

# FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA LOYALITAS PELANGGAN KLINIK SARAF RUMAH SAKIT JIWA DAERAH Dr R.M. SOEDJARWADI

*Rima Hayu Sri Widadi, Farid Wadji*

Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Jl. A. Yani Tromol Pos I, Pabelan Surakarta 57102  
E-mail: rima\_hayu@yahoo.com

## ABSTRACT

*The Customer loyalty is absolutely necessary in this era of increasingly fierce competition, including in the health care business . Because of the absence of customer loyalty, the hospital will not grow well even be left by customers. The purpose of this study was to analyze the factors that affect customer loyalty in Clinical of Neurology RSJD Dr. RM Soedjarwadi .The total sample of 139 respondents in there with purposive sampling. Based on SEM analysis concluded that the impact of service quality on customer satisfaction. Service quality effect on patient or customef. The hospital image effect on patient or customer satisfaction. The hospital image effect on patient or customer loyalty. Patient satisfaction effect on patient or client. And the good service quality , the image of the hospital and the patient or the customer satisfaction significant effect on customer loyalty simultaneously in Clinical of Neurology RSJD Dr. RM Soedjarwadi. While based on the acquisition value of the direct effects and indirect effects of customer satisfaction can be inferred intervening variable for the relationship between service quality and customer loyalty, while for the relationship between the image of the hospital with customer loyalty can not be termed as intermediate variable (intervening).*

**Keywords:** *service quality, patient or customer satisfaction, hospital image, customer loyalty*

## PENDAHULUAN

Bisnis rumah sakit di Indonesia berkembang pesat dalam lingkungan bisnis yang turbulen dan kompetitif pada dekade terakhir ini. Bisnis ini mendorong rumah sakit sebagai suatu organisasi dibidang jasa pelayanan kesehatan harus mengikuti *trend* dan mempunyai kemampuan menganalisis setiap perubahan yang terjadi, agar rumah sakit tetap dapat bertahan dan tumbuh di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif tersebut.

Rumah sakit merupakan usaha pelayanan jasa kesehatan yang salah satunya berdasar pada azas kepercayaan, sehingga masalah kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan loyalitas pasien menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilannya. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan maka diharapkan kepuasan pasien juga akan meningkat dan loyalitas pasien akan tercipta. Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasi yang dilakukan dan keberhasilan proses operasi ini ditentukan oleh beberapa

faktor antara lain: faktor karyawan, sistem, teknologi dan keterlibatan pelanggan yang diharapkan memberikan kontribusi terhadap kualitas pelayanan yang tercipta (Tjiptono,2000).

Persaingan yang timbul dengan maraknya rumah sakit swasta baru dan semakin berkembangnya rumah sakit pemerintah sebenarnya berdampak positif bagi pengguna rumah sakit yaitu menjadikannya memiliki banyak pilihan. Namun di sisi lain kondisi ini menimbulkan persaingan ketat antar rumah sakit yang memaksa untuk saling berlomba menjadi yang terbaik. Hal itu dilakukan dalam rangka mendapatkan loyalitas pelanggan, target yang selalu ingin dicapai oleh setiap perusahaan termasuk rumah sakit. Banyak penelitian menunjukkan bahwa untuk menarik satu pelanggan baru jauh lebih mahal dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan lama (Setiawan, 2011).

Demikian halnya di RSJD Dr R.M. Soedjarwadi Provinsi Jawa Tengah. Sebagai rumah sakit khusus jiwa kelas A yang berlokasi di Kabupaten Klaten, memiliki beberapa pelayanan unggulan non jiwa seperti pelayanan saraf, rehabilitasi medik dan tumbuh kembang anak, dengan tetap menempatkan pelayanan kesehatan jiwa sebagai *core bussinessnya*. Hal ini dilakukan mengingat permintaan & persaingan pasar yang mengharuskan untuk terus meningkatkan kinerja. Akan tetapi tingkat kunjungan pasien Klinik Spesialis Saraf justru jauh lebih tinggi (hampir 3x lipat) dibandingkan tingkat kunjungan pasien Klinik Spesialis Jiwa. (dapat dilihat pada tabel I.1). Padahal jumlah dokter spesialis kesehatan jiwa yang memberikan pelayanan di Klinik Spesialis Jiwa 2x lebih banyak dibandingkan jumlah dokter spesialis kesehatan saraf yang memberikan pelayanan di Klinik Spesialis Saraf.

**Tabel I. Perbandingan Jumlah Kunjungan Pasien Klinik Jiwa & Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi Provinsi Jawa Tengah Tahun 2009 – 2013**

Klinik	2009	%	2010	%	2011	%	2012	%	2013	%
Klinik Jiwa	9,437	56	10,852	45	10,243	42	10,604	34	13,935	30
Klinik Saraf	7,475	44	13,308	55	14,332	58	20,396	66	31,501	70
Jumlah	16,912	100	24,160	100	24,775	100	31,000	100	44,436	100

Sumber : Renstra RSJD Dr RM Soedjarwadi Tahun 2013-1018

Dalam rangka mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan & kepuasan pelanggan maka pengelolaan komplain/keluhan pelanggan sangat diperlukan. Perlu disadari bahwa setiap komplain yang diterima dari pelanggan merupakan indikasi bahwa pelanggan tersebut masih akan tetap

setia. Dengan adanya komplain berarti memberikan kesempatan kepada rumah sakit untuk melakukan perbaikan-perbaikan atau penyempurnaan dalam pelayanan .

Di bawah ini jumlah keluhan pelanggan yang disampaikan pelanggan melalui kotak saran.

**Tabel 2. Jumlah Keluhan Pelanggan Rawat Jalan RSJD Dr RM Soedjarwadi melalui Kotak Saran Bulan April 2013 – April 2014**

Bulan	Jumlah Keluhan		Selesai sesuai SPM		Selesai melebihi SPM / belum selesai	
	n	%	N	%	n	%
April 2013	5	100	4	80	1	20
Mei 2013	10	100	9	90	1	10
November 2013	4	100	4	100	0	0
April 2014	22	100	15	68,18	7	31,82
Jumlah	41	100,00	32	78,05	9	21,95

Sumber : Data Instalasi PromkesH2I

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini diberi judul “Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada Loyalitas Pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit Jiwa Daerah Dr. RM Soedjarwadi .”

## KAJIAN PUSTAKA

### 1. Kualitas Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya adalah suatu tindakan atau cara melayani orang lain untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Maka pelayanan berkualitas adalah pelayanan yang harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Semakin tinggi tingkat kesesuaiannya, akan tercipta nilai kepuasan konsumen yang maksimal. Sehingga kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa (Kotler, 2000).

Parasuraman (1988) dalam Tjiptono (2000) mengidentifikasi 5 dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa antara lain:

1. Bukti langsung (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi
2. Keandalan (reliability), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan
3. Daya tanggap (responsiveness) yaitu kemampuan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
4. Jaminan (assurance) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki

para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan

5. Empati (empathy) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

### 2. Citra Rumah Sakit

Citra berkaitan dengan reputasi sebuah merk atau perusahaan, citra adalah persepsi konsumen terhadap kualitas yang berkaitan dengan merk atau perusahaan. Citra rumah sakit, baik citra pelanggan tentang atribut-atribut yang ada pada rumah sakit maupun citra rumah sakit sendiri secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan juga secara parsial dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh sikap dan etika petugas kesehatan dan dokter yang memeriksa akan tetapi terhadap bagian penerimaan pasien, prosedur administrasi, dan ketepatan jadwal dokter semua mempengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Winarno, 2011).

### 3. Kepuasan Pasien / Pelanggan

Kotler (2005) dalam Setiawan (2011) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja/hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil produk yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, maka pelanggan merasa tidak puas. Sebaliknya jika memenuhi harapan bahkan lebih, maka pelanggan puas atau amat senang.

Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Zeithamal & Bitner, 1996). Sehingga persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa tersebut akan berpengaruh terhadap tingkat kepentingan pelanggan, kepuasan pelanggan dan nilai.

#### 4. Loyalitas Pasien/ Pelanggan

Loyalitas digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang, lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-temannya.

Griffin (2005) menilai loyalitas pelanggan sebagai ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan, dibandingkan dengan kepuasan pelanggan. Berbeda dari kepuasan yang merupakan sikap, loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli.

Pelanggan yang loyal adalah yang melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing.

Penelitian Kuo et. al., (2009) menyebutkan *The Causal Relationship between service quality, corporate image and Adult's learning satisfaction and loyalty: a study of professional training programmes in a taiwanese vocational institute*, yang artinya bahwa kualitas pelayanan dan citra institusi merupakan faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan siswa yang pada akhirnya mempengaruhi loyalitas siswa. Kualitas pelayanan dan citra institusi secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas siswa melalui tingkat kepuasannya.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam katagori survei yang dilakukan secara cross sectional

(*cross sectional survey*) yang dilakukan dengan wawancara melalui kuesioner. Sampel sebanyak 145 responden pasien atau pelanggan Klinik Saraf yang melakukan kunjungan ulang. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *Structure Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan program aplikasi Amos 18. Dalam penelitian ini data responden paling banyak adalah laki-laki, usia diatas 36-45 tahun, pendidikan SLTA, berdomisili di Klaten, pekerjaan wiraswasta & ibu RT dengan penghasilan terbesar di bawah 2 juta dan antara 2-5 juta.

Deskripsi variable penelitian sikap responden terhadap dimensi kualitas pelayanan (aspek tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy) paling banyak menyatakan setuju. Sedangkan untuk kepuasan pasien/pelanggan Klinik Saraf terbanyak merasa puas dan menyatakan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi sebagai pilihan pertama dan akan menggunakannya kembali. Serta sebagian besar responden menyatakan bahwa RSJD Dr R.M. Soedjarwadi memiliki citra yang baik.

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### 1. Uji Validitas & Reliabilitas

Berdasar olah data SPSS didapatkan *valid percent* >0,05 sehingga semua variabel dinyatakan valid, sedangkan berdasar uji reliabilitas menggunakan cronbach's alpha dengan nilai > 0,159 maka instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

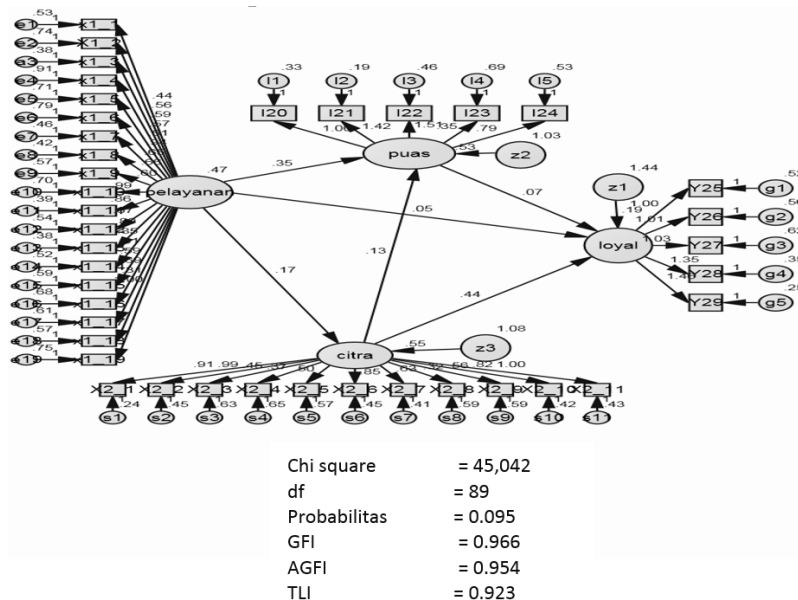
##### 2. Uji Asumsi

Uji asumsi klasik dilakukan dengan menggunakan AMOS 18 *for windows* meliputi : Uji Normalitas (menggunakan *criteria critical ratio* dari *skewness value* sebesar  $\pm 2,58$  pada tingkat signfikansi 0,05) mempunyai distribusi normal. Uji *mahalanobis distance* (nilai *mahalanobis distance - Squared* <  $2 \times \chi^2 = 2 \times 45,042 = 90,084$ ) nilai tertinggi adalah 88,782 yang lebih kecil dari 90,084

sehingga dapat disimpulkan data yang telah dikumpulkan tidak terjadi masalah outlier. Uji multikoliniertas didapatkan nilai determinan matriks kovarians sebesar 4.8652 yang jauh

diatas angka nol sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multilinearitas dan singularitas pada data yang dianalisis.

### 3. Uji Kesesuaian Model



Gambar 1. Model Struktur Equation Modeling Measurement model fit dilakukan uji ( $\chi^2$  statistic)

Berdasarkan pada perhitungan diperoleh nilai  $\chi^2_{hitung}$  sebesar  $45,042 < \chi^2_{5\%;89} = 58,758$  dan probabilitas sebesar  $0,095 > \text{cutt off} = 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa model *structure equation modeling* yang dihipotesiskan atau diestimasi sudah sesuai dengan kondisi empirik dilapangan atau model dapat diterima.

a. *Structural model fit* dilakukan uji *the root mean square error of approximation (RMSEA)* Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai RMSEA sebesar 0,042 yang lebih kecil dari 0,08 sehingga dapat digunakan sebagai jaminan bahwa model yang terbangun adalah sudah sesuai dengan kenyataan yang dilapangan.

b. *Absolute fit measure* dilakukan uji *Goodness of fit index (GFI)*

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai GFI sebesar 0,966 yang lebih besar sama dengan 0,90 sehingga dapat dikatakan matrik kovarian sample yang dijelaskan oleh matrik kovarian populasi terestimasi dengan baik.

c. dilakukan uji *Adjusted goodness of fit index (AGFI)*

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai AGFI sebesar 0,954 yang lebih besar sama dengan 0,90 sehingga dapat dikatakan model dapat diterima dengan lebih baik dan meyakinkan karena telah sesuai antara teori dengan kenyataan



**Tabel 1. Goodness of Fit Indices untuk Full Model**

Goodness of fit index	Cut off value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Chi Square	Diharapkan kecil	45,042	Baik
Significancy Probability	> 0,05	0,095	Baik
RMSEA	< 0,08	0,042	Baik
GFI	> 0,90	0,966	Baik
AGFI	> 0,90	0,954	Baik
CMIN/DF	< 2,00	1,256	Baik
TLI	> 0,95	0,923	Baik

Sumber : data diolah

Berdasarkan pada uji kesesuaian model maka dapat dikatakan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, citra rumah sakit, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit Jiwa Daerah Dr RM Soedjarwadi terbukti kebenarannya.

Hal ini menunjukkan bahwa Loyalitas pelanggan Klinik Saraf Rumah Sakit Jiwa Daerah Dr R.M. Soedjarwadi memang dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sangat kompleks, namun demikian dengan cara pendekatan model maka kekompleksitasan masalah tersebut dapat terlihat dengan jelas pada faktor-faktor yang ada pada model. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, citra rumah sakit dan kepuasan pasien secara bersama-sama berpengaruh pada loyalitas pasien atau pelanggan. Sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin bagus citra rumah sakit dan semakin besar kepuasan pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi maka loyalitasnya akan semakin tinggi pula.

Hipotesis dilakukan terhadap dua persamaan regresi yang terbentuk dari hasil perhitungan amos 18. Kedua model persamaan tersebut adalah :

$$I = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2I + b_3X_2 \varepsilon \dots\dots\dots(2)$$

Setelah diproses dengan program amos maka diperoleh persamaan *regression*

sebagai berikut :  $I = 0,345 X_1 + 0,443 X_2$  dan dapat disimpulkan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr R.M. Soedjarwadi. Berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh para petugas Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasannya.

Persamaan *regression* berikutnya :  $Y = 0,049 X_1 + 0,071 I + 0,443 X_2$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, terbukti nilai CR nya lebih besar dari 2. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh para petugas maka akan semakin tinggi pula loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi tersebut, yang dapat ditunjukkan dengan membeli dan menggunakan pelayanan di Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi secara berulang, lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan pelayanan tersebut kepada teman-temannya (Griffin ,2005 dalam Setiawan, 2011).

Berdasarkan persamaan  $I = 0,345 X_1 + 0,132 X_2$  menunjukkan bahwa variabel citra rumah sakit berpengaruh pada kepuasan pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM

Soedjarwadi. Jadi semakin baik citra rumah sakit di mata pelanggan akan semakin tinggi juga tingkat kepuasan pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi.

Dengan persamaan  $Y = 0,049 X_1 + 0,071 I + 0,443 X_2$  hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Citra rumah sakit berpengaruh pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi. Semakin bagus citra rumah sakit di mata pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi maka mereka akan semakin loyal yang dapat ditunjukkan dengan membeli dan menggunakan pelayanan di Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi secara berulang, lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan pelayanan tersebut kepada teman-temannya (Griffin, 2005) dalam Setiawan (2011).

Hasil analisis persamaan *regression*  $Y = 0,049 X_1 + 0,071 I + 0,443 X_2$  menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh pada loyalitas pasien atau pelanggan. Jadi semakin tinggi tingkat kepuasan pasien atau pelanggan akan semakin besar loyalitasnya pada Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi. Mendukung teori yang disampaikan Francis Buttle (2007) bahwa dengan naiknya tingkat kepuasan pembeli, akan meningkat pula kecenderungan pembeli untuk kembali menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan dalam hal ini pelayanan kesehatan Klinik.

Pada pengaruh langsung  $P_{X_1Y} = 0,049$  jika di kuadratkan menjadi  $(0,049)^2 = 0,0024$  yang lebih kecil dari pengaruh tidak langsungnya  $P_{X_{II}} * P_{IY} = 0,345 * 0,071 = 0,0245$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa keberadaan variabel kepuasan pelanggan dalam kaitan hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas

pelanggan dapat disebut sebagai variabel antara (intervening). Sedangkan pengaruh langsung  $P_{X_2Y} = 0,443$  jika di kuadratkan menjadi  $(0,443)^2 = 0,1963$  yang lebih kecil dari pengaruh tidak langsungnya  $P_{X_{2I}} * P_{IY} = 0,132 * 0,071 = 0,00094$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa keberadaan variabel kepuasan pelanggan terkait hubungan antara citra rumah sakit dengan loyalitas pelanggan tidak dapat disebut sebagai variabel antara (intervening).

## PENUTUP

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut. (a) Kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi. (b) Kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr R.M. Soedjarwadi. (c) Citra rumah sakit berpengaruh pada kepuasan pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi. Citra rumah sakit berpengaruh pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr R.M. Soedjarwadi. (d) Kepuasan pasien atau pelanggan berpengaruh pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr RM Soedjarwadi. (e) Kualitas pelayanan, kepuasan pasien atau pelanggan dan citra rumah sakit secara bersama-sama (simultan) berpengaruh pada loyalitas pasien atau pelanggan Klinik Saraf RSJD Dr R.M. Soedjarwadi (f) Variabel kepuasan pelanggan menjadi variabel intervening bagi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan, sedangkan untuk hubungan antara citra rumah sakit dengan loyalitas pelanggan tidak dapat disebut sebagai variabel antara (intervening).

## DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, Djameludin, 2001, "Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian dalam Metode Penelitian Survei", LP3ES, Yogyakarta
- Anggorowati, Eka A., 2014, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan dengan Metode Structural Equation Modelling serta

- Usulan Peningkatan Pelayanan Kereta Api”, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, <http://etd.ugm.ac.id>
- Barnes, James G, 2003, ”Secrets of Customer Relationship Management,” alih bahasa: Andreas Winardi, Andi Offset, Yogyakarta
- Boshoff, C. And Gray, B., 2004, ”The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction and Buying Intentions in The Private Hospital Industry”, South Africa Journal of Business Management, Vol.35, no.4: pp.27-37
- DEPKES RI, 1992, ”Standar Pelayanan Rumah Sakit, Rumah Sakit Umum dan Pendidikan”, Direktorat Jenderal Pelayanan Medik, Jakarta
- Ferdinand, Augusty, 2002, ”Structural Equation Modelling dalam Penelitian manajemen”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Fuad, Mas’ud, 2004, ”Survai Diagnosis Organisasional”, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Ghozali, I, 2009, ”Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr. Joseph F. R. Anderson, R.E., Tatham, R.L., dan Beack W.C., 2006, ”Multi Variate Data Analysis”, Sixth Edition, New Jersey, Prentice Hall
- Hamja, Yahya, 2010, ” Pengaruh Kualitas pelayanan, Kepuasan dan Citra terhadap Loyalitas Pasien pada Rumah Sakit Syarif Hidayatullah Jakarta : Studi Kasus Mahasiswa UIN Jakarta Pasien Rawat Jalan Poli Umum”, UIN, Jakarta
- Halim, Hilman, 2012, ”Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Industri Telekomunikasi Bergerak di Indonesia (Churn Management)”, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, <http://etd.ugm.ac.id>
- Kotler, Philip, 1997, ”Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol,” Jilid 1, Alih bahasa : Hendra Teguh, Prenhallindo, Jakarta
- Kui, Son Choi, 2005, ”The Service Quality Dimensions and Patient Satisfaction Relationships in South Korea”, *Journal of Services Marketing Emerald Insight*, Vol.19 Iss:3, pp 140-149
- Lovelock, Chistopher H., Lauren K. Wright, 2005, ” Manajemen Pemasaran Jasa”, Alih bahasa : Agus Widyantoro, Indeks, Jakarta
- Lamidi, 2007, ”Analisis Loyalitas Konsumen Dalam Mengonsumsi Produk Pemutih Wajah,” Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol.7 no.2 : 94-104
- Mardalis, Ahmad, 2005, ”Meraih Loyalitas Pelanggan”, Benefit : Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.9 no.2: 111-119, FE UMS , Surakarta, <http://eprints.ums.ac.id>
- Marzuki, 2002, ” Metodologi Riset”, PT. Prasetia Widya Pratama, Yogyakarta
- MPKPK UNAIR, 2008, ”Marketing”, Diakses tanggal 23 Maret 2014. <http://mpkpk2008.blogspot.com>
- Oliver, Richard L., 1999, ”Whence Consumer Loyalty”, Journal of Marketing, Vol.63 Special Issue, pp.33-44
- Parasuraman A, Zeithaml V and Berry L.L., 1988, ”SERVQUAL: A Multi Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Quality”, Journal of Retailing, Spring, p.12-38



- Putra, Putu Teja Wijaya, 2011, "Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Konsumen Terhadap Rekomendasi dari Mulut ke Mulut pada Rumah Sakit Anak dan Ibu Permata Hati Klungkung", Universitas Udayana, Denpasar
- Reynolds, K.E., and Beatty, S.E, 1999, "Customer Benefits and Company of Consequences Customer Salesperson Relationships in Retailing", *Journal of Retailing*, Vol. 75:11-32
- Sekaran, U., 2006, "Research Methods For Business, Metode Penelitian Untuk Bisnis", (4th Ed), Salemba Empat, Jakarta
- Setiawan, Supriadi, 2011, "Loyalitas Pelanggan Jasa", Penerbit IPB Press, Bogor
- Setyawati, Indah, 2009, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pasien terhadap Word of mouth (WOM) pada rawat jalan RS. Bakti Wira Tamtama Semarang"
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi, 1995, "Metode Penelitian Survei", LP3ES
- Stephen L.Sondoh Jr, Maznah Wan Omar, dkk., 2007, "The Effect of Brand Image on Overall Satisfaction and Loyalty Intention in the Context of Color Cosmetic", *Asian Academy of Management Journal*, Vol.61:3-5
- Suharso, Kukuh, 2012, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan pada Loyalitas Pelanggan PT.Gunung Jati Raya", Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, <http://etd.ugm.ac.id>
- Sukmawati, Kartika, 2011, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Kereta Api Eksekutif", *Jurnal Manajemen FE*, Universitas Gunadharma
- Sulistyowati, Retno, 2013, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Tingkat Kepuasan Pasien, Citra Rumah Sakit dan Loyalitas Pasien RSIA Sakina Idaman Yogyakarta", Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, <http://etd.ugm.ac.id>
- Swastha, Basu, 1999, "Loyalitas Pelanggan : sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan bagi Peneliti", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.14 no.3 : 73-88, Yogyakarta, Universitas Gadjah Mada
- Swastha, Basu dan Irawan, 1990, "Manajemen Pemasaran Modern", Liberty, Yogyakarta
- Tjahjaningsih, Endang, 2013, "Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang)", Universitas Stikubank, Semarang
- Tjiptono, Fandy, 2000, "Manajemen Jasa". Andi Offset, Yogyakarta
- \_\_\_\_\_, Fandy, 2007, "Pemasaran Jasa", Bayumedia Publishing, Malang
- \_\_\_\_\_, Fandy, 2001, "Total Quality Manajemen," Edisi Revisi, Cetakan IV, Andi Offset, Yogyakarta
- \_\_\_\_\_, Fandy, Gregorius Chandra, 2009, "Service, Quality & Satisfaction", Andi Offset, Yogyakarta
- UNDIP, Pusat Kajian Kebijakan dan Strategi Pembangunan FISIP, 2012, "Survey Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Terhadap Penyelenggaraan Pelayanan Publik RSJD Dr RM Soedjarwadi Provinsi Jawa Tengah di Klaten 2012", Universitas Diponegoro, Semarang
- Utama, Agung, 2003, "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan RSUD Cakra Husada Klaten", *Jurnal OPSI*, Vol.1 no.2 : 96-110

- Wahdi, Nirsetyo, 2006, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Pasien", Universitas Diponegoro, Semarang
- Winarno, S.Adi, 2011, "Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan-Studi Pada RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta." Diakses tanggal 29 Mei 2014. <http://elearning.mmr.umy.ac.id>
- Woodruff, Robert B, 2000, "Customer Value : the Next Source for Competitive Advantage". Journal of Academy of Marketing Science, Vol.25, no.2 pp.135-153
- Ziethaml, Valerie A., Leonard L. Berry, and A. Parasuraman, 1996, "The Behavioral Consequences of Service Quality", Journal of Marketing, Vol.60 pp.31-46