

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit

Mohammad Irham Rifai*, Susanto

Program Studi Manajemen Rumah Sakit, Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

*corresponding author, e-mail: Mohammad.Irham.R@gmail.com

Received: 13/10/2015; published: 20/03/2016

Abstract

Background: Hospitals play an important role in the development of public health since it handling of public health. In general, patient expected a product or service can be accepted and enjoyed with good service. There are various factors that can affect patient satisfaction. Suspected factor in this study are service quality and marketing mix. **Method:** This study used quantitative correlation study approach. It took place at Wiroshan General Public Hospital Yogyakarta City. Sample of this study were 100 patients. Data analysis used descriptive analysis, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient determination. **Results:** The result of this study indicated that service quality effect toward patient satisfaction, with t-value 5.543 and sig 0.000. The result of this study indicated that marketing mix effect toward patient satisfaction, with t-value 2.957 and sig 0.004. The result of this study indicate that service quality and marketing mix effect toward patient satisfaction simultaneously, with F-value 42.490 and sig 0.000. The coefficient of determination was 0.467 or 46.7%. This imply that 46.7% of patient satisfaction is explained by the variable service quality and the marketing mix. **Conclusion:** Quality of service and marketing mix effect on patient satisfaction either partially or simultaneously.

Keywords: marketing mix; patient satisfaction; service quality

Copyright © 2016 Universitas Ahmad Dahlan. All rights reserved.

1. Pendahuluan

Berkembangnya jumlah rumah sakit di Yogyakarta menjadikan masyarakat Yogyakarta memiliki banyak pilihan untuk menentukan rumah sakit mana yang akan mereka pilih. Masyarakat akan memilih rumah sakit yang mereka pandang memberikan kepuasan yang maksimal bagi mereka. Oleh karenanya diharapkan setiap rumah sakit hendaknya berorientasi pada kepuasan pasien untuk dapat bersaing dengan rumah sakit lain.⁽¹⁾ Demikian halnya dengan Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Wiroshan Kota Yogyakarta. Rumah sakit ini harus memperhatikan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pasien agar dapat bersaing dengan rumah sakit lain. RSUD Wiroshan Kota Yogyakarta mempunyai visi dan misi sebagai pelaksana pelayanan prima dalam bidang kesehatan yang sesuai dengan standar pelayanan dan mewujudkan pengembangan pelayanan perumahan sakit dan manajemen rumah sakit yang memuaskan. Motto Pelayanan dengan Senyum, Sapa, Sopan, Santun dan Sembuh (5S), rumah sakit ini bertekad untuk menjadi pusat pelayanan kesehatan masyarakat Kota Yogyakarta dan sekitarnya yang membutuhkan layanan kesehatan.

Setiap rumah sakit pemerintah maupun swasta dari semua tingkat kelas harus memperhatikan tentang kualitas pelayanannya agar rumah sakit yang bersangkutan dapat benar-benar menjaga kualitas pelayanannya karena kualitas pelayanan merupakan prasyarat bila rumah sakit ingin benar-benar bekerja secara efisien dan efektif serta menjaga kelangsungan hidupnya. Pemuasan terhadap pasien harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan mereka. Dukungan pelayanan yang dianggap penting oleh para pasien pada saat mereka menggunakan jasa tersebut adalah merupakan tujuan manajemen. Keunggulan jasa sangat penting dalam mempengaruhi

kepuasan terhadap pasien. Kualitas pelayanan merupakan keunggulan bersaing yang utama dan perlu disadari bahwa kepuasan pasien merupakan aspek vital dalam kelangsungan hidup rumah sakit dan memenangkan persaingan.⁽²⁾

Selain itu, untuk memenuhi harapan pasien, manajemen rumah sakit harus mampu mengeksplorasi harapan dan menyediakan atau mewujudkannya dalam bentuk pelayanan yang dapat dirasakan secara langsung maupun tidak langsung. Keadaan ekonomi di Indonesia seperti saat ini sangatlah memperberat bagi perkembangan perusahaan khususnya bagi industri rumah sakit. Hal ini disebabkan oleh turunnya daya beli masyarakat terhadap barang maupun jasa dan kenaikan harga obat serta alat kesehatan. Oleh sebab itu untuk menunjang peningkatan atau membuat keadaan stabil bagi pendapatan rumah sakit dalam keadaan seperti ini diperlukan strategi bauran pemasaran yang tepat. Demi memenangkan persaingan, pihak rumah sakit harus memahami keinginan pasien dengan melakukan suatu strategi pemasaran yang baik.⁽³⁾

Hingga saat ini banyak rumah sakit di Indonesia yang telah melakukan bauran pemasaran melalui kegiatan promosi kesehatan. Promosi kesehatan di rumah sakit telah diselenggarakan sejak tahun 1994 dengan nama Penyuluhan Kesehatan Masyarakat Rumah Sakit (PKMRS). Seiring dengan perkembangannya, pada tahun 2003, istilah PKMRS berubah menjadi Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS). Berbagai kegiatan telah dilakukan untuk pengembangan PKRS seperti penyusunan pedoman PKRS, advokasi dan sosialisasi PKRS kepada Direktur rumah sakit pemerintah, pelatihan PKRS, pengembangan dan distribusi media serta pengembangan model PKRS.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka salah satu strategi yang harus dicapai oleh RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan pasiennya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan kemudahan lain yang membuatnya berbeda dengan pelayanan dari rumah sakit umum lainnya. Kualitas yang tinggi tentunya harus didukung oleh strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan melalui kegiatan PKRS. Maka dari itu, untuk memberikan saran pemasaran yang tepat perlu diteliti lebih dahulu mengenai pengaruh atau keterkaitan antara variabel kualitas pelayanan, bauran pemasaran PKRS dan kepuasan pasien.

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien di RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta. Adapun yang mendasari penelitian ini adalah untuk mengetahui penilaian pasien tentang kualitas pelayanan kesehatan serta kepuasan yang dapat dirasakannya. Hal ini penting sebagai evaluasi terhadap strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang dijalankan terutama terhadap sikap dan perilaku pasien Rumah Sakit tersebut, terkait dalam pembenahan dan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan optimal. Berdasarkan pengamatan dan wawancara awal dengan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta, ditemukan fakta-fakta bahwa sebagian besar pasien masih mengeluhkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit. Hal ini didasarkan pada pernyataan pasien yang mengungkapkan bahwa jika melakukan pengobatan di rumah sakit pemerintah, para pegawai lamban dalam memberikan pelayanan, kurang memberikan perhatian, kurang simpatik dalam melayani dan fasilitas ruang yang relatif kurang baik.

Berdasarkan dari latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta; Apakah bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta; Apakah kualitas pelayanan dan bauran pemasaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta?

2. Metode

Penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional, serta model rancangan penelitian ini menempatkan kualitas pelayanan dan bauran pemasaran program sebagai variabel bebas, serta kepuasan pasien sebagai variabel terikat. Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengambil lokasi di RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta. Sedangkan waktu penelitian direncanakan dimulai pada bulan Juli 2013 sampai dengan bulan Agustus 2013. Subjek penelitian ini adalah pasien di RSUD

Wirosaban Yogyakarta dengan jumlah 100 orang. Instrumen yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan observasi.^{(4),(5)}

Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari analisis deskriptif, analisis deskriptif adalah analisis statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul.⁽⁶⁾ Analisis regresi linier berganda, analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Model analisis regresi linier berganda atau multiple regression model merupakan model regresi yang mencakup lebih dari satu variabel bebas.⁽⁷⁾ Uji hipotesis, pengujian ini terdiri dari uji t dan uji F. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.⁽⁸⁾ Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.⁽⁸⁾ Koefisien determinasi, koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi model dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁽⁸⁾ Uji asumsi klasik, pengujian ini terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

RSUD Wirosaban Kota Yogyakarta berdiri sejak tanggal 1 Oktober 1987. Pada tahun 1988 pelayanan sudah mulai memanfaatkan gedung rumah sakit yang berada di wilayah Wirosaban Kelurahan Sorosutan Kecamatan Umbulharjo. Visi RSUD Wirosaban adalah menjadi pilhan utama dalam pelayanan Perumahsakit. Sedangkan misi meliputi: 1) Mewujudkan pengembangan pelayanan perumahsakit dengan standar profesi tertinggi; 2) Mewujudkan pengembangan sarana, prasarana dan infrastruktur rumah sakit yang modern; 3) Mewujudkan pengembangan manajemen rumah sakit modern; 4) Mewujudkan Sistem Informasi dan Manajemen Rumah Sakit yang handal; 5) Meningkatkan secara terus menerus pengetahuan, keterampilan, sikap dan kinerja pegawai; 6) Meningkatkan pelayanan rumah sakit sebagai tempat pendidikan, pelatihan serta penelitian dan pengembangan; 7) Ikut mewujudkan Yogyakarta sebagai kota dengan lingkungan yang bersih dan sehat; 8) Memberikan pelayanan yang memuaskan bagi semua pelanggan.

Bedasarkan visi dan misi yang dimiliki RSUD Wirosaban tersebut, penelitian ini akan mengkaji secara lebih mendalam mengenai kualitas pelayanan dan bauran pemasaran yang telah diberikan oleh pihak rumah sakit dengan tingkat kepuasan pasien yang mempergunakan jasa pelayanan kesehatan di RSUD Wirosaban dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Deskripsi Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran, dan Kepuasan Pasien

| Keterangan | Jumlah Responden | Nilai Minimum | Nilai Maksimum | Rata-rata | Standar Deviasi |
|--------------------|------------------|---------------|----------------|-----------|-----------------|
| Kualitas Pelayanan | 100 | 68 | 109 | 82,51 | 8,301 |
| Bauran Pemasaran | 100 | 81 | 141 | 109,47 | 9,839 |
| Kepuasan Pasien | 100 | 51 | 69 | 57,67 | 3,464 |

Penggunaan analisis regresi linear berganda pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap variabel kepuasan pasien. Hasil pengolahan data pada penelitian ini menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) for windows* versi 20.0, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.498 X_1 + 0.265 X_2$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pasien
- X_1 = Kualitas Pelayanan
- X_2 = Bauran Pemasaran

Nilai koefisien kualitas pelayanan adalah 0,498, artinya setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan satu satuan maka variabel kepuasan pasien akan naik sebesar 0,498 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Nilai

koefisien bauran pemasaran adalah 0,265. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel bauran pemasaran satu satuan maka variabel kepuasan pasien akan naik sebesar 0,265 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

Pengaruh parsial antara kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien sebesar 5,543 (kualitas pelayanan) dan 2,957 (bauran pemasaran). Sementara itu, pengaruh kualitas pelayanan dan bauran pemasaran secara statistik bermakna (kualitas pelayanan *p value* 0,000 dan bauran pemasaran *p value* 0,004). Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Nilai R^2 yang tersaji pada Tabel 2 menunjukkan nilai 0,467 atau 46,7%. Hal ini dapat diartikan bahwa sebanyak 46,7% kepuasan pasien dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran. Sisanya yaitu sebesar 53,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran.

Tabel 2. Analisis Regresi Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien

| | t Hitung | F | p-value | R | R ² |
|--------------------|----------|-------|---------|-------|----------------|
| Kualitas Pelayanan | 5,543 | 42,49 | 0,01 | 0,683 | 0,467 |
| Bauran Pemasaran | 2,957 | | | | |

Keterangan: $\alpha=0,05$, R=koefisien korelasi, F=nilai uji Anova

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien

Kualitas pengelolaan jasa, pemenuhan harapan konsumen adalah kunci utama. Harapan konsumen (pasien) terbentuk melalui pengalaman mereka, pemberitahuan dari mulut ke mulut atau bahkan komplain langsung yang disampaikan oleh pasien kepada pihak penyedia jasa kesehatan.⁽⁹⁾

Kepuasan pasien akan membantu pasien dalam merevisi persepsi mereka terhadap kualitas jasa.⁽¹⁰⁾ Hal tersebut didasarkan pada pemikiran antara lain: 1) Jika konsumen tidak memiliki pengalaman sebelumnya dengan penyedia jasa kesehatan yang digunakan maka persepsinya terhadap kualitas jasa akan didasarkan pada ekspektasinya; 2) Interaksi berikutnya antara pasien dengan penyedia jasa kesehatan tersebut akan menyebabkan pasien memasuki proses diskonfirmasi dan merevisi persepsi mereka pada kualitas jasa; 3) Interaksi tambahan dengan penyedia jasa kesehatan akan memperkuat atau malah mengubah persepsi pasien terhadap kualitas jasa; dan 4) Persepsi terhadap kualitas jasa akan yang telag direvisi memodifikasi minat pasien atau keputusan untuk berobat pasien terhadap penyedia jasa kesehatan di masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh bahwa nilai koefisien kualitas pelayanan adalah 0,498. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan satu satuan maka variabel kepuasan pasien akan naik sebesar 0,498 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Agustiono dan Sumarno serta penelitian yang dilakukan oleh Bustan⁽¹¹⁾ yang menyatakan bahwa semua aspek pada kualitas pelayanan yakni reliabilitas, responsivitas, empati, jaminan, dan bukti fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien. Dalam penelitian Agustiono dan Sumarno⁽¹²⁾ diperoleh bahwa semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang diterima oleh pasien. Penyedia layanan yang memberikan kualitas tinggi dan pelayanan prima merupakan tujuan pelanggan yang puas.

3.2.2 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien

Penyedia jasa pelayanan kesehatan seperti rumah sakit harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan utama yakni pelayanan yang optimal demi menciptakan kepuasan bagi pasien. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh bahwa nilai koefisien bauran pemasaran adalah 0.265. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan variabel bauran pemasaran satu satuan maka variabel kepuasan pasien

akan naik sebesar 0,265 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Sani⁽¹³⁾ yang menunjukkan hasil bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien. Bauran pemasaran diharapkan dapat meningkatkan penilaian pasien terhadap suatu pelayanan. Bila persepsi pasien terhadap mutu pelayanan dalam hal ini rumah sakit yang diberikan baik, maka pemahaman pasien terhadap rumah sakit akan baik pula. Kondisi inilah yang dapat meningkatkan kepuasan pasien.

3.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien

Tuntutan masyarakat sebagai konsumen (pasien) pada suatu penyedia jasa layanan kesehatan seperti rumah sakit terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, dapat menumbuhkan kepercayaan terhadap rumah sakit. Kesehatan menjadi hal yang paling vital bagi manusia, sehingga rumah sakit diharapkan dapat menyediakan pelayanan yang dapat diandalkan. Kualitas pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit akan dinilai oleh konsumen meskipun tidak secara langsung melalui kepuasan yang dirasakan konsumen. Kualitas layanan tentu saja tidak dapat dipisahkan dengan bauran pemasaran, dimana terdapat keterkaitan diantara keduanya dan saling dukung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan kesimpulan penelitian yang dilakukan oleh Thamrin yang menyatakan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.⁽¹⁴⁾ Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan dan bauran pemasaran yang diberikan oleh penyedia pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap kepuasan pasien dalam penelitian ini dilihat dari nilai koefisien determinasi. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Koefisien determinasi ini dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R). Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan nilai 0,467 atau 46,7%. Hal ini dapat diartikan bahwa sebanyak 46,7% kepuasan pasien dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 53,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel kualitas pelayanan dan bauran pemasaran.

4. Simpulan

Kualitas pelayanan yang terdiri dari lima aspek yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dapat menunjukkan besarnya kualitas pelayanan yang pasien RSUD Wirosaban rasakan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan pasien maka akan semakin meningkatkan kepuasan pasien yang berkunjung di RSUD Wirosaban.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam kelangsungan hidup rumah sakit yang sebagian besar menjual jasa. Terdapat hal lain yang diperlukan oleh rumah sakit yang tidak kalah pentingnya dengan kualitas pelayanan yang diberikan yaitu bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan unsur-unsur yang saling terkait, dibaur, diorganisir, dan digunakan dengan tepat sehingga rumah sakit dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pasien. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien.

Daftar Pustaka

1. Lestari WP, Sunarto S, Kuntari T. Analisa Faktor Penentu Tingkat Kepuasan Pasien di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Bantul. *JKKI: Jurnal Kedokteran dan Kesehatan Indonesia*. 2009;1(1):21–37.
2. Fauzi A, Kurniati RR. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial (Social Sciences)*. 2006;18(1):56–65.

3. Kuswanti ND, Sembiring BK. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pasien Berobat di Rumah Sakit Haji Medan. *Jurnal Media Informasi Manajemen*. 2013 Feb;1(3):1–10.
4. Arikunto S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta; 2006.
5. Jogiyanto J. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPFE; 2004.
6. Sugiyono S. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta; 2010.
7. Ryan AG, Montgomery DC, Peck EA, Vining GG. *Solutions Manual to Accompany Introduction to Linear Regression Analysis*. 5 edition. New Jersey: Wiley; 2013. 164 p.
8. Ghozali I. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2013.
9. Rismiati C, Suratno B. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius; 2006.
10. Tjiptono F, Chandra G. *Service, Quality & Satisfaction*. 3rd ed. Yogyakarta: Andi Offset; 2011.
11. Bustan J. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Pemerintah dan Swasta di Kota Palembang. *Orasi Bisnis*. 2012;7(1):84–92.
12. Agustiono A, Sumarno S. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang. *Jurnal Eksplanasi*. 2006 Apr;1(1).
13. Sani A. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pasien di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Islam Faisal Makassar [Tesis]. Universitas Hasanuddin; 2015.
14. Thamrin HM. The Role of Service Marketing Mix and Ship Service Quality towards Perceived Value and Its Impact to Ship Passenger's Satisfaction In Indonesia. *Global Journal of Management and Business Research*. 2012 Mar;12(3):97–102.