



Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi terhadap Kepuasan Pasien

Fahira Afrah¹

¹Universitas Padjadjaran

ARTICLE INFO

Article history:

Received July 09, 2024

Revised July 15, 2024

Accepted July 25, 2024

Available online 5 August, 2024

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, *Customer Service*,
Kepuasan Pasien, *Social Exchange*

Keywords:

Service Quality, Customer Service, Patient Satisfaction, Social Exchange



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright ©2024 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda KruengMane

ABSTRAK

Terdapat kesenjangan antara layanan yang diterima dan harapan pasien terhadap kualitas pelayanan Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi, seperti fasilitas ruang tunggu yang tidak nyaman, petugas customer service yang memberikan informasi tidak akurat, customer service yang tidak merespon permintaan/ keluhan pasien dengan cepat, ketidakramahan customer service, dan sikap customer service yang tidak menunjukkan perhatian dan empati terhadap kebutuhan dan kondisi pasien. Maka peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas layanan customer service terhadap kepuasan pasien khususnya di Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi (RSKBP). Peneliti menggunakan teori social exchange dan konsep kualitas layanan menggunakan model SERVQUAL yang terdiri dari, tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode eksplanatori yang dilakukan terhadap 100 pasien RSKBP dengan penentuan sampel dengan simple random sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan customer service RSKBP memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Arah dari pengaruh tersebut bersifat positif, artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan customer service RSKBP, maka akan semakin semakin baik kepuasan pasien.

ABSTRACT

There is a gap between the services received and patient expectations of the quality of service of Karya Bhakti Pratiwi Hospital, such as uncomfortable waiting room facilities, customer service officers who provide inaccurate information, customer service that does not respond quickly to patient requests / complaints, customer service unfriendliness, and customer service attitudes that do not show attention and empathy for the needs and conditions of patients. So the researcher has the aim of knowing the extent of the influence of customer service quality on patient satisfaction, especially at Karya Bhakti Pratiwi Hospital (RSKBP). Researchers use social exchange theory and the concept of service quality using the SERVQUAL model which consists of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This research uses a quantitative approach through an explanatory method conducted on 100 RSKBP patients by determining the sample with simple random sampling. The results of this study indicate that the five dimensions of RSKBP customer service quality have a significant influence on patient satisfaction. The direction of the influence is positive, meaning that the better the quality of service provided by RSKBP customer service, the better patient satisfaction will be.

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan adalah aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan jasa, termasuk rumah sakit. Rumah sakit sebagai sarana pelayanan kesehatan harus menjaga kualitas pelayanan untuk mempengaruhi kepuasan pasien. Pasien adalah pemangku kepentingan utama bagi rumah sakit, sehingga menjaga kepuasan mereka menjadi sangat penting (Aagja & Garg, 2010). Kepuasan pasien akan menentukan kecenderungan mereka dalam mempertahankan hubungan dengan rumah sakit jika ganjaran yang mereka terima lebih besar dari pengorbanan yang mereka keluarkan (Thibaut & Kelley, 1959). Oleh karena itu, rumah sakit harus memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien agar mereka tetap menggunakan jasa rumah sakit.

Kepuasan pasien tercermin dari kesenjangan antara layanan yang diterima dan harapan mereka terhadap kualitas pelayanan rumah sakit. Untuk menjembatani kesenjangan tersebut, perlu dilakukan upaya yang berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas layanan. Penelitian ini fokus pada kualitas pelayanan dari petugas customer service yang merupakan komunikator utama rumah sakit saat pasien pertama kali datang. Petugas lini depan memainkan peran penting dalam penyampaian layanan dan seringkali menjadi dasar penilaian pasien terhadap pengalaman perawatan mereka (Ashill et al., 2005).

Pengalaman interaktif ini berkontribusi lebih dari 30 persen terhadap perilaku pelanggan yang berpindah layanan (Keaveney, 1995).

Rumah sakit perlu melakukan evaluasi terhadap petugas *customer service* agar pelayanan yang diberikan memenuhi harapan pasien. Memahami kebutuhan dan harapan pasien menjadi tugas penting untuk membangun pemahaman bersama. *Feedback* dari pasien sangat berharga untuk membantu perusahaan memahami kebutuhan publik. Dengan meningkatnya persaingan di sektor kesehatan, rumah sakit harus memastikan setiap aspek layanannya memenuhi standar tinggi yang diharapkan pasien. Namun, tidak semua rumah sakit di Indonesia memiliki kualitas pelayanan yang baik, dan kompetisi yang kuat antar rumah sakit memperparah keadaan ini. Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi (RSKBP) di Bogor adalah salah satu rumah sakit swasta yang berkompetisi untuk unggul dari kompetitor di daerahnya.

RSKBP menerima banyak kritik dari pasien mengenai kualitas pelayanan yang diberikan. Pra-riset dilakukan dengan observasi melalui Google Review dan mengkaji laporan evaluasi kerja humas RSKBP semester II tahun 2023. Terdapat 83 komplain disampaikan melalui media sosial selama periode Juli hingga Desember 2023. Dari 1.592 penilaian di Google Review, 1281 adalah apresiasi dan 311 adalah kritik dan saran. Hasil keluhan pasien terhadap *customer service* RSKBP berdasarkan dimensi SERVQUAL menunjukkan bahwa perusahaan harus terus memperbaiki kualitas layanan sesuai harapan publik.

Adapun beberapa keluhan tersebut seperti fasilitas ruang tunggu yang tidak nyaman, petugas *customer service* yang memberikan informasi tidak akurat, *customer service* yang tidak merespon permintaan/ keluhan pasien dengan cepat, ketidakramahan *customer service*, dan sikap *customer service* yang tidak menunjukkan perhatian dan empati terhadap kebutuhan dan kondisi pasien.

Kritik dan saran ini menunjukkan ketimpangan antara harapan pasien dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh RSKBP. Hal ini harus menjadi bahan evaluasi bagi rumah sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanan sesuai harapan pasien. Dalam upaya menciptakan kepuasan pasien, RSKBP perlu melakukan evaluasi dengan menggunakan alat ukur yang tepat, seperti model SERVQUAL, untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan serta harapan pasien. Dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan serta harapan pasien, rumah sakit dapat menciptakan pengalaman positif yang mengarah pada hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa kualitas pelayanan secara positif memengaruhi kepuasan pasien, yang pada gilirannya memengaruhi citra merek, reputasi, dan persepsi publik (Raka Sukawati, 2021). Selain itu, penelitian lainnya mendukung hal ini dengan menunjukkan bahwa kualitas layanan yang tinggi dan citra rumah sakit yang positif adalah faktor kunci yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien (Asnawi et al., 2019). Sejalan dengan penelitian yang menyoroti bahwa bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan berdampak pada kepuasan pasien (Neupane & Devkota, 2017). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi pengaruh kualitas pelayanan *customer service* di RSKBP terhadap kepuasan pasien. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi pengaruh kualitas pelayanan *customer service* di RSKBP terhadap kepuasan pasien, dengan judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi terhadap Kepuasan Pasien".

METODE

Bagian ini menjelaskan bagaimana penelitian dilakukan, desain penelitian, teknik pengumpulan data, pengembangan instrumen, dan teknik analisis data. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode eksplanatori yang dilakukan terhadap 100 pasien RSKBP dengan penentuan sampel dengan *simple random sampling*. Populasi pada penelitian ini adalah pasien Rumah Sakit Karya Bhakti Pratiwi. Dalam hal ini, diketahui bahwa dari April 2024 sampai dengan Juni 2024 sebanyak 41.424 pasien. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2019). Pengambilan sampel ditentukan dengan menggunakan *simple random sampling* yaitu anggota sampling dari populasi yang memiliki kesempatan yang sama dan proses pengambilan dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan juga analisis statistik inferensial. Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan data melalui tabel dengan menyederhanakan data, memudahkan interpretasi, dan mempermudah pemahaman. Sedangkan untuk statistik inferensial ditujukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini dilakukan dengan uji analisis regresi sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menggunakan lima dimensi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X), yaitu *tangible* atau wujud fisik, *reliability* atau keandalan, *responsiveness* atau daya tanggap, *assurance* atau jaminan, dan *empathy* atau empati. *Tangibles* mencakup penampilan fisik fasilitas, peralatan, personil, dan materi komunikasi; *reliability* berkaitan dengan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal; *responsiveness* mencerminkan kesediaan membantu pasien dan memberikan layanan yang cepat; *assurance* melibatkan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menanamkan kepercayaan dan keyakinan; sementara *empathy* mencakup perhatian individu kepada pasien (Parasuraman et al., 1988).

Berikut hasil analisis regresi sederhana yang dilakukan dalam penelitian ini dengan membagi X menjadi 5 sub-variabel:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Sederhana X1 terhadap Y

Variabel	Constanta	Koefisien	Nilai Sig.	t-hitung	t-tabel	R Square	Kesimpulan	Keputusan
X1	8.641	3.763	.000	19.204	1.66055	.790	Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan	H1 diterima

Hasil dari regresi sederhana menunjukkan bahwa t-hitung (19.204) lebih besar dari t-tabel (1.66055), maka H1 diterima. Adapun nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Maka, dapat diartikan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *tangibles* atau wujud fisik *customer service* dan kepuasan pasien. Koefisien regresi atau nilai b bernilai yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang dapat diartikan semakin tinggi wujud fisik *customer service*, maka akan semakin tinggi kepuasan pasien. Selain itu, R square adalah nilai koefisien determinasi yang didapatkan sebesar .790 menunjukkan bahwa 79.0% yang termasuk pada tingkat pengaruh yang kuat. Nilai ini menunjukkan sub-variabel *tangibles* (X1) memberikan kontribusi sebesar 79.0% terhadap variabel kepuasan pasien (Y). Sisa 21.0% variasi pada variabel Y dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Sederhana X2 terhadap Y

Variabel	Constanta	Koefisien	Nilai Sig.	t-hitung	t-tabel	R Square	Kesimpulan	Keputusan
X2	15.178	6.627	.000	19.715	1.66055	.799	Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan	H1 diterima

Hasil dari regresi sederhana menunjukkan bahwa t-hitung (19.715) lebih besar dari t-tabel (1.66055), maka H1 diterima. Adapun nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Maka, dapat diartikan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *reliability* atau keandalan *customer service* dan kepuasan pasien. Koefisien regresi atau nilai b bernilai yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang dapat diartikan semakin tinggi keandalan *customer service*, maka akan semakin tinggi kepuasan pasien. Selain itu, R square adalah nilai koefisien determinasi yang didapatkan sebesar .799 menunjukkan bahwa 79.0% yang termasuk pada tingkat pengaruh yang kuat. Nilai ini menunjukkan sub-variabel *reliability* (X2) memberikan kontribusi sebesar 79.9% terhadap variabel kepuasan pasien (Y). Sisa 20.1% variasi pada variabel Y dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Sederhana X3 terhadap Y

Variabel	Constanta	Koefisien	Nilai Sig.	t-hitung	t-tabel	R Square	Kesimpulan	Keputusan
X3	14.076	4.567	.000	14.257	17.214	.751	Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan	H1 diterima

Hasil dari regresi sederhana menunjukkan bahwa t-hitung (14.257) lebih besar dari t-tabel (1.66055), maka H1 diterima. Adapun nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Maka, dapat diartikan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *responsiveness* atau daya tanggap *customer service* dan kepuasan pasien. Koefisien regresi atau nilai b bernilai yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang dapat diartikan semakin tinggi daya tanggap *customer service*, maka akan semakin tinggi kepuasan pasien. Selain itu, R square adalah nilai koefisien determinasi yang didapatkan sebesar .751 menunjukkan bahwa 79.0% yang termasuk pada tingkat pengaruh yang kuat. Nilai ini menunjukkan sub-variabel *responsiveness* (X3) memberikan kontribusi sebesar 75.1% terhadap

variabel kepuasan pasien (Y). Sisa 24.9% variasi pada variabel Y dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Sederhana X4 terhadap Y

Variabel	Constanta	Koefisien	Nilai Sig.	t-hitung	t-tabel	R Square	Kesimpulan	Keputusan
X4	10.883	3.865	.000	26.424	1.66055	.877	Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan	H1 diterima

Hasil dari regresi sederhana menunjukkan bahwa t-hitung (26.424) lebih besar dari t-tabel (1.66055), maka H1 diterima. Adapun nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Maka, dapat diartikan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *assurance* atau jaminan *customer service* dan kepuasan pasien. Koefisien regresi atau nilai b bernilai yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang dapat diartikan semakin tinggi jaminan *customer service*, maka akan semakin tinggi kepuasan pasien. Selain itu, R square adalah nilai koefisien determinasi yang didapatkan sebesar .877 menunjukkan bahwa 87.7% yang termasuk pada tingkat pengaruh yang kuat. Nilai ini menunjukkan sub-variabel *assurance* (X4) memberikan kontribusi sebesar 87.7% terhadap variabel kepuasan pasien (Y). Sisa 12.3% variasi pada variabel Y dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Sederhana X5 terhadap Y

Variabel	Constanta	Koefisien	Nilai Sig.	t-hitung	t-tabel	R Square	Kesimpulan	Keputusan
X5	6.703	3.158	.000	26.602	1.66055	.878	Terdapat Pengaruh Positif dan Signifikan	H1 diterima

Hasil dari regresi sederhana menunjukkan bahwa t-hitung (26.602) lebih besar dari t-tabel (1.66055), maka H1 diterima. Adapun nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Maka, dapat diartikan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *empathy* atau empati *customer service* dan kepuasan pasien. Koefisien regresi atau nilai b bernilai yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang dapat diartikan semakin tinggi empati *customer service*, maka akan semakin tinggi kepuasan pasien. Selain itu, R square adalah nilai koefisien determinasi yang didapatkan sebesar .878 menunjukkan bahwa 87.8% yang termasuk pada tingkat pengaruh yang kuat. Nilai ini menunjukkan sub-variabel *empathy* (X5) memberikan kontribusi sebesar 87.8% terhadap variabel kepuasan pasien (Y). Sisa 12.2% variasi pada variabel Y dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Customer service sebagai komunikator perusahaan yang ditemui pertama kali oleh pasien membentuk pengalaman pasien dan kesan pertamanya terhadap rumah sakit. Tentu kualitas pelayanan yang baik dari *customer service* akan mempengaruhi pengalaman dan persepsi pasien. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu mendukung penelitian ini bahwa karyawan frontline juga dapat mempengaruhi hasil pengalaman layanan kepada pelanggan dan mempengaruhi niat kembali di masa depan karena mereka adalah orang pertama yang akan memberikan kesan pertama dan layanan yang baik kepada pelanggan (Khalida et al., 2017).

Kepuasan pelanggan atau pasien adalah sejauh mana kinerja produk (jasa) yang dirasakan sesuai dengan harapan pembeli (Kotler et al., 2018). Pasien akan mengevaluasi pengalaman yang dirasakan terhadap layanan *customer service* rumah sakit yang akan mempengaruhi keputusannya kedepannya. Menurut teori social exchange, individu bertindak berdasarkan pengharapan untuk menerima manfaat timbal balik dari interaksi mereka. Dalam konteks pelayanan kesehatan, ketika pasien menerima pelayanan yang berkualitas—dalam hal *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*—mereka merasakan manfaat positif yang meningkatkan kepuasan mereka. Pasien menghargai upaya yang dilakukan oleh penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan mereka dengan mempertahankan hubungan dengan tetap menggunakan layanan rumah sakit.

Hasil uji analisis regresi dilakukan satu-satu pada setiap dimensi atau sub-variabel kualitas layanan. Hasilnya didapatkan bahwa kelima sub-variabel kualitas pelayanan *customer service* RSKBP memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Dapat diartikan bahwa semakin tingginya kualitas layanan *customer service* maka akan semakin tinggi kepuasan pasien. Rumah sakit sebagai penyedia layanan kesehatan tentu harus menciptakan kepuasan pasien pada tingkat tertinggi, hal ini disebabkan pasien merupakan pemangku kepentingan utama bagi rumah sakit, sehingga menjaga kepuasan mereka menjadi sangat penting (Aagja & Garg, 2010).

Adapun peneliti menggunakan teori *social exchange* pada penelitian ini yang berasumsi bahwa individu cenderung ingin berhubungan interpersonal dengan orang lain untuk dapat memenuhi kebutuhannya dan akan mempertahankan hubungannya apabila mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin dengan memberikan pengorbanan sesedikit mungkin (Ganjaran > Biaya) (Kusumowardhani, 2013). Jika dikaitkan dengan teori *social exchange*, hasil temuan penelitian bahwa pasien akan mempertahankan hubungan dengan menggunakan kembali layanan rumah sakit apabila merasa ganjaran yang diterima lebih besar dari pengorbanan. Maka, apabila kualitas layanan *customer service* telah baik dan memuaskan pasien, dalam hubungan jangka panjang pasien akan kembali menggunakan layanan rumah sakit. Penelitian ini memperkuat pandangan bahwa pelayanan yang berkualitas tinggi, dalam semua dimensi yang relevan, adalah kunci untuk meningkatkan kepuasan pasien.

Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh rumah sakit secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan pasien, dengan kualitas layanan yang lebih tinggi menyebabkan peningkatan tingkat kepuasan di antara pasien (Yasin et al., 2023). Selain itu, peneliti lain menemukan bahwa kualitas layanan yang tinggi dan citra rumah sakit yang positif adalah faktor kunci yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pasien (Asnawi et al., 2019).

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menemukan bahwa setiap dimensi kualitas pelayanan *customer service* RSKBP—*tangible, reliability, responsiveness, dan assurance*—memiliki pengaruh kuat positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Peningkatan kualitas layanan dalam setiap dimensi akan meningkatkan kepuasan pasien. Adapun sub-variabel yang paling berpengaruh dalam penelitian ini adalah sub-variabel empati. Kemudian disusul oleh jaminan, keandalan, wujud fisik, dan terakhir daya tanggap. Saran untuk penelitian selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel lain diluar penelitian ini, seperti loyalitas pelanggan. Selain itu, dengan mengetahui bahwa kualitas pelayanan *customer service* berpengaruh pada kepuasan pasien, maka para pihak rumah sakit dapat melakukan evaluasi rutin untuk dapat memastikan perbaikan berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pasien.

REFERENSI

- Ashill, N. J., Carruthers, J., & Krisjanous, J. (2005). Antecedents and outcomes of service recovery performance in a public health-care environment. *Journal of Services Marketing*, 19(5), 293–308. <https://doi.org/10.1108/08876040510609916>
- Asnawi, A. A., Awang, Z., Afthanorhan, A., Mohamad, M., & Karim, F. (2019). The influence of hospital image and service quality on patients' satisfaction and loyalty. *Management Science Letters*, 9(6), 911–920. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.2.011>
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Keaveney, S. M. (1995). Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of Marketing*, 59(2), 71–82. <https://doi.org/10.2307/1252074>
- Khalida, A., Idris, M., Mohd Noor, N., Anis, S., Tarmazi, A., Hashim, N., & Ghazali, N. (2017). Factors That Influence Frontline Employee Behavior Towards Guest Satisfaction in Hotel. *Journal of Academia UiTM Negeri Sembilan*, 5, 147–157.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing*, Seventeenth Edition. In Pearson.
- Kusumowardhani, R. P. A. (2013). Strategi Pemeliharaan Hubungan Dan Kepuasan Dalam Hubungan : SEBUAH META ANALISIS. *Jurnal Psikologi Integratif*, 1(1), 8–16.
- Neupane, R., & Devkota, M. (2017). Evaluation of the Impacts of Service Quality Dimensions on Patient/Customer Satisfaction: A Study of Private Hospitals in Nepal. *International Journal of Social Sciences and Management*, 4(3), 165–176. <https://doi.org/10.3126/ijssm.v4i3.17520>
- Saima, Yasin., Arshia, Hashmi., Muhammad, Faisal, Rasheed., Asma, Tariq. (2023). Impact Of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction, Considering Service Performance as Mediator: A Study of Healthcare Sector of Pakistan. *Pakistan journal of humanities and social sciences*, doi: 10.52131/pjhss.2023.1102.0576
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.