. (2019). The impact of perceived price justice and satisfaction on loyalty: the mediating effect of revisit intention. *Tourism Review*, 74(3), 443–462. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2018-0025>
- Daramola, O. E., Adeniran, A., & Akande, T. M. (2018). Patients' satisfaction with the quality of services accessed under the National Health Insurance Scheme at a Tertiary Health Facility in FCT Abuja, Nigeria. *Journal of Community Medicine and Primary Health Care*, 30(2), 90–97. <https://www.ajol.info/index.php/jcmphc/article/view/178114>
- Fadhillah, I., & Lestari, D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Poli Jantung di RSUD Al-Islam H. M. Mawardi Krian Sidoarjo. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 269–278. <https://doi.org/10.29407/JSE.V6I2.313>
- Fatima, I., Humayun, A., Anwar, M. I., & Shafiq, M. (2018). Evaluating quality standards' adherence in surgical care: a case study from Pakistan. *International Journal for Quality in Health Care : Journal of the International Society for Quality in Health Care*, 30(2), 138–144. <https://doi.org/10.1093/INTQHC/MZX179>
- Fuad, L., Tamtomo, D., & Sulaeman, E. S. (2019). Multilevel Analysis on the Effect of Marketing Mix Strategy toward Patient Satisfaction in Magelang, Central Java. *Journal of Health Policy and Management*, 4(1), 39–46. <https://doi.org/10.26911/THEJHPM.2019.04.01.05>
- Gavurova, B., Dvorsky, J., & Popesko, B. (2021). Patient Satisfaction Determinants of Inpatient Healthcare. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(21). <https://doi.org/10.3390/IJERPH182111337>
- Ghozali, L., & Latan, H. (2020). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program Smart PLS3.0*. Badan Penerbit Undip.
- Ginting, R. B. (2021). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap inpatient satisfaction rumah sakit xyz, Bekasi [The effect of service marketing mix on inpatient satisfaction at hospital xyz, Bekasi]. *Milestone: Journal of Strategic Management*, 1(1), 71. <https://doi.org/10.19166/MS.V1I1.3147>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203/FULL/PDF>
- Haque, R., Rahman, A., & Kow, A. P. A. (2020). *Factors Affecting Customer's Satisfaction and Loyalty in Hospitals in China*. 10, 101–115.
- Haque, R., Rahman, A., Pang, A., & Kow, A. (2020). Factors Affecting Customer's Satisfaction and Loyalty in Hospitals in China. *Asian Journal of Technology & Management Research*, 10, 1.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/S11747->

014-0403-8/FIGURES/8

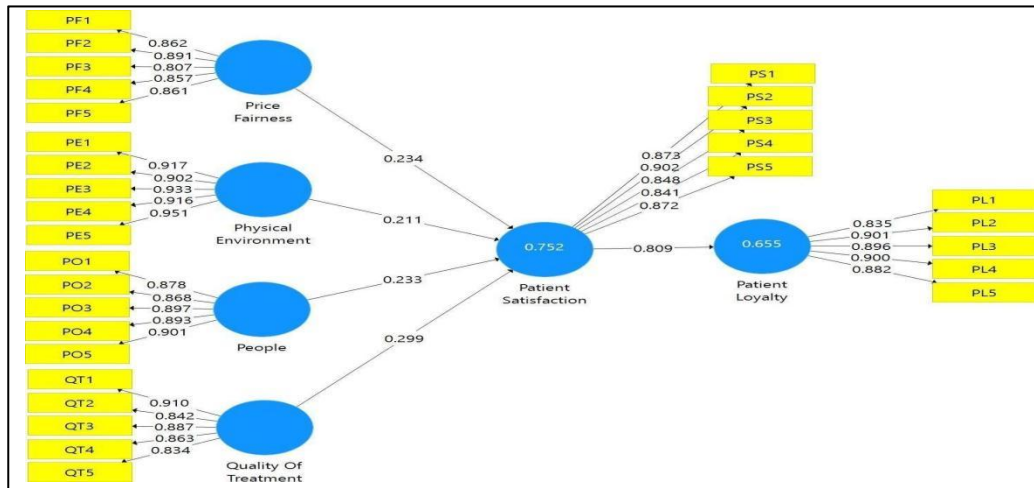
Kementerian Kesehatan. (2020). *Profil Kesehatan Indonesia 2020*.  
<https://kemkes.go.id/id/profil-kesehatan-indonesia-2020>

Kementerian Kesehatan. (2023a). *Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 36 Tahun 2023 tentang Pedoman Nomenklatur Perangkat Daerah dan Unit Kerja pada Perangkat Daerah yang Menyelenggarakan Urusan Pemerintahan Bidang Kesehatan | Direktorat Jenderal Kefarmasian dan Alat Kesehatan*.  
<https://farmalkes.kemkes.go.id/unduh/permenkes-36-2023/>

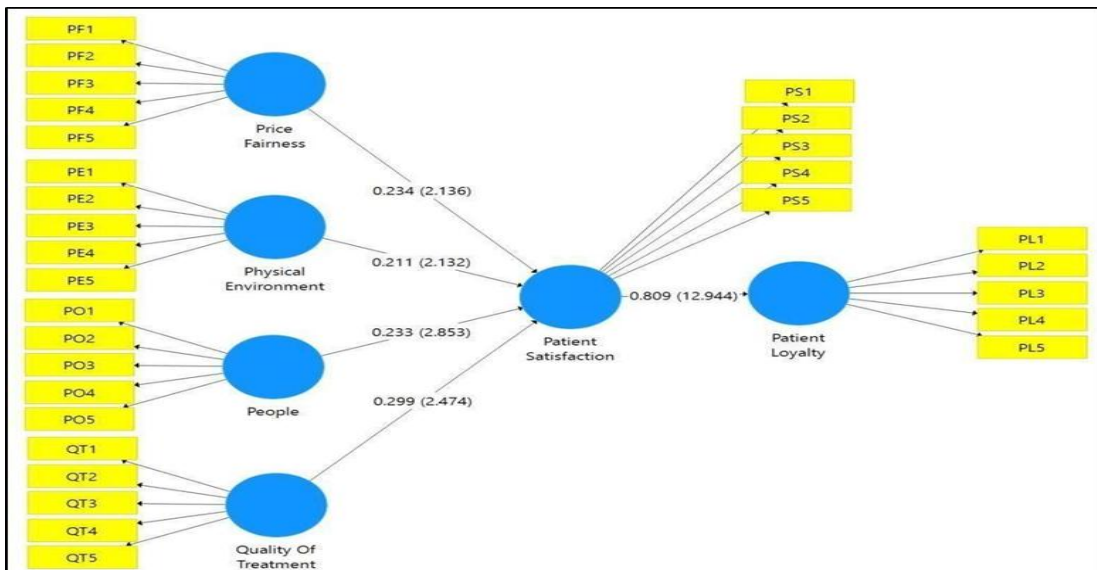
Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128.

**GAMBAR DAN TABEL**

Gambar 1 *Measurement Model (Outer Model)*



Sumber : Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3.2.9 (2023)



Gambar 2 *Measurement Model (Inner Model)*

Sumber : Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3.2.9 (2023)

Tabel 1 Sign and Significance of Path Coefficient

Hipotesis	Standard Coefficient	T statistics	P Values	Hasil
H1 : <i>Price Fairness</i> → <i>Patient Satisfaction</i>	0.234	2.136	0.017	Didukung
H2 : <i>Physical Environment</i> → <i>Patient Satisfaction</i>	0.211	2.132	0.017	Didukung
H3 : <i>People</i> → <i>Patient Satisfaction</i>	0.233	2.853	0.002	Didukung
H4 : <i>Quality Of Treatment</i> → <i>Patient Satisfaction</i>	0.299	2.474	0.007	Didukung
H5 : <i>Patient Satisfaction</i> → <i>Patient Loyalty</i>	0.809	12.944	0.000	Didukung