

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas memiliki makna yang beragam. Secara umum, kualitas dapat dipahami sebagai suatu kondisi yang bersifat dinamis dan berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, serta lingkungan yang mampu memenuhi atau melampaui harapan pengguna. Dengan demikian, tingkat kualitas yang diberikan kepada konsumen, baik dalam bentuk produk, jasa, maupun faktor pendukung lainnya, diukur dari sejauh mana hal tersebut dapat memenuhi ekspektasi pengguna. Kualitas pelayanan sendiri merupakan salah satu komponen penting dalam strategi pemasaran dan menjadi faktor yang berperan signifikan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Upaya pengembangan kualitas pelayanan juga didorong oleh meningkatnya tingkat persaingan antarperusahaan dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.

Menurut Parasuraman dalam Yulianto (2018), kualitas layanan (*service quality*) diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap jasa yang mereka terima. Lebih lanjut, Parasuraman menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan hasil evaluasi menyeluruh dari dua aspek utama, yaitu kualitas teknis, yang berkaitan dengan hasil atau fungsi jasa yang diterima secara nyata oleh pelanggan, serta kualitas fungsional, yang mencerminkan bagaimana proses pelayanan tersebut diberikan. Apabila layanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan, maka

layanan tersebut dapat dikategorikan memiliki kualitas yang baik. dan sebaliknya apabila kualitas layanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan buruk.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat berperan dalam pemanfaatan layanan kesehatan. Penilaian terhadap kualitas pelayanan yang baik tidak hanya didasarkan pada keberhasilan penyembuhan penyakit secara fisik, tetapi juga mencakup aspek-aspek lain seperti sikap, pengetahuan, dan keterampilan tenaga kesehatan dalam memberikan pelayanan. Selain itu, faktor komunikasi, penyampaian informasi, kesopanan, ketepatan waktu, daya tanggap, serta ketersediaan sarana dan lingkungan fisik yang memadai turut menjadi indikator penting dalam menilai kualitas pelayanan kesehatan (Tahir dkk., 2025).

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai kemampuan suatu organisasi atau perusahaan dalam merencanakan, menciptakan, dan menerapkan produk, baik berupa barang maupun jasa, yang memberikan manfaat bagi konsumen. Kualitas pelayanan memiliki keterkaitan yang erat dengan tingkat kepuasan pelanggan, karena melalui pelayanan yang berkualitas, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas terhadap standar kualitas yang diberikan cenderung akan menunjukkan loyalitas terhadap perusahaan tersebut.

Pelayanan dapat diartikan sebagai segala bentuk aktivitas atau upaya yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak mengakibatkan adanya perpindahan kepemilikan barang atau aset apa pun (Luthfialita Azahro Nurfatin Al Afifah & Abdul Gofur, 2024).

Kualitas pelayanan menjadi dasar utama dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen. Pelayanan dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan harapan konsumen, sedangkan apabila pelayanan yang diberikan mampu melampaui harapan tersebut, maka dapat dinilai sebagai pelayanan yang sangat memuaskan. (Saraswati dkk., 2023).

Pelayanan menurut Kasmir (2017:47) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, Menurut Arnistead dan Clark, pelayanan serta dukungan terhadap pelanggan mencerminkan kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugasnya dengan penuh komitmen. Hal ini mencakup kemampuan untuk memberikan layanan secara optimal serta menyelesaikan berbagai permasalahan yang muncul selama proses pemberian layanan berlangsung, baik dalam hubungan antarpegawai maupun dengan pimpinan (Akmal dkk., 2022). Pelayanan kesehatan yang diberikan bersifat komprehensif, mencakup aspek kuratif (pengobatan), preventif (pencegahan penyakit), promotif (peningkatan kesehatan), dan rehabilitatif (pemulihan kesehatan) sesuai dengan Permenkes (2019). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kesuma (2017) mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan, diketahui bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Proses pelayanan merupakan aspek yang sangat penting bagi organisasi yang bergerak di bidang jasa, karena setiap kegiatan pelayanan selalu melibatkan tahapan proses yang saling berkaitan.

Tujuan utama pelayanan kesehatan adalah tercapainya derajat kesehatan masyarakat yang mampu memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat (*consumer satisfaction*) melalui pemberian pelayanan yang efektif. Selain itu, pelayanan kesehatan juga diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi pihak pemberi layanan (*provider satisfaction*), sehingga tercipta keseimbangan antara kepuasan penerima layanan dan tenaga kesehatan dalam suatu institusi (Tahir dkk., 2025). Dalam pelaksanaan upaya menjaga kualitas pelayanan kesehatan di klinik, keterlibatan berbagai tenaga profesional seperti perawat, dokter gigi, asisten dokter gigi, serta tenaga administrasi memiliki peran yang sangat penting. Berdasarkan standar evaluasi dan pengendalian mutu, dijelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat tercapai apabila didukung oleh tenaga kesehatan yang memiliki kompetensi tinggi dan secara berkelanjutan terlibat dalam program pengendalian kualitas di klinik.

2. Pengukuran Kualitas Pelayanan

Dapat dilakukan dengan melakukan pengukuran terhadap variabel variabel yang mempengaruhi kualitas layanan pelanggan. Terdapat 5 (lima) indikator penentu dalam kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam (Tjiptono dan Chandra, 2016:137) yaitu: Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Reasponsivenness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*), Bukti Fisik (*Tangible*). Pengukuran kualitas pelayanan yang saat ini masih banyak digunakan dalam sebuah pemasaran sebuah jasa dan riset manajemen yaitu model Servqual (*service quality*). Konsep metode ini yaitu pengukuran kualitas pelayanan dengan membandingkan antara pelayanan yang diharapkan dengan kinerja pelayanan (Kusyana & Pratiwi, 2019, hlm. hlm. 24-25). Dirumuskan yaitu:

$$Q=P-E$$

Keterangan:

Q: kualitas pelayanan pelanggan.

P: pelayanan yang didapatkan sesungguhnya (persepsi/kenyataan)

E: harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan (ekspektasi/harapan)

Servperf (*service performance*) yang berarti kualitas jasa berbasis kinerja merupakan basis atau dasar pengukuran kualitas jasa yang paling baik. Servperf mengatasi masalah yang ada pada Servqual untuk meneliti hubungan antara kualitas jasa, kepuasan pelanggan dan *purchase intentions*. Maksud dari adanya penilaian kualitas jasa pelayanan adalah menentukan atribut dan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas atribut jasa pelayanan tersebut. Untuk mengukur kualitas jasa, skala yang tepat digunakan.

Menurut Cronin dan Taylor (1992) ServPerf merupakan instrumen pengukuran yang dianggap lebih akurat dalam menilai kualitas layanan. Berbeda dengan ServQual, skala ServPerf hanya berfokus pada pengukuran kinerja aktual dari kualitas layanan tanpa mempertimbangkan harapan pelanggan. Meskipun demikian, ServPerf tetap mengadopsi lima dimensi dan 22 indikator yang terdapat dalam model ServQual. Perbedaan utama antara keduanya terletak pada pendekatan pengukuran, di mana ServPerf menilai kualitas layanan berdasarkan persepsi terhadap kinerja aktual, dengan asumsi bahwa sikap konsumen menjadi inti dalam penilaian kualitas layanan, sehingga metode ini dianggap lebih representatif. (Kusyana & Pratiwi, 2019).

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan dapat diukur dengan 5 (lima) indikator penentu dalam kualitas pelayanan, yaitu dapat diidentifikasi oleh pelanggan untuk mengevaluasi suatu layanan yang diberikan oleh pemberi layanan yaitu :

a. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*reliability*) berkaitan dengan kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan secara tepat dan akurat sejak awal tanpa kesalahan, serta menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang telah disepakati bersama.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap (*responsiveness*) berkaitan dengan kesiapan dan kemampuan karyawan dalam memberikan bantuan kepada konsumen serta menanggapi setiap permintaan mereka. Aspek ini juga mencakup ketepatan karyawan dalam memberikan informasi mengenai waktu pelayanan dan kemampuan untuk melaksanakan pelayanan dengan cepat serta efisien.

c. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*assurance*) mencerminkan perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan serta menciptakan rasa aman bagi para konsumen. Selain itu, jaminan juga menunjukkan bahwa karyawan senantiasa bersikap sopan dan memiliki pengetahuan serta keterampilan yang memadai untuk menangani setiap pertanyaan maupun permasalahan yang disampaikan oleh konsumen (Ermini dkk., 2023)

d. Empati (*Empathy*)

Empati (*Empathy*) menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memahami permasalahan yang dihadapi oleh konsumennya, bertindak sesuai dengan kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian yang tulus kepada mereka. Selain itu, empati juga tercermin melalui penyediaan waktu operasional yang fleksibel dan nyaman bagi konsumen.

e. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti Fisik (*Tangible*) berkenaan dengan kapabilitas fasilitas fisik, peralatan atau perlengkapan yang lengkap, dan bahan-bahan yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi (Irawan Lubis dkk., 2023).

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Nursalam (2016), pelayanan jasa yang diberikan oleh penyedia layanan dapat mengalami kegagalan apabila berbagai kesenjangan dalam proses pelayanan dibiarkan terjadi tanpa adanya upaya pencegahan atau tindakan untuk meminimalkan dampak negatifnya. Terdapat lima jenis kesenjangan yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Kesenjangan antara harapan pengguna jasa dan persepsi manajemen
- 2) Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa
- 3) Kesenjangan antara spesifikasi kualitas dan jasa penyampainya
- 4) Kesenjangan antara penyampain jasa dan harapan pihak eksternal
- 5) Kesenjangan antara jasa yang diterima pengguna dan yang diharapkan

2.1.2. Kualitas Produk

Kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan suatu produk dalam memberikan hasil yang sesuai, atau bahkan melebihi, harapan pelanggan. Selain itu, kualitas produk juga mencerminkan sejauh mana produk tersebut memiliki popularitas, manfaat, keandalan, serta variasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen (Fahlevi, 2024).

Kualitas produk (*product quality*) merupakan salah satu elemen utama dalam strategi *positioning* yang digunakan oleh pemasar. Kualitas tersebut memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja suatu produk maupun jasa yang ditawarkan kepada konsumen (Kotler dan Armstrong 2018: 272). Selain itu, kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang mencakup aspek daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta atribut lain yang memiliki nilai tambah. Kualitas memiliki keterkaitan yang erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan, di mana dalam pengertian yang lebih sempit, kualitas sering diidentikkan dengan kondisi bebas dari cacat atau kerusakan. Konsumen pada umumnya menilai produk berdasarkan kualitas yang terlihat. Semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan, semakin besar pula minat konsumen terhadap produk tersebut, karena konsumen saat ini cenderung lebih selektif dan kritis dalam menentukan pilihan produk yang akan dibeli.

Kualitas produk ialah kombinasi dari berbagai karakteristik yang ada pada barang tersebut atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan medis yang diberikan, maka akan

semakin besar pula pasien merasa puas dan percaya terhadap klinik (Kartika dkk., 2025).

Kualitas produk merupakan kondisi yang mencerminkan aspek fisik, fungsi, dan karakteristik suatu produk, baik berupa barang maupun jasa, berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan. Aspek tersebut meliputi daya tahan (*durability*), keandalan (*reliability*), ketepatan, kemudahan dalam pengoperasian dan perbaikan, serta atribut produk lainnya. Tujuan utama dari kualitas produk adalah untuk memenuhi dan memberikan kepuasan terhadap kebutuhan konsumen atau pelanggan (Tamon dkk., 2021)

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kondisi suatu produk yang dinilai baik oleh konsumen dari berbagai aspek, seperti ukuran kemasan (*package size*) dan desain yang menarik. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila memiliki tingkat mutu yang tinggi, yang tercermin melalui kesesuaian (*conformance*), kemudahan perbaikan (*repairability*), serta ketahanan (*durability*), sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Keinginan tersebut mencakup aspek-aspek seperti daya tahan produk, tingkat keandalan, kemudahan penggunaan, serta berbagai atribut lain yang memiliki nilai tambah bagi konsumen.

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk antara lain sebagai berikut Menurut (Arianty, 2015):

a. *Performance* (Kinerja)

Performance (kinerja) merupakan aspek yang berhubungan dengan fungsi utama suatu produk dan menjadi salah satu karakteristik penting yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli produk tersebut.

b. *Features* (Keragaman Produk)

Features (keragaman produk) atau keragaman produk merupakan aspek dari kinerja yang berfungsi untuk meningkatkan kemampuan dasar suatu produk. Aspek ini berkaitan dengan variasi pilihan yang ditawarkan serta pengembangan produk guna memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen.

c. *Reability* (Keandalan)

Reability (keandalan) merupakan aspek yang berkaitan dengan tingkat kemungkinan suatu produk dapat berfungsi dengan baik setiap kali digunakan dalam jangka waktu tertentu dan dalam kondisi yang telah ditetapkan.

d. *Conformance* (Kesesuaian)

Conformance (kesesuaian) merupakan aspek yang berhubungan dengan sejauh mana suatu produk memenuhi spesifikasi atau standar yang telah ditetapkan sebelumnya sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

d. *Durability* (Daya Tahan dan Ketahanan)

Durability (daya tahan dan ketahanan) merupakan cerminan dari umur ekonomis suatu produk yang menunjukkan seberapa lama produk tersebut dapat digunakan atau berfungsi secara optimal selama masa pakainya.

e. *Serviceability* (Kemampun Pelayanan)

Serviceability (kemampun pelayanan) merupakan karakteristik yang berhubungan dengan tingkat kecepatan, ketepatan, kompetensi, serta biaya yang dikeluarkan dalam memberikan layanan perbaikan terhadap suatu produk.

f. *Asthetics* (Estetika)

Asthetics (estetika) ialah estetika dapat diartikan sebagai upaya menciptakan lingkungan klinik yang bersih, nyaman, dan menarik secara visual, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan serta kepuasan pasien (Permata Sari, 2021).

g. *Perceived Quality* (Kualitas yang Dipersepsikan)

Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) mengacu pada pandangan konsumen terhadap mutu suatu produk, meskipun mereka tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk tersebut.

Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi kualitas saling berkaitan dan memberikan manfaat, karena konsumen cenderung memilih produk yang dianggap memiliki nilai tertinggi. Ketika persepsi positif terhadap kualitas produk telah tertanam dalam benak konsumen, perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk memperoleh keuntungan serta mempertahankan keberlangsungan usahanya.

2. Indikator Kualitas Produk

Produk merupakan elemen yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan dan kemakmuran perusahaan di era modern. Perkembangan teknologi, meningkatnya persaingan global, serta perubahan kebutuhan dan keinginan pasar menuntut perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan pengembangan produk. Dengan demikian, perusahaan hanya memiliki dua kemungkinan, yaitu berhasil menciptakan produk atau jasa yang unggul dan kompetitif, atau gagal mencapai tujuan bisnisnya akibat ketidakmampuan produk atau jasa tersebut bersaing di pasar. Menurut Kotler dalam Daga (2017: 39) terdapat beberapa indikator kualitas produk, yaitu:

- a. Ciri-ciri produk (*features*) merupakan karakteristik tambahan yang dimiliki oleh suatu produk dengan tujuan untuk meningkatkan manfaat dasar serta mendukung pengembangan produk tersebut.
- b. Ketepatan/kesesuaian (*conformance*) yaitu berkaitan dengan sejauh mana tingkatan ketepatan dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
- c. Ketahanan (*durability*) Yaitu seberapa lama suatu produk akan bertahan lama dan terus dapat digunakan.
- d. Keandalan (*reliability*) merupakan sejauh mana kemungkinan suatu produk mengalami kerusakan relatif kecil serta mampu menjalankan fungsinya secara optimal setiap kali digunakan.
- e. Kemudahan perbaikan (*repairability*) mengacu pada tingkat kemudahan dalam memperbaiki produk apabila terjadi kerusakan, baik melalui layanan garansi maupun kemampuan konsumen untuk memperbaikinya sendiri.

- f. Desain (*design*) adalah keunggulan produk yang mencakup aspek estetika dan bentuk, yang dapat memengaruhi persepsi serta daya tarik konsumen terhadap produk tersebut. (Della Irona & Triyani, 2022, hlm. hal. 176-177).

2.1.3. Kepuasan Pasien

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapan-harapannya. (Kotler, 1997:24). Kepuasan pasien dapat diartikan sebagai bentuk sikap yang dimiliki oleh konsumen, yaitu sejauh mana tingkat kesenangan atau ketidakpuasan yang dirasakan terhadap pelayanan yang telah diterimanya.

Minat seseorang dalam melakukan pembelian dipengaruhi oleh sikap individu, namun keinginan untuk kembali menggunakan jasa pelayanan keperawatan sangat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya saat menggunakan jasa tersebut. (Aquino dkk., 2021).

Memahami kebutuhan serta tingkat kepuasan pasien merupakan faktor yang sangat penting dalam memengaruhi kepuasan pasien itu sendiri. Pasien yang merasa puas menjadi aset berharga bagi institusi pelayanan kesehatan, karena kepuasan tersebut mendorong pasien untuk terus menggunakan layanan yang diberikan. Pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pasien merasa tidak puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya.

Menurut Lupiyoadi, Kualitas pelayanan merupakan ukuran sejauh mana suatu layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Dalam konteks karya tulis ilmiah, kualitas pelayanan dapat diartikan

sebagai tingkat keunggulan layanan yang dirasakan oleh pelanggan berdasarkan kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima. Artinya, kualitas pelayanan dapat dinilai dari seberapa baik suatu layanan mampu memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan. Jika pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan tersebut berkualitas tinggi. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan menilai pelayanan tersebut kurang memuaskan (Prihandoyo dkk., 2021).

Kepuasan pelanggan merupakan konsep utama dalam bidang bisnis dan manajemen. Kepuasan ini diartikan sebagai tanggapan konsumen terhadap layanan atau kinerja yang diterimanya. Konsumen akan melakukan perbandingan antara kinerja yang diterima dengan harapan yang dimilikinya. Apabila kinerja yang diperoleh melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja tersebut tidak memenuhi atau hanya setara dengan harapan, maka konsumen cenderung merasa tidak puas terhadap hasil yang diterima. Tingkat kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam pengembangan sistem penyediaan layanan yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan, dengan tujuan untuk meminimalkan biaya dan waktu, serta memaksimalkan efektivitas dan dampak dari pelayanan yang diberikan. (Anggreyni dkk., 2024).

1. Macam–Macam Kepuasan

Secara umum macam kepuasan ada dua yaitu kepuasan yang mengacu pada ketersediaan pelayanan kesehatan dan mutu pelayanan kesehatan. Kepuasan yang satunya yaitu kepuasan yang hanya mengacu pada kenyamanan pelayanan.

Kepuasan pasien dalam pelayanan kesehatan adalah tingkat perasaan positif atau negatif pasien sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman layanan kesehatan yang diterimanya, khususnya dalam hal kualitas pelayanan, komunikasi, empati, fasilitas, dan hasil pengobatan.

Menurut Kotler dkk. yang dikutip oleh Eka Putri Maulidiah dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dalam hal ini pasien Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul pada seseorang setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diterima dengan kinerja yang diharapkannya. Konsumen akan merasa puas apabila layanan yang diberikan oleh klinik mampu memenuhi harapan dan keinginannya.(Maulidiah dkk., 2023, hlm. hal. 730). Apabila suatu produk memiliki nilai tambah, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat, sehingga kemungkinan pelanggan untuk tetap menggunakan produk tersebut dalam jangka waktu yang panjang menjadi lebih besar.

Selain itu, berdasarkan *paradigma disconfirmation*, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi yang dilakukan setelah pembelian. Jika persepsi terhadap kinerja produk tidak sesuai atau lebih rendah dari harapan, maka konsumen akan mengalami ketidakpuasan (Matantu & Tampi, 2020, hlm. hal. 357)

Efektivitas pelayanan dan keamanan tindakan merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan pasien. Secara umum, kepuasan bersifat subjektif karena setiap individu memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Perbedaan ini muncul akibat adanya variasi kebutuhan, harapan, dan persepsi pada masing-masing individu. Semakin banyak aspek pelayanan yang sesuai dengan harapan

individu, maka tingkat kepuasan yang dirasakan akan semakin tinggi (Azwar, 2020).

2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien merupakan hasil dari evaluasi terhadap pelayanan kesehatan yang diterima, dibandingkan dengan harapan pasien. Beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pasien menurut berbagai literature (Satriandi & Azizah, 2024). Antara lain menurut Lavelock dan Wirtz (2014), faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien yaitu:

- a. Ketersediaan pelayanan (*available*), suatu pelayanan kesehatan dikatakan bermutu apabila layanan tersebut tersedia dan dapat diakses oleh masyarakat sesuai dengan kebutuhan mereka.
- b. Kewajaran pelayanan (*appropriate*), pelayanan kesehatan dianggap wajar apabila disesuaikan dengan kebutuhan medis yang dihadapi pasien serta tidak berlebihan atau kurang dari yang seharusnya.
- c. Kesenambungan pelayanan (*continuous*), pelayanan kesehatan yang bermutu harus diberikan secara berkelanjutan, artinya layanan tersebut tersedia setiap waktu dan dapat diakses kapan pun pasien membutuhkan.
- d. Penerimaan pelayanan (*acceptable*), mutu pelayanan kesehatan perlu diupayakan agar dapat diterima oleh pengguna jasa, baik dari segi budaya, etika, maupun harapan masyarakat terhadap pelayanan tersebut.
- e. Ketercapaian pelayanan (*accessible*), pelayanan kesehatan dikatakan bermutu apabila mudah dijangkau oleh pengguna jasa, baik dari segi lokasi, waktu, maupun sarana yang tersedia.

- f. Keterjangkauan pelayanan (*affordable*), pelayanan medis yang berkualitas juga harus memiliki biaya yang sesuai dengan kemampuan ekonomi pengguna jasa, sehingga tetap dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.
- g. Efisiensi pelayanan (*efficient*), efisiensi pelayanan memiliki keterkaitan erat dengan kemampuan pengguna jasa. Oleh karena itu, peningkatan efisiensi perlu diupayakan agar dapat memberikan hasil maksimal dengan penggunaan sumber daya yang optimal.
- h. Efektivitas pelayanan (*effectivity*), efektivitas pelayanan mencerminkan kemampuan pelayanan kesehatan dalam menyembuhkan penyakit atau memperbaiki kondisi pasien. Pelayanan yang efektif akan meningkatkan kepuasan pasien.
- i. Mutu pelayanan kesehatan (*quality*), terciptanya pelayanan kesehatan yang berkualitas akan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan pasien sebagai pengguna layanan.

3. Dimensi Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien adalah hasil dari perbandingan antara harapan pasien terhadap pelayanan kesehatan dan persepsi mereka atas pelayanan yang diterima. Untuk mengukur kepuasan secara lebih sistematis, para ahli merumuskan sejumlah dimensi yang menjadi indikator utama dalam menilai kepuasan pasien. Menurut Azwar (2016), dimensi kepuasan dapat dibedakan atas dua macam, yaitu:

- a. Kepuasan yang mengacu hanya pada penerapan kode etik serta standar pelayanan profesi.

Kepuasan pelayanan jasa kesehatan disini hanya terbatas pada bagaimana penerapan kode etik dan standar pelayanan profesi saja. Dalam hal ini meliputi penilaian kepuasan pasien terhadap : hubungan dokter dengan klien (*doctor-patient relationship*), kenyamanan pelayanan (*amenities*), kebebasan melakukan pilihan (*choice*), pengetahuan dan kompetensi teknis (*scientific knowledge and technical skill*), efektifitas pelayanan (*effectives*) dan keamanan tindakan (*safety*) (Putra, 2023).

b. Kepuasan yang mengacu pada penerapan

Kepuasan yang mengacu pada penerapan disini mengenai pelayanan kesehatan yang di ukur dengan kepuasan memakai jasa pelayanan kesehatan. Semakin bermutu nya kualitas pelayan maka akan semakin bersifat luas, karena didalam nya mencakup penilaian terhadap kepuasan pasien.

4. Indikator Kepuasan Pasien

Dalam menilai tingkat kepuasan pasien, indikator objektif yang umumnya digunakan meliputi jumlah keluhan yang disampaikan oleh pasien maupun keluarganya, kritik atau saran yang dimuat pada media seperti kolom surat pembaca, laporan terkait dugaan malpraktik, serta umpan balik atau laporan dari tenaga medis dan perawat. Dengan demikian, pengukuran kepuasan pasien di layanan kesehatan dapat dilakukan secara konkret melalui analisis terhadap berbagai bentuk umpan balik tersebut. (Azwar, 2016) survei kepuasan pasien di klinik, berikut indikator kepuasan pasien :

a. Kenyamanan

Aspek ini diuraikan melalui sejumlah pertanyaan yang mencakup faktor-faktor seperti lokasi rumah sakit, tingkat kebersihan, kenyamanan ruangan, kualitas makanan dan minuman, kelengkapan peralatan ruangan, tata letak, pencahayaan, kebersihan toilet, sistem pembuangan sampah, serta kesegaran udara di dalam ruangan.

b. Kompetensi Teknis Petugas

Yang dimaksud kompetensi teknis petugas disini yakni kecepatan pelayanan pendaftaran, keterampilan dalam penggunaan teknologi, pengalaman petugas medis, keberanian petugas medis dalam mengambil tindakan dan lain sebagainya.

c. Biaya

Aspek ini dapat dijelaskan melalui pertanyaan yang berkaitan dengan kewajaran biaya, kejelasan komponen biaya, besaran biaya pelayanan, perbandingan biaya dengan klinik sejenis, tingkat kemampuan masyarakat dalam membayar pelayanan kesehatan, serta adanya kebijakan keringanan biaya bagi masyarakat kurang mampu, dan aspek relevan lainnya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian oleh Prihandoyo dkk., (2021), yang berjudul “Pengaruh

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Klinik Henny Dental Care” Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner pada 199 responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis untuk melihat pengaruh antar variabel. Analisis data diolah menggunakan SPSS versi 23.0. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil analisis secara simultan terbukti variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pasien Klinik Henny dental care. Pengujian secara parsial dengan uji t ditemukan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pasien sedangkan variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan. Variabel empati mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pasien. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dimana data diambil menggunakan kuesioner.

2. Hasil penelitian oleh Akmal dkk., (2022), yang berjudul “Kualitas Pelayanan Kesehatan Gigi terhadap Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pasien di Klinik Gigi Pekanbaru”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada klinik gigi yang diteliti dinilai cukup baik, di mana pasien merasa aman dan nyaman selama berada di klinik. Namun demikian, masih ditemukan kekurangan pada aspek administrasi, seperti belum seluruh pegawai memberikan kwitansi saat proses pembayaran di kasir. Dari segi kepuasan pasien, diketahui bahwa pasien belum

sepenuhnya mendapatkan pendekatan emosional yang memadai, khususnya terkait kinerja dokter serta aspek psikologis dalam pelayanan terhadap pasien anak. Sementara itu, hasil penelitian mengenai loyalitas pasien menunjukkan bahwa tidak semua pasien memiliki kebiasaan untuk secara rutin menggunakan jasa klinik tersebut atau melakukan pemeriksaan kontrol setiap enam bulan sekali.

3. Hasil penelitian oleh Damanaik dan Tri Setyawan (2022), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Pasien Terhadap Behavioural Intention Pada Klinik Gigi Dentes Provinsi DIY”. Tujuan Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan pasien terhadap *Behavioural Intention* pada Klinik Gigi Dentes di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Metode penelitian yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden yang merupakan pasien Klinik Gigi Dentes berusia antara 18 hingga 40 tahun. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil analisis menggunakan uji asumsi klasik dan regresi berganda, diperoleh temuan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan pasien, dan kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioural Intention*. Selain itu, variabel kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, begitu pula variabel kepuasan pasien yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pasien.
4. Hasil penelitian oleh Trisnawati dkk., (2023), yang berjudul “Pengaruh

Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pasien Di Klinik RH Medica Malang”. Jenis penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pasien di Klinik RH Medica terhadap kualitas pelayanan, khususnya dalam hal kinerja tim medis dan pegawai dalam menangani pasien maupun menanggapi keluhan, berada pada kategori memuaskan. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil uji korelasi dengan nilai sebesar 0,694 yang termasuk dalam kategori hubungan kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Selain itu, kepuasan pasien terhadap fasilitas Klinik RH Medica juga tergolong tinggi, dengan hasil uji korelasi sebesar 0,692 yang menunjukkan hubungan kuat dan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Sementara itu, pada aspek *brand image*, pasien juga merasa puas, dengan nilai korelasi sebesar 0,748 yang termasuk kategori hubungan kuat, menandakan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Secara simultan, variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan *brand image* memberikan pengaruh sebesar 68,4% terhadap kepuasan pasien di Klinik RH Medica. Hasil ini diperkuat oleh nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara ketiga variabel tersebut terhadap tingkat kepuasan pasien.

5. Hasil penelitian oleh Luthfialita Azahro Nurfatin Al Afifah dkk., (2024) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Gigi Niti Bekasi”. Jenis penelitian ini dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian

yang dilakukan adalah pasien yang berkunjung untuk melakukan pengobatan gigi di Klinik Gigi Niti Bekasi. Sampel yang digunakan sebanyak 127 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian diketahui bahwa hasil uji-t kualitas pelayanan untuk sejumlah temuan pengujian hipotesis untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai t hitung melebihi t tabel ($9,464 > 1,657$) dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil pengujian simultan variabel kualitas pelayanan dan harga menunjukkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($232,741 > 3,07$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 82,6%.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama penulis/Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	C. Prihandoyo, Juwari, dan Alitha Gerhana Iriyanti (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Klinik Henny Dental Care	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, gigi berpengaruh terhadap kepuasan pasien di klinik Henny Dental Care	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terbukti variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pasien Klinik Henny dental care. Pengujian secara parsial variabel bukti fisik berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pasien sedangkan variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati	Kedua penelitian menekankan pada kualitas pelayanan, khususnya dalam konteks pelayanan kesehatan gigi.	Penelitian pertama berfokus pada Klinik Gigi di Henny Dental Care, sedangkan penelitian kedua spesifik pada Klinik Gigi Razzaq, yang mungkin memiliki karakteristik dan demografi pasien yang berbeda.

Lanjutan Tabel 2.1

2	Desi Zainul Akmal, Helwan Heri dan Agus Seswandi (2022)	Kualitas Pelayanan Kesehatan Gigi terhadap Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pasien di Klinik Gigi Pekanbaru	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, dan kepuasan pasien gigi berpengaruh terhadap loyalitas pasien di klinik gigi Pekanbaru,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasien merasa aman dan nyaman saat berada di klinik namun pegawai belum sepenuhnya memberikan kwitansi saat dikasir. Kepuasan pasien menyimpulkan bahwa pasien yang berkunjung ke klinik gigi yang diteliti belum mendapat pendekatan secara emosional, kepuasan pasien terhadap kinerja dokter dan psikologi untuk pasien anak.	Keduanya menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (<i>service quality</i>) terhadap kepuasan pasien, menunjukkan bahwa kepuasan merupakan variabel kunci dalam kedua studi.	Penelitian pertama juga mempertimbangkan loyalitas pasien sebagai variabel, sementara penelitian kedua lebih fokus pada kepuasan tanpa menyertakan loyalitas secara eksplisit
---	---	---	---	---	---	---

Lanjutan Tabel 2.1

3	Damanaik dan Tri Setyawan (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Pasien Terhadap <i>Behavioural Intention</i> Pada Klinik Gigi Dentes Provinsi DIY	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan dan kepercayaan pasien terhadap <i>Behavioural Intention</i> pada Klinik Gigi Dentes di Provinsi DIY	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien dan pengaruh variabel kepuasan pasien terhadap kepercayaan juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.	Kedua penelitian sama-sama memiliki variabel kualitas pelayanan sebagai variabel dependen untuk diteliti.	Terdapat perbedaan dalam metodologi yang digunakan, seperti desain penelitian, ukuran sampel, atau instrumen pengumpulan data, yang dapat mempengaruhi hasil dan interpretasi.
---	----------------------------------	---	--	---	---	--

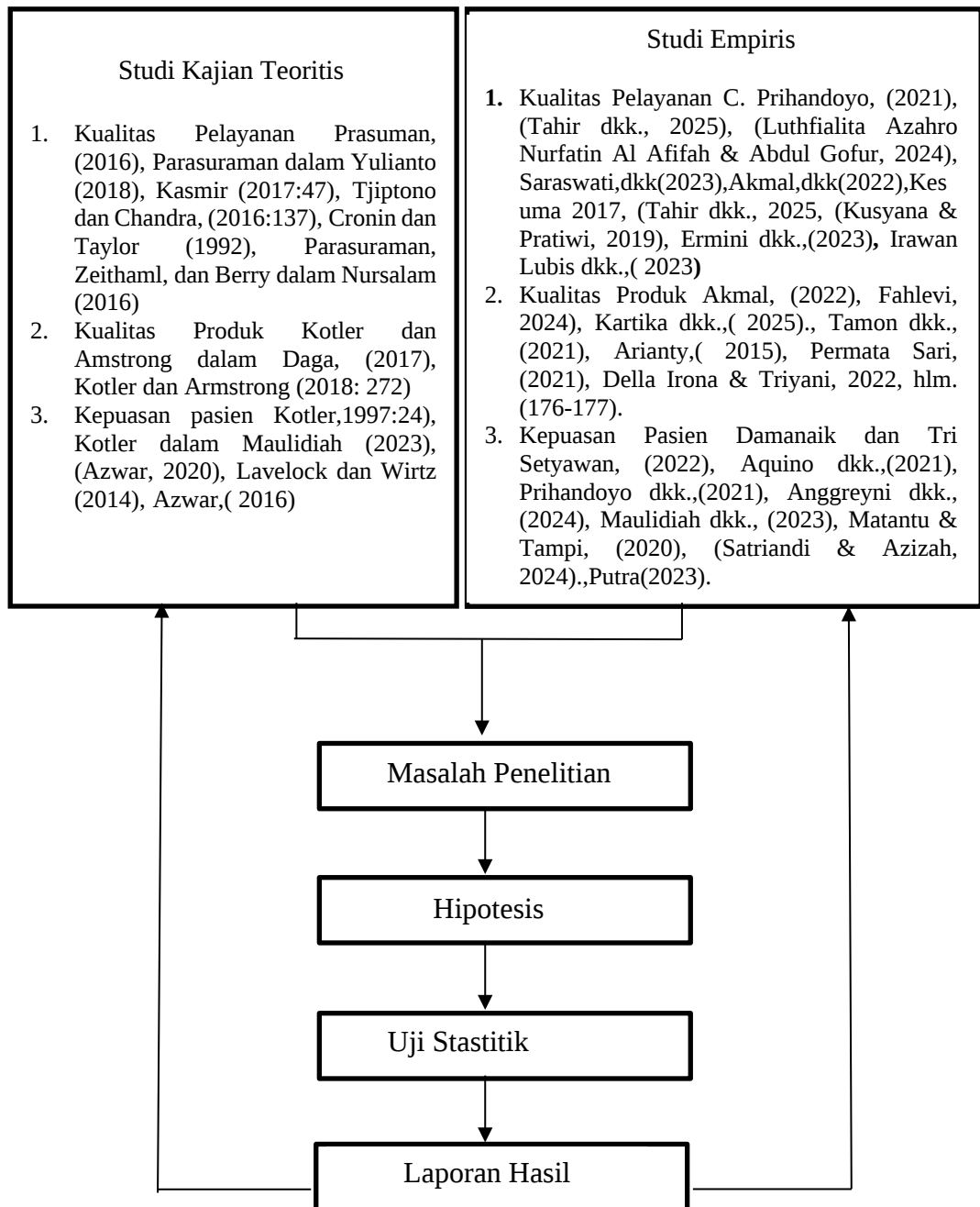
4	Risca Trisnawati, Fathorrahman dan Theresia Pradian (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pasien Di Klinik RH Medica Malang	Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, citra merek terhadap kepuasan pasien di klinik RH Medica.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di klinik RH Medica. Secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di klinik RH Medica	Keduanya menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien	Penelitian pertama menggunakan variabel <i>Brand Image</i> , sementara penelitian kedua menggunakan variabel kualitas produk sebagai variabel dependent untuk di teliti
---	--	---	---	---	--	---

5	Luthfialita Azahro Nurfatin Al Afifah, dan Abdul Gofur (2024)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Gigi Niti Bekasi	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Gigi Niti Bekasi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 82,6%	Penelitian ini sama sama menganalisis tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.	Perbedaan penelitian ini tidak menganalisis tentang harga, pada penelitian selanjutnya peneliti membahas kualitas produk.
---	--	--	--	---	---	--

Sumbet data : Data Olahan , 2025

2.3 Kerangka Proses Berfikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual yang berfungsi sebagai dasar teoritis dalam menjelaskan faktor-faktor yang berkaitan dengan penelitian. Dalam suatu penelitian, kerangka berpikir diperlukan untuk memberikan penjelasan secara teoritis mengenai adanya hubungan antarvariabel yang diteliti. (sugiyono, 2020: 143). Kerangka berpikir merupakan landasan konseptual yang memadukan teori, fakta, hasil observasi, serta kajian pustaka yang menjadi dasar dalam penyusunan karya tulis ilmiah. Kerangka ini disusun untuk menjelaskan konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, serta tinjauan pustaka, maka dapat disusun suatu kerangka berpikir yang menggambarkan alur proses penelitian dengan mempertimbangkan kajian teoritis dan empiris sebagai berikut.



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pasien

Sumber : Data diolah, 2025

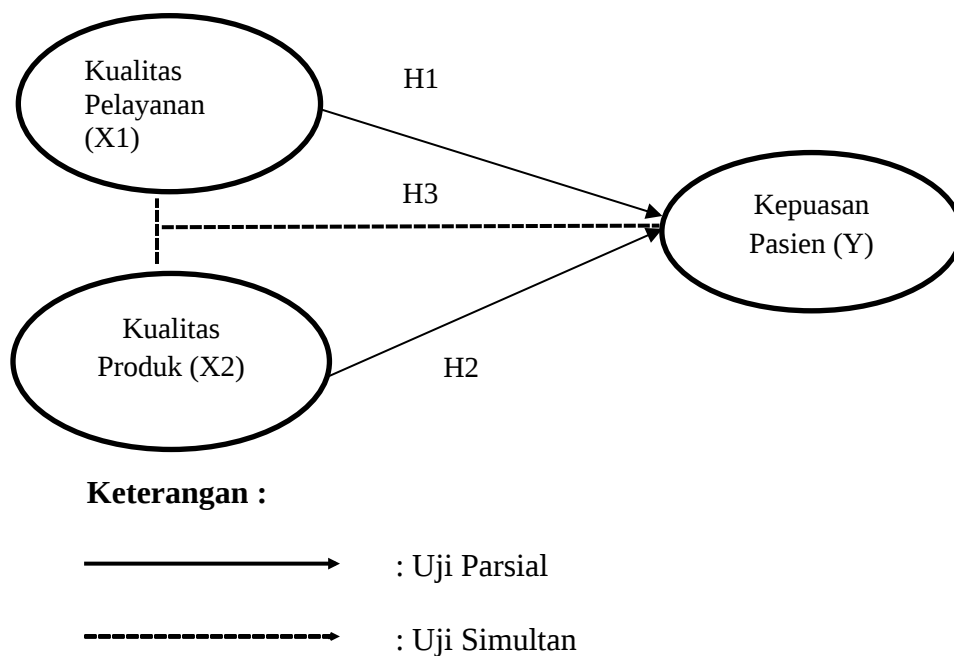
2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konsep disusun berdasarkan teori yang ditemukan saat melakukan telaah jurnal dan merupakan turunan dari kerangka teori. Kerangka konsep penelitian menunjukkan hubungan terhadap konsep-konsep yang akan diukur dan diamati melalui penelitian yang akan dilakukan (I Made Sudarma Adiputra dkk., 2021, hlm. hal. 36).

Penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh C. Prihandoyo, (2021) dan Damaik (2022) Hasil penelitian menunjukkan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien dan pengaruh variabel kepuasan pasien terhadap kepercayaan juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Akmal, (2022) dan penelitian yang dilakukan oleh Luthfialita Azahro Nurfatin Al Afifah hasil dari kedua penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian juga didukung oleh peneliti yang lain yakni oleh Trisnawati dkk., 2023 yang menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum mengeksplorasi kualitas pelayanan & kualitas produk dalam memperkuat hubungan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan meneliti pengaruh kualitas pelayanan & kualitas produk terhadap kepuasan pasien. Dengan demikian, penelitian ini

diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam memperkaya kajian mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk pengaruhnya terhadap kepuasan pasien.

Kerangka ini disusun berdasarkan teori, hasil penelitian terdahulu, dan logika peneliti, dan berfungsi sebagai panduan dalam merancang dan menjalankan penelitian. Kerangka teori dapat dilihat pada bagan gambar 2.2 berikut:



Gambar 2. 2
Kerangka Konsep Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pasien

Sumber : Data diolah, 2025

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara atas suatu permasalahan yang sedang diteliti. Karena masih berupa “dugaan sementara”, maka hipotesis harus dibuktikan kebenarannya menggunakan data yang dikumpulkan dan diolah menggunakan metode analisis statistik (Rizka Zulfikar dkk., 2024, hlm. hal. 43). Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah Hipotesis ditolak apabila faktanya menyangkal dan diterima apabila faktanya membenarkan. Disini kesimpulan sementara adalah:

H1 :Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pasien

H2 :Kualitas produk mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pasien

H3 :Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pasien