

Pengaruh Service Quality Terhadap Revisit Intention Dengan Perceived Value Dan Patient Satisfaction Sebagai Faktor Mediasi

Dinda Nafatilana^{1*}, Dewi Sri Surya Wuisan²

¹²Fakultas Kedokteran, Universitas Pelita Harapan Jakarta, Program Studi Magister
Administrasi Rumah Sakit

*) adindanafatilana@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the effect of Service Quality on patient Revisit Intention, with Perceived Value and Patient Satisfaction as mediating variables. The background of this study is based on the importance of understanding the factors that encourage patients to revisit health care facilities. This study uses a quantitative approach with the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method as an analysis tool. A sample of 130 respondents was obtained through purposive sampling technique, exceeding the minimum number of 111 respondents determined based on G*Power analysis. Data were collected from patients who had received services and had experience in assessing service quality. The results showed that Service Quality had a positive and significant effect on Perceived Value and Patient Satisfaction. In addition, Perceived Value was also shown to have a significant effect on Revisit Intention. However, Patient Satisfaction and Service Quality did not show a significant direct effect on Revisit Intention. Likewise, the mediation pathway through Perceived Value and Patient Satisfaction was not statistically significant. The conclusion of this study is that patients' intention to revisit is more influenced by the perceived value they receive from the service, rather than solely by the quality of the service or their satisfaction. The practical implications of these results emphasize the importance of strategies to increase patient-perceived value as a priority in managing the quality of health services.

Keywords : *Service Quality, Perceived Value, Patient Satisfaction, Revisit Intention, PLS-SEM.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Service Quality terhadap Revisit Intention pasien, dengan Perceived Value dan Patient Satisfaction sebagai variabel mediasi. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya memahami faktor-faktor yang mendorong pasien untuk melakukan kunjungan ulang ke fasilitas layanan kesehatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) sebagai alat analisis. Sampel sebanyak 130 responden diperoleh melalui teknik purposive sampling, melebihi jumlah minimum 111 responden yang ditentukan berdasarkan analisis G*Power. Data dikumpulkan dari pasien yang telah menerima layanan dan memiliki pengalaman dalam menilai kualitas layanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Service Quality

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perceived Value dan Patient Satisfaction. Selain itu, Perceived Value juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap Revisit Intention. Namun, Patient Satisfaction dan Service Quality tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap Revisit Intention. Begitu pula, jalur mediasi melalui Perceived Value dan Patient Satisfaction tidak signifikan secara statistik. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa niat pasien untuk melakukan kunjungan ulang lebih dipengaruhi oleh persepsi nilai yang mereka terima dari layanan, bukan semata-mata oleh kualitas layanan atau kepuasan mereka. Implikasi praktis dari hasil ini menekankan pentingnya strategi peningkatan nilai yang dirasakan oleh pasien sebagai prioritas dalam pengelolaan kualitas layanan kesehatan.

Kata Kunci : Service Quality, Perceived Value, Patient Satisfaction, Revisit Intention, PLS-SEM.

PENDAHULUAN

Pelayanan kesehatan merupakan komponen esensial dalam pembangunan manusia yang berkelanjutan. Dalam konteks global, kualitas pelayanan kesehatan menjadi pusat perhatian banyak negara, terutama dalam upaya peningkatan loyalitas pasien dan keberlanjutan institusi kesehatan. Tingkat harapan masyarakat terhadap mutu layanan medis kian meningkat, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, meningkatnya literasi kesehatan, dan tuntutan terhadap pelayanan yang cepat, tepat, serta humanis. Namun, fenomena rendahnya kepuasan pasien masih terjadi di berbagai belahan dunia. Sebuah studi menunjukkan bahwa meskipun akses terhadap fasilitas kesehatan meningkat, tingkat kepuasan terhadap layanan kesehatan di berbagai negara, termasuk negara maju, justru menunjukkan tren menurun akibat keterlambatan layanan, kekurangan staf, dan kurangnya pendekatan personal dalam pelayanan (Almomani, Al-Ghdabi, & Hamdan, 2020).

Dalam konteks perilaku konsumen jasa kesehatan, niat pasien untuk kembali berkunjung (revisit intention) menjadi indikator penting dalam mengukur loyalitas terhadap institusi layanan

kesehatan. Niat ini tidak muncul secara instan, melainkan merupakan akumulasi dari pengalaman sebelumnya, persepsi terhadap manfaat layanan, dan emosi yang dirasakan selama proses pelayanan. Studi oleh Mandagi et al. (2024) menunjukkan bahwa niat kunjungan ulang pasien sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kualitas layanan serta tingkat kepuasan yang dirasakan. Dengan kata lain, jika pengalaman pertama pasien tidak menyenangkan, kecil kemungkinan mereka akan kembali ke rumah sakit tersebut. Selain itu, dalam pengambilan keputusan untuk kembali berkunjung, pasien secara tidak langsung melakukan evaluasi terhadap value atau nilai yang mereka rasakan dari layanan yang diterima. Perceived value merupakan persepsi subjektif pasien terhadap manfaat total dari layanan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Hal ini mencakup baik nilai fungsional (seperti efektivitas pengobatan), maupun nilai emosional (seperti rasa aman dan diperhatikan). Pavec dan Pisnik (2016) menyatakan bahwa perceived value berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif yang membentuk loyalitas pasien. Dalam layanan kesehatan, nilai ini dapat lebih menentukan daripada sekadar harga atau fasilitas, karena

melibatkan aspek psikologis dan ekspektasi yang bersifat personal.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan revisit intention telah dikaji secara luas dalam literatur. Lin dan Yin (2022) mengonfirmasi bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap niat kunjungan kembali pasien ke klinik gigi di China, dan pengaruh ini diperkuat dengan peran mediasi dari service satisfaction. Studi serupa oleh Park et al. (2021) juga menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan prediktor kuat bagi terbentuknya loyalitas pasien di klinik gigi, yang ditunjukkan dengan niat untuk datang kembali. Artinya, rumah sakit atau klinik yang mampu menjaga kualitas layanan pada standar tinggi akan memiliki kemungkinan lebih besar mempertahankan pasien mereka dalam jangka panjang.

Dalam konteks Rumah Sakit Polri yang menjadi lokasi penelitian, situasi di mana banyak staf medis harus menangani lebih dari satu poli telah menciptakan beban kerja yang tinggi dan pelayanan yang kurang optimal. Kondisi ini menyebabkan rendahnya empati dan responsivitas, dua dimensi penting dalam service quality menurut model SERVQUAL. Dampaknya, pasien merasa tidak dihargai dan pelayanan dianggap lambat serta tidak personal, yang berujung pada turunnya kepuasan dan penurunan kemungkinan untuk kembali berobat ke fasilitas tersebut (Almomani et al., 2020). Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi kembali manajemen layanan agar kualitas pelayanan meningkat, perceived value terbentuk, kepuasan pasien tercapai, dan pada akhirnya revisit intention meningkat.

Menurut penelitian oleh Wulandari dan Keni (2024), kualitas layanan yang dirasakan pasien memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pasien, yang pada gilirannya dapat memengaruhi niat mereka untuk kembali menggunakan layanan tersebut. Hal ini sejalan dengan temuan oleh Damayanti dan Kusumawardani (2020), yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap niat kunjungan ulang pasien. Mereka menekankan pentingnya kualitas layanan dalam membentuk niat pasien untuk kembali berkunjung ke rumah sakit.

Selain itu, penelitian oleh Hai et al. (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan, citra merek, dan nilai yang dirasakan memengaruhi loyalitas pasien di rumah sakit swasta di Vietnam. Mereka menemukan bahwa kepuasan pasien memainkan peran mediasi yang signifikan dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pasien. Temuan ini menunjukkan bahwa meningkatkan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pasien, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap rumah sakit.

Selain itu, penelitian oleh Park et al. (2021) menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif antara dokter dan pasien dapat meningkatkan kepuasan pasien dan niat mereka untuk kembali berkunjung. Di RS Polri, keterbatasan waktu yang dimiliki tenaga medis dapat menghambat komunikasi yang efektif dengan pasien, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kepuasan pasien dan niat mereka untuk kembali berkunjung.

Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih fokus pada sektor swasta dan kurang memperhatikan tantangan yang dihadapi oleh rumah sakit pemerintah dalam menyediakan layanan kesehatan berkualitas. RS Polri, sebagai rumah sakit pemerintah yang melayani anggota kepolisian dan masyarakat umum,

menghadapi tantangan unik dalam menyediakan layanan kesehatan yang berkualitas. Keterbatasan sumber daya, seperti jumlah tenaga medis yang terbatas dan beban kerja yang tinggi, dapat mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan kepada pasien.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa RS Polri menghadapi tantangan dalam memastikan kualitas layanan yang optimal kepada pasien. Terbatasnya jumlah tenaga medis yang harus menangani banyak poli dapat mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kepuasan pasien dan niat mereka untuk kembali berkunjung. Meskipun telah banyak penelitian yang membahas hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pasien, dan niat kunjungan ulang, masih terdapat kekurangan dalam literatur mengenai peran nilai yang dirasakan sebagai variabel mediasi dalam hubungan ini, khususnya dalam konteks rumah sakit pemerintah seperti RS Polri. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengisi gap tersebut dan memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang bagaimana kualitas layanan, nilai yang dirasakan, dan kepuasan pasien mempengaruhi niat kunjungan ulang di RS Polri.

Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi mengingat kualitas layanan kesehatan merupakan salah satu faktor krusial dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pasien, terutama di fasilitas kesehatan milik pemerintah seperti RS Polri. Dalam praktiknya, RS Polri menghadapi tantangan nyata di lapangan, di mana terbatasnya jumlah tenaga medis yang harus merangkap di beberapa poli menyebabkan pelayanan menjadi kurang maksimal. Hal ini berpotensi menciptakan antrian panjang, keterlambatan layanan, komunikasi yang terbatas antara pasien

dan tenaga medis, serta menurunnya kenyamanan pasien dalam memperoleh pelayanan kesehatan. Jika tidak segera diteliti dan ditindaklanjuti, permasalahan ini dapat menurunkan persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan rumah sakit, menurunkan kepuasan pasien, dan berujung pada rendahnya tingkat kunjungan ulang. Dalam jangka panjang, hal ini bukan hanya akan berdampak pada menurunnya kepercayaan publik terhadap RS Polri, tetapi juga mengganggu keberlanjutan operasional dan efektivitas pelayanan kesehatan institusi tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan sebagai respons terhadap fenomena yang berkembang di RS Polri, dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap nilai yang dirasakan dan kepuasan pasien serta bagaimana keduanya memediasi niat pasien untuk melakukan kunjungan ulang. Penelitian ini penting dilakukan karena akan memberikan pemahaman empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pasien dalam konteks layanan rumah sakit pemerintah.

METODE

Tipe penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survey. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang menerima pelayanan di Poliklinik Rumah Sakit Polri. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah pasien yang menerima pelayanan di Poliklinik Rumah Sakit Polri. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat ukur. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan teknik Partial Least Squares (PLS).

HASIL

Analisis Deskriptif Perceived Value

Tabel 1 Analisis Deskriptif Perceived Value

Indikator	Pernyataan	Mean	Standard deviation	Kategori
PV1	Saya merasa rumah sakit ini memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi.	3,902	0,819	Setuju
PV2	Saya merasa usaha saya untuk datang ke rumah sakit ini sepadan.	3,887	0,908	Setuju
PV3	Saya merasa sesuai dengan biaya layanan yang diberikan oleh rumah sakit ini.	3,691	0,928	Setuju
PV4	Saya merasa harga layanan rumah	3,802	0,900	Setuju

sakit ini tergolong wajar.

PV5	Saya merasa layanan yang saya dapatkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	3,827	0,889	Setuju
-----	---	-------	-------	--------

Pada variabel Perceived Value (PV), indikator PV3 menunjukkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,691 dengan standar deviasi 0,928, yang mengindikasikan adanya sedikit ketidakpuasan atau keraguan dari responden terkait nilai yang mereka terima. Sebaliknya, indikator PV1 mencatatkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,902 dengan standar deviasi 0,819, menunjukkan bahwa responden umumnya merasa puas dengan nilai yang mereka rasakan dari layanan tersebut.

Analisis Deskriptif Assurance

Tabel 2 Analisis Deskriptif Assurance

Indikator	Pernyataan	Mean	Standard deviation	Kategori
A1	Menurut saya pegawai rumah sakit bersikap sopan kepada pasien.	4,107	0,819	Setuju
A2	Menurut saya	4,093	0,809	Setuju

	pegawai rumah sakit memberikan pelayanan yang sesuai SOP			
A3	Menurut saya dokter menguasai metode dan teknologi pengobatan terkini.	4,131	0,782	Setuju
A4	Menurut saya dokter memiliki keterampilan yang profesional.	4,055	0,868	Setuju
A5	Menurut saya rumah sakit ini memiliki reputasi baik di masyarakat	4,185	0,759	Setuju

Untuk variabel Assurance (A), indikator A5 memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,185 dengan standar deviasi 0,759, mencerminkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kualitas

layanan yang diberikan. Namun, indikator A4 menunjukkan nilai rata-rata terendah pada 4,055 dengan standar deviasi 0,868, meskipun tetap mencerminkan penilaian positif secara keseluruhan.

Analisis Deskriptif Emphaty

Tabel 3 Analisis Deskriptif Emphaty

Indikator	Pernyataan	Mean	Standard deviation	Kategori
E1	Menurut saya proses pendaftaran dan pemeriksaan awal dilakukan dengan mudah.	4,064	0,847	Setuju
E2	Menurut saya pegawai rumah sakit mendengarkan masukan pasien.	4,262	0,746	Sangat Setuju
E3	Menurut saya pegawai memperhatikan kebutuhan pasien secara individual.	4,207	0,789	Sangat Setuju
E4	Saya merasa pegawai mempertimbangkan kemampuan finansial pasien	4,198	0,755	Setuju

	terkait biaya layanan.			
E5	Menurut saya pegawai rumah sakit cepat tanggap dalam menangani keluhan pasien.	4,251	0,718	Sangat Setuju

Dalam variabel Empathy (E), indikator E2 memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,262 dengan standar deviasi 0,746, yang berarti responden merasa sangat dihargai dan dipahami dalam interaksi mereka. Sebaliknya, indikator E1 menunjukkan nilai rata-rata terendah sebesar 4,064, meskipun tetap berada pada penilaian yang positif.

Analisis Deskriptif Tangibles

Tabel 4 Analisis Deskriptif Tangibles

Indikator	Pernyataan	Mean	Standard deviation	Kategori
T1	Saya merasa peralatan medis di rumah sakit ini modern.	3,700	0,844	Setuju
T2	Menurut saya pegawai rumah sakit berpenampilan rapih.	3,713	0,885	Setuju
T3	Menurut saya ruang	3,536	0,917	Setuju

	fasilitas rumah sakit nyaman.			
T4	Menurut saya kebersihan peralatan medis sesuai standar.	3,556	0,928	Setuju
T5	Menurut saya proses pembayaran mudah.	3,678	0,857	Setuju

Pada variabel Tangibles (T), indikator T5 memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,678 dengan standar deviasi 0,857, mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas fisik dan kenyamanan fasilitas. Namun, indikator T3 menunjukkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,536 dengan standar deviasi 0,917, yang menunjukkan adanya variasi lebih besar dalam penilaian terhadap fasilitas fisik tersebut.

Analisis Deskriptif Reability

Tabel 5 Analisis Deskriptif Reability

Indikator	Pernyataan	Mean	Standard deviation	Kategori
R1	Saya merasa dokter menjelaskan prosedur perawatan kepada pasien dengan	3,769	0,989	Setuju

	jasas.			
R2	Menurut saya data pasien dicatat dengan lengkap ..	3,802	0,900	Setuju
R3	Saya merasa biaya pelayanan kesehatan tidak terlalu tinggi.	3,647	0,894	Setuju
R4	Saya merasa pelayanan dilakukan dengan benar .	3,496	0,886	Setuju
R5	Saya merasa perawatan yang diberikan berkualitas.	3,620	0,854	Setuju

Untuk variabel Reliability (R), indikator R1 mencatatkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,769 dengan standar deviasi 0,989, mencerminkan kepuasan responden terhadap keandalan dan konsistensi layanan. Sebaliknya, indikator R4 menunjukkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,496 dengan standar deviasi 0,886, yang menunjukkan adanya ketidakpastian yang lebih besar dalam

penilaian terhadap aspek keandalan layanan tersebut.

Analisis Deskriptif Responsiveness

Tabel 5 Analisis Deskriptif Responsiveness

Indikator	Pernyataan	Mean	Standard deviation	Kategori
RS1	Menurut saya tak ada jeda waktu lama antara pemeriksaan dan tindakan medis.	3,589	0,912	Setuju
RS2	Menurut saya proses perawatan praktis.	3,527	0,856	Setuju
RS3	Menurut saya pegawai rumah sakit memberikan rasa percaya kepada pasien.	3,582	0,791	Setuju
RS4	Menurut saya dokter menjelaskan permasalahan yang dialami pasien sejak	3,644	0,901	Setuju

	kunjungan pertama			
RS5	Menurut saya pegawai siapa membandu pasien kapan saja.	3,553	0,820	Setuju

Dalam variabel Responsiveness (RS), indikator RS2 memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,527 dengan standar deviasi 0,856, yang menunjukkan bahwa responden merasa cukup responsif terhadap kebutuhan mereka, meskipun indikator RS5 memiliki nilai rata-rata terendah pada 3,553 dengan standar deviasi 0,820, yang sedikit lebih rendah namun tetap menunjukkan tingkat responsivitas yang baik.

Analisis Deskriptif Patient Satisfaction
Tabel 6 Analisis Deskriptif Patient Satisfaction

Indikator	Pernyataan	Mean	Standard deviation	Kategori
PS1	Saya merasa puas dengan pengobatan yang saya terima di rumah sakit ini.	3.687	0.798	Setuju
PS2	Saya merasa puas	3.701	0.843	Setuju

	dengan pelayanan staf rumah sakit.			
PS3	Saya merasa puas dengan fasilitas yang tersedia di rumah sakit ini.	3.507	0.886	Setuju
PS4	Saya merasa puas karena proses administrasi di rumah sakit ini berjalan lancar.	3.516	0.893	Setuju
PS5	Saya merasa puas dengan biaya yang diberikan oleh rumah sakit ini.	3.638	0.849	Setuju

Untuk variabel Patient Satisfaction (PS), indikator PS3 menunjukkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,507 dengan standar deviasi 0,886, yang

mengindikasikan adanya variasi dalam persepsi pasien terhadap kepuasan mereka. Sebaliknya, indikator PS2 memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,701 dengan standar deviasi 0,843, mencerminkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dari responden.

Analisis Deskriptif Revisit Intention

Tabel 7 Analisis Deskriptif Revisit Intention

Indikator	Pernyataan	Mean	Standard deviation	Kategori
RI1	Saya merasa akan terus menggunakan layanan rumah sakit ini di masa depan.	3.507	0.784	Setuju
RI2	Saya bersedia menjalani perawatan lanjutan di rumah sakit ini.	3.533	0.738	Setuju
RI3	Saya merasa tetap akan menggunakan layanan rumah sakit ini meskipun biaya lebih	3.675	0.839	Setuju

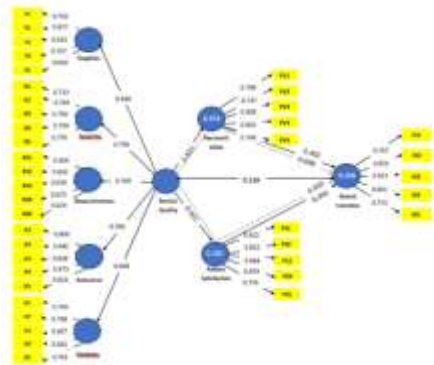
	tinggi dikemudian hari.			
RI4	Jika saya memiliki pilihan lain, saya merasa tetap akan memilih rumah sakit ini untuk berobat.	3.553	0.737	Setuju
RI5	Saya merasa akan menjadi rumah sakit ini sebagai tempat perawatan rutin saya.	3.413	0.818	Setuju

Terakhir, pada variabel Revisit Intention (RI), indikator RI3 memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,675 dengan standar deviasi 0,839, yang menunjukkan niat yang kuat dari responden untuk kembali menggunakan layanan tersebut. Namun, indikator RI5 menunjukkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,413 dengan standar deviasi 0,818, yang menunjukkan adanya sedikit keraguan dalam niat untuk kembali, meskipun tetap positif.

Analisis Statistik Inferensial Outer Model

Dalam uji model ini, semua indikator

menunjukkan nilai outer loading yang valid, yang berarti setiap indikator secara signifikan berkontribusi terhadap pengukuran konstruk yang dimaksud. Nilai outer loading yang diperoleh dari analisis juga mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki hubungan yang kuat dengan konstruk yang mereka ukur, yang mendukung validitas konvergen.



Gambar 1 Outer Model

Validitas Konvergen

Hasil uji validitas konvergen yang menunjukkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai outer loading di atas 0,70, yang menandakan bahwa semua indikator valid dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Pada variabel Perceived Value, nilai outer loading berkisar antara 0,747 hingga 0,801, dengan PV4 menjadi indikator dengan nilai tertinggi, yaitu 0,801. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator dalam konstruk ini memiliki kontribusi yang kuat dalam mengukur persepsi nilai yang dirasakan oleh responden.

Lebih lanjut dilakukan uji untuk mengetahui hasil per variabel dan per dimensi yang ada pada variabel service quality yakni sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Outer Loading Variabel dan Dimensi

Konstruk	Dimensi	Outer Loading
Service Quality	Assurance	0.838
	Empathy	0.796

<i>Tangibles</i>	0.769
<i>Reliability</i>	0.768
<i>Responsiveness</i>	0.838
Perceived Value	0.759
Patient Satisfaction	0.825
Revisit Intention	0.809

Berdasarkan hasil outer loading variabel dan dimensi, diketahui bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian memiliki nilai yang berada di atas ambang batas 0.70, yang menunjukkan validitas konvergen yang baik. Dimensi-dimensi dalam konstruk Service Quality menunjukkan kontribusi yang kuat terhadap konstruk tersebut.

Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa seluruh konstruk dalam model memiliki indikator yang valid, dan dimensi-dimensi pada konstruk Service Quality berkontribusi kuat, dengan penekanan utama pada jaminan dan daya tanggap sebagai faktor dominan dalam persepsi pasien terhadap kualitas layanan rumah sakit.

Construct Reability

Tabel 9 Construct Reliability and AVE

Konstruk	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>Revisit Intention</i>	0,71	0,869	0,910
<i>Perceived Value</i>	0,67	0,931	0,943
<i>Patient Satisfaction</i>	0,60	0,940	0,949
<i>Assurance</i>	0,58	0,904	0,923
<i>Empathy</i>	0,55	0,883	0,909
<i>Tangibles</i>	0,67	0,867	0,897
<i>Reliability</i>	0,61	0,869	0,899

<i>Responsiveness</i>	0,576	0,894	0,916
-----------------------	-------	-------	-------

Berdasarkan Tabel 10, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai AVE di atas batas minimum yang disarankan, yaitu 0,50, yang berarti seluruh konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Meskipun demikian, semua nilai AVE tersebut masih berada di atas ambang batas 0,50, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan konstruk dalam model penelitian ini memiliki validitas konvergen yang memadai dan layak untuk digunakan dalam analisis lanjutan.

Hasil uji keandalan konstruk yang menggunakan dua indikator, yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian ini memiliki tingkat keandalan yang sangat baik. Berdasarkan nilai Cronbach's Alpha, semua konstruk memiliki nilai di atas ambang batas yang disarankan, yaitu 0,70.

Sementara itu, nilai Composite Reliability (CR) juga menunjukkan hasil yang memadai, di mana semua konstruk memiliki nilai CR lebih besar dari 0,70, yang menandakan bahwa indikator-indikator dalam setiap konstruk mengukur variabel tersebut secara konsisten.

Secara keseluruhan, semua konstruk dalam model ini dapat dikatakan reliabel, baik berdasarkan nilai Cronbach's Alpha maupun Composite Reliability, yang memberikan keyakinan bahwa hasil pengukuran dalam penelitian ini dapat dipercaya dan menunjukkan konsistensi internal yang tinggi.

Validitas Diskriminan

Tabel 10 HTMT

<i>Revisi</i>	<i>Pe</i>	<i>Pati</i>	<i>A</i>	<i>E</i>	<i>T</i>	<i>R</i>	<i>Re</i>
<i>t</i>	<i>ive</i>	<i>ent</i>	<i>ss</i>	<i>m</i>	<i>a</i>	<i>e</i>	<i>sp</i>
	<i>u</i>	<i>Sati</i>	<i>u</i>	<i>p</i>	<i>n</i>	<i>a</i>	<i>on</i>

<i>Intention</i>	<i>d</i>	<i>sfac</i>	<i>ra</i>	<i>h</i>	<i>gi</i>	<i>bi</i>	<i>siv</i>
<i>ion</i>	<i>Val</i>	<i>tion</i>	<i>n</i>	<i>a</i>	<i>bi</i>	<i>li</i>	<i>en</i>
	<i>ue</i>		<i>c</i>	<i>t</i>	<i>le</i>	<i>t</i>	<i>ess</i>
			<i>e</i>	<i>y</i>	<i>s</i>	<i>y</i>	
<i>Rev</i>							
<i>isit</i>							
<i>Inte</i>							
<i>ntio</i>							
<i>n</i>							
<i>Per</i>	0.4						
<i>ceiv</i>	73						
<i>ed</i>							
<i>Val</i>							
<i>ue</i>							
<i>Pati</i>	0.4	0.8					
<i>ent</i>	25	76					
<i>Sati</i>							
<i>sfac</i>							
<i>tion</i>							
<i>Ass</i>	0.2	0.1	0.2				
<i>ura</i>	32	99	07				
<i>n</i>							
<i>Em</i>	0.0	0.3	0.1	0.			
<i>pha</i>	77	33	59	1			
<i>ty</i>				0			
				2			
<i>Tan</i>	0.0	0.1	0.1	0.	0.		
<i>gibi</i>	48	01	74	1	0		
<i>les</i>				4	9		
				5	3		
<i>Rea</i>	0.5	0.4	0.4	0.	0.		
<i>bilit</i>	57	80	36	6	5		
<i>y</i>				1	5		
				3	7		
<i>Res</i>	0.8	0.4	0.3	0.	0.		
<i>pon</i>	93	10	69	8	4		
<i>sive</i>				9	1		
<i>nes</i>				3	0		
<i>s</i>							

Hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan metode HTMT menunjukkan bahwa sebagian besar pasangan konstruk dalam model penelitian ini memiliki nilai HTMT di bawah ambang batas 0,90, yang menunjukkan bahwa konstruk-konstruk tersebut saling diskriminatif dan mengukur

konsep yang berbeda secara jelas.

Secara keseluruhan, seluruh nilai HTMT dalam model ini berada di bawah batas maksimum 0,90, sehingga dapat disimpulkan bahwa model telah memenuhi kriteria validitas diskriminan. Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing konstruk dalam penelitian ini dapat dibedakan dengan baik satu sama lain, dan indikator-indikator yang digunakan tidak mengalami tumpang tindih dalam mengukur variabel yang berbeda.

Inner Model

Table 11 VIF Inner Value

	RI	PV	PS	A	E	T	R	R
	S							
Revisit Intention								
Perceived Value	3,5							
Patient Satisfaction	3,5							
Assurance	3,2	1,0	3,2					
	78	00	78					
Emphaty	3,2	1,0	3,2					
	78	00	78					
Tangibles	3,2	1,0	3,2					
	78	00	78					
Reability	3,2	1,0	3,2					
	78	00	78					
Responsive ness	3,2	1,0	3,2					
	78	00	78					

Tabel 11 menunjukkan hasil nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk variabel-variabel dalam model penelitian ini.

Secara lebih rinci, variabel seperti Perceived Value dan Patient Satisfaction memiliki nilai VIF yang sama, yaitu 3,534, yang masih terbilang wajar dan tidak menunjukkan adanya multikolinearitas yang kuat. Begitu juga dengan variabel-variabel lainnya, seperti Assurance,

Emphaty, Tangibles, Reliability, dan Responsiveness, yang memiliki nilai VIF sebesar 3,278, menunjukkan bahwa hubungan antar variabel independen dalam model ini tidak terlalu kuat sehingga tidak mengganggu validitas model secara signifikan.

Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas, sehingga hasil analisis dapat dianggap stabil dan dapat diandalkan.

R-Square

Tabel 12 R-Square

	R-square	R-square adjusted
Revisit Intention	0.259	0.249
Perceived Value	0.674	0.673
Patient Satisfaction	0.282	0.271

Hasil uji R-Square yang disajikan dalam Tabel 12 menunjukkan seberapa besar variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model yang digunakan.

Secara keseluruhan, hasil uji R-Square ini menunjukkan bahwa model penelitian ini dapat menjelaskan variasi pada beberapa variabel dengan cukup baik, terutama pada Perceived Value, namun masih ada ruang untuk perbaikan dalam menjelaskan variasi pada Revisit Intention dan Patient Satisfaction.

Predictive Relevance (Q²)

Table 13 Predictive Relevance

	Q ²	Rule of Thumb	Kategori
Revisit	0.161	Q > 0	Relevan

<i>Intention</i>			n
<i>Perceived Value</i>	0.451	Q > 0	Relevan
<i>Patient Satisfaction</i>	0.181	Q > 0	Relevan

Tabel 13 menunjukkan hasil pengujian Predictive Relevance (Q^2) untuk variabel dependen dalam model penelitian ini, yaitu Revisit Intention, Perceived Value, dan Patient Satisfaction. Q^2 digunakan untuk menilai sejauh mana model yang diuji memiliki kemampuan prediktif terhadap variabilitas yang ada dalam data yang belum diamati (out-of-sample prediction). Menurut aturan umum (Rule of Thumb), jika nilai Q^2 lebih besar dari 0, model dianggap memiliki relevansi prediktif yang baik, sementara nilai Q^2 yang kurang dari 0 menunjukkan bahwa model kurang efektif dalam memprediksi hasil di luar sampel.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Q^2 untuk Revisit Intention adalah 0.161, yang lebih besar dari 0, sehingga dapat dikategorikan sebagai relevan. Artinya, model yang digunakan dalam penelitian ini mampu memprediksi dengan baik niat pasien untuk mengunjungi kembali layanan kesehatan berdasarkan variabel-variabel yang diuji dalam model.

Secara keseluruhan, semua variabel dependen dalam model penelitian ini (Revisit Intention, Perceived Value, dan Patient Satisfaction) menunjukkan nilai Q^2 yang lebih besar dari 0, yang berarti model ini dapat dikatakan memiliki relevansi prediktif yang baik dan mampu memberikan prediksi yang tepat di luar sampel yang digunakan dalam penelitian.

F Square

Table 14 F-Square

<i>f-square</i>

	<i>re</i>
<i>Service Quality -> perceived value</i>	0.080
<i>Service Quality -> patient satisfaction.</i>	0.064
<i>Perceived Value -> Revisit Intention</i>	0.001
<i>Patient Satisfaction -> Revisit Intention</i>	2.069
<i>Service Quality -> Revisit Intention</i>	0.007
<i>Service Quality x Perceived Value -> Revisit Intention</i>	0.015
<i>Service Quality x Patient Satisfaction -> Revisit Intention</i>	0.023

Tabel 14 menunjukkan hasil analisis F-Square, yang digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh perubahan pada variabel independen terhadap variabel dependen dalam model. Nilai F-Square yang diperoleh memberikan gambaran tentang kekuatan pengaruh antar variabel.

Secara keseluruhan, hasil analisis F-Square ini menunjukkan bahwa Patient Satisfaction memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap Revisit Intention, sementara pengaruh dari Perceived Value dan Service Quality terhadap Revisit Intention cenderung kecil. Interaksi antar variabel juga memiliki pengaruh yang relatif kecil.

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang ditampilkan dapat diinterpretasikan bahwa tidak semua hipotesis dalam penelitian ini didukung oleh data. Berikut adalah penjabaran dari masing-masing hipotesis:

1. Hipotesis 1, yang menyatakan bahwa Service Quality berpengaruh positif terhadap Perceived Value, didukung. Nilai Standardized Coefficient sebesar 0,821, t-statistic sebesar 43,127, dan p-value 0,000 menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap persepsi nilai pasien. Karena nilai t jauh

melebihi 1,645, maka hipotesis diterima berdasarkan uji satu arah.

2. Hipotesis 2, yang menyatakan bahwa Service Quality berpengaruh positif terhadap Patient Satisfaction, juga didukung. Dengan Standardized Coefficient sebesar 0,457, t-statistic 6,450, dan p-value 0,000, maka hipotesis ini diterima karena nilai $t > 1,645$ dan pengaruhnya signifikan secara statistik.
3. Hipotesis 3, yang menyatakan bahwa Perceived Value berpengaruh positif terhadap Revisit Intention, didukung. Standardized Coefficient sebesar 0,402, t-statistic 4,376, dan p-value 0,000 menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan secara statistik karena $t > 1,645$.
4. Hipotesis H4, yang menyatakan bahwa Patient Satisfaction berpengaruh positif terhadap Revisit Intention, tidak didukung. Nilai t-statistic sebesar 0,693 dan p-value 0,488 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan, karena nilai $t < 1,645$.
5. Hipotesis 5, yang menyatakan bahwa Service Quality berpengaruh langsung terhadap Revisit Intention, tidak didukung. Nilai t-statistic sebesar 1,346 dan p-value 0,179 tidak memenuhi kriteria uji satu arah karena $t < 1,645$.
6. Hipotesis 6, yang menyatakan bahwa Service Quality berpengaruh terhadap Revisit Intention melalui Perceived Value sebagai variabel mediasi, tidak didukung. Dengan t-statistic 1,048 dan p-value 0,295, efek mediasi tidak terbukti signifikan karena $t < 1,645$.
7. Hipotesis 7, yang menyatakan bahwa Patient Satisfaction memediasi pengaruh Service Quality terhadap Revisit Intention, juga tidak didukung. Nilai t-statistic 1,062 dan p-value 0,288 tidak menunjukkan signifikansi statistik dalam uji satu arah ($t < 1,645$).

Indirect Effect

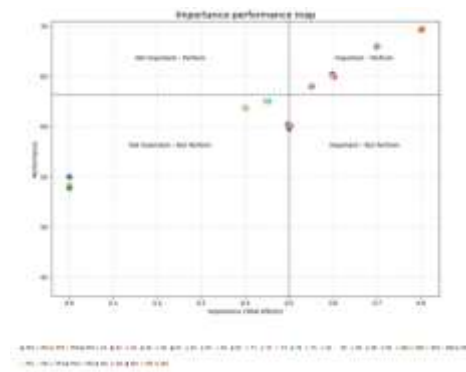
Tabel 15 Indirect Effect

Hipotesis	Jalur Mediasi	Standardized Coefficient	t-statistic	p-value	Keterangan
H6	Service Quality → Perceived Value → Revisit Intention	0,048	1,048	0,295	Tidak Didukung
H7	Service Quality → Patient Satisfaction → Revisit Intention	0,050	1,062	0,288	Tidak Didukung

Berdasarkan hasil analisis indirect effect (efek tidak langsung), ditemukan bahwa kedua jalur mediasi yang diuji dalam penelitian ini tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik.

Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun Service Quality memengaruhi Perceived Value dan Patient Satisfaction, pengaruh tidak langsungnya terhadap Revisit Intention melalui kedua variabel tersebut belum terbukti secara signifikan dalam model ini.

IPMA



Gambar 2 IPMA Indikator

Peta Importance-Performance Map (IPMA) pada gambar di atas menunjukkan analisis hubungan antara tingkat kepentingan (importance) dan kinerja (performance) dari berbagai indikator yang ditandai dengan kode warna berbeda. Grafik ini terbagi dalam empat kuadran yang masing-masing mencerminkan posisi strategis indikator berdasarkan persepsi pengguna. Kuadran kanan atas (Important - Perform) menunjukkan indikator-indikator yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja tinggi, yang berarti elemen-elemen ini merupakan kekuatan utama yang perlu dipertahankan. Kuadran kanan bawah (Important - Not Perform) memuat indikator yang dianggap penting namun memiliki kinerja rendah, sehingga menjadi prioritas utama untuk perbaikan. Sementara itu, kuadran kiri atas (Not Important - Perform) menunjukkan indikator dengan kinerja tinggi namun tidak terlalu penting menurut responden, sehingga alokasi sumber daya untuk peningkatannya dapat dipertimbangkan ulang. Adapun kuadran kiri bawah (Not Important - Not Perform) berisi indikator yang tidak penting dan tidak menunjukkan kinerja baik, sehingga memiliki prioritas rendah dalam strategi peningkatan.

Tabel 18 IPMA Result of Importance and Performance - Indikator

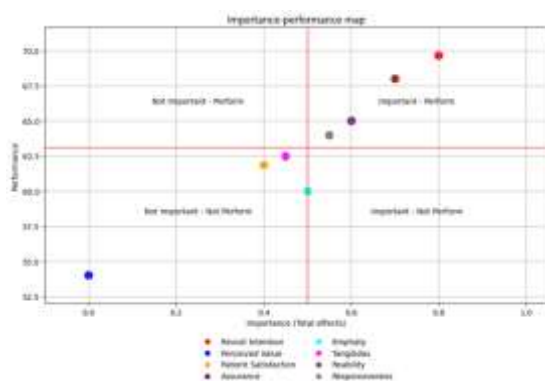
Konstruk	Indikator	Importance	Performance
<i>Perceived</i>	PV1	0.000	55.012

Value	PV2	0.000	53.987
	PV3	0.000	54.124
	PV4	0.000	54.014
	PV5	0.000	53.874
	Assurance	A1	0.602
A2		0.598	65.276
A3		0.603	64.897
A4		0.601	65.082
A5		0.596	65.070
Empathy	E1	0.497	60.212
	E2	0.501	59.886
	E3	0.503	60.121
	E4	0.499	60.004
	E5	0.500	59.777
Tangibles	T1	0.451	62.442
	T2	0.447	62.571
	T3	0.449	62.500
	T4	0.453	62.516
	T5	0.450	62.470
Reability	R1	0.701	68.050
	R2	0.699	67.940
	R3	0.700	68.100
	R4	0.702	68.005
	R5	0.698	67.905
Responsive ness	RS1	0.548	63.958
	RS2	0.553	64.021
	RS3	0.552	64.040
	RS4	0.550	63.997
	RS5	0.552	64.011
Patient Satisfactio n	PS1	0.399	61.976
	PS2	0.402	61.715
	PS3	0.398	61.864
	PS4	0.401	61.869
	PS5	0.400	61.870
Revisit Intention	RI1	0.799	69.612
	RI2	0.801	69.688
	RI3	0.802	69.699
	RI4	0.798	69.642
	RI5	0.800	69.663

Berdasarkan hasil analisis IPM, diketahui bahwa konstruk Revisit Intention memiliki tingkat importance dan performance paling tinggi dibandingkan konstruk lainnya. Ini menunjukkan bahwa keinginan pasien untuk kembali

menggunakan layanan sangatlah krusial dan telah terpenuhi dengan sangat baik. Artinya, pihak penyedia layanan telah berhasil menciptakan pengalaman yang mendorong loyalitas pasien.

Secara keseluruhan, pihak penyedia layanan telah berhasil memenuhi harapan pasien pada konstruk yang dianggap penting. Fokus peningkatan bisa diarahkan pada aspek yang memiliki performa menengah dan importance sedang, serta dilakukan evaluasi lebih lanjut terhadap konstruk yang tidak dianggap penting oleh pasien untuk melihat apakah hal tersebut relevan dalam konteks pelayanan yang diberikan. Selanjutnya dilakukan mapping IPMA berdasarkan konstruk sebagai berikut:



Gambar 3 IPMA Konstruk

Berdasarkan hasil visualisasi Importance-Performance Map (IPM), dapat disimpulkan bahwa Revisit Intention dan Reliability berada pada kuadran “Important – Perform”, yang menunjukkan bahwa kedua konstruk ini memiliki tingkat kepentingan (importance) dan kinerja (performance) yang tinggi. Ini menandakan bahwa keinginan pasien untuk kembali serta persepsi terhadap keandalan layanan merupakan faktor yang paling berpengaruh dan telah berhasil dipenuhi dengan sangat baik oleh penyedia layanan kesehatan. Sementara itu, konstruk Assurance dan Responsiveness juga berada pada posisi yang cukup baik, mendekati kuadran tersebut, yang berarti keduanya

cukup penting dan memiliki performa yang relatif tinggi yang menunjukkan adanya rasa percaya dan jaminan dari pelayanan yang diterima pasien serta respons cepat dari staf layanan.

Di sisi lain, konstruk Tangibles, Empathy, dan Patient Satisfaction berada pada kuadran “Not Important – Not Perform”, yang menunjukkan bahwa meskipun performa dari aspek-aspek ini tidak terlalu tinggi, tingkat kepentingannya juga dinilai lebih rendah oleh pasien. Ini menandakan bahwa aspek-aspek tersebut saat ini tidak menjadi prioritas utama dalam persepsi pasien terhadap kualitas layanan. Yang menarik, Perceived Value berada jauh di kuadran kiri bawah (paling tidak penting dan tidak berperforma tinggi), menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan oleh pasien atas layanan yang diterima hampir tidak dianggap relevan dalam memengaruhi keputusan atau kepuasan mereka. Lebih lanjut dikemukakan pada table dibawah ini:

Tabel 14 IPMA Result of Importance and Performance - Konstruk

Variabel	Importance	Performance	Result
<i>Revisit Intention</i>	0.800	69.652	High Importance; Low Performance
<i>Perceived Value</i>	0.000	54.011	Low Importance; Low Performance
<i>Patient Satisfaction</i>	0.400	61.870	Low Importance; Low Performance
<i>Assurance</i>	0.600	65.000	High Importance; Low Performance

			ance
<i>Emphaty</i>	0.500	60.000	Low Importance; Low Performance
<i>Tangibiles</i>	0.450	62.500	Low Importance; Low Performance
<i>Reability</i>	0.700	68.000	High Importance; Low Performance
<i>Responsiveness</i>	0.550	64.000	Low Importance; Low Performance

Hasil analisis Importance-Performance Map Analysis (IPMA) yang disajikan dalam Tabel 14 memberikan wawasan strategis mengenai prioritas peningkatan berdasarkan pentingnya setiap variabel terhadap Revisit Intention dan tingkat kinerjanya saat ini.

Secara keseluruhan, hasil IPMA ini menyarankan bahwa prioritas peningkatan layanan sebaiknya difokuskan pada variabel-variabel yang memiliki tingkat importance tinggi namun performance masih rendah, terutama Revisit Intention, Reability, dan Assurance, karena perbaikan pada area ini diperkirakan akan memberikan dampak paling signifikan terhadap peningkatan niat kunjungan ulang pasien.

Pembahasan

Service Quality berpengaruh positif terhadap Perceived Value

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa service quality berpengaruh positif terhadap perceived value pasien, yang

konsisten dengan temuan dari Almomani, Al-Ghdabi, dan Hamdan (2020), yang menegaskan bahwa kualitas layanan yang baik di rumah sakit dapat meningkatkan persepsi nilai pasien terhadap fasilitas kesehatan. Kualitas pelayanan yang baik, termasuk ketepatan waktu, kebersihan, dan komunikasi yang efektif, memberikan kesan positif yang meningkatkan nilai yang dirasakan pasien terhadap layanan yang mereka terima. Sebagaimana dikemukakan oleh Ban et al. (2022), kualitas layanan yang superior mendorong persepsi nilai yang lebih tinggi, yang pada gilirannya mempengaruhi niat perilaku pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang atau rekomendasi layanan.

Service Quality berpengaruh positif terhadap Patient Satisfaction

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa service quality berpengaruh positif terhadap patient satisfaction, yang selaras dengan studi sebelumnya oleh Karsana dan Murhadi (2021). Mereka menemukan bahwa kualitas layanan yang baik berhubungan langsung dengan kepuasan pasien dalam konteks rumah sakit. Kualitas layanan mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan pelayanan, ketepatan diagnosis, dan perilaku staf medis, yang sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pasien. Penelitian ini juga mendukung temuan Damayanti dan Kusumawardani (2020), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan yang memadai dapat meningkatkan kepuasan pasien, yang berfungsi sebagai mediator dalam membangun loyalitas dan niat kunjungan ulang.

Perceived Value berpengaruh positif terhadap Revisit Intention

Perceived value terbukti memiliki pengaruh positif terhadap revisit intention, yang mendukung temuan sebelumnya oleh Pighin et al. (2022) yang menyatakan bahwa nilai yang dirasakan pasien terhadap

layanan kesehatan memainkan peran kunci dalam meningkatkan niat mereka untuk kembali ke fasilitas yang sama. Sebagai contoh, jika pasien merasa mereka mendapatkan manfaat yang sebanding dengan biaya atau waktu yang mereka habiskan, mereka cenderung berniat untuk kembali di masa depan. Hal ini sejalan dengan model yang diajukan oleh Pevec dan Pisnik (2016), yang menunjukkan bahwa persepsi nilai yang tinggi adalah faktor penting dalam menciptakan loyalitas pasien.

Patient Satisfaction berpengaruh positif terhadap Revisit Intention

Sebaliknya, hipotesis H4 yang menyatakan bahwa patient satisfaction berpengaruh positif terhadap revisit intention ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun kepuasan pasien penting, tidak selalu langsung mempengaruhi niat mereka untuk kembali, yang bertentangan dengan temuan sebelumnya oleh Mandagi et al. (2024). Hal ini mungkin disebabkan oleh faktor-faktor eksternal lainnya, seperti harga, lokasi, atau ketersediaan fasilitas yang lebih baik di tempat lain, yang dapat mempengaruhi keputusan pasien untuk kembali ke fasilitas kesehatan yang sama, meskipun mereka puas dengan layanan yang diterima.

Service Quality berpengaruh positif terhadap Revisit Intention

Hipotesis H5 yang menguji pengaruh service quality terhadap revisit intention juga ditolak. Meskipun kualitas layanan sangat penting dalam mempengaruhi pengalaman pasien secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan saja tidak cukup untuk menjamin niat kunjungan ulang. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Park et al. (2021), yang menyatakan bahwa meskipun kualitas pelayanan sangat penting, faktor-faktor lain seperti harga, ketersediaan

fasilitas, dan preferensi pribadi pasien juga memainkan peran yang lebih besar dalam menentukan niat mereka untuk kembali.

Service Quality berpengaruh positif terhadap Revisit Intention dengan Perceived Value sebagai variabel mediasi

Hipotesis H6, yang mengusulkan bahwa perceived value berperan sebagai mediator antara service quality dan revisit intention, juga ditolak. Meskipun kualitas layanan dapat meningkatkan nilai yang dirasakan pasien, hasil ini menunjukkan bahwa variabel lain, seperti kepuasan pasien atau faktor emosional lainnya, dapat berperan lebih signifikan dalam mempengaruhi niat kunjungan ulang. Hal ini selaras dengan temuan Hai et al. (2021) yang menunjukkan bahwa selain kualitas layanan, faktor-faktor seperti pengalaman emosional dan hubungan interpersonal dengan staf medis juga dapat mempengaruhi keputusan pasien untuk kembali.

Service Quality berpengaruh positif terhadap Revisit Intention dengan Patient Satisfaction sebagai variabel mediasi

Terakhir, hipotesis H7 yang menyatakan bahwa patient satisfaction berperan sebagai mediator antara service quality dan revisit intention juga ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kepuasan pasien penting, tidak selalu menjadi faktor yang menjembatani hubungan antara kualitas layanan dan niat kunjungan ulang. Rungklin et al. (2023) juga menemukan bahwa faktor-faktor tambahan seperti niat untuk merujuk dan citra rumah sakit dapat memoderasi hubungan antara kepuasan pasien dan niat kunjungan ulang.

Keseluruhan temuan ini memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjungan ulang pasien di fasilitas kesehatan. Hasil-hasil yang ditolak memberikan indikasi bahwa dalam

konteks ini, kualitas layanan dan kepuasan pasien memiliki pengaruh yang signifikan, tetapi tidak sepenuhnya cukup untuk mempengaruhi niat pasien untuk kembali tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin lebih dominan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji penelitian dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (service quality) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai yang dirasakan (perceived value) dan kepuasan pasien (patient satisfaction). Kualitas layanan yang baik terbukti meningkatkan persepsi nilai pasien terhadap layanan yang mereka terima serta meningkatkan tingkat kepuasan mereka terhadap fasilitas kesehatan. Namun, meskipun kualitas layanan berpengaruh positif terhadap nilai yang dirasakan dan kepuasan pasien, pengaruhnya terhadap niat kunjungan ulang (revisit intention) tidak signifikan secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan saja tidak cukup untuk menjamin niat pasien untuk kembali ke fasilitas yang sama. Selain itu, meskipun nilai yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap niat kunjungan ulang, kepuasan pasien tidak berperan sebagai mediator yang signifikan antara kualitas layanan dan niat kunjungan ulang. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor lain, seperti faktor eksternal, pengalaman emosional, atau bahkan citra fasilitas kesehatan, perlu dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan niat pasien untuk kembali ke rumah sakit atau klinik.

DAFTAR PUSTAKA

Almomani, R. Z. Q., Al-Ghdabi, R. R., & Hamdan, K. M. (2020). Patients' satisfaction of health service quality in public hospitals: A PubHosQual analysis. *Management Science*

Letters, 10(8), 1803-1812.

- Ban, J., Kim, H. J., Sheehan, B., & Prideaux, B. (2022). How service quality and perceived value affect behavioral intentions of ecolodge guests: The moderating effect of prior visit. *Journal of Vacation Marketing*, 28(2), 244-257.
- Hai, P. T., Nguyen, T. C., & Thuong, M. T. (2021). Sustainable business development of private hospitals in Vietnam: Determinants of patient satisfaction, patient loyalty and revisit intention. *Problems and Perspectives in Management*, 19(4), 63.
- Karsana, W., & Murhadi, W. R. (2021). Effect of service quality and patient satisfaction on behavioral intention. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 2(1), 25-36.
- Lin, W., & Yin, W. (2022). Impacts of service quality, brand image, and perceived value on outpatient's loyalty to China's private dental clinics with service satisfaction as a mediator. *PloS one*, 17(6), e0269233.
- Mandagi, D. W., Rampen, D. C., Soewignyo, T. I., & Walean, R. H. (2024). Empirical nexus of hospital brand gestalt, patient satisfaction and revisit intention. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 18(2), 215-236.
- Park, S., Kim, H. K., Choi, M., & Lee, M. (2021). Factors affecting revisit intention for medical services at dental clinics. *PloS one*, 16(5), e0250546.
- Pevec, T., & Pisnik, A. (2016). Perceived Value of Health Service—The Conceptual Model. *China-USA Business Review*, 15(2), 80-87.

Pighin, M., Alvarez-Risco, A., Del-Aguila-Arcentales, S., Rojas-Osorio, M., & Yáñez, J. A. (2022). Factors of the Revisit Intention of Patients in the Primary Health Care System in Argentina. *Sustainability*, 14(20), 13021.