

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*
TERHADAP NIAT MELAKUKAN *MEDICAL CHECK UP* DENGAN
KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI RS MEDIKA
BSD**

Isnugraika Hartining Utami¹, Tantri Yanuar Rahmat Syah², Rokiah Kusumapradja³
Program Pascasarjana Magister Administrasi Rumah sakit, Universitas Esa Unggul
E-mail: isnugraikautami@esaunggul.ac.id, tantri.yanuar@esaunggul.ac.id,
rokiah.kusumapradja@esaunggul.ac.id

ABSTRAK

Niat pasien melakukan MCU yang rendah menyebabkan turunnya jumlah kunjungan pasien di unit MCU dan mengakibatkan kerugian rumah sakit. Jumlah kunjungan pasien MCU tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 29.35% dibanding tahun 2021. Banyaknya fasilitas kesehatan di tangerang selatan yang menawarkan pelayanan MCU dengan harga kompetitif menjadi faktor yang mempengaruhi *customer perceived value* di RS. Pelayanan yang belum dilakukan secara cluster membuat waktu tunggu pelayanan lebih lama menjadi kualitas layanan. Selain itu belum berjalannya survey kepuasan pasien MCU menjadi kendala rumah sakit untuk mengetahui gambaran mutu unit MCU. Tujuan: Menganalisis pengaruh *service quality* dan *customer perceived value* terhadap niat melakukan MCU yang dimediasi kepuasan pasien. Metode: Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan pengumpulan data menggunakan kuisioner. Jumlah sampel sebanyak 135 pasien MCU. Penelitian ini menggunakan metode SEM dengan aplikasi LISREL untuk analisis data dan SPSS untuk uji pretest. Hasil: *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer perceived value*. *Service quality* dan *customer perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. *Service quality*, *customer perceived value*, dan kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melakukan MCU. *Service quality* dan *customer perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melakukan MCU dimediasi kepuasan pasien. Implikasi: Penelitian ini memberikan implikasi positif dalam membantu evaluasi mutu dan pemasaran rumah sakit dengan peran aktif dari sistem manajemen mutu dan sistem pemasaran rumah sakit. Saran: Pelaksanaan layanan MCU secara cluster untuk mengurangi lamanya waktu tunggu pasien. Melakukan evaluasi kepuasan pasien MCU secara berkala untuk mendapatkan gambaran mutu pelayanan. Marketing perlu melakukan evaluasi ulang terhadap penetapan harga paket layanan MCU dengan melakukan survey harga yang ditawarkan fasilitas kesehatan lain di Tangerang Selatan.

Kata kunci: *service quality*, *customer perceived value*, kepuasan pasien, niat melakukan MCU