
GAMBARAN TINGKAT KEPUASAN PASIEN TERHADAP *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* ATAS KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN DI RUANG RAWAT INAP RUMAH SAKIT UMUM DAERAH MAJALENGKA

Muhammad Daffa Alfarisi
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
muhamad.117231054@stu.untar.ac.id

Cokki
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
cokki@fe.untar.ac.id (*corresponding author*)

Masuk: 25-10-2024, revisi: 28-12-2024, diterima untuk diterbitkan: 06-01-2025

Abstract: This research was conducted to determine the influence between CRM and the quality of health services on patient satisfaction in the inpatient unit of Majalengka Regional Hospital. This research is quantitative research using a questionnaire. The research results are explained using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The research results show that Customer Relationship Management (CRM) has a positive and insignificant effect on the level of patient satisfaction in the inpatient room at Majalengka Regional Hospital. Meanwhile, the quality of health services has a significant positive influence on patient satisfaction. These findings indicate that hospitals need to improve CRM implementation, especially in the technology and communication aspects. Hospitals are advised to continue to concentrate and ensure that each staff carries out their role optimally.

Keywords: Customer Relationship Management, Service Quality, Patient Satisfaction, Hospitals

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh antara CRM dan kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien di unit rawat inap RSUD Majalengka. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner. Hasil penelitian dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap tingkat kepuasan pasien di ruang rawat inap RSUD Majalengka. Sementara itu, kualitas pelayanan kesehatan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Temuan ini menunjukkan bahwa rumah sakit perlu memperbaiki implementasi CRM, terutama dalam aspek teknologi dan komunikasi. Rumah sakit disarankan untuk terus memantau dan memastikan bahwa setiap staf menjalankan peran mereka secara optimal.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien, Rumah Sakit

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia memiliki jumlah penduduk sebanyak 278,69 juta jiwa, dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia (Badan Pusat Statistik, 2023). Jumlah penduduk yang besar tersebut dapat menyediakan pasar bagi para pelaku industri, termasuk industri di bidang kesehatan. Salah satu kebutuhan utama penduduk suatu negara adalah rumah sakit yang menyediakan fasilitas pelayanan kesehatan (Hammad & Ramie, 2022). Masyarakat modern saat ini membutuhkan mutu pelayanan rumah sakit yang lebih baik seiring meningkatnya perekonomian dan derajat kesehatan masyarakat. Sekitar 2 juta WNI memilih berobat keluar negeri disebabkan Indonesia belum memiliki industri kesehatan yang baik. Pengeluaran orang

Indonesia untuk berobat di Singapura dan Malaysia mencapai 3-5 miliar dollar AS. Faktor penyebab WNI memilih berobat di luar negeri, antara lain biaya relatif terjangkau, *One day Care*, kecanggihan teknologi, kualitas pelayanan yang baik, dokter komunikatif, akses terjangkau, objek wisata menarik, dan tersedianya layanan informasi (Intama & Sulistiadi, 2022).

Meskipun demikian, rumah sakit di Indonesia telah berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Jumlah rumah sakit yang dikelola pemerintah di Indonesia meningkat secara signifikan dari 1.951 menjadi 2.344 pada tahun 2019, menurut data jumlah rumah sakit di negara ini dari tahun 2015 hingga 2019. Sementara itu, terdapat 537 lebih sedikit rumah sakit swasta pada tahun 2019 dibandingkan pada tahun 2018. Rumah sakit sebagai penyedia layanan kesehatan, harus terus berupaya meningkatkan standar pelayanan karena, jika pasien merasa pelayanan yang diterimanya tidak memadai, mereka dapat memilih untuk berobat ke rumah sakit lain, yang mungkin lebih menguntungkan mengingat semakin banyaknya fasilitas kesehatan. Kualitas layanan merupakan komponen penting keberhasilan perusahaan karena mudah terlihat oleh pelanggan. Pelayanan berkualitas tinggi diperlukan bagi profesional kesehatan untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan pasien (Darzi et al., 2023). Metrik yang berguna untuk menilai kualitas layanan kesehatan adalah kepuasan pelanggan (Komari & Djafar, 2021). Oleh karena itu, jika rumah sakit memberikan pelayanan yang berkualitas, pasiennya akan senang. Tingkat pelayanan yang diberikan di rumah sakit berkorelasi dengan kepuasan pasien. Dengan memahami tingkat kepuasan pasien, manajemen rumah sakit dapat mempelajari dan melakukan peningkatan kualitas pelayanan (Nurhasma et al., 2021).

Loyalitas pasien terhadap rumah sakit sebagian besar tergantung pada kualitas pelayanan yang memuaskan. Rumah Sakit dapat mencapai hal ini dengan memanfaatkan manajemen hubungan pelanggan, yang merupakan strategi yang penting. Manajemen hubungan pelanggan atau *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan peralihan strategi perusahaan dari yang berfokus pada produk menjadi yang berfokus pada pelanggan (Ferrer-Estévez & Chalmeta, 2023). Kotler dan Keller (2007) menyatakan penerapan CRM jangka panjang sangat penting bagi bisnis karena dapat membina hubungan yang saling menguntungkan antara penyedia layanan dan klien, dalam hal ini rumah sakit dan pasien (Kotler & Keller, 2007). Rumah sakit yang menggunakan CRM mampu mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Saat menerapkan CRM, rumah sakit termasuk kepala manajer rumah sakit harus memprioritaskan proses dan sumber daya manusia untuk memberikan layanan terbaik (Ferianda et al., 2022).

Rumah Sakit Umum Daerah Majalengka merupakan salah satu rumah sakit yang berada di Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan hasil studi pendahuluan, pasien dapat menyampaikan kritik atau saran atas pelayanan kesehatan yang telah diterima baik secara eksternal maupun internal rumah sakit. Selain itu, pihak rumah sakit menyatakan selalu melihat ulasan dari *Google review* dan aplikasi mobile JKN di mana pasien dapat menyampaikan bintang dan ulasan yang dapat disampaikan oleh pasien ke rumah sakit. Dari data rekapitulasi saran dan kritik, pasien lebih banyak menyampaikan keluhan mengenai unsur pelayanan dibanding dengan fasilitas rumah sakit, misalnya petugas yang kurang ramah, cepat, dan tanggap dalam memberikan pelayanan. Setelah itu, berdasarkan observasi yang dilakukan dengan menggunakan data laporan survei kepuasan pelanggan eksternal yang dilaksanakan RSUD Majalengka pada bulan Agustus hingga Oktober 2023, nilai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) meningkat dari 80,73 pada tahun 2022 menjadi 81,56 pada tahun 2023, sehingga menempatkannya pada kategori baik (B). Berdasarkan hasil studi pendahuluan tersebut, pihak rumah sakit harus melakukan perbaikan pelayanan dan memperbaiki hubungan dengan pasien sehingga keluhan-keluhan tidak terulang kembali dan indeks kepuasan masyarakat dapat meningkat.

Pada penelitian terkait *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan pasien yang dilakukan oleh Abekah-Nkrumah (2020), ditemukan bahwa CRM berkorelasi positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (Abekah-Nkrumah et al., 2020). Sementara itu, penelitian

oleh Mahfudhoh dan Muslimin (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kota Cilegon (Mahfudhoh & Muslimin, 2020). Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Ronaldi et al. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan di RSUD Pariaman berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pasien (Ronaldi et al., 2022). Hal ini menyebabkan terdapat kesenjangan penelitian yang telah dilakukan di lapangan. Oleh karena itu, untuk menjawab pertanyaan apakah CRM dan kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pasien, peneliti hendak melaksanakan penelitian yang berjudul “Gambaran Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap *Customer Relationship Management* Atas Kualitas Pelayanan Kesehatan di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Majalengka”.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara CRM dan kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien di unit rawat inap RSUD Majalengka.

TINJAUAN PUSTAKA

Customer Relationship Management

Manajemen hubungan pelanggan (CRM) adalah strategi mendasar perusahaan yang menggabungkan operasi dan aktivitas internal dengan seluruh jaringan eksternal untuk menghasilkan dan mewujudkan nilai bagi pelanggan sasaran dengan cara yang menguntungkan. CRM adalah proses menggunakan data atau keahlian terkait pelanggan untuk menawarkan barang atau jasa terkait kepada klien. *Customer Relationship Management* (CRM), bertujuan untuk memahami, meramalkan, dan mengelola masa depan organisasi dan kebutuhan pelanggan potensial saat ini mempertahankan hubungan pelanggan yang positif dengan mengakui kekurangan perusahaan dan meningkatkan layanan akan meningkatkan loyalitas klien (Faizah et al., 2020). Terdapat beberapa manfaat CRM yaitu mempromosikan loyalitas pelanggan, mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan *time to market* (Soraya & Sazali, 2023). Indikator *customer relationship management* menurut meliputi teknologi (*technology*), manusia (*people*), proses (*process*), dan pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) (Rahmawati et al., 2019).

Kualitas Pelayanan Kesehatan

Kualitas pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang memengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan. Kualitas pelayanan adalah sebuah totalitas dari karakteristik suatu produk (barang dan atau jasa) yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan (Gaspersz, 2002). Dalam hal pelayanan kesehatan, tingkat keunggulan dalam memenuhi kebutuhan pasien dan pelanggan yang ditawarkan oleh dokter, paramedis, dan penunjang medis dapat dianggap sebagai kualitas pelayanan (Setianingsih & Susanti, 2021). Indikator kualitas pelayanan yaitu keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), kepercayaan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan tampilan fisik pelayanan/keberwujudan (*tangible*) (Tulaisyah et al., 2022).

Kepuasan Pasien

Kotler dan Keller mendefinisikan kepuasan sebagai emosi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai konsekuensi dari kontrasnya harapan mereka dengan kinerja atau hasil produk yang dirasakan. Pelanggan yang senang dengan penawaran suatu bisnis akan bertahan dan melakukan lebih banyak pembelian ketika perusahaan tersebut merilis barang atau jasa baru (Kotler & Keller, 2007). Menurut Nursalam dalam Tulaisyah (2022), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pasien yaitu kualitas barang atau jasa, harga, emosional, kinerja, karakteristik produk, pelayanan, lokasi, fasilitas, dan komunikasi. Indikator untuk

mengukur kepuasan pelanggan menurut Indrasari (2019) dalam Masili et al. (2022) antara lain kesesuaian dengan harapan, niat untuk kembali, dan kesediaan untuk merekomendasikan (Masili et al., 2022).

Kaitan antar Variabel

Kaitan antara *Customer Relationship Management* (CRM) dengan Tingkat Kepuasan Pasien

Penerapan CRM dengan baik dapat meningkatkan kepuasan pasien. Hal ini berkaitan dengan hubungan rumah sakit dengan pasiennya. Kepuasan pasien meningkat seiring dengan kualitas interaksi antara pasien dan fasilitas. Menurut penelitian Mauliddina dan Marwati (2020), kepuasan pasien di RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta dipengaruhi secara signifikan oleh CRM pada bidang *people*, *process*, dan *technology*. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien meningkat seiring dengan kualitas interaksi antara RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta dengan pasiennya (Mauliddina & Marwati, 2020). Hasil penelitian oleh Abekah-Nkrumah (2020) juga menyatakan bahwa CRM berkorelasi positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (Abekah-Nkrumah et al., 2020). Kemudian penelitian oleh Mahfudhoh dan Muslimin (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di RSUD Kota Cilegon.

Kaitan antara Kualitas Pelayanan Kesehatan dengan Tingkat Kepuasan Pasien

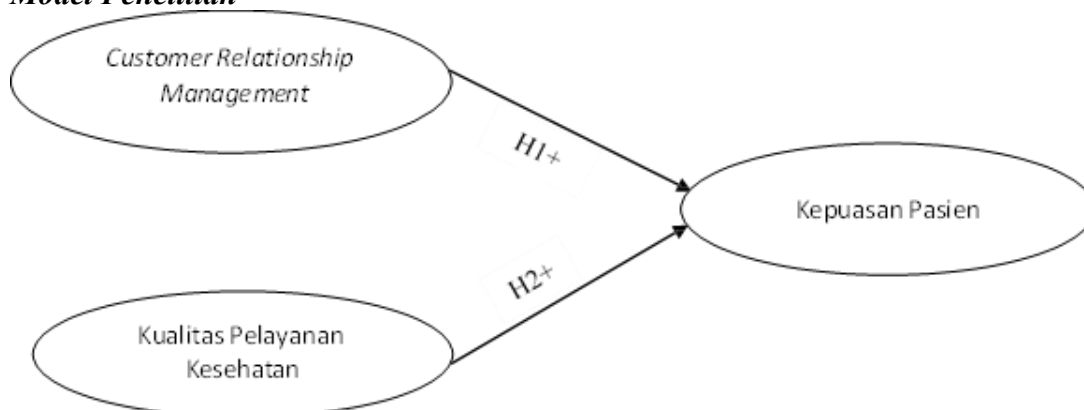
Kepuasan pasien terhadap pelayanan dokter (medis), perawat (paramedis), fasilitas penunjang rumah sakit (medis), dan administrasi dapat dipengaruhi oleh aspek kualitas pelayanan seperti bukti nyata, ketergantungan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kepuasan pasien meningkat seiring dengan kualitas layanan kesehatan yang ditawarkan rumah sakit. Hal ini sesuai dengan penelitian Kosnan (2019) yang menunjukkan bahwa kepuasan pasien dipengaruhi oleh karakteristik konkrit, dapat diandalkan, responsif, yakin, dan empatik (Kosnan, 2019). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kosnan (2019), El Garem *et al.* (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan di rumah sakit swasta di Mesir pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai β 0,368 dan *p-value* 0,000 (El Garem et al., 2023). Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Ronaldi et al. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan di RSUD Pariaman berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pasien (Ronaldi et al., 2022).

Hipotesis

H1: *Customer Relationship Management* memiliki pengaruh yang positif terhadap tingkat kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Majalengka.

H2: Kualitas pelayanan kesehatan memiliki pengaruh yang positif terhadap tingkatkepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Majalengka.

Gambar 1
Model Penelitian



METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di RSUD Majalengka yang beralamat di Jl. Kesehatan No.77 Majalengka Majalengka, Jawa Barat. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner berisikan tiga variabel yaitu CRM, kualitas pelayanan, dan kepuasan pasien. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Responden penelitian ini yaitu pasien rawat inap RSUD Majalengka. Data hasil penelitian dianalisis menggunakan metode PLS - SEM dengan *software* dari *SmartPLS*. Terdapat dua tahapan kelompok dalam menganalisis PLS-SEM, yaitu analisis model pengukuran (*outer model*) dan analisis model struktural (*inner model*). Analisis *outer model* terdiri atas validitas konvergen, validitas diskriminan, dan uji reliabilitas. Sementara itu, analisis inner model terdiri atas uji multikolinearitas, koefisien determinasi (R^2), dan *Predictive Relevance* (Q^2). Kemudian pengujian hipotesis dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Pada pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk α 5% nilai t-statistik yang digunakan yaitu 1,96.

Pengukuran Variabel Penelitian

Tabel 1

Operasionalisasi Variabel CRM

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Sumber
Customer Relationship Management	People (manusia)	Tenaga administrasi RSUD Majalengka melayani dengan profesional	CRM1	Goranda et al., (2021); Mauliddina & Marwati, (2020); Rahimi, (2017)
		Tenaga medis RSUD Majalengka melayani dengan profesional	CRM2	
		Tenaga medis RSUD Majalengka melayani dengan ramah	CRM3	
		Tenaga administrasi RSUD Majalengka menjaga hubungan yang baik dengan pasien dan keluarga pasien	CRM4	
		Tenaga medis RSUD Majalengka menjaga hubungan yang baik dengan pasien dan keluarga pasien	CRM5	
	Process (proses)	Pendaftaran layanan pasien RSUD Majalengka mudah	CRM6	
		Transaksi di RSUD Majalengka mudah	CRM7	
		RSUD Majalengka berhubungan secara berkelanjutan dengan pasien	CRM8	
		Pihak manajemen RSUD Majalengka menerima kritik dan saran dari pasien	CRM9	
		RSUD Majalengka menghindari hubungan yang tidak menguntungkan dengan menggali informasi pasien	CRM10	
	Technology (teknologi)	RSUD Majalengka menyediakan aplikasi atau website untuk pendaftaran secara daring	CRM11	
		Saya mudah mendapatkan informasi mengenai RSUD Majalengka melalui media elektronik	CRM12	
		RSUD Majalengka mengembangkan manajemen hubungan pelanggan secara daring	CRM13	
		RSUD Majalengka mengembangkan saluran komunikasi untuk terhubung dengan saya (website, media sosial, sms, call center, dll)	CRM14	
		RSUD Majalengka menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan saya melalui saluran komunikasi (website, media sosial, sms, call center, dll)	CRM15	
	Knowledge and insight (Pengetahuan dan pemahaman)	Tenaga administrasi RSUD Majalengka mengetahui semua jenis layanan yang tersedia di rumah sakit	CRM16	
		RSUD Majalengka melakukan komunikasi dua arah dengan pasien	CRM17	

	RSUD Majalengka menggunakan sistem informasi riwayat kesehatan pasien	CRM18
	RSUD Majalengka melibatkan pasien dan/keluarga pasien dalam pengambilan keputusan tindakan medis	CRM19
	RSUD Majalengka mampu menjawab semua pertanyaan pasien dan/keluarga pasien	CRM20

Tabel 1 diatas menjelaskan mengenai indikator yang ada pada variabel *Customer Relation Management* (CRM). Indikator tersebut merupakan indikator yang digunakan sebagai pedoman untuk menyusun pernyataan dalam kuesioner yang dibuat oleh penulis. Hasil dari kuesioner yang diolah akan menghasilkan seberapa berpengaruhnya CRM terhadap kepuasan pasien sebuah rumah sakit.

Tabel 2
Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan Rawat Inap

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Sumber
Kualitas Pelayanan	Reliability	Tenaga medis RSUD Majalengka mampu menegakkan diagnosis secara akurat	SQ1	Parasuraman et al., (1988); Setyawan et al., (2019)
		Ketika saya mengalami permasalahan, tenaga medis RSUD Majalengka menguatkan saya	SQ2	
		Saya diperiksa oleh tenaga medis RSUD Majalengka sesuai waktu yang tertera ± 15 menit dari jadwal yang ditentukan	SQ3	
		Saya diberikan penjelasan mengenai prosedur perawatan yang dijalani	SQ4	
		Saya membayar dengan biaya yang masuk akal	SQ5	
	Assurance	Saya diperiksa oleh tenaga medis RSUD Majalengka dengan cermat	SQ6	
		Saya diperiksa oleh tenaga medis RSUD Majalengka secara menyeluruh	SQ7	
		Tenaga medis RSUD Majalengka tidak membedakan pasien	SQ8	
		Saya merasa aman ketika diperiksa oleh dokter RSUD Majalengka	SQ9	
		Saya mendapatkan perlindungan privasi pasien dari RSUD Majalengka	SQ10	
	Tangible	Penampilan tenaga medis RSUD Majalengka terkesan meyakinkan	SQ11	
		Saya diperiksa dengan alat pemeriksaan dalam kondisinya yang baik	SQ12	
		Saya mendapatkan fasilitas peralatan kesehatan yang modern	SQ13	
		Tenaga medis RSUD Majalengka menggunakan atribut tertentu yang mudah diketahui dan dibaca	SQ14	
		Ruangan rawat inap yang saya tempati nyaman	SQ15	
	Responsiveness	Tenaga medis RSUD Majalengka merespons keluhan saya dengan cepat	SQ16	
		Saya memahami penjelasan hasil pemeriksaan oleh tenaga medis RSUD Majalengka	SQ17	
		Saya diberikan edukasi oleh tenaga medis RSUD Majalengka secara efisien	SQ18	
		Tenaga medis RSUD Majalengka selalu siap dipanggil	SQ19	
		Tenaga medis RSUD Majalengka selalu membantu saya	SQ20	
Emphaty	Tenaga medis RSUD Majalengka memberikan perhatian kepada semua pasien	SQ21		
	Tenaga medis RSUD Majalengka menanyakan semua keluhan saya	SQ22		
	Tenaga medis RSUD Majalengka bersabar dalam	SQ23		

	menangani keluhan saya	
	Tenaga medis dapat bergaul dengan baik selama saya dirawat di RSUD Majalengka	SQ24
	RSUD Majalengka selalu mengutamakan kepentingan pasien	SQ25

Tabel 2 diatas menjelaskan mengenai indikator yang ada pada variabel kualitas layanan rawat inap. Indikator tersebut merupakan indikator yang digunakan sebagai pedoman untuk menyusun pernyataan dalam kuesioner yang dibuat oleh penulis yang hasilnya akan menyatakan seberapa berpengaruhnya kualitas layanan terhadap kepuasan pasien.

Tabel 3
Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pasien

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Sumber
Kepuasan pasien	Kesesuaian dengan harapan	Saya selalu sembuh ketika berobat di RSUD Majalengka	PS1	Angelica & Demiyati, (2023); Tjiptono & Chandra, (2012); Wahyu, (2018)
		Saya memperoleh pelayanan kesehatan yang sesuai atau melebihi harapan di RSUD Majalengka	PS2	
		Saya mendapat fasilitas kesehatan yang sesuai dengan harapan di RSUD Majalengka	PS3	
		Saya merasa puas karena pelayanan petugas RSUD Majalengka yang sangat membantu	PS4	
		Saya merasa puas dengan kinerja tenaga medis RSUD Majalengka	PS5	
	Minat berkunjung kembali	Saya berminat mengunjungi kembali karena pelayanan yang diberikan RSUD Majalengka memuaskan	PS6	
		Saya berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mendapatkan layanan kesehatan di RSUD Majalengka	PS7	
		Saya berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan RSUD Majalengka memadai	PS8	
		Saya berminat untuk berkunjung kembali karena biaya perawatan yang masuk akal	PS9	
		Saya berniat untuk mengunjungi kembali karena RSUD Majalengka dekat dari tempat tinggal	PS10	
	Merekomendasikan	Saya menceritakan hal positif pelayanan RSUD Majalengka kepada orang lain	PS11	
		Saya menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan jasa RSUD Majalengka karena pelayanan yang diberikan memuaskan	PS12	
		Saya merekomendasikan kepada orang lain karena manfaat yang diperoleh setelah berobat di RSUD Majalengka	PS13	
		Saya merekomendasikan RSUD Majalengka kepada orang lain karena alat kesehatan yang digunakan modern	PS14	
		Saya membujuk orang lain untuk menggunakan jasa RSUD Majalengka	PS15	

Tabel 3 diatas menjelaskan mengenai indikator yang ada pada variabel Kepuasan pasien. Indikator tersebut merupakan indikator yang digunakan sebagai pedoman untuk menyusun pernyataan dalam kuesioner yang dibuat oleh penulis. Hasil dari kuesioner akan menjadi bahan untuk diolah yang hasilnya akan menerangkan mengenai kepuasan pasien yang dapat dipengaruhi beberapa faktor yang akan dibahas pada penelitian ini. Faktor tersebut merupakan variabel *Customer Relation Management (CRM)*, dan Kualitas Layanan yang akan memengaruhi variabel kepuasan pasien.

HASIL DAN KESIMPULAN

Responden dalam penelitian ini mayoritas perempuan 54% (54 orang), dengan rentang usia 36-45 tahun (50%), pendapatan per bulan di bawah Rp 5.000.000 (89%), dengan pendidikan terakhir SD-SMA (50%) yang paling mendominasi penelitian ini. Pelayanan yang diterima pada penelitian ini sebanyak 36% responden (36 orang) melaporkan telah menggunakan layanan kesehatan di RSUD Majalengka lebih dari tiga kali. Peneliti melakukan uji *outer model* untuk melihat validitas dan reliabilitas. Pertama peneliti melakukan analisis validitas konvergen yang dilihat dari nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE) dan validitas diskriminan yang dilihat dari nilai *Heteroit-Monotrait Ratio* (HTMT). Hasil analisis validitas konvergen (Tabel 4) menunjukkan nilai *outer loading factor* > 0,7 sehingga seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid serta nilai AVE (Tabel 5) lebih dari 0.50 (>0.50), yang menunjukkan bahwa di dalam penelitian ini semua variabel yang digunakan baik. Hasil dari analisis validitas diskriminan menunjukkan hasil nilai HTMT (Tabel 6) sudah kurang dari lebih rendah dari 0.85 menunjukkan adanya diskriminan validitas yang memadai, artinya konstruk-konstruk yang diukur memang berbeda satu sama lain. Setelah itu, peneliti melakukan analisis reliabilitas, dilihat dari nilai *loading factor* untuk menentukan reliabilitas indikator dan dari nilai *composite reliability* untuk menentukan reliabilitas konsistensi internal. Hasil analisis reliabilitas indikator (Tabel 7), menunjukkan nilai *composite reliability* ≥ 0.7, yang memiliki arti bahwa kuesioner yang digunakan sebagai alat penelitian ini telah andal atau konsisten.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Konvergen, Reliabilitas Indikator, Reliabilitas Konsistensi Internal

Variabel	Dimensi	Indikator	Outer Loadings
Customer Relationship Management	People	CRM01	0,868
		CRM02	0,901
		CRM03	0,870
		CRM04	0,896
		CRM05	0,903
	Process	CRM06	0,873
		CRM07	0,924
		CRM08	0,869
		CRM09	0,850
		CRM10	0,896
	Technology	CRM12	0,929
		CRM13	0,936
		CRM14	0,941
		CRM15	0,860
		Patient Satisfaction	Knowledge and Insight
CRM17	0,850		
CRM19	0,868		
CRM20	0,734		
Conformity to expectations	PS01		0,886
	PS02		0,834
	PS03		0,839
	PS04		0,839
	PS05		0,786
Return visit interest	PS06		0,927
	PS07		0,863
	PS08		0,840
	PS09		0,825
	PS10		0,807
Recommend	PS11	0,870	
	PS12	0,900	
	PS13	0,917	
	PS14	0,885	

		PS15	0,835
Service Quality (X2)	Reliability	SQ01	0,870
		SQ02	0,846
		SQ03	0,919
		SQ04	0,783
		SQ06	0,796
	Assurance	SQ07	0,854
		SQ08	0,906
		SQ09	0,838
		SQ10	0,713
		SQ11	0,867
	Tangible	SQ12	0,934
		SQ13	0,865
		SQ14	0,853
		SQ15	0,850
		SQ16	0,911
	Responsiveness	SQ17	0,890
		SQ18	0,919
		SQ19	0,785
		SQ20	0,876
		SQ21	0,882
	Emphaty	SQ22	0,916
		SQ23	0,899
		SQ24	0,884
		SQ25	0,929

Hasil pengolahan uji validitas pada tabel diatas telah memiliki nilai loadings factor > 0,7 sehingga seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid. Selain outer Loadings untuk menguji validitas convergent dapat dilihat dari nilai Average Variance Extracted (AVE). Variabel dapat dikatakan memiliki validitas yang baik apabila memiliki nilai AVE ≥ 0,50, sehingga data dapat dikatakan valid.

Tabel 5
Hasil Uji AVE

Variabel	Average variance extracted (AVE)
Customer Relationship Management (X1)	0,672
People	0,788
Process	0,774
Technology	0,857
Knowledge and Insight	0,745
Service Quality (X2)	0,607
Conformity to expectations	0,686
Return visit interest	0,721
Recommend	0,768
Patient Satisfaction (Y)	0,520
Assurance	0,700
Emphaty	0,795
Reliability	0,753
Responsiveness	0,761
Tangible	0,722

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) masing-masing variabel > 0,5 sehingga seluruh variabel dinyatakan memiliki validitas data yang baik. Setiap data yang memiliki validitas yang baik, maka keakuratan data dapat dipertanggungjawabkan.

Tabel 6
Hasil Analisis HTMT

	Customer Relationship Management (X1)	Patient Satisfaction (Y)	Service Quality (X2)
Customer Relationship Management (X1)			
Patient Satisfaction (Y)	0.639		
Service Quality (X2)	0.710	0.804	

Berdasarkan tabel hasil uji HTMT maka semua nilai HTMT berada di bawah ambang batas 0.85, yang menunjukkan bahwa tidak ada masalah dengan diskriminan validitas dalam model ini. Konstruksi Customer Relationship Management (X1), Patient Satisfaction (Y), dan Service Quality (X2) dapat dibedakan secara jelas satu sama lain.

Tabel 7
Hasil Analisis Reliabilitas

Variabel	Composite reliability
Customer Relationship Management	0,972
People	0,949
Process	0,932
Technology	0,960
Knowledge and Insight	0,921
Service Quality	0,974
Conformity to expectations	0,916
Return visit interest	0,928
Recommend	0,943
Patient Satisfaction	0,941
Assurance	0,921
Emphaty	0,951
Reliability	0,924
Responsiveness	0,941
Tangible	0,928

Peneliti kemudian melakukan uji *inner model* untuk menganalisis multikolinearitas (VIF) dan koefisien determinasi (R^2) yang dapat dilihat pada Tabel 8. Pada analisis multikolinearitas, dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*Varince Inflation Factor*). Jika nilai $VIF \geq 10$ maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Pada penelitian ini, berdasarkan hasil uji multikolinieritas (Tabel 8) maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas antar variabel. Selanjutnya, analisis *R-square* (Tabel 9), hasil uji R-Square pada tabel maka dapat dilihat nilai *R-square* pengaruh simultan *Customer Relationship Management* (X1) dan *Service Quality* (X2) terhadap *Patient Satisfaction* (Y) adalah sebesar 0,607 artinya bahwa variabilitas *Patient Satisfaction* (Y) dapat dijelaskan oleh *Customer Relationship Management* (X1) dan *Service Quality* (X2) sebesar 60,7% dan 39,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini dan termasuk dalam kategori sedang. Kemudian, berdasarkan hasil uji Q^2 pada tabel 10 maka dapat dilihat bahwa variabel *Patient Satisfaction* (Y) menghasilkan Q^2 yang sedang yaitu sebesar 0,297 dimana nilai tersebut lebih dari 0,25 dan kurang dari 0,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini relevan untuk diteliti.

Tabel 8**Hasil Analisis Multikolinearitas**

Patient Satisfaction (Y)	
Customer Relationship Management (X1)	1,910
Service Quality (X2)	1,910

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas inner maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas antar variabel karena pada penelitian ini memiliki data dengan hasil yang normal yaitu dimana hasilnya memiliki angka <10 dan >1 yaitu sebesar 1,910.

Tabel 9**Hasil Analisis R^2**

	R-square	Kategori
Patient Satisfaction	0,607	Sedang

Berdasarkan hasil uji R-Square pada tabel maka dapat dilihat nilai r square pengaruh simultan *Customer Relationship Management* (X1) dan *Service Quality* (X2) terhadap *Patient Satisfaction* (Y) adalah sebesar 0,607 artinya bahwa variabilitas *Patient Satisfaction* (Y) dapat dijelaskan oleh *Customer Relationship Management* (X1) dan *Service Quality* (X2) sebesar 60,7% dan 39,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini dan termasuk dalam kategori sedang.

Tabel 10**Hasil Analisis Q^2**

	Q-Square	Keterangan
<i>Patient Satisfaction</i> (Y)	0,297	Sedang

Berdasarkan hasil uji q square pada tabel di atas maka dapat dilihat bahwa variabel *Patient Satisfaction* (Y) menghasilkan q square yang sedang yaitu sebesar 0,297 dimana nilai tersebut lebih dari 0,25 dan kurang dari 0,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini relevan untuk diteliti karena memiliki nilai Q-Square yang tinggi yaitu $0,297 > 0,25$ dan nilai tersebut memiliki nilai $<0,5$ sehingga dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini memiliki data yang baik. Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui didukung atau tidak didukungnya seluruh hipotesis dalam penelitian ini. Hipotesis dinyatakan diterima apabila P Value $< 0,05$ dan T- statistik $> T$ tabel (1,96), sedangkan besar pengaruh dapat dilihat melalui nilai original sample. Pada program SmartPLS hasil uji hipotesis dapat dilihat melalui *path coefficient* teknik *bootstrapping*. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t statistik dari pengaruh variabel *Customer Relationship Management* (X1) terhadap variabel *Patient Satisfaction* (Y) lebih kecil dari t-tabel (1,967) yaitu sebesar 0,854 dengan besar pengaruh 0,156 dan P-value $> 0,05$ yaitu sebesar 0,3994 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Customer Relationship Management* (X1) terhadap variabel *Patient Satisfaction* (Y) adalah positif dan tidak signifikan sehingga H1 ditolak. Nilai t statistik dari pengaruh variabel *Service Quality* (X2) terhadap variabel *Patient Satisfaction* (Y) lebih besar dari t-tabel (1,967) yaitu sebesar 3,637 dengan besar pengaruh 0,663 dan P-value $< 0,05$ yaitu sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Service Quality* (X2) terhadap variabel *Patient Satisfaction* (Y) adalah positif dan signifikan sehingga H2 diterima.

Tabel 11
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis		Original sample	T-Statistics	P-Values	Keterangan
Customer Relationship Management (X1) → Patient Satisfaction (Y)	H1	0,156	0,854	0,394	Positif dan tidak Signifikan
Service Quality (X2) → Patient Satisfaction (Y)	H2	0,663	3,637	0,000	Positif dan Signifikan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t statistik dari pangaruh variabel Customer Relationship Management (X1) terhadap variabel Patient Satisfaction (Y) lebih kecil dari t-tabel (1,967) yaitu sebesar 0,854 dengan besar pengaruh 0,156 dan P-value > 0,05 yaitu sebesar 0,3994 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh Customer Relationship Management (X1) terhadap variabel Patient Satisfaction (Y) adalah positif dan tidak signifikan.

H1 tidak didukung.

Nilai t statistik dari pangaruh variabel Service Quality (X2) terhadap variabel Patient Satisfaction (Y) lebih besar dari t-tabel (1,967) yaitu sebesar 3,637 dengan besar pengaruh 0,663 dan P-value < 0,05 yaitu sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh Service Quality (X2) terhadap variabel Patient Satisfaction (Y) adalah positif dan signifikan.

H2 didukung.

PEMBAHASAN

Berdasarkan uji hipotesis H1, pengaruh CRM terhadap kepuasan pasien berpengaruh terhadap kepuasan pasien namun tidak signifikan dengan besar pengaruhnya 15,6% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif, namun karena nilai ini tidak signifikan, dapat disimpulkan bahwa CRM tidak memberikan kontribusi yang cukup untuk memengaruhi kepuasan pasien secara langsung. Hal ini juga menunjukkan bahwa CRM di RSUD Majalengka belum menjadi faktor penentu utama dalam meningkatkan kepuasan pasien. Fokus CRM penelitian ini di RSUD Majalengka melibatkan aspek *People* (tenaga kerja), *Process* (proses), *Technology* (teknologi), dan *Knowledge* (pengetahuan). Meskipun beberapa indikator CRM seperti hubungan berkelanjutan dan teknologi daring dapat meningkatkan hubungan dengan pasien, kurangnya profesionalisme atau respon yang lambat dapat mengurangi pengaruh CRM terhadap kepuasan.

Hasil ini juga tercermin dari deskripsi statistik yang menunjukkan beberapa area dalam variabel CRM yang memiliki tingkat kepuasan yang baik namun belum optimal. Sebagai contoh, pada dimensi Teknologi, indikator "RSUD Majalengka mengembangkan manajemen hubungan pelanggan secara daring" (CRM13) hanya memiliki rata-rata 3,67, yang menunjukkan masih ada ruang untuk perbaikan terutama dalam hal teknologi. Ini berpotensi menjadi salah satu alasan mengapa pengaruh CRM terhadap Kepuasan Pasien belum signifikan. Responden mungkin merasa aspek CRM tertentu, seperti pengelolaan hubungan melalui saluran digital, masih memerlukan peningkatan untuk meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

Selain itu, indikator-indikator lain dengan skor tinggi seperti "Tenaga medis melayani dengan ramah" (CRM3) yang memiliki rata-rata 4,18, menunjukkan bahwa meskipun beberapa aspek CRM seperti keramahan staf sudah memuaskan, aspek lain seperti teknologi dan komunikasi masih belum cukup kuat untuk menciptakan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah adanya kesenjangan antara harapan pasien dengan layanan yang diterima, yang berarti CRM perlu diintegrasikan lebih efektif ke dalam aspek layanan sehari-hari. Kebutuhan pasien yang terus berkembang dan semakin kritis terhadap pelayanan kesehatan menuntut peningkatan yang lebih menyeluruh, bukan hanya dari aspek CRM, tetapi juga dari kualitas dan kecepatan layanan.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Abekah-Nkrumah et al. (2020)

dan (Maupa et al., 2023) yang menunjukkan CRM memiliki pengaruh terhadap kepuasan. Namun hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Nabila et al., 2022) yang menemukan bahwa CRM tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa CRM masih belum konsisten dalam berikan dampak terhadap kepuasan. Perbedaan indikator dalam penyusunan kuesioner dan karakteristik responden dapat menjadi penyebab perbedaan pada hasil penelitian ini.

Berdasarkan dukungan dari penelitian sebelumnya, ketidakselarasan hasil penelitian mengenai pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap kepuasan pasien dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Ketidaksignifikan ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat hubungan positif antara CRM dan kepuasan pasien, efek tersebut tidak cukup kuat untuk dianggap relevan secara statistik. Salah satu faktor yang memengaruhi yaitu perbedaan karakteristik responden. Kondisi kesehatan, usia, dan pengalaman pasien terhadap layanan rumah sakit dapat memengaruhi bagaimana mereka merasakan dan menilai pengalaman CRM. Misalnya, pasien yang lebih tua mungkin memiliki ekspektasi yang berbeda terhadap layanan dibandingkan dengan pasien yang lebih muda, sehingga dapat memengaruhi skor kepuasan.

Selanjutnya, perbedaan karakteristik rumah sakit dan sistem pelayanan kesehatan yang diterapkan juga bisa menjadi faktor penting dalam ketidakselarasan hasil penelitian. Penerapan CRM di beberapa rumah sakit mungkin lebih efektif dalam meningkatkan pengalaman dan kepuasan pasien, tergantung pada bagaimana layanan diberikan dan seberapa baik CRM diintegrasikan ke dalam sistem operasional rumah sakit. Jika layanan yang diberikan tidak sejalan dengan prinsip-prinsip CRM, maka meskipun terdapat upaya untuk meningkatkan hubungan dengan pasien, dampaknya terhadap kepuasan tidak tercermin secara signifikan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis H2, Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pasien dengan besar pengaruh 66,3% yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang kuat terhadap peningkatan kepuasan pasien. Kualitas pelayanan meliputi berbagai dimensi, seperti *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (ketanggapan) dari tenaga medis.

Hasil ini selaras dengan deskripsi statistik yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Indikator dengan nilai tertinggi pada variabel Kualitas Pelayanan adalah "Tenaga medis tidak membedakan pasien" (SQ8), yang memiliki rata-rata 4,11. Hal ini menunjukkan bahwa keadilan dalam pelayanan adalah faktor penting dalam membangun kepuasan pasien, di mana mereka merasa dilayani tanpa diskriminasi. Selain itu, indikator lainnya seperti "Saya diperiksa dengan alat pemeriksaan dalam kondisi yang baik" (SQ12) dengan rata-rata 4,08, menunjukkan bahwa aspek *tangible* atau berwujud dari pelayanan, seperti alat-alat medis yang modern dan dalam kondisi baik, juga menjadi faktor penting yang mendukung kepuasan pasien. Hasil deskriptif ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang mencakup aspek *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (aspek fisik), *responsiveness* (responsivitas), dan *empathy* (empati) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan pasien.

Hasil ini menunjukkan bahwa pasien merasa diperhatikan dan diperlakukan dengan baik selama proses pelayanan, yang secara langsung meningkatkan rasa puas mereka terhadap layanan RSUD Majalengka. Ketika pasien merasa bahwa layanan medis yang diberikan dapat diandalkan dan tanggap terhadap kebutuhan mereka, hal ini menciptakan rasa aman dan kepercayaan yang tinggi pada pasien. Adanya rasa percaya pasien akan merasa lebih puas terhadap layanan yang diberikan sehingga beberapa pasien menunjukkan niat untuk merekomendasikan RSUD Majalengka kepada orang lain berdasarkan kualitas pelayanan yang mereka terima dengan rata-rata jawaban responden rekomendasi 3,93.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Mahfudhoh & Muslimin (2020), (Keni & Sandra, 2021), El Garem et al. (2023), yang menunjukkan bahwa *service quality* adalah prediktor positif terhadap *customer satisfaction*. Keandalan layanan kesehatan tercermin dari konsistensi rumah sakit dalam memberikan layanan berkualitas kepada setiap pasien. Ketika tenaga medis mampu secara konsisten memberikan diagnosis yang tepat, serta memastikan

bahwa pengobatan dan perawatan dilakukan secara profesional, hal ini akan membangun loyalitas pasien terhadap rumah sakit. Selain itu, kualitas pelayanan yang baik juga mendorong keterlibatan aktif pasien dalam proses penyembuhan, karena mereka yakin bahwa rumah sakit mampu memberikan perawatan terbaik. Kualitas pelayanan yang unggul, khususnya dalam aspek assurance dan reliability, menjadi komponen penting yang membentuk persepsi pasien terhadap rumah sakit dan berdampak signifikan pada tingkat kepuasan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan Kesehatan terhadap Tingkat Kepuasan Pasien di ruang rawat inap RSUD Majalengka, dapat disimpulkan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap tingkat kepuasan pasien di ruang rawat inap RSUD Majalengka. Kualitas Pelayanan Kesehatan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Temuan ini menunjukkan bahwa rumah sakit perlu memperbaiki implementasi CRM, terutama dalam aspek teknologi dan komunikasi. Rumah sakit disarankan untuk terus memantau dan memastikan bahwa setiap staf menjalankan peran mereka secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abekah-Nkrumah, G., Yaa Antwi, M., Braimah, S. M., & Ofori, C. G. (2020). Customer relationship management and patient satisfaction and loyalty in selected hospitals in Ghana. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 15(2), 251–268. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-09-2019-0064>
- Angelica, R., & Demiyati, C. (2023). Analisis kualitas pelayanan kesehatan terhadapkepuasan pasien unit rawat inap Rumah Sakit Ibu Dan Anak Setya Bakti Tahun 2022. *Jurnal Ilmu Kesehatan Dan Gizi (JIG)*, 1(3), 42–57. <https://doi.org/10.55606/jikg.v1i3>
- Darzi, M. A., Islam, S. B., Khurshed, S. O., & Bhat, S. A. (2023). Service quality in thehealthcare sector: a systematic review and meta-analysis. *LBS Journal of Management & Research*, 21(1), 13–29. <https://doi.org/10.1108/lbsjmr-06-2022-0025>
- El Garem, R. A. A., Fouad, A., & Mohamed, H. (2023). Factors associated with patient loyalty in private healthcare sector in Egypt. *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*, 6(2), 181–206. <https://doi.org/10.1108/jhass-09-2023-0106>
- Faizah, Sumaryono, W., & Derriawan. (2020). Pengaruh customer relationship manajemen dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien serta dampaknya kepada loyalitas pasien non BPJS. *Jurnal Riset Bisnis*, 4(1), 70–85.
- Ferrer-Estévez, M., & Chalmeta, R. (2023). Sustainable customer relationship management. In *Marketing Intelligence and Planning* (Vol. 41, Issue 2, pp. 244–262). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/MIP-06-2022-0266>
- Gaspersz, V. (2002). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Gramedia.
- Goranda, I. R., Nurhayati, P., & Simanjuntak, M. (2021). Analysis of consumer satisfaction and loyalty factors with CRM approach in agribusiness E-commerce company. *Journal of Consumer Sciences*, 6(2), 111–128. <https://doi.org/10.29244/jcs.6.2.111-128>
- Hammad, & Ramie, A. (2022). Perkembangan rumah sakit di Indonesia di era disruptif. *Jurnal Keperawatan Merdeka*, 2(1), 1–8.
- Intama, C. N., & Sulistiadi, W. (2022). Kesiapan rumah sakit Indonesia menghadapi kompetisi medical tourism di Asia Tenggara. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(1), 560. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i1.2003>
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 191. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11196>

- Kosnan, W. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Merauke. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 21(4), 1–11.
- Kotler, P., & Keller, K. K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Mauliddina, S. A., & Marwati, T. (2020). Analisis pengaruh program customer relationship management (CRM) terhadap kepuasan pasien di RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta. *International Journal of Healthcare Research*, 3(1), 1–8.
- Maupa, H., Cokki, C., & Sulaiman, S. (2023). Customer Relationship Marketing, Customer Bonding, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Telecommunication Companies. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 10(2), 279–296.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40. <https://www.researchgate.net/publication/225083802>
- Setianingsih, A., & Susanti, A. S. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan kesehatan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit “S.” *Jurnal Menara Medika*, 4(1), 22–27. <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menamedika/index>
- Setyawan, E. E. B., Supriyanto, S., Tunjungsari, F., Hanifaty, W. O. N., & Lestari, R. (2019). Medical staff services quality to patients satisfaction based on SERVQUAL dimensions. *International Journal of Public Health Science (IJPHS)*, 8(1), 51–57.
- Soraya, E., & Sazali, H. (2023). Implementasi CRM (Customer Relationship Management) di Perpustakaan Daerah Medan. *Pustaka Karya : Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 11(1), 23. <https://doi.org/10.18592/pk.v11i1.9620>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Andi Offset.
- Tulaisyah, N. H., Isnainy, U. C. A. S., & Wardiyah, A. (2022). Hubungan kualitas pelayanan keperawatan dengan tingkat kepuasan pasien di Rumah Sakit Pertamina Bintang Amin Husada Kota Bandar Lampung. *Malahayati Nursing Journal*, 4(10), 2773–2791. <https://doi.org/10.33024/mnj.v4i10.7719>
- Wahyu, I. (2018). Minat untuk menggunakan kembali dan kesediaan rekomendasi pada pasien Rumah Sakit Siloam Asri. *Hospitalia*, 1(1), 12–28.