

**Pengaruh Kualitas Jasa, Harga dan Citra Perusahaan
Terhadap Kepuasan Konsumen
(Survei Pada Pasien Instalansi Rawat Inap Kelas III Rumah Sakit
PKU Muhammadiyah Yogyakarta)**

Dewi Triana

Program Studi Manajemen STIEBBANK Yogyakarta

**ARTICLES
INFORMATION**

E B B A N K

Vol. 10, No. 1, Juni 2019

Halaman : 49 - 56

© LP3M STIEBBANK

ISSN (online) : 2442 - 4439

ISSN (print) : 2087 - 1406

Keywords :

Quality of service, price, image of company and customer satisfaction

JEL classifications :

Contact Author :

Dewitriana670@gmail.com

ABSTRACT

Determining the priority of repair or improvement of service quality is needed so that the resources can be allocated well, so as to provide satisfactory service quality for patients. However, appropriate information is needed as consideration and input for the hospital in order to improve the quality of the services. Therefore this study aims to analyze Influence of Service Quality, Price and Image Against Satisfaction of the Third Class In-Patients of PKU Muhammadiyah Yogyakarta Hospital .This research is categorized as verification research and using primary data obtained through interview and questionnaires to 140 patients of PKU Muhammadiyah Hospital of the Third Class. The variables used are service quality, price, image and satisfaction which is reflected by 18 indicators. Path Analysis is used to test the effect of service quality, price and image on patient satisfaction. The results show that Service Quality has positive and significant effect on patient satisfaction. Price has a positive and significant effect on patient satisfaction. The image has a positive and significant effect on patient satisfaction. Where the quality of service has the greatest influence for patient satisfaction.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Adanya ketersediaan rumah sakit di Yogyakarta, baik rumah sakit pemerintah maupun swasta tidak menjamin semua rumah sakit yang ada dapat memberikan semua kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat baik dari segi fasilitas, sumberdaya manusia maupun kualitas pelayanannya. Oleh karena itu sudah menjadi tanggung jawab dan target rumah sakit yang ada untuk dapat bersaing dalam mendapatkan kepercayaan serta kepuasan masyarakat terutama bagi pasien dan keluarga pasien.

Bukan hanya pihak rumah sakit yang menghadapi berbagai persoalan dan tuntutan, akan tetapi juga bagi konsumen yang akan dihadapkan pada banyak pilihan atau alternatif yang ada. Oleh karena itu setiap rumah sakit perlu mengetahui bagaimana mengelola dan mengatur serta mengembangkan kualitas layanan jasanya agar menjadi lebih baik. Salah satunya adalah Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Yogyakarta, yang menyediakan berbagai macam bentuk pelayanan, dan fasilitas, namun hal itu belum memberikan hasil yang sesuai dengan harapan, karena masih ada beberapa pasien yang harus menunggu kamar untuk mendapatkan tempat layanan rawat inap secara langsung serta adanya komplain dari pasien tentang pengurusan administrasi yang masih sulit dalam penggunaan BPJS. Selain itu Rumah Sakit Umum

PKU Muhammadiyah Yogyakarta juga dihadapkan dengan banyaknya pesaing antara lain jumlah RS terbanyak berada di Kabupaten Sleman, yakni sebanyak 32 rumah sakit. Kemudian Kabupaten Bantul sebanyak 14 rumah sakit, dan Kota Yogyakarta sebanyak 13 rumah sakit.

Permasalahan tersebut belum dapat dijadikan ukuran untuk melakukan perbaikan. Pihak rumah sakit harus mengetahui terlebih dahulu secara pasti keinginan dan kebutuhan serta sejauhmana kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan rumah sakit selama ini, sehingga dapat diketahui dengan pasti faktor-faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya keluhan atau kurangnya kepuasan pasien. Hal ini apabila tidak segera diperbaiki maka akan berakibat kepada kepercayaan konsumen terhadap pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak rumah sakit yang akan berimbas pada penurunan jumlah pasien.

Oleh karena itu pihak rumah sakit perlu untuk mencari tahu tentang apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh konsumen dan apa yang harus segera diperbaiki. Informasi dari pasien merupakan salah satu hal yang paling tepat untuk dapat digunakan dalam rangka perbaikan dan peningkatan kualitas jasa serta pelayanan yang semestinya didahulukan. Penentuan prioritas perbaikan atau peningkatan kualitas jasa diperlukan agar sumber daya dapat dialokasikan dengan baik, sehingga tidak membuang sumber daya untuk melakukan sesuatu yang tidak memberikan keuntungan bagi rumah sakit.

Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta khususnya pada Instalansi Rawat Inap Kelas III, yang beralamat di Jalan KH. Ahmad Dahlan No. 20, Gondomanan, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55122, Indonesia.

Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan penelitian kurang lebih 5 (lima) bulan dari Februari sampai dengan Juni 2017. Secara terperinci waktu penelitian dapat dilihat pada table.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan didalam penelitian ini adalah metode survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Menurut Sugiyono, (2008: 3). Karena itu metode ini disebut sampel survei (*explanatory survey*), yaitu kegiatan pengukuran variabel tentang ciri-ciri dari unit penelitian tersebut.

Pengolahan Data

Dalam pengambilan sampel, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Ferdinand (2006: 231). Hal ini dilakukan karena mengingat jumlah pasien rawat inap yang sangat banyak, sehingga tidak mungkin untuk melakukan penelitian terhadap semua anggota populasi.

Tabel 1

Laporan Jumlah Kunjungan Triwulan I Tahun 2017 Berdasarkan Jenis Layanan

Informasi	Januari	Februari	Maret	Total
Jenis Layanan				
Rawat Darurat	3.792	3.290	3.450	10.532
Rawat Inap	901	805	877	2.583
Rawat Jalan	10.347	9.370	10.468	30.185

Sumber: Medical Record RS PKU

Berdasarkan informasi dari pihak Medikal Record Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta pasien Instalansi Rawat Inap yaitu sebanyak 2583 orang pada bulan Januari - Maret 2017, dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = Tingkat Kesalahan

$$n = \frac{N}{1 + N(d^2)} = \frac{2583}{1 + 2583(0,01)} = 99,96 \approx 100 \text{konsumen}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka jumlah sampel minimal pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Namun dengan adanya pembulatan sampel dan penambahan sampel agar setiap sampel terwakili maka jumlah sampel yang diteliti sebanyak 140 pasien Rawat Inap Kelas III.

Pembahasan

Analisis Deskriptif

Deskripsi variabel penelitian dapat digunakan untuk mengetahui gambaran masing-masing variabel penelitian yang disajikan dengan statistik deskriptif. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan maka sumber informasi yang diperoleh dideskripsikan dalam bentuk nilai maksimum, nilai minimum, *mean*, dan standar deviasi. Perhitungan statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

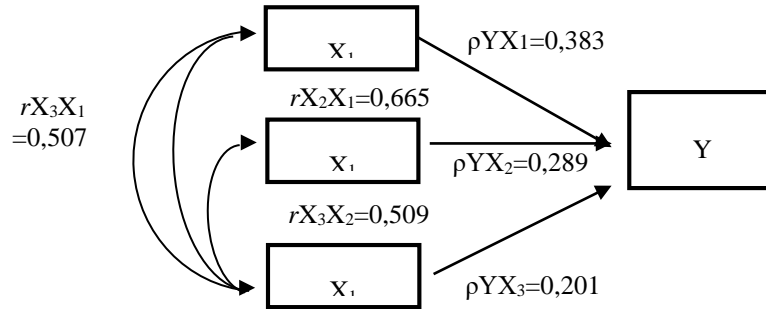
Tabel 2
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Mean Empiris			
	Min	Max	Mean	Std. Dev
Kualitas (X1)	47,0	81,0	67,07	7,93
Harga (X2)	10,0	19,0	15,53	1,65
Citra (X3)	13,0	30,0	23,97	3,54
Kepuasan (Y)	10,0	20,0	14,97	2,04

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel penelitian adalah baik. Hal ini ditunjukkan dari rata-rata skor pada variabel kualitas jasa sebesar 67,07 dan rata-rata skor pada variabel harga sebesar 15,53. Sedangkan rata-rata skor pada variabel citra sebesar 23,97 dan rata-rata skor pada variabel kepuasan sebesar 14,97.

Pengujian Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa, harga dan citra terhadap kepuasan konsumen. Guna menjawab hipotesis penelitian dilakukan uji path analysis. Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 1
Nilai Koefisien Jalur Antara Variabel X1, X2, X3 dan Y

Berdasarkan Gambar 4.1 di atas dapat dilihat pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel yaitu:

Pengaruh X1 terhadap Y			
Pengaruh langsung	=	$(\rho_{YX1})^2$	= 0,14 0.147
Pengaruh tidak langsung melalui X ₂	=	$(\rho_{XY1}) (r_{X1X2})(\rho_{YX2})$	= 0,074
Pengaruh tidak langsung melalui X ₃	=	$(\rho_{XY1}) (r_{X3X1})(\rho_{YX3})$	= 0,039
Total pengaruh X1 terhadap Y	=		= 0,259 + _____
Pengaruh X2 terhadap Y			
Pengaruh langsung	=	$(\rho_{YX2})^2$	= 0.084
Pengaruh tidak langsung melalui X ₁	=	$(\rho_{XY2}) (r_{X2X1})(\rho_{YX1})$	= 0.074
Pengaruh tidak langsung melalui X ₃	=	$((\rho_{XY2}) (r_{X2X3})(\rho_{YX3})$	= 0.030
Total pengaruh X2 terhadap Y	=		= 0.187 + _____
Pengaruh X3 terhadap Y			
Pengaruh langsung	=	ρ_{YX3}^2	= 0.040
Pengaruh tidak langsung melalui X ₁	=	$(\rho_{XY3}) (r_{X3X1})(\rho_{YX1})$	= 0.039
Pengaruh tidak langsung melalui X ₂	=	$(\rho_{XY3}) (r_{X3X2})(\rho_{YX2})$	= 0.030
Total pengaruh X3 terhadap Y	=		= 0.109 + _____
Pengaruh total X1, X2, X3 secara simultan terhadap Y	=		= 0,554
Pengaruh Variabel Lain	=		= 0,446

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sebesar 0,147. Kualitas jasa memiliki pengaruh tidak langsung (melalui harga dan citra) dengan nilai sebesar 0,113. Pengaruh langsung harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,084 dan pengaruh tidak langsung melalui kualitas jasa, citra sebesar 0,104. Pengaruh langsung citra terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,040 dan pengaruh tidak langsung melalui kualitas jasa dan harga sebesar 0,069. Total pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung variabel kualitas jasa, harga dan citra terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,554. Nilai tertinggi adalah variabel kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen dengan demikian untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka kualitas jasa menjadi pertimbangan utama dengan memodifikasi variabel harga dan citra.

Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen instalasi rawat inap kelas III Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan besarnya pengaruh baik langsung maupun tidak langsung sebesar 0,259. Nilai koefisien jalur mempunyai nilai positif maka menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Semakin tinggi kualitas jasa yang diberikan, maka kepuasan pasien juga akan semakin meningkat.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian Manullang (2008) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kumar Jaiswal (2008: 405-416) mengatakan bahwa terhadap pengaruh yang positif antara hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dari kualitas pelayanan yang diberikan merupakan ukuran kinerja pelayanan terhadap para pelayanan sehingga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen instalasi rawat inap kelas III Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan besarnya pengaruh baik langsung maupun tidak langsung sebesar 0,187. Koefisien jalur mempunyai nilai positif maka menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan harga yang terjangkau dapat meningkatkan kepuasan pasien. Salah satu aspek pertimbangan pasien menggunakan jasa pelayanan kesehatan tertentu adalah aspek keterjangkauan harga.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian Handayani (2013) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Adil (2016) menunjukkan harga berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pasien. Harga yang terjangkau adalah salah satu hal yang penting menurut pasien. Menurut Chang dan Chang (2012), harga yang terjangkau termasuk faktor yang harus diprioritaskan untuk pasien.

Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian untuk mengetahui pengaruh citra terhadap kepuasan konsumen instalasi rawat inap kelas III Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ dengan besarnya pengaruh baik langsung maupun tidak langsung sebesar 0,109. Koefisien jalur mempunyai nilai positif maka menunjukkan bahwa citra berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik citra rumah sakit yang diberikan, maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.

Citra yang telah terbentuk baik di mata pengguna dan masyarakat akan berdampak kepada kepercayaan yang baik, sehingga ketika terjadi peningkatan harga yang harus dibayar oleh pengguna dari layanan yang disediakan, maka hal tersebut akan direspon positif. Seperti yang diungkapkan oleh Aydin dan Zer (2005) yang menyatakan ketika citra telah terbentuk dengan baik dan akan mendatangkan kepercayaan dari pengguna, maka kebijakan perusahaan dalam menaikkan harga akan direspon positif karena perusahaan telah membangun kepercayaan dan menanamkan kepuasan kepada konsumen tersebut.

Pengaruh Kualitas Jasa, Harga dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas jasa dapat ditunjukkan pada tabel anova (lampiran) dapat diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ atau dengan kata lain kualitas jasa, harga dan citra secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Total pengaruh kualitas jasa, harga dan citra terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama sebesar 0,554.

Analisis koefisien determinasi didapatkan nilai R squares (R^2) sebesar 0,554. Nilai ini menunjukkan bahwa 55,4% varians yang terjadi terhadap kepuasan konsumendapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel kualitas jasa, harga dan citra, sedangkan 44,6% dijelaskan oleh faktor lain seperti melakukan kombinasi pengaruh langsung yang terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut membuktikan kualitas jasa, harga dan citra berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Peningkatan yang dilakukan dengan melakukan berbagai hal, baik harga yang standar atau sesuai pendapatan, peningkatan kualitas yang lebih baik, pelayanan yang maksimal dan keamanan bagi pasien.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya serta teori memberikan gambaran adanya keterkaitan antara kualitas jasa, harga dan citra dengan kepuasan konsumen. Kepuasan pasien akan menumbuhkan keinginan untuk melakukan kunjungan atau penggunaan jasa pelayanan kesehatan di rumah sakit tersebut setiap kali sakit dan akan sukarela merekomendasikan jasa pelayanan kesehatan tersebut kepada orang lain. Kepuasan konsumen bukan hanya dikarenakan oleh kualitas jasa yang baik saja, namun juga ada faktor lain yaitu harga dan citra rumah sakit. Kepuasan yang dirasakan pasien secara langsung akan membuat pasien merasa yakin bahwa rumah sakit tersebut mampu memberikan pelayanan sesuai dengan harapannya.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan setiap variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pasien Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Kualitas jasa secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan variabel harga lebih tinggi dibandingkan variabel citra.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pasien Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan variabel kualitas jasa lebih tinggi dibandingkan variabel citra.
3. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pasien Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Citra secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan variabel kualitas jasa lebih tinggi dibandingkan variabel harga.
4. Kualitas jasa, harga dan citra secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Pasien Instalansi Rawat Inap Kelas III Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta). Faktor kualitas jasa sebagai variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Saran

Bagi Rumah Sakit

- a. Pihak rumah sakit dapat melakukan peningkatan pelayanan oleh petugas kesehatan terutama dalam memberikan perhatian kepada pasien sesuai dengan harapan konsumen. Pelatihan kepada pegawai perlu dilakukan secara berkala agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada pasien.
- b. Pihak rumah sakit perlu meningkatkan variasi layanan, variasi pendukung seperti memiliki lahan parkir yang cukup luas, meningkatkan kesan yang baik dibenak pelanggan sehingga pasien akan merekomendasikan orang lain untuk berobat ke RS PKU.
- c. Penetapan harga berdasarkan manfaat yang diterima pasien perlu ditetapkan, seperti penetapan harga kamar pasien disesuaikan dengan fasilitas pendukungnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma dan Buchari, 2013, *Manajemen Jasa dan Pemasaran Jasa*, edisi revisi, Bandung, Alfabeta,
- Aaker, David AV Kumar dan George S Day. 2013. *Marketing Research*, Canada: John Wiley & Sons Inc.
- A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,” *Journal of Resiling*, Vol 64: No 1, Spring, p12-40
- Arikunto, 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta Jakarta
- Adityawarman Adil, 2016. Tesis: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Umum Daerah Kota Bogor. Pascasarjana Institut Pertanian Bogor
- Buchari, Alma. 2013, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. 2013. Pengantar Bisnis, Bandung: Alfabeta
- Christopher, Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry (2013), *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*, Jakarta, Erlangga
- Christopher H Lovelock dan Laurent K Wright, 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih Bahasa Agus Widyanoro, cetakan kedua, Jakarta; PT INDEKS
- Erni Setyowati, 2016. Tesis: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemeditasi. Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Fatriansyah. 2014. Tesis. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pasien dan Dampaknya Pada Loyalitas Pasien. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Gaspersz, V., 2004, *Manajemen Kualitas*, Jakarta, Gramedia
- Handayani, 2013. Judul Penelitian: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Di Kota Solo. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Kotler, Philip, 2013, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Prenhallindo
- Kotler, Philip, 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama
- Kotler, Philip, 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid II*. Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, h. 42, Jakarta, Ikrar Mandiri Abadi
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2002, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta, Erlangga

- Kotler, Philip, Swee Hong ang, Siew Meng Leong, 2005, *Manajemen Sudut Pandang Asia*, Gramedia, Jakarta
- Kotler Philip dan Gary Amstrong, 2007, *Dasar-Dasar Pemasaran*, edisi Bahasa Indonesia, Jakarta; Penerbit PT Prehallindo
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Benyamin Molan, edisi dua belas, Jakarta; PT INDEKS
- Lupiyoadi Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta
- Mulyadi.2007. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*.Empat. Jakarta, Salemba.
- Munir, 2000. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta, Gramedia
- Ni Putu Cempaka Dharmadewiatmaja, 2011. Tesis: *Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Domestik Garuda Indonesia Di Denpasar*. Program Pascasarjana Universitas Udayana
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988, “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37
- Parasuraman, A, Valarie A. Zeithaml and Leonard I. Berry, 2007, “SERVQUAL: Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo. *Service Marketing*. McGraw Hill Inc, Int’l Edition, New York, 2003, p.85
- Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi kedua, Jakarta; Salemba Empat
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian bisnis*, Jakarta, Alfabeta
- 2005, *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta, Alfabeta
- 2006, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta
- 2007, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta
- Sutojo, Siswanto, 2004, *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta, PT Damar Mulia Pustaka.
- Garnis Anggi Saktiani, 2015. Tesis: *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Word Of Mouth*. Program Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya
- Tjiptono Fandy, 2006, *Manajemen Jasa*, edisi pertama, Yogyakarta, Andi.
- 2008, *Strategi Pemasaran*, edisi pertama, Yogyakarta, Andi.
- 2011, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta, Banyumedia Publishing
- Utama, S. 2005. ”Memahami Fenomena Kepuasan Pasien Rumah Sakit”, *JurnalManajemenKesehatan*. 09 (1), 1-7
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo.*Service Marketing*. McGraw Hill Inc, Int’l Edition, New York, 2003, p.85
- Zeithalm dan Bitner, 2007, *Sevice Marketing*, Fourtnedition, Prentice Hall; exclusive right by Mc Graw-Hill
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988, “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37