AKADEMIK E-ISSN 2774-888X
Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis
Vol. 5, No. 1, Januari 2025

Analisis Antara Bauran Pemasaran, Mutu Pelayanan dan Referensi dengan Keputusan Pasien Memilih Kembali Jasa Pelayanan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa Gondangrejo Karanganyar Jawa Tengah

Novel Habibi[1], Vip Paramata[2], Etty Sofia Mariati Asnar[3]
Universitas Sangga Buana Bandung, Indonesia
Novelhabibi05@gmail.com[1], usbypkp@ac.id[2], ettyasnar@gmail.com[3]

Submitted: 25th Octt 2024 | **Edited**: 24th Dec 2024 | **Issued**: 01st Jan 2025

Cited on: Habibi, N., Paramata, V., & Asnar, E. S. M. (2025). Analisis Antara Bauran Pemasaran, Mutu Pelayanan dan Referensi dengan Keputusan Pasien Memilih Kembali Jasa Pelayanan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa Gondangrejo Karanganyar Jawa Tengah. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 5*(1), 295-307.

ABSTRACT

The 24.33% decrease in the number of patients at the Shofa Inpatient Primary Clinic from 2021 to 2022 was caused by competition between private clinics and complaints about services. To overcome this, the clinic carries out analysis related to decision making regarding service use, with a focus on marketing mix, service quality and referrals. This quantitative descriptive research involved 13,000 outpatient service users between January-April 2023, with a sample of 207 people aged 20 to 64 years. Data was collected using a Likert scale questionnaire and analyzed using descriptive analysis and multiple linear regression tests. The research results show positive perceptions of the marketing mix and service quality, as well as high references to the clinic. Most respondents stated that they would return to using clinic services. Research shows that the marketing mix influences the decision to return to using health services, and service quality has a positive influence. However, references did not have a significant influence on the decision. Simultaneously, the marketing mix, service quality and references contributed 78.6% to the decision to return to using the service. The service quality variable has the greatest influence (t count 19.612). Suggestions for clinics are to improve the marketing mix, provide clear service quality standards, and ensure that health workers show more empathy and attention to consumer characteristics, so that they can encourage consumers' decisions to return to using health services.

Keywords: Marketing Mix, Service Quality, References

PENDAHULUAN

Persaingan antar perusahaan mendorong pentingnya strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan, yang tidak hanya berfokus pada laba, tetapi juga pada pelayanan yang optimal bagi konsumen. Menurut Kadarisman (2019), kualitas pelayanan menjadi hal yang wajib dimiliki oleh perusahaan jasa, karena sangat dipengaruhi oleh penilaian pelanggan. Untuk itu, meningkatkan pelayanan di semua aspek, baik fasilitas maupun interaksi antara pasien dan petugas, menjadi kunci penting.

Suryawati & Dharminto (2006) juga mengungkapkan bahwa sikap, keramahan, dan kemudahan akses informasi adalah faktor utama dalam kepuasan pasien.

Klinik Pratama Rawat Inap Shofa mengalami penurunan jumlah pasien dari 24.143 pada 2021 menjadi 18.269 pada 2022, atau turun 24,33%. Penurunan ini disebabkan oleh persaingan yang ketat dan keluhan mengenai kualitas layanan, seperti pendaftaran, pemeriksaan medis, dan pengobatan yang belum optimal. Hal ini mendorong manajemen klinik untuk memperhatikan aspek komersial dalam industri jasa kesehatan, serta pentingnya pemasaran untuk bersaing dan memberikan kepuasan bagi pasien.

Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan sangat menentukan kepuasan dan kemungkinan mereka untuk kembali menggunakan layanan. Dengan menerapkan strategi bauran pemasaran, yang meliputi produk, lokasi, harga, promosi, dan pelayanan, serta fokus pada mutu layanan, klinik dapat menciptakan loyalitas pasien. Mutu pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga mendorong pasien untuk kembali dan merekomendasikan layanan kepada orang lain, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan klinik (Tarigan, 2009).

Penurunan kunjungan pasien pada Klinik Pratama Rawat Inap Shofa sebesar 24,33% atau 5.874 pasien pada tahun 2022 menjadi masalah utama dalam penelitian ini. Masalah lain yang teridentifikasi adalah keluhan mengenai kurang maksimalnya mutu layanan serta referensi publik yang kurang baik terhadap kombinasi produk, tempat, harga, dan promosi klinik tersebut.

Rumusan masalah penelitian ini meliputi: 1) bagaimana pengaruh bauran pemasaran, mutu layanan, dan referensi terhadap keputusan pasien untuk memilih kembali layanan, 2) seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pasien, 3) seberapa besar pengaruh mutu layanan terhadap keputusan pasien, 4) seberapa besar pengaruh referensi terhadap keputusan pasien, dan 5) seberapa besar pengaruh bauran pemasaran, mutu layanan, dan referensi terhadap keputusan pasien di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: 1) mengetahui penerapan bauran pemasaran, mutu layanan, dan referensi terhadap keputusan pasien, 2) mengukur pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pasien, 3) mengukur pengaruh mutu layanan terhadap keputusan pasien, 4) mengukur pengaruh referensi terhadap keputusan pasien, dan 5)

mengetahui pengaruh bauran pemasaran, mutu layanan, dan referensi secara simultan terhadap keputusan pasien di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa.

LANDASAN TEORI

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, keberhasilan suatu perusahaan sangat bergantung pada kemampuan manajemen untuk menyusun dan mengimplementasikan strategi bisnis yang tepat. Salah satu strategi yang sangat penting adalah pemasaran. Pemasaran bertujuan untuk memahami kebutuhan konsumen dan menarik perhatian mereka terhadap produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga perusahaan dapat memenuhi kebutuhan tersebut dengan baik. Tujuan akhirnya adalah untuk menciptakan kepuasan konsumen, yang akan berkontribusi pada perkembangan perusahaan.

Kotler (2012) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka, dengan tujuan memperoleh nilai sebagai imbalannya. Salah satu kunci untuk memenangkan pasar adalah perencanaan yang baik, yang salah satunya dapat dilakukan melalui bauran pemasaran. Bauran pemasaran, menurut Shinta (2011), adalah seperangkat alat yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dari pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat elemen utama yang dikenal dengan 4P: produk, harga, tempat, dan promosi. Bauran pemasaran harus dinamis dan fleksibel, menyesuaikan dengan perubahan lingkungan eksternal seperti persaingan dan kemajuan teknologi.

Selain itu, mutu pelayanan juga memegang peranan penting dalam menarik konsumen. Pelayanan yang ramah, cepat, dan berkualitas akan membuat konsumen merasa puas dan cenderung kembali menggunakan jasa atau produk tersebut. Faktor-faktor eksternal, seperti kelompok referensi, juga memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Damiati et al. (2017) menyatakan bahwa kelompok referensi adalah individu atau kelompok yang dijadikan acuan dalam membentuk nilai, sikap, dan perilaku seseorang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk memilih kembali layanan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa.

2. Mutu pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk memilih kembali layanan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa.
3. Referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk memilih kembali layanan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa.
4. Bauran pemasaran, mutu pelayanan, dan referensi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk memilih kembali layanan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh strategi pemasaran dan menggambarkan kondisi saat ini, serta memperoleh informasi terkait keadaan yang ada. Data yang dikumpulkan diperoleh setelah kejadian atau fakta selesai, atau disebut sebagai penelitian ex post facto. Jenis penelitian yang digunakan adalah survei, yang bertujuan untuk mengukur gejala-gejala yang ada tanpa menggali alasan mengapa gejala tersebut muncul (existence).

Penelitian ini mengumpulkan dua jenis data: data kuantitatif yang diperoleh dari skor angket penelitian dan data kualitatif yang diperoleh melalui kuesioner. Sumber data terdiri dari data primer yang diperoleh langsung dari hasil survei menggunakan kuesioner mengenai bauran pemasaran, mutu pelayanan, referensi, dan keputusan untuk kembali memilih layanan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa Gondangrejo Karanganyar. Sumber data sekunder diperoleh dari jumlah kunjungan pasien yang tercatat di buku catatan Klinik Pratama Rawat Inap Shofa Gondangrejo.

Populasi penelitian ini adalah semua pengguna jasa layanan rawat jalan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa Gondangrejo pada periode Januari-April 2023, sebanyak 13.000 responden. Sampel penelitian berjumlah 207 orang, berusia 20 hingga 64 tahun, dan dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti, sehingga penulis menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan rumus Lemeshow.

$$n = \frac{z^2 1 - \frac{\alpha}{2} xP(1-P)xN}{d^2(N-1) + z^2 1 - \frac{\alpha}{2} xP(1-P)}$$

Keterangan :

n : Besar sampel

N : Jumlah Populasi

$Z^2\alpha/2$: Nilai statistic Z untuk α 95% (1,96)

P : Proporsi pada jumlah masyarakat yaitu 0,44

q : 1-p = 0.56

(Lemeshow, 1997)

$$n = \frac{(1{,}960)^2 x 0{,}44 x\ 13.000}{(0.09)^2(13.000-1)+(1{,}960)^2 x 0{,}44 x 0{,}56)}$$

$$n = \frac{21.973.952}{106.23847}$$

n= 206.83 dibulatkan 207

Sampel penelitian terdiri dari 207 responden, yang berasal dari unit layanan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa dengan kriteria inklusi sebagai berikut: pasien rawat jalan yang bersedia menjadi responden dan berusia antara 20 hingga 64 tahun. Kriteria eksklusi mencakup pasien yang menderita penyakit fisik (seperti penyakit jantung dan stroke) serta gangguan kejiwaan. Rincian pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Perhitungan Jumlah Sampel

No	Unit	Populasi	Perhitungan	Sampel
1	*Minor Surgery*	374	374/13000X207	6
2	Sirkumsisi	768	768/13000X207	12
3	USG	940	940/13000X207	15
4	Poli Umum	1870	1870/13000X207	30
5	Poli Gigi	481	481/13000X207	8
6	Poli KIA dan KB	1298	1298/13000X207	21
7	Perawatan Luka	347	347/13000X207	6
8	Laboratorium Sederhana	295	295/13000X207	5
9	Fisioterapi	298	298/13000X207	5
10	Farmasi	6198	6198/13000X207	99
11	*Homecare*	131	131/13000X207	2
		Jumlah		207

Sumber : Data Penelitian, 2024

Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Method of Successive Interval (MSI)

Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data ordinal, yang perlu diubah terlebih dahulu menjadi data interval dengan menggunakan metode Method of Successive Interval (MSI).

Uji Klasik

Langkah pertama dalam analisis data adalah melakukan uji asumsi klasik. Uji ini dilakukan sebagai prasyarat sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan. Tujuan uji asumsi klasik adalah untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Model regresi yang memenuhi kriteria BLUE dapat digunakan sebagai estimator yang terpercaya, tidak bias, konsisten, berdistribusi normal, dan efisien. Untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi kriteria BLUE, serangkaian pengujian perlu dilakukan, yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi.

Rancangan Analisis

Analisis deskriptif atau kualitatif dilakukan dengan meninjau berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan dan menyusun laporan penelitian secara rinci. Sedangkan analisis verifikatif atau kuantitatif digunakan untuk menguji lebih mendalam pengaruh bauran pemasaran, mutu layanan, dan referensi terhadap keputusan pasien untuk memilih kembali jasa layanan kesehatan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa Karanganyar. Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk menguji teori melalui pengujian hipotesis, apakah diterima atau ditolak. Persamaan regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b1\ X1 + b2\ X2 + b3\ X3$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pasien Memilih Kembali Pelayanan Jasa Klinik Pratama Rawat Inap Shofa

a : konstanta regresi sebagai elastisitas permintaan variabel

b1,b2,b3: Koefisien regresi

X1 : bauran pemasaran

X2 : mutu layanan

X3 : referensi

Uji Hipotesis

Uji hipotesis disajikan dalam bentuk tabel dan angka dengan menggunakan metode statistik. Pengujian signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel

dependen dilakukan secara parsial menggunakan uji t, dan secara simultan menggunakan uji F.

HASIL PENELITIAN

Analisis Deskriptif

Analisis ini akan menyajikan informasi mengenai identitas responden pengguna layanan kesehatan di Klinik Rawat Inap Shofa Gondangrejo, yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin dan tingkat pendidikan formal tertinggi. Tujuannya adalah untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai identitas responden. Informasi lebih lengkap dapat dilihat pada bagian berikut ini:

Tabel 2. Identitas Responden Pengguna Layanan Kesehatan di Klinik Rawat Inap Shofa Gondangrejo

Karakteristik Responden	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	131	63,3
Perempuan	76	36,7
Pendidikan		
SD	10	48,3
SMP/Sederajat	54	26,0
SMA/Sederajat	114	55,0
DI/DII/DIII/Sederajat	2	0,97
DIV/Sarjana	26	12,56
Pasca Sarjana	1	0,48
Umur		
15 - 23	19	9,18
24 – 32	76	36,71
33 – 41	43	20,77
42 – 50	35	16,91
51 – 59	28	13,53
60 – 63	6	2,89
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	11	5,31
Wiraswasta	31	14,98
Karyawan Swasta	91	43,96
PNS	20	9,66
Petani	46	22,22
lainnya	8	3,86
Penggunaan JKN		
BPJS	137	66,18
Mandiri	70	33,81
Total	207	100,0

Sumber : Data Penelitian, 2024

Statistik Deskriptif Pendapat Responden

Hasil analisis menunjukkan bahwa bauran pemasaran di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa memperoleh indeks 79,75%, yang menunjukkan bahwa bauran pemasaran dianggap sangat baik. Untuk mutu layanan, indeksnya adalah 71,25%, yang mengindikasikan bahwa mutu layanan di klinik tersebut cukup bermutu. Indeks referensi mencapai 77,03%, yang menandakan bahwa referensi terhadap klinik sangat tinggi. Sementara itu, keputusan responden untuk memilih kembali jasa layanan kesehatan di klinik ini mendapatkan indeks 71,39%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju untuk kembali menggunakan layanan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasar hasil analisis melalui pogram SPSS *for windows*, diperoleh nilai seperti dalam tabel berikut ini :

Tabel 3 . Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Jumlah Kuadrat	Derajat kebebasan	Rata-rata kuadrat	F	Sig
Regresi	13233.181	3	4411.060	249.219	.000[a]
Residu	3593.003	203	17.700		
Total	16826.184	206			

Sumber : Data Penelitian, 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh niai F sebesar 249.219 dengan nilai Sig sebesar 0.000 dimana nilai tersebut < 0.05 yang berarti bahwa Variabel bauran pemasaran (X_1), mutu layanan (X_2), referensi (X_3), secara simultan (Bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan memilih kembali menggunakan layanan kesehatan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa Gondangrejo (Y) atau signifikan.

Tabel 4. Sumbangan Efektif

Model	R	R Kuadrat	R kuadrat yang distandarkan	Estimasi std kesalahan
1	.887[a]	.786	.783	4.207

Sumber : Data Penelitian, 2024

Adapun besarnya sumbangan persentase (%) pengaruh yang diberikan variable bauran pemasaran (X_1), mutu layanan (X_2), referensi (X_3) secara simultan (Bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan memilih kembali menggunakan layanan kesehatan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa Gondangrejo (Y) adalah 88.7%, sedangkan sisanya (100% - 88.7% = 11,3%) dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Uji t

Uji t digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh bauran pemasaran (X1), mutu layanan (X2), dan referensi (X3) terhadap keputusan untuk memilih kembali layanan kesehatan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa Gondangrejo (Y). Setelah dilakukan analisis data menggunakan program statistik SPSS for Windows, diperoleh hasil Uji t yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Uji t

Model	t	sig
Konstan	-.571	.569
Bauran Pemasaran	5.850	.000
Mutu Layanan	19.612	.000
Referensi	.761	.447

Sumber : Data Penelitian, 2024

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran dan mutu layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pasien untuk kembali menggunakan layanan kesehatan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa Gondangrejo. Hal ini terlihat dari hasil uji t, di mana t hitung untuk bauran pemasaran sebesar 5,850 dan mutu layanan sebesar 19,612, keduanya lebih besar dari t table 1,653, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,000, yang berarti keduanya berpengaruh positif. Di sisi lain, referensi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, karena t hitung sebesar 0,761 lebih kecil dari t table 1,653, dan nilai signifikansi sebesar 0,447 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran dan mutu layanan sangat berperan dalam keputusan pasien untuk kembali menggunakan layanan, sedangkan referensi tidak memberikan dampak yang signifikan.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bauran pemasaran, mutu layanan dan referensi terhadap keputusan kembali kembali menggunakan layanan kesehatan di klinik Pratama rawat Inap Shofa Gondangrejo. Setelah dianalisis menggunakan program SPSS for windows diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Analisis Uji F (F-tes)

Model	Jumlah Kuadrat	Derajat kebebasan	Rata-rata kuadrat	F	Sig
Regresi	13233.181	3	4411.060	249.219	.000[a]
Residu	3593.003	203	17.700		
Total	16826.184	206			

Sumber : Data Penelitian, 2024

Hasil uji secara serempak (Uji F) diketahui besarnya nilai F_{hitung} = 249.219 > F_{tabel} (3;204) sebesar 2,60 dan nilai signifikansi 0,000<0,05. Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel bebas (bauran pemasaran, mutu layanan dan referensi) mempengaruhi keputusan kembali kembali menggunakan layanan kesehatan di klinik Pratama rawat Inap Shofa Gondangrejo.

Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan pengaruh bauran pemasaran, mutu layanan dan referensi terhadap keputusan kembali kembali menggunakan layanan kesehatan di klinik Pratama rawat Inap Shofa Gondangrejo, hasil analisis dengan menggunakan program SPSS *for windows* diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Model	R	R Kuadrat	R kuadrat yang distandarkan	Estimasi std kesalahan
1	.887[a]	.786	.783	4.20708

Sumber : Data Penelitian, 2024

Hasil uji koefisien determinasi Uji R2 didapatkan hasil sebesar 0.786 atau 78.6 %. yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel bauran pemasaran, mutu layanan, dan referensi sebesar 78.6% sedangkan sisanya (21.4%) dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa bauran pemasaran, mutu layanan, dan referensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pasien untuk kembali menggunakan layanan kesehatan di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa Gondangrejo. Faktor-faktor tersebut saling terkait dan berperan penting dalam membentuk keputusan pasien. Bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi berperan besar dalam menciptakan persepsi positif dan meningkatkan minat pasien untuk kembali. Mutu layanan yang baik, termasuk pelayanan tepat waktu, sikap ramah, dan komunikasi yang jelas, turut meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien. Namun, referensi dari orang lain tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pasien untuk memilih layanan kesehatan di klinik ini. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa meskipun referensi dari kelompok sosial dapat mempengaruhi keputusan, faktor-faktor lain seperti kualitas layanan dan bauran pemasaran lebih dominan dalam keputusan pasien.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi pasien terhadap bauran pemasaran, mutu layanan, dan referensi di Klinik Pratama Rawat Inap Shofa Gondangrejo sangat baik, dengan pasien setuju untuk memilih kembali layanan. Bauran pemasaran dan mutu layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien untuk kembali menggunakan layanan, sementara referensi tidak berpengaruh signifikan. Secara keseluruhan, ketiga variabel ini berpengaruh signifikan terhadap keputusan pasien, dengan kontribusi efektif sebesar 78,6%, dan mutu layanan memiliki dampak terbesar.

DAFTAR PUSTAKA

Amstrong, G dan Philip, K. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih. Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit. Prenhalindo.

Andi. (2014). Mengolah Data Statistik Hasil Penelitian Menggunakan SPSS. Yogyakarta: Andi Offset.

Arikunto, S. (2019). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta

Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Arsyad. (1991). Teori Ekonomi Fungsi Produksi Cobb-Douglas. Bali. Universitas Udayana

Fitri, J. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Keluarga Pasien Terhadap Kinerja Perawat Dalam Pelayanan Gawat

Gerson, R. (2002). Mengukur Kepuasan Pelanggan. Jakarta. Jurnal Edu Health, Vol. 1, N0. 1, September 2010 :Lembaga Manajemen PPM Dan Penerbit PPM

Hayati, I. F dan Weni, N dan Lantip. R. (2021). The Effect Of Hospital Service Quality On Patient Trust And Loyalty (Study At RSU Harapan Ibu Purbalingga) International Sustainable Competitiveness Advantage 2021

Herlambang, S. (2016). Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit. Yogyakarta: Gosyen Publishing

Hidayat, A.A. (2014). Metode Penelitian Keperawatan Dan Teknis Analisis Data. Jakarta : Salemba Medika

Hurriyati, R. (2018). Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen. Bandung : Alfabeta

Mahendrayana, I.M dan Suyatna Y.A.N dan Indiani, N. L. P. (2018). The Effect Of Service Quality On Patient Loyalty Mediated By Patient Satisfaction In Bali Siloam Hospital. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagadhita. Vol. 5 No. 1 (2018) .DOI: Https://Doi.Org/10.22225/Jj.5.1.440.1-7

Hidayah. I dan Nugroho D.W.P.S dan Suryawardana. E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). Jurnal ilmiah Fakultas Ekonomi Undip. Semarang. Http://Dx.Doi.Org/10.26623/Slsi.V19i1.3001

Kementerian Kesehatan RI. (2018). Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018. Jakarta: Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan Kementerian RI.

Kadarisman. S., Primafidyanti. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Dan Costumer Relationship Manajement Terhadap Kepuasan Mahasiswa Reguler Pagi Universitas Sangga Buana Ypkp Bandung. JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan) Http://Jurnal.Usbypkp.Ac.Id/Index.Php/Jemper

Kosasih.K, Maulana. R dan Oetojo W. 2022. Analisis Dampak Experiential Marketing Dan Services Performance Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Pasen. Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen, Volume 1 No. 1 , Agustus 2022 Prodi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Sangga Buana : Bandung.

Kotler P, Keller KL. (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat,

Kotler, P Dan K.L Keller, (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1. Penerbit Erlangga: Jakarta.

Kotler, P. dan Keller, K. L. (2019). Marketing Manajement Global Edition 15. , Marketing Manajement Global Edition 15, Pearson Education.

Lemeshow, (1997), Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan, Yogyakarta, UGM

Mardalis. (2014). Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: Bumi. Aksara

Muninjaya, A. A. G. (2011). Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan. EGC. Jakarta.

Nasir,A. dan Muhith, A dan Ideputri. (2011). Metodologi Penelitian Kesehatan, Mulia Medika, Yogyakarta.

Nasution, M.N. (2004). Manajemen Jasa Terpadu. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.

Nitisusastro, M. (2012). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan,. Bandung : Alfabeta.

Notoatmodjo . (2012). Metode Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta.

Paramaarta.VIP. dan Kosasih. Peningkatan Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Kepuasan Pasien di Puskesmas. Jurnal Soshum Insentif Volume 3, No. 1, Tahun 2020. ISSN 2655-268X | 2655-2698 DOI : https://doi.org/10.36787/jsi.v3i1.223

Parasuraman, Et.all. (1988). Servqual : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. Http:// Bus.Miami.Edu/Index.Php?Option=Com_Content&Task=View&Id=358&Itemid =685

Prasetijo, R Dan Ihalauw dan John J.O.I. (2005). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi Offset

Putri, K. (2021) Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Ikan Bakar Gatsu Probolinggo. Skripsi Thesis, Universitas Panca Marga Probolinggo

Ricca, R dan Ferdi, A. (2021). The Effect Of Quality Care On Patient Loyalty Mediated With Patient Satisfaction And Moderated By Age And Gender (Study In Outpatients At A Private Hospital). International Journal Of Applied Busines And International Manajement. Vol 6, No 2 (2021) . Https://Doi.Org/10.32535/Ijabim.V6i2.1026

Ristrini, (2005). Perubahan Paradigma Jasa Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Dan Rekomendasi Kebijakan Strategis Bagi Pimpinan. JMPK.

Riyanto, A. (2011). Buku Ajar Metodologi Penelitian. Jakarta. EGC

Ruamsak,V. (2011). Service Quality As A Key Driver Of Medical Tourism: The Case Of Bumrungrad International Hospital In Thailand. International Journal Of Leisure And Tourism Marketing 2(2):140 – 158. DOI:10.1504/IJLTM.2011.038886

Setyaningrum. A. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andioffset

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta

Sumarwan, U. (2011). Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam. Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia

Supranto, J. (1984). Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan. Jakarta: Erlangga

Suryawati, C. dan Dharminto, S. Z. (2006). Penyusunan Indikator Kepuasan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Di Provinsi Jawa Tengah. Academia.Edu. Available At: Https://Www.Academia.Edu/Download/51590956/Daya_Guna_Barang.Pdf.

Tiptono F. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi,

Ulfa, M dan Reza, A. A dan Arman (2021) "Analisis Faktor Yang Berhubungan Dengan Mutu Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUP. Dr. Wahidin Sudirohusodo Makassar 2020", Journal Of Muslim Community Health, 2(1), Pp. 52-74. Doi: 10.52103/Jmch.V2i1.488.

Walyani. E.S. (2015). Mutu Pelayanan. Kesehatan Dan Kebidanan. Pustaka Baru Press

Widodo, R. C., dan Rachma, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Riset Manajemen, 7(10), 71–82.

Yuliaty. F (2022). Pemasaran Digital Dan Citra Merek Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pada Pelanggan Produk Fashion. Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen, Volume 1 No. 1 , Agustus 2022 Prodi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Sangga Buana, Bandung.