

PENGARUH *TRUST* TERHADAP KEPUASAN PASIEN RSUD HAJI PROVINSI SULAWESI SELATAN

Andi Niartiningih^{1*}, Noviani Munsir², Nurintan Malik³, Paramita Kurnia Wiguna⁴

Universitas Cokroaminoto Makassar¹, Stikes Pelita Ibu Kendari², Stikes Panakkukang Makassar³, Stikes RS Prof. Dr.J.A.Latumeten⁴

*Corresponding Author : andiniar30@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan keseluruhan perasaan atau sikap yang dimiliki seseorang atas produk yang telah dibeli. Kepuasan adalah peran utama sehingga pelanggan menjadi setia dan akan berdampak pada profitabilitas. Kunjungan pasien rawat jalan mengalami penurunan selama empat tahun terakhir sehingga dapat mempengaruhi pendapatan rumah sakit dan berdampak pada penurunan seiring dengan jumlah pasien yang berkunjung ke rumah sakit. Untuk pelayanan rumah sakit, pasien tidak boleh dibedakan antara PBI dan non-PBI. Beberapa keluhan pasien BPJS yang paling umum adalah terkait kecepatan dan keramahan petugas kesehatan dalam merawat pasien. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis pengaruh *trust* terhadap kepuasan pasien RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan studi observasional analitik dengan rancangan *cross sectional study*. Sampel dalam penelitian ini ditentukan *stratified random sampling* yaitu 160 pasien. Analisis data menggunakan uji *chi square*. Rata-rata responden berada pada tingkat umur 36-45 tahun (41.3%), jenis kelamin perempuan (67.5%), pekerjaan wiraswasta (49.8%), pendidikan terakhir S1 (32.5%), jarak <5km (77.5%), jumlah pelayanan tak terhingga (75%). Uji *chi square* menunjukkan bahwa ada pengaruh *trust* dengan kepuasan pasien dengan nilai ($P=0.000$), Hal tersebut berarti apabila pasien mengharapkan pelayanan tertentu, dan sesuai dengan harapan yang diterimanya maka pasien akan puas. Disarankan untuk manajemen rumah sakit harus mempertahankan dan melakukan monitoring evaluasi dengan memberikan keyakinan akan kehandalan rumah sakit, cepat tanggap dalam memberikan pelayanan terhadap pasien dan memahami keinginan pasien sehingga menimbulkan kepercayaan konsumen untuk sembuh jika berobat ke rumah sakit, kualitas peralatan yang dimiliki rumah sakit, melakukan sesuai janji yang diberikan.

Kata kunci : kepuasan, pasien, rumah sakit, *trust*

ABSTRACT

Customer satisfaction is the overall feeling or attitude a person has regarding the product they have purchased. Satisfaction is the main role so that customers become loyal and will have an impact on profitability. Outpatient visits have decreased over the last four years, which can affect hospital income and have an impact on the decline in the number of patients visiting the hospital. Some of the most common complaints from BPJS patients are related to the speed and friendliness of health workers in treating patients. The aim of this research is to determine the analysis of the influence of trust on patient satisfaction at the Haji Hospital, South Sulawesi Province. This type of research is quantitative research that uses analytical observational studies with a cross sectional study design. The sample in this study was determined by stratified random sampling, namely 160 patients. Data analysis used the chi square test. The average age of respondents was 36-45 years (41.3%), female (67.5%), self-employed (49.8%), bachelor's degree (32.5%), distance <5km (77.5%), number of services infinity (75%). The chi square test shows that there is an influence of trust on patient satisfaction with a value of ($P=0.000$). This means that if the patient expects certain services, and in accordance with the expectations they receive, the patient will be satisfied. It is recommended that hospital management must maintain and carry out monitoring evaluations by providing confidence in the hospital's reliability, being responsive in providing services to patients and understanding patient desires so as to create consumer confidence in getting better if they go to the hospital for treatment, the quality of the equipment the hospital has, carrying out according to the promise given.

Keywords : hospital, patients, satisfaction, *trust*

PENDAHULUAN

Rumah Sakit dianggap sebagai tempat pengobatan berbagai kalangan sosial, mulai dari masyarakat golongan sederhana hingga menengah keatas. Dengan perkembangan bisnis dan globalisasi dunia terutama di bidang pelayanan kesehatan persaingan antar perusahaan industri ini semakin ketat. Penyedia layanan kesehatan seperti klinik, puskesmas, apotek, dan rumah sakit, baik negeri maupun swasta, melakukan berbagai upaya untuk merebut hati konsumen dan menjadi pelanggan loyal, karena inti dari setiap bisnis yaitu menciptakan kepuasan yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan (Kotler & Keller, 2012).

Kepuasan pelanggan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Memiliki pengalaman dengan perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dan memiliki reaksi positif dari pelanggan. Kepuasan pelanggan mempengaruhi sikap pelanggan selanjutnya setelah menggunakan atau merasakan produk atau jasa yang diberikan, sehingga pelanggan yang puas menggunakan jasa yang diberikan secara berulang. Kepuasan adalah tingkat sensasi setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan apa yang diharapkan (Tjiptono & Chandra, 2011). Kepuasan pelanggan merupakan keseluruhan perasaan atau sikap yang dimiliki seseorang atas produk yang telah dibeli (Imanida & Azwar, 2016). Kepuasan adalah peran utama sehingga pelanggan menjadi setia dan akan berdampak pada profitabilitas (keuntungan) sebuah perusahaan (Lupiyadi, 2013).

Kepuasan yang diperoleh seorang pasien, dapat mendorong pasien untuk melakukan kunjungan ulang, menjadi loyal terhadap rumah sakit dan dapat menceritakan hal-hal yang baik kepada orang lain. (Wu, 2011). Untuk dapat mencapai kepuasan yang diharapkan pasien, menurut Morgan et al (2015) diperlukan keterbukaan antara rumah sakit dengan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Penelitian yang dilakukan oleh (Chang et al., 2013) menyatakan bahwa *trust* di antara pasien secara positif mempengaruhi kepuasan. (Patawayati et al., 2013). Selain itu, *trust* dipengaruhi secara positif oleh kepuasan pasien (Alhaddad, 2015), Yunus & Ibrahim (2013).

Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Haji Provinsi Sulawesi Selatan merupakan rumah sakit milik pemerintah kelas B yang telah terakreditasi dan memiliki jumlah kunjungan yang tinggi dan menerima pasien rujukan dari berbagai daerah. Rumah sakit tersebut juga merupakan pusat rujukan regional sehingga dapat menerima pasien dari luar wilayah Kota Makassar. Berdasarkan data proposi kunjungan lama mengalami penurunan dalam empat tahun terakhir pada tahun 2018-2021 di RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan dengan rata-rata sebanyak 3.863 pasien lama (66%). Pada tahun 2018, pada pasien lama sebanyak 4.922 pasien (69%), tahun 2019 sebanyak 5.093 pasien (66%), tahun 2020 sebanyak 2.517 pasien (64%), tahun 2021 sebanyak 2.921 pasien (63%), sedangkan proposi kunjungan pasien baru mengalami peningkatan dengan rata-rata 1978 pasien (34%), tahun 2018 sebanyak 2198 pasien (31%), tahun 2019 sebanyak 2633 pasien (34%), tahun 2020 sebanyak 1399 pasien (36%) dan tahun 2021 sebanyak 1680 pasien (37%). Hal tersebut berarti kunjungan pasien rawat jalan mengalami penurunan selama empat tahun terakhir sehingga dapat mempengaruhi pendapatan rumah sakit dan berdampak pada penurunan seiring dengan jumlah pasien yang berkunjung ke rumah sakit. Untuk pelayanan rumah sakit, pasien tidak boleh dibedakan antara PBI dan non-PBI. Beberapa keluhan pasien BPJS yang paling umum adalah terkait kecepatan dan keramahan petugas kesehatan dalam merawat pasien. Meskipun penyakit seperti itu jarang terjadi pada rata-rata pasien di rumah sakit. Untuk itu, penelitian ini berfokus pada pasien umum yang tidak menggunakan layanan BPJS (Profil RSUD Haji, 2022).

Tingginya loyalitas pasien pada rumah sakit dikarenakan pasien mempunyai rasa kepercayaan tinggi terhadap rumah sakit yang dipilihnya. Kepercayaan merupakan salah satu dasar terjadinya transaksi di dunia bisnis (Koc, 2014) apalagi pada industri jasa seperti rumah sakit. Tanpa adanya kepercayaan, konsumen tidak akan pernah melakukan pembelian terhadap

suatu produk. Kepercayaan juga merupakan salah satu komponen utama kualitas pelayanan dimana tinggi rendahnya kepercayaan menunjukkan kuat lemahnya kualitas pelayanan. Kepercayaan yang tinggi mendorong konsumen untuk memiliki komitmen terhadap produk dari sebuah perusahaan (Pepur, 2013). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis pengaruh *trust* terhadap kepuasan pasien RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan studi observasional analitik dengan rancangan *cross sectional study*. Penelitian ini telah dilaksanakan di Instalasi Rawat Jalan RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan pada bulan Mei-Juli 2022. Populasi penelitian ini adalah seluruh perawat yang melakukan pelayanan dan bertugas di RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan yaitu 160 orang pasien. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *stratified random sampling*. Analisis data pada penelitian ini yaitu terdiri dari analisis univariat dan analisis bivariat.

HASIL

Analisis Univariat

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden Penelitian pada Pasien RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan

Karakteristik	Sampel Penelitian	
	n	%
Umur		
17-25 Tahun	15	9.4
26-35 Tahun	57	35.6
36-45 Tahun	66	41.3
46-55 Tahun	16	10.0
>55 Tahun	6	3.8
Jenis Kelamin		
Laki-laki	52	32.5
Perempuan	108	67.5
Pekerjaan		
Wirasawasta	79	49.3
Pegawai	46	28.7
Tidak Bekerja	35	21.8
Pendidikan Terakhir		
SD	21	13.1
SMP	39	24.3
SMA/MK	48	30
S1	52	32.5
Jarak		
<5 km	124	77.5
>5km	36	22.5
Jumlah Pelayanan		
2-3 Kali	40	25.0
Tak Terhingga	120	75.0

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat umur 36-45 tahun yaitu sebanyak 66 responden (41.3%). Dilihat dari jenis kelamin, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 108 responden (67.5%). Berdasarkan Pendidikan terakhir, sebagian besar responden berpendidikan S1 yaitu sebanyak 52 responden (32.5%). Dilihat dari pekerjaan, sebagian besar responden wiraswasta yaitu sebanyak 79 responden (49.8%). Dilihat dari jarak, sebagian besar responden <5km yaitu sebanyak 124 responden (77.5%). Berdasarkan jumlah pelayanan sebagian besar responden datang tak terhingga yaitu sebanyak 120 responden (75.0%).

Tabel 1. Distribusi Variabel Penelitian Berdasarkan Kategori Pasien RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan

Variabel	Sampel Penelitian	
	n	%
Trust		
Baik	121	75.6
Kurang Baik	39	24.4
Kepuasan		
Puas	124	77.5
Kurang Puas	36	22.5

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa sebagian responden di RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan menyatakan bahwa *trust* dengan kategori baik 75.6% dan kepuasan dengan puas 77.5%.

Analisis Bivariat

Tabel 3. Analisis Hubungan Variabel Iklim Organisasi dan Kinerja Perawat di RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2021

Trust	Kepuasan				Total		P
	Tinggi		Rendah		N	%	
	n	%	n	%			
Baik	117	96.7	4	3.3	121	100.0	0.000
Kurang Baik	7	17.9	32	82.1	39	100.0	
Total	124	77.5	36	22.5	160	100.0	

Hasil uji statistik dengan menggunakan uji *Chi Square* diperoleh nilai $p = 0.000$, karena nilai $p < \alpha = 0.000 < 0.05$ H_0 ditolak dan H_a diterima, maka ada pengaruh *trust* terhadap kepuasan pasien RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa *trust* berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Instalasi Rawat Jalan. Hasil uji statistik dengan menggunakan uji *Chi Square* diperoleh nilai $p = 0.000$, karena nilai $p < \alpha = 0.000 < 0.05$ H_0 ditolak dan H_a diterima, maka ada pengaruh *trust* terhadap kepuasan pasien RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan. Hasil analisis didapatkan bahwa *trust* termasuk dalam kategori baik yaitu sebanyak 121 responden sebesar 75.6%,. Hal tersebut sesuai dengan wawancara peneliti yaitu karena sejak turun temurun telah melakukan pelayanan di RSUD Haji sehingga timbul kepercayaan pasien, dan dimana dalam hal kecepatan dalam pelayanan dan sikap petugas dalam memberikan pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh keterangan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien rawat jalan secara signifikan. Terciptanya kepercayaan merupakan salah satu keberhasilan proses pemasaran, karena pada dasarnya kepercayaan yang baik dapat dianggap sebagai pengakuan dan penghargaan dari konsumen terhadap kegunaan produk atau jasa yang diberikan oleh penyedia layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Kepercayaan (*trust*) pelanggan merupakan faktor kunci bagi organisasi jasa untuk dapat bertahan dan bahkan memenangkan persaingan. Secara empiris, penelitian dalam konteks jasa telah membuktikan bahwa kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap komitmen afektif dan pengembangan hubungan (Aurier & N'Goala, 2010). Dengan kata lain, kepercayaan pelanggan terbukti berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan jasa (Wen, 2005; Eisingerich & Bell, 2007). Pelanggan yang loyal akan kembali menggunakan jasa tersebut meskipun terdapat pilihan lain. Mereka juga akan menjadi kurang sensitif terhadap harga serta melakukan komunikasi positif dari mulut ke mulut (*positive word of mouth communication*). Pada akhirnya, semua itu akan menghasilkan peningkatan pangsa pasar dan profitabilitas.

Lebih lanjut, literatur menunjukkan bahwa perbedaan sosiodemografis dapat mempengaruhi hubungan antara pelanggan dan perusahaan (Sanchez-Franco, 2009). Sebagai contoh, sosio-demografis banyak ditemukan mempengaruhi kualitas pelayanan yang dirasakan (Hagan, 2015), kepuasan pelanggan (Naidu, 2009; Nguyen Thi, 2002; Priporas, 2008; Tucker, 2002) kepercayaan pelanggan (Matzler, 2006). Kepercayaan diri konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain adalah pengetahuan subyektif (*subjective knowledge*), keterlibatan dalam berbelanja produk-produk fashion (*fashion clothing involvement*), materialisme (*materialism*), jenis kelamin (*gender*) dan usia (*age*). Suatu bisnis yang sukses ditunjukkan melalui kepercayaan dan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Kepercayaan merupakan keyakinan pihak tertentu terhadap perusahaan dalam melakukan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajibannya secara baik dan sesuai dengan yang diharapkan., kepercayaan konsumen diharapkan dapat menciptakan hubungan pelanggan yang baik. Pelanggan harus mampu merasakan bahwa ia dapat mengandalkan perusahaan. Kepercayaan konsumen juga disinyalir dapat menimbulkan kepuasan konsumen, dimana jika konsumen sudah memiliki kepercayaan baik terhadap produk maupun perusahaan, dimana kepercayaan berkembang setelah seorang individu mengambil resiko dalam berhubungan dengan apa yang telah digunakannya dan konsumen percaya bahwa perusahaan akan berusaha untuk memperkecil risiko yang timbul dari sebuah transaksi dan berusaha memuaskan konsumen.

Kepercayaan pasien merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi dunia kesehatan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila pasien mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka pasien tersebut dapat dikatakan percaya. Demikian pula apabila pasien mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya pasien tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka pasien akan puas. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diharapkan, maka pasien tersebut tidak puas dan tidak percaya.

Ketidakterpercayaan dapat diselesaikan oleh pihak pengelola kesehatan, apabila adanya komitmen akan kualitas. Pelayanan yang berorientasi pada pasien merupakan prasyarat utama dalam menunjang keberhasilan bisnis, khususnya pada industri jasa. Oleh sebab itu, pasien jasa sangat tergantung pada siapa dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena keberhasilan proses produksi jasa tersebut sangat tergantung dari penilaian pasien terhadap kualitas pelayanan suatu jasa, maka peningkatan kualitas dan layanan yang dilakukan oleh suatu

pelayanan kesehatan harus sesuai dengan keinginan dari pasien. Kepercayaan konsumen akan timbul karena ada keyakinan bahwa pihak yang terlibat dalam pertukaran akan memberikan kualitas yang konsisten, jujur, dan bertanggung jawab. Keyakinan ini akan menimbulkan hubungan baik antara pihak yang terlibat pertukaran. Sedangkan Akbar & Parvez (2009) menyimpulkan jika salah satu pihak percaya bahwa tindakan pihak lain akan membawa hasil positif untuk pihak pertama, kepercayaan dapat dikembangkan.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis. Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan maka akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Fandy, 2014).

Kepercayaan berkaitan langsung dengan persepsi pasien tentang reputasi rumah sakit (kemampuan yang dimiliki, kebaikan hati, dan juga integritas rumah sakit). Apabila pasien memperoleh produk jasa yang sesuai dengan harapan, pelayanan yang menyenangkan, dapat dirasakan manfaat dari produk jasanya, mendapatkan kepuasan setelah memanfaatkan layanan dan merasa aman ataupun nyaman setelah menggunakan produk jasa dan layanan dari RSUD Haji, maka pasien akan memberikan kepercayaan terhadap RSUD Haji. Hal tersebut yang akan membuat pasien terus memanfaatkan layanan rumah sakit dan pada akhirnya akan merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain karena merasa puas dengan layanan dari RSUD Haji. Secara parsial hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Erviana (2013), yaitu kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

Penelitian Shan (2016) menunjukkan bahwa kepuasan pasien dikaitkan secara positif dengan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi, tingkat pengeluaran medis rumah sakit yang lebih rendah. Dibandingkan dengan pengeluaran rumah sakit, sikap staf yang baik, serta lingkungan yang baik. Memahami kebutuhan dan keinginan pasien adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan pasien. Pasien yang puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila pasien merasa puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika pasien merasa tidak puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya. Untuk menciptakan kepuasan pasien, klinik harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh kepercayaan pasien yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pasiennya (Ula, 2021). Penelitian sebelumnya memberikan bukti, seperti yang dikemukakan oleh Imran (2019); Muchlis, 2013; Susilawati 2022, bahwa kepercayaan pasien/pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pasien/pelanggan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan rata-rata responden berada pada tingkat umur 36-45 tahun (41.3%), jenis kelamin perempuan (67.5%), pekerjaan wiraswasta (49.8%), pendidikan terakhir S1 (32.5%), jarak <5km (77.5%), jumlah pelayanan tak terhingga (75%). Uji *chi square* menunjukkan bahwa ada pengaruh *trust* dengan kepuasan pasien dengan nilai ($P=0.000$), Hal tersebut berarti apabila pasien mengharapkan pelayanan tertentu, dan sesuai dengan harapan yang diterimanya maka pasien akan puas. Disarankan untuk manajemen rumah sakit harus mempertahankan dan melakukan monitoring evaluasi dengan memberikan keyakinan akan kehandalan rumah sakit, cepat tanggap dalam memberikan pelayanan terhadap

pasien dan memahami keinginan pasien sehingga menimbulkan kepercayaan konsumen untuk sembuh jika berobat ke rumah sakit, kualitas peralatan yang dimiliki rumah sakit, melakukan sesuai janji yang diberikan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pasien RSUD Haji Provinsi Sulawesi Selatan yang telah bersedia berpartisipasi sebagai responden pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. M., & Parvez, N. (2009). Impact Of Service Quality , *Trust* , And Customer Mohammad Muzahid Akbar and Noorjahan Parvez. *ABAC Journal*, 29(1), 24–38.
- Alhaddad. (2015). Perceived Quality, Brand Image, and Brand *Trust* as Determinants of Brand Loyalty. *Journal of Research in Business and Management*, Vol.3 No.4.,Page 01-08.
- Aurier, P., dan N'Goala, G. (2010). The differing and mediating roles of *trust* and relationship commitment in service relationship maintenance and development. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(3): 303-325.
- Chang, C. S., Chen, S. Y., & Lan, Y. T. (2013). Service quality, *trust*, and patient satisfaction in interpersonal-based medical service encounters. *BMC Health Services Research*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/1472-6963-13-22>
- Eisingerich, A. B. dan Bell, S. J. (2007). Maintaining customer relationships in high credence services. *Journal of Services Marketing*, 21(4): 253– 262.
- Erviana, O. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal. In Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Fandy, T. (2014). Pemasaran Jasa. Andi.
- Hagan, Eudora. (2015). Service Quality Perceptions and Socio-demographic Characteristics of Hotel Guests in the Western Region of Ghana. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 10: 16-29.
- Imaninda, V., & Azwar, S. (2016). Modifikasi Patient Satisfaction Questionnaire Short Form (PSQ-18) ke dalam Bahasa Indonesia. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 1(1), 8–21. <https://doi.org/10.22146/gamajop.31864>
- Imran, B., & Ramli, A. H. (2019). Kepuasan pasien, citra rumah sakit dan kepercayaan pasien di Provinsi Sulawesi barat. In *Prosiding Seminar Nasional Pakar* (pp. 2-48).
- Koc, F., Ozbek, V., Alniacik, E. (2014). The Moderating Role of Service Environment On The Effect of Firm Reputation and Perceived Service Quality On Consumer *Trust* : a study In The Healthcare Industry, *Journal of Global Strategic Management*. Vol. 16, pp 111- 120
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13). Erlangga.
- Lupiyadi, Rambat. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Matzler, K., Grabner-Kräuter, S., dan Bidmon, S. (2006). The value – brand *trust* – brand loyalty chain: An analysis of some moderating variables. *Innovative Marketing*, 2(2): 76-88.
- Morgan, S., Pullon, S., & McKinlay, E. (2015). Observation of interprofessional collaborative practice in primary care teams: An integrative literature review. *International Journal of Nursing Studies*, 52(7), 1217–1230. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2015.03.008>
- Muchlis, M., & Dewanto, A. (2013). Pengaruh kepercayaan, kepuasan pelanggan dan komitmen hubungan terhadap citra Rumah Sakit di Kota Blitar. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 469-480.

- Naidu, Aditi. (2009). Factors affecting patient satisfaction and healthcare quality. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 22(4): 366-381.
- Nguyen Thi, P. L., Briançon, S., Empereur, F., dan Guillemin, F. (2002). Factors determining inpatient satisfaction with care. *Social Science & Medicine*, 54: 493–504.
- Patawayati, Z., M, S., & M, R. (2013). Patient satisfaction, *trust* and commitment mediator of service quality and its impact on loyalty (an empirical study in Southeast Sulawesi Public Hospitals). *IOSR Journal Bussiness Management*, 13(7), 1–14.
- Pepur, M., Mihanovic, Z., and Pepur, S. (2013). Analysis Of The Effect Of Perceived Service Quality To The Relationship Quality On The Business To Business Market, Preliminary Communication. pp. 97-109.
- Priporas, C. V., Laspa, C., dan Kamenidou, I. (2008). Patient satisfaction measurement for in-hospital services: A pilot study in Greece. *Journal of Medical Marketing*, 8(4): 325–340.
- Sanchez-Franco, M. J., Ramos, A. F. V., dan Velicia, F. A. M. (2009). The moderating effect of gender on relationship quality and loyalty toward Internet service providers. *Information & Management*, 46: 196–202.
- Shan, L., et al. 2016. "Patient Satisfaction with Hospital Inpatient Care: Effects of *Trust*, Medical Insurance and Perceived Quality of Care." *Plos One* 11(10): e0164366.
- Susilawati, I., & Adi, P. H. (2022). Kepercayaan Memoderasi Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Pengobatan Herbal Di Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 1063-1071.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). Service, Quality & Statisfication (Edisi 3).
- Tucker, J. (2002). The moderators of patient satisfaction. *Journal of Management in Medicine*, 16(1): 48-66 dalam Alrubaiee, L. dan Alkaa'ida, F. (2011). The Mediating Effect of Patient Satisfaction in the Patients' Perceptions of Healthcare Quality – Patient *Trust* Relationship. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1): 103-127.
- Ula, V. R., & Hayat, A. A. (2021). Meningkatkan Kepuasan Pasien melalui Pelayanan Prima dan *Trust* Pasien. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 38(1), 46-46.
- Wen,Chieh-Hua. Lan, Lawrence W. dan Cheng, Hsiu-Ling. (2005). Structural equation modelling to determine passenger loyalty toward intercity bus services. *Journal of the Transportation Research Board*, 1927: 249-255.
- Wu, C. (2011). The impact of hospital brand image on service quality, patient satisfaction and loyalty. *African Journal of Business Management*, 5(12), 4873–4882. <https://doi.org/10.5897/AJBM10.1347>
- Yunus, M., & Ibrahim, M. (2019). The role of customer satisfaction on the effect of service quality and corporate image on customer loyalty. *Management and Economics Journal*, 3(3), 121–135. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v3i3.7472>