



JOURNAL OF Qualitative Health Research
& Case Studies Reports

ISSN 28079094 (Print)

ISSN 28078489 (Online)



INFORMASI ARTIKEL

Received: February, 10, 2026

Revised: February, 26, 2026

Available: February, 26, 2026

at : <https://e-jurnal.iphorr.com/index.php/qlt>

Pengaruh costumer perceived value terhadap kepuasan pasien pada instalasi rawat inap

Anita Sahputri*, Rita Kesumah

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bustanul Ulum Langsa-Aceh

Korespondensi penulis: Anita Sahputri. *Email: anitasahputri283@gmail.com

Abstract

Background: Health is a basic need for every individual, making quality healthcare services crucial. Hospitals, as healthcare providers, are required to deliver services that meet patient expectations. Patient satisfaction is one indicator of hospital service quality and is influenced by customer perceived value, which encompasses patients' assessment of the benefits of the service compared to the costs.

Purpose: To determine the influence of Customer Perceived Value based on the dimensions of professionalism, emotional value, and social value on patient satisfaction in the Class III Inpatient Installation.

Method: This study used an analytical survey method with a cross-sectional approach. The sampling technique used was proportional sampling, with a sample size of 79 respondents.

Results: The study showed that there was a significant relationship between the dimensions of professionalism and patient satisfaction (p value = 0.000; $p < 0.05$), emotional value and patient satisfaction (p value = 0.000; $p < 0.05$), and social value and patient satisfaction (p value = 0.000; $p < 0.05$).

Conclusion: Customer Perceived Value, which encompasses the dimensions of professionalism, emotional value, and social value, significantly influences patient satisfaction.

Keywords: Customer Perceived Value; Hospital; Patient Satisfaction.

Pendahuluan: Kesehatan merupakan kebutuhan dasar setiap individu sehingga pelayanan kesehatan yang berkualitas menjadi hal yang sangat penting. Rumah sakit sebagai penyedia layanan kesehatan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan sesuai harapan pasien. Kepuasan pasien menjadi salah satu indikator kualitas pelayanan rumah sakit dan dipengaruhi oleh *customer perceived value* yang mencakup penilaian pasien terhadap manfaat layanan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

Tujuan: Mengetahui pengaruh Customer Perceived Value berdasarkan dimensi profesionalism, emotional value, dan social value terhadap kepuasan pasien pada Instalasi Rawat Inap Kelas III.

Metode: Penelitian ini menggunakan metode survei analitik dengan pendekatan *cross-sectional*. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara proporsional sampling dengan jumlah sampel sebanyak 79 responden.

Hasil: Terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi profesionalism dengan kepuasan pasien (p value = 0.000; $p < 0.05$), emotional value dengan kepuasan pasien (p value = 0.000; $p < 0.05$), serta social value dengan kepuasan pasien (p value = 0.000; $p < 0.05$).

Simpulan: Customer Perceived Value yang meliputi dimensi profesionalism, emotional value, dan social value berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Kata Kunci: Customer Perceived Value; Kepuasan Pasien; Rumah Sakit.

PENDAHULUAN

Pembangunan kesehatan berangkat dari pandangan bahwa derajat kesehatan merupakan kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi untuk menjamin kesejahteraan dan martabat setiap orang. Berbagai instrumen hak asasi manusia internasional dan kebijakan nasional menegaskan bahwa setiap individu memiliki hak atas akses terhadap pelayanan kesehatan yang memadai, tanpa diskriminasi kondisi sosial, ekonomi, maupun status lainnya (Nunes, 2022). Berdasarkan hal tersebut, pelayanan kesehatan dipandang sebagai kebutuhan sosial sekaligus hak dasar yang wajib dijamin negara melalui sistem pelayanan publik maupun penyelenggara swasta (Prakoso, Sara, & Barthos, 2024). Rumah sakit sebagai salah satu institusi pelayanan kesehatan strategis memegang peran penting dalam penyediaan layanan kuratif, preventif, rehabilitatif, serta pemenuhan hak pasien atas pelayanan yang aman, bermutu, dan dapat diakses (Fatima, Malik, & Shabbir, 2018).

Salah satu indikator utama kualitas pelayanan rumah sakit adalah kepuasan pasien, terutama pada pasien umum yang memanfaatkan fasilitas rawat inap, karena tingkat kepuasan mencerminkan mutu layanan yang diterima dan berpengaruh pada kunjungan ulang serta loyalitas pasien (Asamrew, Endris, & Tadesse, 2020). Kepuasan pasien tidak hanya ditentukan oleh aspek klinis atau layanan medis semata, tetapi juga oleh nilai yang dirasakan (customer perceived value) terhadap seluruh pengalaman pelayanan, termasuk kualitas interaksi, fasilitas, kenyamanan, serta biaya yang harus dikeluarkan (Nguyen, Tran, & Nguyen, 2021).

Customer perceived value dalam konteks rumah sakit dipahami sebagai penilaian subjektif pasien atas kegunaan dan manfaat pelayanan yang diperoleh dibandingkan dengan pengorbanan atau biaya (finansial maupun non-finansial) yang mereka keluarkan (Khan, Baig, & Ahmed, 2025). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap maupun pasien kontrak, dan menjadi salah satu penentu penting dalam membentuk niat untuk kembali dan merekomendasikan rumah sakit kepada orang lain (Paradilla, Nurfitriani, Nur, & Niartiningsih, 2024).

Pemerintah Indonesia di tingkat nasional terus mendorong peningkatan kualitas pelayanan

kesehatan melalui berbagai kebijakan, regulasi, dan penguatan tata kelola sistem kesehatan (Adji, 2024). Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) menjadi instrumen utama untuk memperluas dan pemeratakan akses masyarakat terhadap layanan kesehatan, termasuk pelayanan rawat inap di rumah sakit, serta mengurangi beban biaya langsung terutama bagi kelompok berpenghasilan rendah (Sinaga, Saputri, Putri, & Pangestoeti, 2025).

Implementasi JKN terbukti meningkatkan pemanfaatan layanan rawat jalan dan rawat inap, namun masih menyisakan tantangan berupa kesenjangan kualitas layanan antar fasilitas, antrean panjang, keterbatasan infrastruktur, serta ketimpangan distribusi tenaga kesehatan (Elungan & Tjenreng, 2025). Selain itu, regulasi mutu seperti Permenkes dan kebijakan kelas rawat inap standar (KRIS) diarahkan untuk mengurangi disparitas akses dan kualitas layanan antar kelas perawatan, namun kesiapan sarana, SDM, dan pendanaan rumah sakit masih menjadi hambatan penting (Hakiki, 2025).

Rumah Sakit Umum Cut Meutia Langsa merupakan salah satu rumah sakit rujukan di Kota Langsa yang menyelenggarakan pelayanan rawat inap dan tengah berupaya meningkatkan mutu layanan melalui pemanfaatan sistem informasi manajemen rumah sakit (SIMRS) di instalasi rawat inap. Evaluasi terbaru menunjukkan bahwa pelaksanaan SIMRS di ruang rawat inap masih didominasi penilaian "kurang baik" oleh sebagian besar petugas, yang berpotensi memengaruhi kelancaran administrasi dan pengalaman pasien selama dirawat (Isnaini & Zulkhairi, 2025). Penurunan mutu atau persepsi pelayanan, termasuk aspek kenyamanan ruang rawat inap, sarana prasarana, dan ketanggapan petugas, dalam penelitian di rumah sakit lain terbukti dapat menurunkan minat kunjungan ulang dan pemanfaatan tempat tidur dari tahun ke tahun (Puji, Ismaya, & Ulfa, 2020).

Penurunan kunjungan rawat inap kelas standar atau kelas bawah sering dikaitkan dengan mutu pelayanan yang belum optimal, baik dari sisi bukti langsung (tangibles), empati, maupun keandalan layanan, yang kemudian berpengaruh pada kepuasan dan niat pasien untuk kembali berobat di rumah sakit tersebut (Damayanthie, Ayubi, &

Anita Sahputri*, Rita Kesumah

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bustanul Ulum Langsa-Aceh

Korespondensi penulis: Anita Sahputri. *Email: anitasahputri283@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.56922/quilt.v6i3.2582>

Pengaruh customer perceived value terhadap kepuasan pasien pada instalasi rawat inap

Sulistiadi, 2024). Kondisi ini menjadi peringatan bagi manajemen Rumah Sakit Umum Cut Meutia Langsa untuk memperkuat kualitas pelayanan, terutama di ruang rawat inap, agar rumah sakit tetap menjadi pilihan utama masyarakat dan mampu mempertahankan serta meningkatkan angka kunjungan pasien di semua kelas perawatan.

METODE

Penelitian kuantitatif yang merupakan metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan jenis survey analytic menggunakan pendekatan cross-sectional yang merupakan rancangan penelitian yang melakukan pengukuran dan pengamatan pada saat bersamaan. Lokasi penelitian di Instalasi Rawat Inap Kelas III Ruang Keupula Rumah Sakit Umum Cut Meutia Langsa.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pasien pada instalasi rawat inap kelas III Ruang Keupula di Rumah Sakit Cut Meutia Langsa pada bulan Agustus yaitu sebanyak 370 jiwa. Teknik pengambilan sampel dengan cara accidental sampling yang berjumlah 79 orang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pasien sebagai variabel dependen dan *profesionalism*, *emosional value*, serta *social value* sebagai variabel independen.

Analisis data pada penelitian ini dilakukan secara bertahap yaitu analisis univariat dan analisis bivariat. Analisis univariat dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan tingkat kepuasan, tingkat *profesionalism*, *emosional value*, serta *social value*. Sedangkan analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel menggunakan uji statistik Chi-square.

Anita Sahputri*, Rita Kesumah

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bustanul Ulum Langsa-Aceh
Korespondensi penulis: Anita Sahputri. *Email: anitasahputri283@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.56922/quilt.v6i3.2582>

HASIL**Tabel 1. Karakteristik Responden (N=79)**

Variabel	Hasil
Kepuasan Pasien (n/%)	
Puas	66/83.5
Kurang Puas	13/16.5
Professionalism (n/%)	
Puas	66/83.5
Kurang Puas	13/16.5
Emotional Value (n/%)	
Puas	68/86.1
Kurang Puas	11/13.9
Social Value (n/%)	
Puas	70/88.6
Kurang Puas	9/11.4

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 79 responden, mayoritas pasien menyatakan puas terhadap pelayanan yang diterima. Kepuasan pasien tercatat sebesar 83.5% (66 responden) dengan penilaian terhadap dimensi *professionalism* menunjukkan hasil yang sama yaitu 83.5% responden merasa puas, dimensi *emotional value* tingkat kepuasan responden lebih tinggi dengan 86.1% (68 responden) merasa puas, dan dimensi *social value* diperoleh tingkat kepuasan tertinggi sebanyak 88.6% (70 responden) menyatakan puas.

Tabel 2. Analisis hubungan Professionalism dengan Kepuasan Pasien Kelas III (n=79)

Variabel	Kepuasan Pasien				P-value
	Puas		Kurang Puas		
	n	%	n	%	
Profesionalism					
Puas	64	97.0	2	3.7	0,000
Kurang Puas	2	15.4	11	84.6	
Emotional Value					
Puas	65	95.6	3	4.4	0.000
Kurang Puas	1	91.0	10	90.9	
Social Value					
Puas	64	91.4	6	8.6	
Kurang Puas	2	22.2	7	77.8	

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan uji chi-square, diketahui nilai p-value 0.000 (p-value < 0.05) yang artinya bahwa ada hubungan *Professionalism* dengan Kepuasan Pasien. Selain itu, dari hasil uji statistik menggunakan uji chi-square, diketahui bahwa nilai p-value 0.000 (p-value < 0.05) yang artinya bahwa ada hubungan *Emotional Value* dengan Kepuasan Pasien. Kemudian hasil uji statistik menggunakan uji chi-square,

Anita Sahputri*, Rita Kesumah

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bustanul Ulum Langsa-Aceh

Korespondensi penulis: Anita Sahputri. *Email: anitasahputri283@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.56922/quilt.v6i3.2582>

diketahui bahwa nilai p-value 0.000 ($p\text{-value} < 0.05$) yang artinya bahwa ada hubungan *Social Value* dengan Kepuasan Pasien.

PEMBAHASAN

Profesionalisme dalam konteks pegawai dapat dipahami sebagai kualitas kinerja sekaligus tuntutan perilaku profesional dalam melaksanakan tugas, yang tercermin dari sikap, nilai, dan komitmen untuk bekerja berdasarkan standar tinggi serta kode etik profesi. Profesionalisme menunjukkan derajat penampilan seseorang sebagai tenaga profesional yang tampak dari dedikasi, tanggung jawab, integritas, dan kemampuan menggunakan pengetahuan serta keterampilan secara sistematis, efektif, dan andal dalam berbagai kondisi kerja (Meilana, 2020). Melalui pelayanan publik maupun kesehatan, profesionalisme pegawai menjadi unsur kunci untuk membangun pelayanan yang berkualitas, karena berkaitan dengan kemampuan merencanakan, mengoordinasikan, dan menyelesaikan tugas secara efisien, tepat waktu, serta berorientasi pada kepentingan penerima layanan di atas kepentingan pribadi (Mayasari & Gustinya, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dari aspek professionalism kategori puas, sebesar 97% menyatakan kepuasan pasien. Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai p-value < 0.05 yang artinya ada hubungan antara prospektif dengan kepuasan pasien peserta BPJS PBI.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan beberapa studi yang menegaskan bahwa profesionalisme pegawai/pemberi pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Penelitian di RSUD Padang Panjang menunjukkan bahwa profesionalisme pegawai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, meskipun kontribusinya relatif kecil namun tetap nyata secara statistik (Aprileni, Lanin, & Syamsir, 2020). Penelitian lain pada RS PKU Muhammadiyah Surakarta juga menemukan bahwa semakin tinggi kualitas profesionalisme pemberi pelayanan, semakin kuat tingkat kepuasan pasien yang kemudian mendorong niat berkunjung kembali ke rumah sakit (Kurniawati, Kuswati, & Ichsan, 2025). Sejalan dengan itu, kualitas pelayanan yang baik ditandai kompetensi, sikap ramah, cepat tanggap, serta perilaku etis secara konsisten dilaporkan meningkatkan kepuasan

dan loyalitas pasien di berbagai konteks layanan kesehatan (Saleh, Constance Wah, Ahmed, Rasul Zaka, & Muhammad Hanif, 2025).

Nilai emosional (*emotional value*) dapat dipahami sebagai manfaat atau kegunaan yang muncul dari perasaan senang, puas, dan emosi positif yang dialami konsumen selama proses penggunaan atau konsumsi suatu produk atau jasa (Agarwal, 2023). Nilai ini terwujud dalam bentuk kepuasan emosional, kesenangan, rasa senang, maupun kenikmatan yang menyertai pengalaman konsumsi, bukan semata-mata dari fungsi utilitarian produk (Carmo, Marques, & Dias, 2022). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa emosi positif yang timbul saat konsumsi seperti perasaan senang, nyaman, terhibur, atau bangga akan meningkatkan persepsi nilai, kualitas produk, serta niat untuk membeli dan loyalitas konsumen (Afifah, 2025).

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dari aspek emotional value kategori puas, sebesar 95.6% menyatakan kepuasan pasien. Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai p-value < 0.05 yang artinya ada hubungan antara Emotional Value dengan Kepuasan Pasien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa emotional value berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction pada pelanggan Restoran Saoenk Kito Jambi yang dibuktikan melalui uji t dengan nilai thitung 3.538 lebih besar dari tabel 1.985 dan nilai signifikansi 0.001 (< 0.05) (Angraini, Putri, & Nailis, 2024). Temuan tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi nilai emosional yang dirasakan pelanggan berupa perasaan positif setelah merasakan ketertarikan terhadap lokasi, suasana, dan produk yang ditawarkan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Penelitian lain dalam konteks produk hemat energi juga menemukan bahwa emotional value berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, yang kemudian mendorong niat perilaku positif seperti word-of-mouth (Luo, Li, & Sun, 2022).

Nilai sosial (*social value*) dapat dipahami sebagai utilitas yang berasal dari kemampuan suatu produk atau merek untuk meningkatkan konsep diri sosial konsumen, yaitu bagaimana konsumsi produk tersebut membantu individu membangun citra, status, atau identitas sosialnya di hadapan orang lain. Nilai sosial muncul ketika konsumen merasa

Anita Sahputri*, Rita Kesumah

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bustanul Ulum Langsa-Aceh

Korespondensi penulis: Anita Sahputri. *Email: anitasahputri283@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.56922/quilt.v6i3.2582>

Pengaruh customer perceived value terhadap kepuasan pasien pada instalasi rawat inap

bahwa dengan menggunakan produk tertentu ia lebih diterima, dihargai, atau dipandang bergengsi dalam kelompok sosialnya, sehingga konsumsi menjadi sarana ekspresi identitas dan keanggotaan kelompok, bukan sekadar pemenuhan kebutuhan fungsional (García-Salirrosas, Escobar-Farfán, Esponda-Perez, Millones-Liza, Villar-Guevara, Haro-Zea, & Gallardo-Canales, 2024).

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dari aspek Social Value kategori puas, sebesar 91.4% menyatakan kepuasan pasien. Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai p -value $< 0,05$ yang artinya ada hubungan antara Social Value dengan Kepuasan Pasien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lainnya pada Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Kota Makassar yang menemukan bahwa tingkat kepuasan pasien sebesar 47.5% dengan variabel customer perceived value berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai signifikansi 0.001 (< 0.05) dan kontribusi sebesar 43.6% (Paradilla et al., 2024). Secara lebih rinci, dimensi-dimensi customer perceived value yang diuji—installation, professionalism, quality, emotional value, dan social value—seluruhnya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, dengan nilai signifikansi masing-masing 0.001 untuk installation, professionalism, quality, dan emotional value, serta 0.007 untuk social value (< 0.05). Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik nilai yang dirasakan pasien terkait aspek installation (fasilitas dan kenyamanan ruang rawat), kualitas layanan, profesionalisme tenaga kesehatan, serta nilai emosional dan sosial yang muncul selama proses perawatan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pasien yang terbentuk.

SIMPULAN

Customer perceived value yang meliputi dimensi *professionalism*, *emotional value*, dan *social value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien yang dibuktikan dengan nilai p value sebesar 0.000 ($p < 0.05$) pada seluruh variabel. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik profesionalisme tenaga kesehatan, nilai emosional yang dirasakan pasien, serta nilai sosial yang terbentuk, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan rumah sakit. Sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan

penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pasien, menggunakan desain penelitian yang berbeda seperti longitudinal, serta memperluas jumlah dan karakteristik sampel agar hasil penelitian lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, A. S. (2024). Analysis of Ministry of Health Regulation No. 30 of 2022 on Hospital Service Quality In Indonesia. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(3), 310–318.
- Afifah, A. F. (2025). The Effect of Utilitarian Value and Hedonic Value on Emotional Pleasure and Purchase Intention: Mediated by Flow Experience on TikTok Shop. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(47s), 503–517.
- Agarwal, P. (2023). Role of Consumption Emotions on "Customer Satisfaction": An Empirical Stud. *Psychology and Education*, 55(1).
- Angraini, T. Y., Putri, Y. H., & Nailis, W. (2024). Pengaruh Emotional Value terhadap Customer Satisfaction Studi Kasus pada Pelanggan: Restoran Saoenk Kito Jambi. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 3747–3763.
- Aprileni, S., Lanin, D., & Syamsir, S. (2020). Effect of Employee Professionalism and Organization Equity on Patient Satisfaction in Regional General Hospital Padang, Panjang City. *Proceedings of the International Conference on Public Administration, Policy and Governance (ICPAPG 2019)*.
- Asamrew, N., Endris, A. A., & Tadesse, M. (2020). Level of Patient Satisfaction with Inpatient Services and Its Determinants: A Study of a Specialized Hospital in Ethiopia. *Journal of Environmental and Public Health*, 2020, 1–12.
- Carmo, I. S. D., Marques, S., & Dias, Á. (2022). The Influence of Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Promotion Management*, 28(7), 994–1018.

Anita Sahputri*, Rita Kesumah

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bustanul Ulum Langsa-Aceh

Korespondensi penulis: Anita Sahputri. *Email: anitasahputri283@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.56922/quilt.v6i3.2582>

Pengaruh customer perceived value terhadap kepuasan pasien pada instalasi rawat inap

- Damayanthie, N., Ayubi, D., & Sulistiadi, W. (2024). The Relationship between Service Quality, Satisfaction and Image on Revisit Intentions in Standard Inpatient Class Patients at Rumah Sakit Umum Pusat Surakarta. *International Journal of Research and Review*, 11(1), 85–98
- Elungan, A. N. F., & Tjenreng, M. B. Z. (2025). Government Policy in Health Services: Kebijakan Pemerintah dalam Pelayanan Kesehatan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(1), 170–177.
- Fatima, T., Malik, S. A., & Shabbir, A. (2018). Hospital Healthcare Service Quality, Patient Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35(6), 1195–1214.
- García-Salirrosas, E. E., Escobar-Farfán, M., Esponda-Perez, J. A., Millones-Liza, D. Y., Villar-Guevara, M., Haro-Zea, K. L., & Gallardo-Canales, R. (2024). The Impact of Perceived Value on Brand Image and Loyalty: a Study of Healthy Food Brands in Emerging Markets. *Frontiers in Nutrition*, 11.
- Hakiki, B. A. (2025). Analysis of the Review of the Standard Inpatient Class Policy (KRIS) as a Replacement for the BPJS Health Class System in Improving Health Service Equity Based on Presidential Regulation Number 59 of 2024. *International Journal of Social Welfare and Family Law*, 2(1), 33–46.
- Isnaini, N., & Zulkhairi, Z. (2025). Evaluasi SIM-RS menggunakan Metode TAM (Technology Acceptance Model) di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Umum Cut Meutia Kota Langsa Tahun 2025. *Jurnal Ilmu Kedokteran Dan Kesehatan Indonesia*, 5(3), 521–530.
- Khan, M. S., Baig, M. K., & Ahmed, M. S. S. (2025). Service Quality and Cost of Care as Preferred Strategies for Patient Satisfaction and Loyalty: The Mediating Role of Brand Image and Perceived Value in Healthcare Services. *Open Access Public Health and Health Administration Review*, 4(1), 159–176.
- Kurniawati, N., Kuswati, R., & Ichsan, B. (2025). Peran Kepuasan Pasien dalam Memediasi Pengaruh Profesionalisme Pemberi Pelayanan terhadap Niat Berkunjung Kembali pada RS PKU Muhammadiyah Surakarta. *Journal of Management and Digital Business*, 5(1), 215–229.
- Luo, B., Li, L., & Sun, Y. (2022). Understanding the Influence of Consumers' Perceived Value on Energy-Saving Products Purchase Intention. *Frontiers in Psychology*, 12.
- Mayasari, D., & Gustinya, D. (2021). The Influence of Professionalism and Work Ethics of Employees on the Quality of Health Services. *The Social Perspective Journal*, 1(1), 1–18.
- Meilana, S. F. (2020). Development Professionalism Strategy In Lecturers Improve The Competitiveness Of The Nation Through The Development Of Science And Technology. *ADI Journal on Recent Innovation (AJRI)*, 2(1September), 222–226.
- Nguyen, N. X., Tran, K., & Nguyen, T. A. (2021). Impact of Service Quality on In-Patients' Satisfaction, Perceived Value, and Customer Loyalty: A Mixed-Methods Study from a Developing Country. *Patient Preference and Adherence*, Volume 15, 2523–2538.
- Nunes, R. (2022). *Healthcare as a Universal Human Right*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003241065>
- Paradilla, M., Nurfitriani, N., Nur, N. H., & Niartiningsih, A. (2024). Analisis Pengaruh Customer Perceived Value terhadap Kepuasan Pasien Umum pada Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Kota Makassar. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 3(1), 125–131.
- Prakoso, A. D., Sara, R., & Barthos, M. (2024). Government Legal Responsibility from a Human Rights Perspective in the Health Sector. *Jurnal Hukum Indonesia*, 3(2), 67–75.

Anita Sahputri*, Rita Kesumah

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bustanul Ulum Langsa-Aceh

Korespondensi penulis: Anita Sahputri. *Email: anitasahputri283@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.56922/quilt.v6i3.2582>

Pengaruh customer perceived value terhadap kepuasan pasien pada instalasi rawat inap

- Puji, L. K. R., Ismaya, N. A., & Ulfa, U. (2020). Hubungan Mutu Pelayanan Dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Inap RS Bhineka Bakti Husada. *Edu Masda Journal*, 4(2), 167.
- Saleh, F., Constance Wah, N., Ahmed, E., Rasul Zaka, F., & Muhammad Hanif, H. (2025). How Human Resource Practices Affect Patient Satisfaction Through Paramedical Staff Behavior: A Study on Public and Private Sector Hospitals in Punjab, Pakistan. *Journal of Asian Development Studies*, 14(1), 1334–1350.
- Sinaga, L. S. B., Saputri, K. D., Putri, J., & Pangestoeti, W. (2025). Efektivitas Program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) bagi Warga Miskin. *Kajian Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 358–364.

Anita Sahputri*, Rita Kesumah

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Bustanul Ulum Langsa-Aceh
Korespondensi penulis: Anita Sahputri. *Email: anitasahputri283@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.56922/quilt.v6i3.2582>