

**PENGARUH PERSEPSI PRODUK UNGGULAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN POLIKLINIK
BEDAH DI RSI PKU MUHAMMADIYAH PEKAJANGAN**

***INFLUENCE THE PERCEPTION OF COMPETITIVE PRODUCTS AND SERVICES
QUALITY TO PATIENT LOYALTY IN THE SURGICAL CLINIC OF ISLAMIC
HOSPITAL PKU MUHAMMADIYAH PEKAJANGAN***

¹Susanto, ²Rikhlatul Iffah

¹ Dosen Program Studi Manajemen Rumah Sakit Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, ² Mahasiswa, Program Magister Manajemen, Konsentrasi Manajemen Rumah Sakit, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Abstract

The Islamic Hospital PKU Muhammadiyah Pekajangan is a type C private hospital that is growing in Pekalongan. The successful hospital in the future are hospitals that have a competitive power. To win the competition the hospital must provide value and satisfaction to customers or patients through quality of products or services with competitive costs. The Islamic Hospital PKU Muhammadiyah Pekajangan already has a competitive product that is surgical oncology, surgical urology, neurosurgery. In addition The Islamic Hospital PKU Muhammadiyah Pekajangan should be able to know the quality of services provided and understand the interests and patients behavior to use the hospital services if needed health services at the next time.

To know the influence of competitive product perception to patient loyalty in The Surgical Clinic of Islamic Hospital PKU Muhammadiyah Pekajangan, and determine the influence of services quality perceptions to patient loyalty in The Surgical Clinic of Islamic Hospital PKU Muhammadiyah Pekajangan, as well as investigate the influence of competitive product and services quality perception together against patient loyalty in The Surgical Clinic of Islamic Hospital PKU Muhammadiyah Pekajangan.

The study was quantitative research with cross sectional design. The study was conducted on May-June 2011 in The Surgical Clinic of Islamic Hospital PKU Muhammadiyah Pekajangan. The population was all patients who had used services in The Surgical Clinic of Islamic Hospital PKU Muhammadiyah Pekajangan. The number of samples was 100 respondents. The sampling design was purposive sampling. Data was analyzed used descriptive and inferential statistics with multiple linear regression.

The research result showed that competitive products perception influenced patient loyalty (Sig. 0.005 <0.05), and services quality perception influenced patient loyalty (Sig. 0.000 <0.05), as well as competitive products and services quality jointly influenced patient loyalty in The Surgical Clinic of Islamic Hospital PKU Muhammadiyah Pekajangan (Sig. 0.000 <0.05).

The perception of competitive products and services quality perception which consists of communication, tangibles, empathy of nursing staff, assurance, responsiveness of the administrative staff, security, responsiveness physician either partially or jointly influence patient loyalty in The Surgical Clinic of Islamic Hospital PKU Muhammadiyah Pekajangan.

Keywords: *Competitive Products, Services Quality, Patient Loyalty*

Abstrak

RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan adalah sebuah rumah sakit swasta tipe C yang sedang berkembang di Pekalongan. Rumah sakit yang sukses di masa mendatang adalah rumah sakit yang mempunyai sifat daya saing. Untuk memenangkan persaingan tersebut rumah sakit harus memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan atau pasien melalui produk atau jasa yang berkualitas dengan biaya bersaing. RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan sudah memiliki produk layanan unggulan yaitu bedah onkologi, bedah urologi, bedah syaraf. Selain itu RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan harus dapat mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan, dan memahami minat dan perilaku masyarakat untuk menggunakan jasa rumah sakit apabila membutuhkan pelayanan kesehatan di kemudian hari.

Mengetahui pengaruh persepsi produk unggulan terhadap loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan, dan mengetahui pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan, serta mengetahui pengaruh persepsi produk unggulan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan rancangan *cross sectional*. Penelitian dilakukan pada bulan Mei-Juni 2011 di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan. Populasi adalah seluruh pasien yang pernah menggunakan pelayanan poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan. Besar sampel yang didapat sebanyak 100 orang. Desain pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Analisis data dengan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial dengan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk unggulan berpengaruh pada loyalitas pasien (Sig. 0,005 < 0,05), dan kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas pasien (Sig. 0,000 < 0,05), serta produk unggulan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh pada loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan (Sig. 0,000 < 0,05).

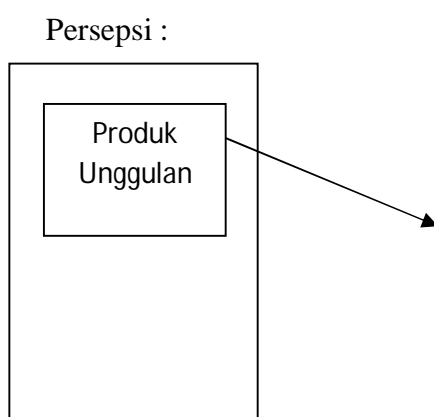
Persepsi produk unggulan dan kualitas pelayanan yang terdiri dari (*communication, tangibles, empathy of nursing staff, assurance, responsiveness of administrative staff, security, physician responsiveness*) baik secara parsial maupun secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan.

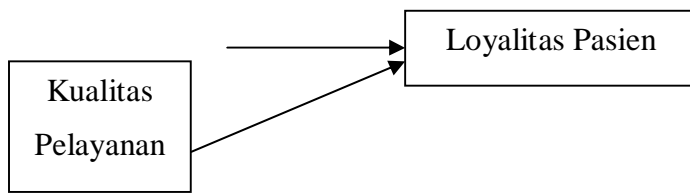
Kata Kunci: Produk Unggulan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pasien

PENDAHULUAN

RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan merupakan salah satu dari banyak rumah sakit di Pekalongan. Persaingan ketat antar rumah sakit yang ada di Pekalongan saat ini, mengharuskan setiap manajemen rumah sakit untuk melakukan strategi pemasaran yang tepat sehingga bisa memenangkan persaingan. Dari sini perlu kiranya suatu penelitian untuk mengetahui bagaimana persepsi *customer* (pasien) terhadap produk unggulan RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan. Hal ini didasarkan pada isu pasar global yang mengisyaratkan bahwa mekanisme pasar akan semakin didominasi oleh perusahaan atau organisasi bisnis yang mampu memberikan pelayanan atau memproduksi produk unggulan (*Core Product*) yang memiliki daya saing tinggi untuk mampu menembus pasar. Khusus untuk rumah sakit yang produk utamanya berupa *service quality*, maka merupakan hal yang penting bagi pihak manajemen rumah sakit sebagai pelaku pelayanan (*Provider*) untuk senantiasa melakukan *improve* agar kualitas pelayanannya semakin prima.

Berdasarkan uraian diatas mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pasien, perlu dilakukan penelitian tentang pengaruh persepsi produk unggulan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah ‘Bagaimana pengaruh persepsi produk unggulan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan?’





Gambar 1. Kerangka Konsep

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah kuantitatif dengan rancangan *cross sectional*.¹³

Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah pasien di poliklinik bedah RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan dengan kriteria inklusi: pasien berusia 17 - 55 tahun, terdaftar sebagai pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan, telah menggunakan pelayanan poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan, pasien bersedia menjadi responden dan menandatangani surat persetujuan penelitian (*informed consent*).

Populasi, Sampel, dan Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien poliklinik bedah dengan kriteria tertentu di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan. Sampel terdiri atas sejumlah pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan dengan besar sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Lemeshow *et al.* (1997).¹² Sampling dilakukan dengan cara *purposive sampling*.¹³

Definisi Operasional

Produk unggulan adalah produk/layanan rumah sakit yang berbeda dengan pesaing yang memenuhi kriteria: penting, berbeda, unggul, dapat dikomunikasikan, tidak mudah ditiru, terjangkau dan menguntungkan.⁸ Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus

tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Penilaian kualitas pelayanan didasarkan pada 7 dimensi kualitas pelayanan yaitu: komunikasi (*communication*), bukti fisik (*tangibles*), empati (*empathy*), jaminan (*assurance*), daya tanggap (*responsiveness*), keamanan (*security*), daya tanggap tenaga medis (*physician responsiveness*).⁵ Loyalitas pasien adalah komitmen yang dipegang kuat pasien untuk menggunakan kembali pelayanan poliklinik bedah rumah sakit, merekomendasikan pelayanan poliklinik bedah rumah sakit kepada orang lain untuk mendapatkan pelayanan kesehatan, menggunakan fasilitas lain yang disediakan oleh pelayanan poliklinik bedah rumah sakit, dan memilih pelayanan poliklinik bedah rumah sakit sebagai pilihan utama.⁹

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner penelitian. Kuesioner ini terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya.^{1,2} Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari 3 bagian. Bagian pertama memuat persepsi responden terhadap produk unggulan.¹⁵ Bagian kedua memuat persepsi responden terhadap kualitas pelayanan.⁵ Bagian ketiga memuat loyalitas responden pada pelayanan poliklinik bedah rumah sakit.⁶ Kuesioner ini menggunakan skala likert dari 1 sampai 5 untuk mengetahui penilaian dan sikap responden.

Analisis Data

Dalam penelitian ini uji parsial menggunakan uji t untuk mengetahui apakah persepsi produk unggulan berpengaruh terhadap loyalitas pasien dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Uji simultan/berganda menggunakan uji F atau Anova dua jalur untuk mengetahui apakah persepsi produk unggulan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien. Uji hipotesis yang digunakan yaitu regresi berganda.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Subyek Penelitian

Karakteristik subyek penelitian 81% responden berada pada kelompok usia 20 – 40 tahun, terdiri dari 62% responden berjenis kelamin perempuan dan 38% responden berjenis

kelamin laki-laki, 43% responden berpendidikan Akademi, 70% responden bekerja sebagai pegawai swasta.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas kuesioner produk unggulan, kualitas pelayanan dan loyalitas pasien menunjukkan keseluruhan item pernyataan variabel penelitian valid dengan $\text{Sig.} < 0,05$. Uji reliabilitas menunjukkan keseluruhan item pernyataan variabel penelitian reliabel dengan $\text{Alpha Cronbach} > 0,6$.^{2,3}

Pengaruh Persepsi Produk Unggulan terhadap Loyalitas Pasien Poliklinik Bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan

Tabel 1. Koefisien Variabel Dependen Loyalitas Pasien

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t Sig.
1 (Constant)	.756	.334		2.267 .026
Persepsi Produk Unggulan	.262	.090	.282	2.899 .005
Kualitas Pelayanan	.478	.103	.452	4.647 .000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pasien

Sumber : data primer diolah

Pada tabel 1. terlihat bahwa variabel produk unggulan (X_1) mempunyai angka signifikansi sebesar 0,005 ($\text{Sig.} < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya Produk unggulan berpengaruh pada loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan.

Besarnya pengaruh persepsi produk unggulan terhadap loyalitas pasien adalah 0,282 atau 28,2% dan hasil koefisien regresi linear adalah bertanda positif (+) yang artinya jika persepsi produk unggulan (X_1) dinaikkan maka akan mengakibatkan meningkatnya loyalitas pasien (Y) poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan.

Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien Poliklinik Bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan

Pada tabel 1. terlihat bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) mempunyai angka signifikansi sebesar 0,000 (Sig.< 0,05), oleh karena itu H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan.

Besarnya pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien adalah 0,452 atau 45,2% dan hasil koefisien regresi linear adalah bertanda positif (+) yang artinya jika persepsi kualitas pelayanan (X_2) dinaikkan maka akan mengakibatkan meningkatnya loyalitas pasien (Y) poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan.

Pengaruh Persepsi Produk Unggulan dan Kualitas Pelayanan secara Bersama – sama terhadap Loyalitas Pasien Poliklinik Bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan

Tabel 2. Model Summary Predictors Persepsi Produk Unggulan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 ^a	.445	.433	.32471

a. Predictors: (Constant), Persepsi kualitas pelayanan, persepsi produk unggulan

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 2. terlihat bahwa nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,433. Nilai tersebut menjelaskan bahwa pengaruh Persepsi Produk Unggulan (X_1), Persepsi Kualitas Pelayanan (X_2) secara bersama – sama terhadap loyalitas pasien (Y) poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan adalah sebesar 43,3%. Adapun sisanya sebesar 56,7% (100% - 43,3%) dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel – variabel lain di luar model dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Persepsi Produk Unggulan terhadap Loyalitas Pasien Poliklinik Bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan

Produk unggulan berpengaruh terhadap loyalitas pasien poliklinik bedah (28,2%). Semakin pasien dapat menerima pelayanan bedah sebagai unggulan di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan maka semakin loyal pasien.

Kunthy (2006) dalam penelitiannya di Rumah Sakit Restu Ibu Balikpapan, bahwa perilaku konsumen setelah membeli suatu produk maka akan menggunakan produk tersebut karena puas atau tidak puas tergantung penampilan produk tersebut.¹⁰

Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien Poliklinik Bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan

Kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi sikap loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan (45,2%).

Lazarus (1991) mengemukakan faktor-faktor yang membentuk loyalitas pasien adalah kualitas pelayanan yang diterima pasien, perasaan emosi yang bersifat positif, perasaan emosi pasien yang bersifat negatif, dan perbandingan antara capaian dan harapan pelayanan yang diterima pasien.¹¹

Pengaruh Persepsi Produk Unggulan dan Kualitas Pelayanan Secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pasien Poliklinik Bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan

Produk unggulan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan (43,3%). Faktor lain (56,7%)

Blut *et.al.* (2007) yang menyimpulkan bahwa *switching costs*, manfaat sosial, dan daya tarik dari alternatif jasa merupakan moderator penting dalam model empat tahap loyalitas yaitu tahap loyalitas kognitif, tahap loyalitas afektif, tahap loyalitas konatif, dan tahap loyalitas tindakan.⁴ Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil temuan Han *et.al.* (2008) yang menyatakan bahwa penentu kunci loyalitas dalam konteks pelayanan selain kualitas pelayanan adalah kesetaraan pelayanan jasa yang lain, kepuasan pelanggan, komitmen, kepercayaan, dan *commercial friendship*.⁷

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperhatikan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan (Supranto, 2006).¹⁴

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai jawaban atas permasalahan yang ada didalam penelitian ini, yaitu:

1. Persepsi produk unggulan mempengaruhi loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan

2. Persepsi kualitas pelayanan yang terdiri dari (*communication, tangibles, empathy of nursing staff, assurance, responsiveness of administrative staff, security, physician responsiveness*) mempengaruhi loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan
3. Persepsi produk unggulan dan kualitas pelayanan yang terdiri dari (*communication, tangibles, empathy of nursing staff, assurance, responsiveness of administrative staff, security, physician responsiveness*) secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas pasien poliklinik bedah di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan

SARAN

Pihak RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan disarankan agar dapat menjaga dan meningkatkan produk unggulan dan kualitas pelayanan poliklinik bedah serta menciptakan loyalitas pasien dengan cara sebagai berikut:

1. RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan diharapkan dapat meningkatkan dalam bidang pelayanan, peralatan, dan SDM, sehingga diharapkan mampu menampilkan keunggulan pelayanan yang akhirnya dapat melahirkan suatu produk unggulan yang berkualitas.
2. RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan diharapkan dapat mempertahankan dan semakin meningkatkan kualitas pelayanan poliklinik bedah.
3. RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan diharapkan memberikan perhatian terhadap beberapa penilaian pasien yang kurang baik atau sedang terhadap *item* pernyataan dalam dimensi kualitas pelayanan.
4. RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan diharapkan dapat membentuk program loyalitas untuk memperoleh dan mempertahankan pasien dengan melihat basis pasien lama, tingkat retensi pasien baru, tingkat retensi pasien lama, pangsa pasien, jumlah rata – rata pasien baru per bulan, frekuensi pemanfaatan jasa pelayanan, jumlah pemanfaatan jasa pelayanan, dan tingkat peralihan (*attrition rate*).
5. RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan hendaknya memberi perhatian yang lebih terhadap faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pasien seperti *switching cost*, kesetaraan pelayanan jasa yang lain, kepuasan pelanggan, komitmen, kepercayaan, dan *commercial friendship* sehingga dapat meningkatkan tingkat loyalitas pasien.

6. RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan diharapkan dapat melakukan survei kembali yang berkaitan dengan loyalitas pasien dengan memberikan kuesioner kepada pasien umum ataupun asuransi.
7. Bagi peneliti lain yang ingin mendalami penelitian tentang loyalitas pasien, sebaiknya memilih responden dari unit fungsional lain dari RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan dan menambahkan variabel lain yang lebih relevan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan di pelayanan poliklinik bedah RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain :

1. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif sehingga hanya menganalisis pengaruh antara variabel penelitian secara statistik, namun kurang dapat menjelaskan masing – masing variabel tersebut secara mendalam, misalnya dengan melakukan wawancara kepada pasien.
2. Keterbatasan peneliti untuk menjangkau semua subyek yang mewakili pengguna berbagai pelayanan di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan.
3. Variabel penelitian yang diteliti dalam mempengaruhi loyalitas pasien terbatas pada variabel produk unggulan dan kualitas pelayanan, sedangkan dalam penelitian lain masih ditemukan faktor – faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pasien.
4. Peneliti tidak melakukan cross-cek atau kontrol kembali pasien tersebut pada rekam medik rumah sakit, apakah mereka kembali menggunakan layanan poliklinik bedah, sebagai bentuk dari perilaku loyal pasien terhadap layanan kesehatan di RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan atau memang tidak datang lagi, sehingga penilaian loyalitas pasien terbatas pada sikap pasien yang merekomendasikan layanan kesehatan RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan pada orang terdekat, dan menyatakan akan kembali menggunakan RSI PKU Muhammadiyah Pekajangan untuk mendapatkan layanan kesehatan, dengan demikian hasil pengukuran sikap loyal tersebut bisa saja bias.

DAFTAR PUSTAKA

1. Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Penerbit PT Rineka Cipta. Jakarta.
2. Azwar, Azrul. 1994. *Program Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan: Aplikasi Prinsip Lingkaran Pemecahan Masalah*. Yayasan Penerbitan Ikatan Dokter Indonesia
3. Azwar, S., 1997. *Reliabilitas dan Validitas*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
4. Blut, M, Evanschitzky, H, Vogel, V, & Ahlert, D 2007, 'Switching Barriers in the Four-Stage Loyalty Model', *Advances in Consumer Research*, vol. 34, pp. 726-734, viewed 8 November 2010, <http://www.acrwebsite.org/volumes/v34/500528_101350_v1.pdf>.
5. C. Boshoff and B. Gray. 2004. 'The relationships between service quality, customer satisfaction and buying intentions in the private hospital industry', pp. 32, viewed 2 Mei 2011, <<http://www.ebsohost.com/>>
6. Griffin, J. 2005. *Customer Loyalty : How to earn, how to keep it*, EGC : Jakarta
7. Han, X, Kwornik, RJ, & Wang, C 2008, 'Service Loyalty: An Integrative Model and Examination across Service Contexts', *Journal of Service Research*, vol. 11, no. 1, pp.

22-42, viewed 9 November 2010, < <http://jsr.sagepub.com/content/early/2008/06/16/1094670508319094>>.

8. Kotler, P. and Andreasen, A. R. 1995. *Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba* edisi ketiga. Gadjah Mada University, Yogyakarta.
9. Kotler, P, & Keller, KL. 2009. *Manajemen Pemasaran*, 12th edn, PT Macanan Jaya Cemerlang
10. Kunthy, FMH 2006, 'Analisis Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Restu Ibu Balikpapan'. MMR thesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
11. Lazarus, RS. 1991. *Emotion and Adaptation*. Oxford University Press. In : Sari, DSK 2009, 'Hubungan Kualitas Pelayanan dan Karakteristik Pasien dengan Loyalitas Pasien Umum di Rumah Sakit Umum Daerah Solok Sumatera Barat'. MMR thesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
12. Lemeshow, S. Hosmer, DW, Klar, J, & Lwanga, SK. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan* (alih bahasa), Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
13. Sekaran, Uma, 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
14. Supranto, 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. PT. RINEKA CIPTA, Jakarta.
15. Werdiningsih, Usrek. 2009. 'Pengaruh Persepsi Bauran Pemasaran Jasa Pada Minat Masyarakat Dalam Pemanfaatan Pelayanan Rawat Inap Untuk Persiapan Penyusunan Strategi Pemasaran RSUD Genteng Kabupaten Banyuwangi'. MMR thesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.