

**PERBEDAAN TINGKAT KEPUASAN PASIEN BERDASARKAN  
*CUSTOMER VALUE* DI PUSAT LAYANAN KESEHATAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA TAHUN 2011**

**FONI ISTIANA DEWI**

Hario Megatsari, S.KM., M.Kes.

KKC KK FKM 252 11 Dew p

**ABSTRACT**

Patients more critical in making the decision to utilize health services. Patients tend to select or utilize health services that provide the most appropriate value to obtain the expected satisfaction. Issues raised for research based on the results of initial surveys were patient satisfaction at Airlangga Health Care Center in 2011 has not reached the target that is equal to 63,3% from 90% expected. This study was conducted to see the differences in levels of patient satisfaction based on customer value at Airlangga Health Care Center. Design of the study was a cross sectional design. Questionnaires distributed in 84 respondents. Sampling was done by systematic random sampling. Customer value was an independent variables in this research. customer value of this study composed of four factors: emotional value, social value, quality (performance value), and price (value for money). Patient satisfaction was an dependent variable in this research. The results showed that the majority of respondents value was quality (performance value). Then the majority of respondents gave a relatively homogeneous values of satisfaction on the quality of staff interaction, physical environment quality, and quality of results. However, variations in the value of respondents in selecting or utilizing health services do not provide a significant difference to the average value of satisfaction ( $p = 0,675$ ). From this study, there was no difference in satisfaction levels on each dimension of customer value. However, to achieve the expected value of the satisfaction of Airlangga Health Care Center must maintain and improve the quality of care.

Key words: patients satisfaction, customer value

## ABSTRAK

Pengetahuan tentang kepuasan dan bagaimana cara untuk mendapatkan kepuasan semakin dipahami dengan baik oleh pasien. Artinya, pasien lebih kritis dalam membuat keputusan untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan. Pasien cenderung untuk memilih pelayanan kesehatan yang memberikan nilai yang paling sesuai untuk memperbesar kemungkinan mendapatkan kepuasan yang diharapkan. Masalah yang diangkat untuk penelitian berdasarkan hasil survei awal adalah kepuasan pasien di Pusat Layanan Kesehatan Universitas Airlangga Surabaya pada tahun 2011 belum mencapai target yaitu sebesar 63,3 % dari 90 % yang diharapkan. Penelitian ini dilakukan untuk melihat perbedaan tingkat kepuasan pasien berdasarkan *customer value* di Pusat Layanan Kesehatan Universitas Airlangga Surabaya. Desain penelitian yang digunakan adalah desain cross sectional. Kuesioner disebar pada 84 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan *systemtic random sampling*. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *customer value* yang terdiri dari empat faktor yaitu *emotional value*, *social value*, *quality/ performance value*, dan *price/ value for money*. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan pasien meliputi kepuasan pasien terhadap kualitas interaksi petugas, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *value* mayoritas responden adalah *quality/ performance value*. Kemudian mayoritas responden memberikan nilai kepuasan yang relatif homogen terhadap kualitas interaksi petugas, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil. Berdasarkan hasil Uji Anova One Way, variasi *value* responden dalam memilih pelayanan kesehatan tidak memberikan perbedaan yang signifikan terhadap nilai rata-rata kepuasan ( $p = 0,675$ ). Kesimpulan penelitian ini adalah tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan pada masing-masing dimensi *customer value*. Meskipun demikian, untuk mencapai nilai kepuasan yang diharapkan maka Pusat Layanan Kesehatan Universitas Airlangga Surabaya harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Kata kunci : Kepuasan pasien, *customer value*