



**JKIS:**  
**Jurnal Komunikasi**  
**dan Ilmu Sosial**

E-ISSN: 2963-0517  
P-ISSN: 2963-0525

<https://dinastires.org/JKIS>    [dinasti.info@gmail.com](mailto:dinasti.info@gmail.com)    +62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jkis.v2i1>

Received: 03 Februari 2024, Revised: 12 Februari 2024, Publish: 22 Maret 2024  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Hubungan terhadap Kepuasan Pasien (Survei Pasien Rawat Jalan RS Hermina Pasteur Bandung)

Aji Ramadhan<sup>1</sup>, Feby Febrian<sup>2</sup>, Agus Mulyana<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Winaya Mukti, Jawa Barat, Indonesia, [febunwim@gmail.com](mailto:febunwim@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Winaya Mukti, Jawa Barat, Indonesia, [obelix9008@gmail.com](mailto:obelix9008@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Winaya Mukti, Jawa Barat, Indonesia, [amalagusmulyana@gmail.com](mailto:amalagusmulyana@gmail.com)

Corresponding Author: [obelix9008@gmail.com](mailto:obelix9008@gmail.com)<sup>2</sup>

**Abstract:** Aji Ramadhan, 2023. *The Influence of Brand Image and Relationship Quality on Patient Satisfaction (Survey on Outpatients of Hermina Pasteur Hospital Bandung)*, Thesis of the Winaya Mukti University Postgraduate Program, Master of Management Study Program, under the guidance of Dr. Nut Wuri Andayana, Apt., MMRS and Dr. Annisa Fitri Anggraeni, SE, MM, CISA. The development of the service industry sector, including health services, is inseparable from the demands of the community to continue to get quality health services. Various efforts have been made to improve health development that is better and more efficient and efficient, so that it can reach all levels of society. This study aims to determine and analyze the effect of brand image and relationship quality on the satisfaction of outpatients of Hermina Pasteur Bandung Hospital. The results of this study are expected to be input for Hermina Pasteur Hospital in organizing health services, especially in increasing satisfaction. The research method used is descriptive and verification analysis. The data collection used is an interview using a questionnaire accompanied by observation and literature techniques, sampling using consecutive sampling. Data collection in the field was carried out in 2023. Data analysis techniques using Path Analysis. The results showed that in general, brand image, relationship quality, and patient satisfaction tend to be quite good. There is an influence of brand image and relationship quality on patient satisfaction both simultaneously and partially at Hermina Pasteur Hospital. Hermina Pasteur Hospital must carry out service recovery for patient complaints or complaints quickly, so as not to cause dissatisfaction from patients, to handle patient complaints quickly the hospital can form a customer care program.

**Keywords:** Brand Image, Quality Relationship, Patient Satisfaction

**Abstrak:** Aji Ramadhan, 2023. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Kereliasan Terhadap Kepuasan Pasien (Survei Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung), Tesis Program Pascasarjana Universitas Winaya Mukti Program Studi Magister Manajemen, dibawah bimbingan Dr. Nut Wuri Andayana, Apt., MMRS dan Dr. Annisa Fitri Anggraeni, SE., MM., CISA Perkembangan sektor industri jasa, termasuk di dalamnya jasa kesehatan, tidak terlepas dari tuntutan masyarakat untuk tetap mendapatkan pelayanan kesehatan yang

berkualitas. Berbagai upaya telah dilakukan guna meningkatkan pembangunan kesehatan yang lebih baik dan berdaya guna serta efisien, sehingga dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas kereliasian terhadap kepuasan pasien rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Rumah Sakit Hermina Pasteur dalam menyelenggarakan pelayanan kesehatan khususnya dalam meningkatkan kepuasan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan menggunakan kuesioner disertai dengan teknik observasi dan kepustakaan, Pengambilan sampel menggunakan *consecutive sampling*. Pengumpulan data di lapangan dilaksanakan pada tahun 2023. Teknik analisis data menggunakan Analisis Jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum citra merek, kualitas kereliasian, dan kepuasan pasien cenderung cukup baik. Terdapat pengaruh citra merek dan kualitas kereliasian terhadap kepuasan pasien baik secara simultan maupun parsial di Rumah Sakit Hermina Pasteur. Pihak Rumah Sakit Hermina Pasteur harus melakukan *service recovery* terhadap keluhan atau komplain pasien dengan cepat, sehingga tidak menimbulkan ketidakpuasan dari pasien, untuk menangani keluhan pasien dengan cepat rumah sakit bisa membentuk program *customer care*.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kualitas Kereliasian, Kepuasan Pasien

## PENDAHULUAN

Dewasa ini, perusahaan, dalam hal ini Rumah Sakit, menghadapi era persaingan yang hebat. Perkembangan yang pesat di segala bidang telah membawa perubahan kehidupan masyarakat. Pembangunan akan sulit berjalan lancar jika kondisi masyarakatnya yang kurang sehat sehingga pemerintah dituntut untuk mampu menjalankan pelayanan kesehatan yang bermutu dan berkualitas sehingga dapat diandalkan oleh masyarakat saat dibutuhkan. Rasio orang sakit yang tinggi pada suatu populasi akan menurunkan tingkat kompetitif dan produktivitas daerah tersebut bila dibandingkan dengan daerah yang rasio orang sakitnya rendah (Cole & Neumayer, 2017). Oleh karena itu upaya untuk mempertahankan keadaan sehat pada populasi sangat penting dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari peran perawat dan dokter di rumah sakit.

Masyarakat sekarang lebih terdidik dan berpengetahuan. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi Rumah Sakit yang bergerak dibidang jasa/ pelayanan untuk tidak sekedar memuaskan konsumen melainkan juga mendengarkan yang menjadi keinginan konsumen dalam hal ini disebut pasien. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2014 tentang Kewajiban Rumah Sakit dan Kewajiban Pasien, dalam Pasal 24 berisi „Kewajiban Rumah Sakit untuk menghormati dan melindungi hak-hak pasien dengan memberlakukan peraturan dan standar Rumah Sakit, melakukan pelayanan yang berorientasi pada hak dan kepentingan pasien, serta melakukan monitoring dan evaluasi penerapannya“.

Pengelolaan bisnis Rumah Sakit tak terkecuali Rumah Sakit Hermina dituntut untuk melakukan penyesuaian secara terus-menerus searah dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis. Lembaga kesehatan seperti Rumah Sakit juga harus mampu berperan sebagai lembaga yang memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat yang memerlukannya dan juga dituntut untuk meningkatkan pelayanan kesehatan yang bermutu. Pelayanan kesehatan yang bermutu juga harus didukung dengan harga yang terjangkau. Dengan kata lain, biaya yang dikeluarkan oleh pasien untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang berkualitas baik harus sesuai dengan apa yang diharapkan sehingga timbul kepuasan bagi pelanggan atau pasien.

Situasi persaingan dalam melayani pasien pada beberapa Rumah Sakit di Kota Bandung menuntut Rumah Sakit Hermina mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan

dapat memuaskan harapan yang diinginkan pasien. Oleh karena itu, pengelolannya harus dilakukan dengan baik karena keterlibatan berbagai unsur seperti penampilan fisik, pelayanan kontak personal (dokter, perawat/ terapis, petugas laboratorium, radiologi, farmasi, administrasi dan keuangan termasuk kondisi parkir kendaraan) yang mempengaruhi pemilihan seorang pasien untuk datang dan menggunakan jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seorang konsumen yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan jasa terhadap ekspektasi konsumen (Kotler dan Keller, 2016). Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan yang diterima konsumen. Konsumen harus dipuaskan sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi konsumen pesaingnya akan berakibat buruk bagi perkembangan perusahaan (Tjiptono,2020).

Semakin banyak rumah sakit saat ini yang menawarkan pelayanan kesehatan preventif (pencegahan) dan promotif (peningkatan), seperti : pemeriksaan untuk *check up*, *papsmear*, dan *fithnes center*. Dengan demikian, pelayanan kesehatan pada sebuah rumah sakit saat ini ke depan bukan hanya menerima orang sakit akan tetapi targetnya adalah masyarakat yang dengan secara sadar melakukan pencegahan, dengan melakukan pemeriksaan secara rutin. Hal ini sejalan dengan pendapat Trisnantoro (2017:346), bahwa filosofi rumah sakit adalah bukan mengharapkan orang sakit, tetapi meningkatkan persiapan terhadap kemungkinan sakit dan meningkatkan kesehatan masyarakat.

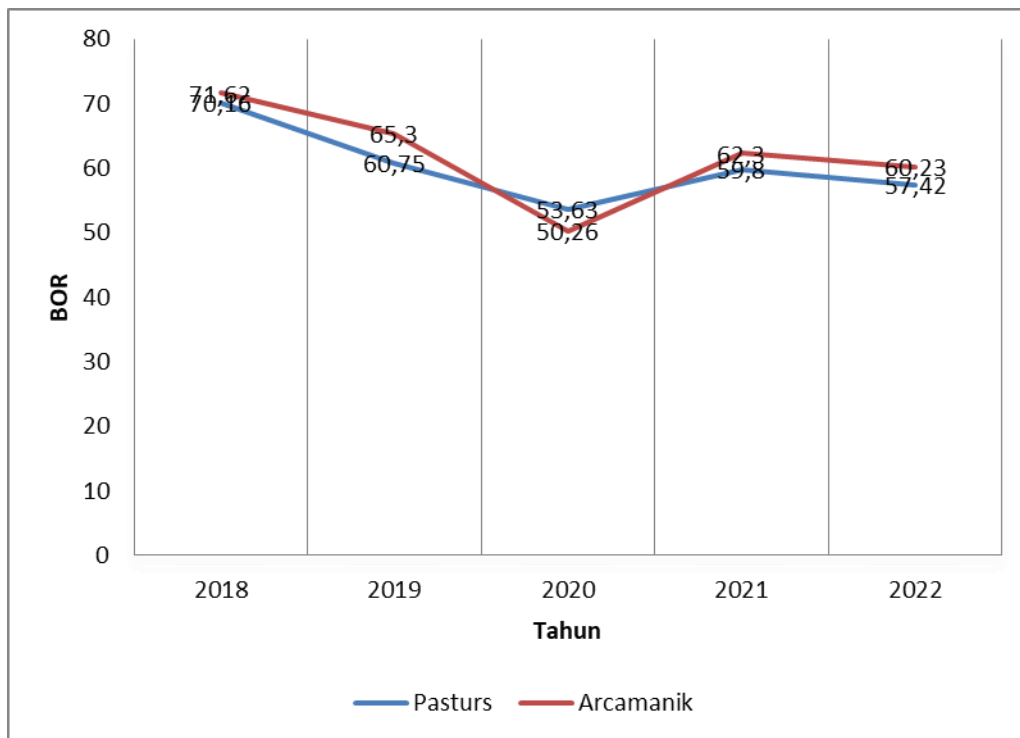
Perkembangan sektor industri jasa, termasuk di dalamnya jasa kesehatan, tidak terlepas dari tuntutan masyarakat untuk tetap mendapatkan pelayanan kesehatan yang berkualitas. Berbagai upaya telah dilakukan guna meningkatkan pembangunan kesehatan yang lebih baik dan berdaya guna serta efisien, sehingga dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Untuk itu diperlukan upaya-upaya meningkatkan kualitas sumber daya, membenahi peralatan dan obat-obatan serta memperbaiki penampilan Rumah Sakit.

Rumah sakit umum sebagai salah satu institusi pelayanan kesehatan, memegang peranan yang sangat penting dalam pembangunan kesehatan. Rumah sakit umum mempunyai misi memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu dan terjangkau oleh masyarakat dalam rangka meningkatkan derajat Kesehatan masyarakat, dan misi khusus adalah aspirasi yang ditetapkan dan ingin dicapai oleh pemilik rumah sakit umum.

Rumah sakit umum adalah rumah sakit yang memberikan pelayanan kesehatan semua jenis penyakit dari yang bersifat dasar sampai spesifik. Menurut Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 983 Tahun 1992, tugas pokok rumah sakit umum adalah melaksanakan upaya kesehatan secara berdaya guna dan berhasil dengan mengutamakan upaya penyembuhan (kuratif) dan pemulihan (rehabilitatif) yang dilaksanakan secara serasi dan terpadu dengan upaya peningkatan (promotif) dan pencegahan (preventif) serta melaksanakan upaya rujukan. Dalam rangka menyusun tatanan pelayanan rumah sakit umum, peningkatan serta pengembangan pelayanan kesehatan dan fungsi rumah sakit umum. Departemen Kesehatan RI menentukan standar pelayanan rumah sakit yang berisi kriteria- kriteria penting mengenai jenis disiplin pelayanan yang berkaitan terutama dengan struktur dan proses pelayanan. Selain itu, peningkatan pelayanan kesehatan bukanlah semata-mata ditentukan oleh tersedianya fasilitas fisik yang baik saja. Namun yang lebih penting adalah sikap mental dan kualitas profesionalisme para personel yang melayaninya.

Kunjungan pasien Rumah Sakit Hermina dalam 5 tahun ke belakang berdasarkan BOR (*Bed Accupancy Rate*) atau Angka penggunaan tempat tidur sangat bervariasi, hal ini dapat dilihat dari efisiensi Rumah Sakit Hermina Pasteur dan Arcamanik di Kota Bandung sebagai berikut

### Data Kunjungan Pasien Rumah Sakit Hermina Berdasarkan BOR (*Bed Accupancy Rate*)



Bagian Rekam Medik Rumah Sakit Hermina, 2022

Penelitian ini memilih Rumah Sakit Hermina Pasteur sebagai obyek penelitian didasarkan oleh karena penggunaan tempat tidur (BOR) cenderung menurun dibandingkan dengan Rumah Sakit Hermina Arcamanik. RSIA Hermina Pasteur Bandung yang berlokasi di Bandung, merupakan salah satu rumah sakit swasta di Jawa Barat kelas B, untuk dapat mempertahankan pengakuan akreditasi tersebut. Pada tahun 2016 rumah sakit ini berubah menjadi rumah sakit umum dengan pertimbangan untuk lebih memperluas cakupan (*captive market*) seiring dengan masuknya era Jaminan Kesehatan Nasional. RS Hermina Pasteur keberadaannya dibutuhkan untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat. Rumah Sakit Hermina Pasteur terus menerus melakukan upaya perbaikan kualitas sebagai langkah awal dari proses *continuous quality improvement* dalam pelayanan kesehatan. Hal tersebut merupakan wujud dalam memberikan pelayanan yang terbaik dengan standar pelayanan yang berlaku, baik standar yang ditetapkan pemerintah maupun organisasi profesi, yang mengedepankan *service excellent* dalam menjamin kualitas dan mutu layanan rumah sakit umumnya serta mutu layanan tenaga medis profesional, maka dokter dan perawat dituntut untuk memiliki kinerja yang baik dan berkualitas.

Kualitas kereliasian (*relationship quality*) sangat penting dioerhatijan pihak rumah sakit, karena adanya interaksi antara pasien dan rumah sakit, pendekatan pemasaran yang hanya berorientasi transaksi (*transactional marketing*) dengan sasaran tingginya penjualan dalam jangka pendek menjadi kurang mendukung pada praktik bisnis. Kualitas kereliasian menekankan rekrutmen dan pemeliharaan (mempertahankan) pelanggan melalui peningkatan hubungan perusahaan dengan pelanggannya. Sebagaimana dikemukakan oleh Chen, Chiu, Chen, and Liao (2017:17) menyatakan bahwa kualitas kereliasian adalah pendekatan komprehensif untuk menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan konsumen.

*Brand image* merupakan faktor penting bagi pasien yang membentuk persepsi konsumen tentang kualitas layanan. Kesan atau apa yang ada dalam benak konsumen akan mempengaruhi penilaian konsumen atas kualitas layanan. *Brand image* terhadap suatu layanan jasa bisa positif

maupun negatif, tergantung dari pengalaman pribadi maupun cerita dari orang lain tentang suatu layanan jasa dalam hal ini layanan rumah sakit. (David, dkk 2018).

Citra merek akan menjadi faktor penentu adanya kepuasan pelanggan yang akan meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga akan menjadi pelanggan yang setia. *Brand Image* (citra merek) adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Konsumen yang terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung memiliki konsistensi terhadap *brand image*. Citra merek ialah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen (Kotler dan Keller, 2016:346).

Selain mempengaruhi persepsi kualitas layanan, *brand image* juga mempengaruhi kepuasan. Andreassen dan Lindestad (2018) menyatakan bahwa *brand image* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa setelah seseorang membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2016). Lebih jauh, *brand image* tidak saja mempengaruhi kepuasan pasien dan persepsi pasien terhadap kualitas layanan rumah sakit, namun juga mempengaruhi loyalitas pasien. Setiyowati, et al. (2018) menyatakan bahwa brand image merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien dalam pemanfaatan kembali fasilitas kesehatan rumah sakit. Loyalitas bisa diartikan dengan pemakaian kembali jasa secara berulang oleh pasien. Tjiptono (2020) menyatakan bahwa pelanggan yang loyal sangat berharga bagi sebuah usaha dan pesaing akan sulit untuk merebut mereka.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas peneliti tertarik untuk mengetahui dan meneliti lebih lanjut tentang *brand image*, *customer satisfaction* dan *relationship quality*. Judul penelitian yang diajukan adalah **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Kereliasan Terhadap Kepuasan Pasien (Survei Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung)”**.

## METODE

Metode penelitian ini menggunakan survey yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distributif dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2018:7), survey yang digunakan adalah bersifat deskriptif dan verifikatif. Metode survey deskriptif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran ciri-ciri variabel.

Adanya hipotesis yang akan diuji kebenarannya melalui penelitian ini, maka jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lain (Sugiyono,2018:11). Penelitian ini bersifat verifikatif, pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dan mengolah data, sehingga diketahui hubungan atau pengaruh antar variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini ada tiga pokok variabel yang akan diteliti, yaitu variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$ . Variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Citra merek sebagai variabel bebas (*independen*) ( $X_1$ ). Variabel *independen* (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat.
2. Kualitas kereliasan sebagai variabel bebas (*independen*) ( $X_2$ ). Variabel *independen* (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat.
3. Kepuasan pasien sebagai variabel *dependen* (variabel terikat) ( $Z$ ) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas.

Menurut Sugiyono (2018:115) populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah semua pasien rawat jalan yang berobat ke Rumah Sakit Hermina Pasteur. Berdasarkan data sekunder kunjungan pasien rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur per bulan adalah 5.016 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sample itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang harus benar-benar diambil *representatif* (mewakili). Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *consecutive* sampling. Pada *consecutive sampling*, semua subjek yang datang dan memenuhi kriteria pemilihan dimasukkan dalam penelitian sampai jumlah subjek yang diperlukan terpenuhi. *Consecutive sampling* ini merupakan jenis *nonprobability* sampling yang paling baik, dan sering merupakan cara termudah, dengan menggunakan teknik tersebut, maka populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dilakukan penelitian yang memenuhi kriteria inklusi dijadikan sebagai sampel penelitian Sugiyono (2018:314).

Adapun yang menjadi sampel yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah sebagian dari populasi pasien rawat jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur. Sedangkan untuk menentukan jumlah sample (n) diambil dari jumlah data kunjungan pasien rawat jalan per bulan rata-rata adalah 5.016 orang. Untuk mengambil jumlah sample, penulis menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

d = Tingkat ketidakpercayaan yang diinginkan

Maka perhitungan sample dengan tingkat kepercayaan yang diinginkan sebesar 10% adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$
$$n = \frac{5.016}{1 + 5.016 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{5.016}{51,16}$$

$$n = 98,04$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat disebutkan bahwa jumlah sampel untuk penelitian ini adalah sebanyak 98,04 responden. Dalam penelitian ini, diambil 100 responden dengan pertimbangan untuk menghindari *sampling error* artinya semakin besar sampel yang diambil, semakin kecil *standar error*, juga jika sampel yang diambil semakin besar maka distribusi populasi semakin normal (Trihendradi, 2016: 27).

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh sampel minimal sebanyak 100 orang pasien rawat jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur.

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu citra merek dan kualitas kerelasian (variabel X) sedangkan variabel

dependen adalah kepuasan pasien (Y). Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh kompetensi dan motivasi terhadap kinerja tenaga paramedis.

Hipotesis utama yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut “citra merek dan kualitas kereliasian berpengaruh terhadap kepuasan pasien”. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan terlihat bahwa hubungan antara variabel bisa merupakan hubungan kausal dan regresi multipel/berganda atau regresi simpel/ sederhana. Dengan demikian persamaan regresi multipelnya adalah

:  $y = f(X_1, \dots, X_k, \square)$  dan persamaan regresi sederhana adalah :  $y = f(X ; \square)$ . Melalui paradigma dan persamaan regresi, maka hipotesis konseptual tersebut akan diuji melalui analisis jalur/*Path Analysis*. Dalam hal ini  $\rho_{YX1}$ ,  $\rho_{YX2}$ , merupakan koefisien jalur. Struktur hubungan variabel tersebut dapat dinyatakan ke dalam persamaan, yaitu :  $Y = \square_{yx1} \cdot X_1 + \square_{yx2} \cdot X_2 + \varepsilon$

Hipotesis mayor penelitian ini seperti terungkap di atas bahwa citra merek dan kualitas kereliasian berpengaruh terhadap kepuasan pasien, jika hipotesis penelitian tersebut dinyatakan ke dalam hipotesis statistik maka :

$H_0 : \rho_{YX1} = \rho_{YX2} = 0$  citra merek dan kualitas kereliasian tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien

$H_1 : \text{Sekurang-kurangnya ada sebuah } \rho_{yxi} \neq 0, i \neq 1, 2, \text{ citra merek dan kualitas kereliasian berpengaruh terhadap kepuasan pasien.}$

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada sub bab ini akan di paparkan hasil penelitian pada pengaruh citra merek dan kualitas kereliasian terhadap kepuasan pasien (survei pada pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung)

**Persepsi Pasien Rawat Jalan Tentang Citra Merek di Rumah Sakit Hermina Pasteur**

Setiap perusahaan mempunyai citra yang disadari atau tidak yang melekat pada perusahaan tersebut. Tidak sedikit barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan begitu kuat citranya di benak konsumennya. Citra tidak datang dengan sendirinya melainkan dibentuk oleh masyarakat, dari upaya komunikasi dan keterbukaan perusahaan dalam usaha membangun citra positif yang diharapkan. Upaya membangun citra tidak bisa dilakukan secara serampangan pada saat tertentu saja, tetapi merupakan suatu proses yang panjang. Variabel citra merek diukur dengan empat dimensi yaitu kesadaran akan citra perusahaan, pengenalan citra perusahaan, kesan kualitas, dan asosiasi-asosiasi merek dengan jumlah indikator (item pertanyaan) yang digunakan sebanyak enam item pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada 100 responden untuk menjawabnya.

Berikut hasil jawaban responden atas variabel citra merek di rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur yang diukur dengan dimensi kesadaran akan citra perusahaan, pengenalan citra perusahaan, kesan kualitas, dan asosiasi- asosiasi merek dapat dilihat pada tabel berikut :

Rekapitulasi Jawaban Variabel Citra Merek di Rawat Jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur (n=100)

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Skor	Rata Rata
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
1	Apakah Anda tahu bahwa RS Hermina Pasteur Bandung merupakan rumah sakit umum	17	4	6	32	41	376	3.76

2	Pelayanan kesehatan RS Hermina Pasteur Bandung memiliki reputasi yang baik di masyarakat	0	23	26	34	17	345	3.45
3	RS Hermina selalu menjadi pelayanan kesehatan yang pertama kali muncul dalam pikiran saya dan saya pilih, bila ingin berobat atau dirawat	9	8	26	49	8	339	3.39
4	Saya sangat terkesan dengan pelayanan kesehatan di RS Hermina Pasteur Bandung yang memuaskan	18	13	31	32	6	295	2.95
5	Saya akan menceritakan kesan yang baik selama saya mendapatkan pelayanan kesehatan di RS kepada orang lain	19	22	22	34	3	280	2.80
6	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berobat ke RS Hermina Pasteur Bandung	9	16	17	44	14	338	3.38
Total jawaban		72	86	128	225	89	3.29 (65.80 )	
Total bobot		72	172	384	900	445		
Persentase (%)		3.65	8.72	19.46	45.62	22.55		
		31.83			68.17			
Total Skor		1973						
Rata-Rata Skor		328.83						

Sumber : Kuesioner yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel di atas dapat terlihat bahwa untuk variabel citra merek di rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur nilai total skornya adalah sebesar 1973 dengan nilai rata-rata skor sebesar 328.83, serta perincian hasil sebagai berikut:

- a. Responden yang menjawab skala 1 (sangat tidak setuju) sebesar 3.65%.
- b. Responden yang menjawab skala 2 (tidak setuju) sebesar 8.72%.
- c. Responden yang menjawab skala 3 (kurang setuju) sebesar 19.46%.
- d. Responden yang menjawab skala 4 (setuju) sebesar 45.62%.
- e. Responden yang menjawab skala 5 (sangat setuju) sebesar 22.55%.

Hasil rekapitulasi jawaban pasien rawat jalan tentang citra merek di RS Hermina Pasteur Bandung yang diukur dengan dimensi kesadaran akan citra perusahaan, pengenalan citra perusahaan, kesan kualitas, dan asosiasi-asosiasi merek memperlihatkan indeks rata-rata variabel sebesar 3.29 atau 65.80% yang berarti citra merek di rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur menurut sebagian besar pasien diinterpretasikan berada pada kategori cukup baik.

Nilai tertinggi berada pada kuesioner mengenai tahu bahwa RS Hermina merupakan rumah sakit umum, dan pelayanan kesehatan RS Hermina memiliki reputasi yang baik di masyarakat, sedangkan nilai terendah berada pada kuesioner mengenai tidak akan menceritakan kesan yang baik selama mendapatkan pelayanan kesehatan di RS Hermina Pasteur Bandung kepada orang lain, dan kurang terkesan dengan pelayanan kesehatan di RS Hermina Pasteur Bandung.



### Kualitas Kereliasian di Rumah Sakit Hermina Pasteur

Pemasaran yang menganut *transaction marketing* memandang proses pemasaran telah berakhir ketika transaksi jual beli terjadi. Sedangkan pada *relationship marketing* memberikan perhatian terhadap transaksi yang sedang berlangsung, memantapkan, memelihara dan memperkuat nilai hubungan dengan pelanggan sebagai dasar untuk hubungan yang. Dari beberapa hasil studi membuktikan pentingnya membangun kualitas keterhubungan (*relationship quality*) oleh perusahaan melalui beberapa dimensi yaitu kepercayaan (*trust*), komitmen (*comitment*), dan kepuasan (*satisfaction*) yang memegang peran kunci bagi kesuksesan hubungan jangka panjang (*long ter relationship*) antara penjual dan pembeli yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan.

Berikut hasil jawaban responden atas variabel kualitas kereliasian di Rumah Sakit Hermina Pasteur yang diukur dengan dimensi komunikasi, kepercayaan, adaptasi, komitmen, implementasi, kooperatif, dan kenyamanan dapat dilihat pada tabel berikut :

Rekapitulasi Jawaban Variabel Kualitas Kereliasian di Rumah Sakit Hermina Pasteur (n=100)

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Skor	Rata Rata
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
7	Sistem yang diberlakukan di rumah sakit dapat dilakukan dengan mudah	6	15	17	40	22	357	3.57
8	Informasi yang disampaikan sudah jelas	3	18	12	37	30	373	3.73
9	Pelayanan yang diberikan adil tanpa memandang status sosial ekonomi	4	15	9	46	26	375	3.75
No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Skor	Rata Rata
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
10	Proses diagnosis penyakit pasien dilakukan sesuai prosedur yang ditetapkan	7	30	25	26	12	306	3.06
11	Dokter rawat jalan terampil dalam bekerja	0	6	25	30	39	402	4.02
12	Perawat terampil dalam bekerja	6	19	10	38	27	361	3.61
13	Staff rumah sakit memiliki kompetensi yang memadai	4	15	12	41	28	374	3.74
14	Dokter bersikap sopan dalam melakukan pemeriksaan	5	13	14	37	31	376	3.76
15	Prosedur penerimaan pasien rawat jalan sederhana	5	29	19	33	14	322	3.22
16	Informasi yang diberikan kepada pasien akurat	4	19	25	43	9	334	3.34
17	Jadwal pemeriksaan dokter tepat waktu (sesuai dengan yang dijadwalkan)	5	17	20	46	12	343	3.43
18	Penanganan urusan administrasi sudah sesuai prosedur	6	18	16	40	20	350	3.50
19	Fasilitas pendukung yang terdapat di rawat jalan memadai	4	23	7	47	19	354	3.54
20	Penampilan fisik petugas rawat jalan menarik	6	17	17	41	22	359	3.59

21	Peralatan medis yang ada sesuai dengan standar Rumah Sakit	3	21	9	52	15	355	3.55
22	Persediaan obat-obatan yang dibutuhkan tersedia dengan lengkap	7	16	40	31	6	313	3.13
23	Petugas layanan pendaftaran memberi pelayanan dengan cepat	6	29	19	31	15	320	3.20
24	Dokter cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pasien	6	26	17	35	16	329	3.29
25	Perawat cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pasien	4	28	12	41	15	335	3.35
26	Petugas yang melayani proses pembayaran memberikan layanan dengan cepat dan tanggap	7	34	18	30	11	304	3.04
27	Jadwal pemeriksaan dokter diruang rawat jalan selalu tepat	11	19	26	42	2	305	3.05
28	Kecepatan mendapatkan pelayanan sudah cepat	11	15	17	45	12	332	3.32
No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Skor	Rata Rata
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
29	Kecepatan dalam proses administrasi pembayaran	2	17	48	27	6	318	3.18
30	Kecepatan untuk mendapat pelayanan dokter	6	13	37	37	7	326	3.26
31	Kecepatan pasien untuk mendapatkan hasil pemeriksaan penunjang	11	13	38	26	12	315	3.15
32	Kondisi ruang periksa pasien di rumah sakit nyaman	5	8	12	51	24	381	3.81
33	Kondisi ruangan tempat ruang tunggu pasien sudah bersih	5	16	4	45	30	379	3.79
34	Ruang tunggu pasien di rumah sakit nyaman	11	13	19	41	16	338	3.38
Total jawaban		160	522	544	1079	498	3.44 (68.80 )	
Total bobot		160	1044	1632	4316	2490		
Persentase (%)		1.66	10.83	16.92	44.76	25.82		
		29.41			70.59			
Total Skor		9642						
Rata-Rata Skor		344.36						

Sumber : Kuesioner yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.45 di atas dapat terlihat bahwa untuk variabel kualitas kerelasiaan di rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur nilai total skornya adalah sebesar 9642 dengan nilai rata-rata skor sebesar 344.36, serta perincian hasil sebagai berikut:

- Responden yang menjawab skala 1 (sangat tidak setuju) sebesar 1.66%.
- Responden yang menjawab skala 2 (tidak setuju) sebesar 10.83%.
- Responden yang menjawab skala 3 (kurang setuju) sebesar 16.92%.
- Responden yang menjawab skala 4 (setuju) sebesar 44.76%.
- Responden yang menjawab skala 5 (sangat setuju) sebesar 25.82%.

Hasil rekapitulasi jawaban pasien rawat jalan tentang kualitas kereliasian di Rumah Sakit Hermina Pasteur yang diukur dengan dimensi komunikasi, kepercayaan, adaptasi, komitmen, implementasi, kooperatif, dan kenyamanan memperlihatkan indeks rata-rata variabel sebesar 3.44 atau 68.80% yang berarti kualitas kereliasian di Rumah Sakit Hermina Pasteur menurut sebagian besar pasien diinterpretasikan berada pada kategori baik.

Nilai tertinggi berada pada kuesioner mengenai dokter rawat jalan terampil dalam bekerja, dan kondisi ruang periksa pasien di rumah sakit nyaman, sedangkan nilai terendah berada pada kuesioner mengenai petugas yang melayani proses pembayaran memberikan layanan dengan cepat dan tanggap, dan jadwal pemeriksaan dokter diruang rawat jalan selalu tepat.

### **Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur**

Kepuasan merupakan perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja dengan harapannya. Semakin bermutu produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada perusahaan tersebut. Demikian pula sebaliknya, jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain. Kepuasan pelanggan dapat dilihat bahwa tujuan perusahaan adalah menghasilkan produk, baik barang atau jasa, yang mempunyai suatu nilai bagi pelanggan yang mengkonsumsinya dan diharapkan barang atau jasa yang dikonsumsi pada akhirnya menghasilkan tingkat kepuasan bagi pelanggan. Jika dilihat dari sisi pelanggan, pelanggan membutuhkan dan menginginkan suatu produk untuk dikonsumsi, produk tersebut akan mempunyai suatu ekspektasi dibenak pelanggan.

Dalam penelitian ini kepuasan pasien diukur dengan dimensi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Hasil tanggapan responden terhadap kepuasan pasien untuk setiap dimensi dalam setiap item pernyataan dapat di deskripsikan pada analisis berikut:

Berikut hasil jawaban responden atas variabel *customer satisfaction* di RSIA Hermina Pasteur Bandung yang diukur dengan dimensi yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan dapat dilihat pada tabel berikut :

#### **Rekapitulasi Jawaban Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Hermina Pasteur (n=100)**

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Skor	Rata Rata
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
35	Waktu tunggu untuk pendaftaran cepat	9	19	24	40	8	319	3.19
36	Dokter di cepat tanggap dalam melayani pasien	20	41	22	14	3	239	2.39
37	Waktu tunggu pasien untuk pengambilan obat cepat	9	18	29	36	8	316	3.16
38	Petugas obat di RS Hermina Pasteur Bandung cepat tanggap dalam melayani pasien	18	26	24	25	7	277	2.77
39	Pelayanan di RS Hermina Pasteur Bandung sudah tepat waktu	10	16	28	36	10	320	3.20
40	Pelayanan di RS Hermina Pasteur Bandung sudah sesuai jadwal	18	25	27	25	5	274	2.74

41	Prosedur pelayanan di RS Hermina Pasteur Bandung sudah jelas	1	6	31	51	11	365	3.65
42	Dokter dalam melayani pasien selalu sopan, ramah, seksama dan dapat dipercaya	11	16	24	42	7	318	3.18
43	Sikap <i>staff</i> di dalam memberikan pelayanan sudah ramah	18	33	20	24	5	265	2.64
No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Skor	Rata Rata
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)		
44	Ruang tunggu pasien nyaman	18	32	15	29	6	273	2.73
45	Ruang periksa pasien di RS Hermina nyaman	27	48	23	2	0	200	2.00
46	Toilet pasien di ruang tunggu sudah bersih	7	18	20	31	24	347	3.47
Total jawaban		174	316	311	383	116	2.96 (59.20)	
Total bobot		174	632	933	1532	580		
Persentase (%)		4.52	16.41	24.23	39.78	15.06		
		45.20			54.80			
Total Skor		3851						
Rata-Rata Skor		320.92						

Sumber : Kuesioner yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.45 di atas dapat terlihat bahwa untuk variabel kepuasan pasien di rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur nilai total skornya adalah sebesar 3851 dengan nilai rata-rata skor sebesar 320.92, serta perincian hasil sebagai berikut:

- Responden yang menjawab skala 1 (sangat tidak setuju) sebesar 4.52%.
- Responden yang menjawab skala 2 (tidak setuju) sebesar 16.41%.
- Responden yang menjawab skala 3 (kurang setuju) sebesar 24.23%.
- Responden yang menjawab skala 4 (setuju) sebesar 39.78%.
- Responden yang menjawab skala 5 (sangat setuju) sebesar 15.06%.

Hasil rekapitulasi jawaban pasien rawat jalan tentang kepuasan pasien di RS Hermina Pasteur Bandung yang diukur dengan dimensi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan memperlihatkan indeks rata-rata variabel sebesar 2.96 atau 59.20% yang kepuasan pasien di RS Hermina Pasteur Bandung menurut sebagian besar pasien diinterpretasikan berada pada kategori cukup baik.

Nilai tertinggi berada pada kuesioner mengenai prosedur pelayanan di RS Hermina Pasteur Bandung sudah jelas, dan toilet pasien dan toilet di ruang tunggu sudah bersih sedangkan nilai terendah berada pada kuesioner mengenai ruang periksa pasien di RS Hermina Pasteur Bandung dirasakan kurang nyaman, dan Dokter kurang cepat tanggap dalam melayani pasien.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Kereliasan Terhadap Kepuasan Pasien (Survei Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung)”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Citra merek RS Hermina Pasteur Bandung yang diukur dengan dimensi kesadaran akan citra perusahaan, pengenalan citra perusahaan, kesan kualitas, dan asosiasi-asosiasi merek diinterpretasikan berada pada kategori cukup baik. Terdapat beberapa indikator disarankan

- menjadi fokus perbaikan yaitu tidak akan menceritakan kesan yang baik selama mendapatkan pelayanan kesehatan di RS Hermina Pasteur Bandung kepada orang lain.
2. Kualitas kereliasian di Rumah Sakit Hermina Pasteur yang diukur dengan dimensi komunikasi, kepercayaan, adaptasi, komitmen, implementasi, kooperatif, dan kenyamanan diinterpretasikan berada pada kategori baik. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan yaitu petugas yang melayani proses pembayaran kurang cepat dan kurang tanggap.
  3. Kepuasan pasien di RS Hermina Pasteur Bandung yang diukur dengan dimensi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan diinterpretasikan berada pada kategori cukup puas. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan yaitu ruang periksa pasien dirasakan kurang nyaman, dan dokter kurang cepat tanggap dalam melayani pasien.
  4. Citra merek dan kualitas kereliasian secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur serta pengaruhnya positif. Secara parsial kualitas kereliasian lebih dominan mempengaruhi kepuasan pasien daripada citra merek. Dan secara parsial, pengaruh citra merek dan kualitas kereliasian terhadap kepuasan pasien adalah sebagai berikut:
    - a. Citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pasien, sehingga apabila citra merek dipersepsikan baik, maka kepuasan pasien di rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur akan meningkat.
    - b. Kualitas kereliasian berpengaruh terhadap kepuasan pasien, sehingga apabila kualitas kereliasian yang dirasakan baik, maka kepuasan pasien di rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur akan meningkat.

## REFERENSI

- Alma, Buchari, 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung, Alfabeta.
- Armen Patria, Gustop Amatiria. 2017. Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan. Vol 13, No 1 (2017).
- Arikunto, Suharsimi, 2016. *Prosedur Penelitian, Edisi Revisi*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Aulia, Adhani, Taufiqurrahman, Hatta. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut Terhadap Kepuasan Pasien BPJS di Layanan Primer. Banjarmasin, Dentino Jurnal Kedokteran Gigi Vol II. No 1. Maret 2017.
- Barnes, James G, 2016. *Secret of Customer Relationship Management*. (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan) Terjemahan Haerudin. Edisi 1, Andi Yogyakarta.
- Brady, Michael K, 2016. An Exploratory Study of Service Value in The USA and Ecuador, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 10 No.5, pp 354-367.
- Constantinides. 2017. The Marketing Mix Revisited: Towards the 21st Century Marketing. *Journal of Marketing Management*. Vol 22. pp 407-438.
- Dedi Maulana, Andi Alim, Ali Imran. 2019. Analisis Hubungan Waktu Tunggu Terhadap Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Maccini Sumbala. Vol. 12 No. 2 (2019): Jurnal Kesehatan / Artikel
- Garbarino, Ellen, Mrk S Johnson, 2015. The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationship, *Journal of Marketing*, vol. 63 (April), pp 70 – 87.
- Goldsmith, R.E. 2015. *The personalised marketplace: beyond the 4Ps. Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 17 No. 4, pp. 178-185.
- Halbrook, Svend, 2015. *Marketing Management: A Relationship Approach*, Prentice Hall, Harlow.
- Hoffman, & Betteson, 2017. *Internal Service Quality-An Empirical Assessment*, International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 16 No.8, pp. 783-791, London.

- Husein Umar, 2016. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ivy, Jonathan. 2015. A new higher education marketing mix: the 7Ps for MBA marketing. *International Journal of Educational Management*, Vol. 22, No. 4, pp. 288-299. May 13, 2011.
- Joyce Yulianti Silalahi, Arifah Devi Fitriani, Megawati Megawati. 2019. Analisis Mutu Pelayanan Perawat Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Kelas Iii Di Rumah Sakit Advent Medan. Vol 6 No 1 (2019): Juni 2019 : Jurnal Kesehatan Perintis (Perintis's Health Journal) / Articles
- Juanim. 2020. Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran, Pengolahan Data SPSS & Lisrel. Bandung : PT Rafika Aditama.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2016, *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education Limited, England.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong., 2018. *Principles Of Marketing*, 14th Edition, PrenticeHall Pearson, USA.
- Kumar, S.R. 2012. *Get your marketing mix just right*. Financial Daily from The Hindu Group of Publications.
- Kurtz, David L., Kenneth E. Clow, 2016. *Service Marketing*, First edition, USA : John Wiley & Sons, Inc.
- Lau, RSM, 2017. Quality of Work Life and Performannce. *International od Service Journal Industry Management*, Vol 11 No 5, 2000, pp 422-437
- Lovelock, Christopher, Lauren Wright, 2018. *Principles of Service Marketing and Management*, USA : Prentice-Hall International Edition.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Morgan, RM and Hunt, S.D, 2018. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing”, *Journal of Marketing*, vol 58, 20-38.
- Rivai, Veithzal dan Sagala Jauvani Ella, 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Parktik*, PT. Rajawali Pers, Jakarta.
- Saladin, Djaslim, 2016. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*, Cetakan Keempat, Linda Karya, Bandung.
- Sitepu, Nirwana. 2016. *Analisis Jalur*. Bandung: Unit Pelayanan Statistik Universitas Padjajaran
- Stanton, William J, 2016. *Prinsip Pemasaran*, Edisi 7, Alih Bahasa : Y. Lamarto dan Sadu Sundaya, Erlangga, Jakarta.
- Stoner, James.A.F. 2016. *Management*, Prentice Hall International, Inc Englewood Cliffs, New York.
- Sumarwan, Ujang. 2017. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Pusat Penelitian Universitas Mercu Buana : Jakarta.
- Syafrisari Meri. 2018. Kenyamanan Dan Kepuasan Pasien Dalam Proses Interaksi Pelayanan Keperawatan Di Rsud Petala Bumi. *Jurnal Endurance*. Vol 3, No 1 (2018).
- Walker C, Orville and John W Mullins. 2017. *Marketing Management : A Strategic Decision-Making Approach 7th Edition*, The McGraw Hill Companies, New York USA.
- Widyantoro, 2017. *Statistika Untuk Ekonomi dan Niaga*, Edisi Ketiga, Penerbit Tarsito, Jakarta.
- Zeithaml, Bitner and Gremler. 2015. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the firm*. Fifth edition. New York. Mc. Graw Hill international Edition.
- Zeithaml Valerie A, M.J. Bitner, 2017. *Service Marketing*. First edition, USA : Mc Graw-Hill Co. Inc.