ABSTRAK

Kepuasan pasien merupakan situasi dimana pasien dan keluarganya menganggap biaya yang dikeluarkan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima dan tingkat kemajuan kondisi kesehatan yang dialaminya. Adapun faktor krusial yang harus diperhatikan untuk menghadapi persaingan demi memenuhi kepuasan pasien, yaitu kualitas pelayanan dan biaya. Penelitian ini menggunakan desain penelitian *cross sectional* dengan sampel 32 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Penelitian ini dilakukan pada Juli-Agustus 2024. Hasil univariat pada variabel persepsi harga dengan kategori baik sebanyak 31,3%, variabel kualitas pelayanan sebanyak 43,8% kualitas pelayanan baik dan variabel kepuasan pasien sebanyak 43,8 pasien puas dengan pelayanan di Klinik. Hasil bivariat diketahui bahwa persepsi harga berhubungan signifkan dengan kepuasan pasien dan kualitas pelayanan tidak berhubungan secara signifikan dengan kepuasan pasien. Diharapakan dapat menyesuaikan harga dengan kualitas pelayanan yang diberikan serta dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen tetap senantiasa merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan karena sesuai dengan teori kepuasan pelanggan bahwa pada dasarnya konsumen terus mencari keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan

ABSTRACT

Patient satisfaction is a situation where the patient and his family consider the costs incurred to be appropriate to the quality of service received and the level of progress in their health condition. The crucial factors that must be considered to face competition order to meet patient satisfaction are service quality and cost. This research uses a cros sectional research design with a sample of 32 respondents. The sampling technique uses Accidental Sampling. This research was conducted in July-August 2024. The univariate results for the price perception variable were in the good category of 31.3%, the service quality variable was 43.8%, the service quality was good and the patient satisfaction variable was 43.8 patients satisfied with the service at the clinic. Bivariate results show that price perception is significantly related to patient satisfaction and service quality is not significantly related to patient satisfaction. It is hoped that prices can be adjusted to the quality of services provided and can improve service quality so that consumers remain satisfied with the services provided because in accordance with customer satisfaction theory that basically consumers continue to look for conditions where consumers' needs, desires and expectations can be met through services or consumed products

Keywords: Price Perception, Service Quality, Satisfaction