

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PASIEN
(Studi Pada Pasien Klinik As Syifa di Kab. Bekasi)**

Wahyu Kartika Aji

Harry Soesanto

ABSTRACT

This study was motivated by the number of patient visits at As Syifa's clinic which are still fluctuating and has not met the targets set by management. This study aims to analyze the influence of service quality, price and facilities to the satisfaction of As Syifa's Clinic patients.

Collecting data in this study was conducted by questionnaire of 100 respondents As Syifa's clinic patients by using purposive sampling to determine the response of respondents to the variable service quality, price, facilities, and patient satisfaction. Data analysis technique used is multiple linear regression analysis that serves to prove the hypothesis of the study. Data that have met the test of validity, reliability testing, and test the assumptions of classical processed so that the resulting regression equation as follows:

$$Y = 0,318 X_1 + 0,289 X_2 + 0,256 X_3$$

Based on the analysis results obtained that the variable service quality, price, and the facility has a significant positive effect on patient satisfaction. Adjusted R square value of 0.508 indicating that 50.8 percent of variations in patient satisfaction can be explained by the three independent variables in this study. While the rest of 49.2 percent is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: service quality, price, facilities, patient satisfaction

A. PENDAHULUAN

Masyarakat sekarang sudah mulai menyadari betapa berharganya kesehatan bagi hidup mereka karena mengetahui betapa mahalnya biaya perawatan kesehatan yang seringkali sulit dijangkau. Apalagi sekarang banyak bermunculan jenis penyakit baru yang mengancam kesehatan masyarakat. Dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya arti kesehatan maka jasa pelayanan kesehatan menjadi sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan kesehatannya. Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap pentingnya kesehatan merupakan salah satu alasan bahwa kebutuhan akan prasarana kesehatan juga semakin meningkat, selain itu masyarakat juga akan semakin pandai dalam memilih jasa penyedia layanan kesehatan yang terbaik dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan.

Klinik As Syifa merupakan salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan yang berada di daerah Tambun Bekasi. Klinik As Syifa membuka layanan kesehatan selama 24 jam atau dengan kata lain bahwa dokter jaga yang bertugas selalu *stand by* di klinik kapanpun dibutuhkan oleh pasien yang membutuhkan penanganan medis. Hal ini untuk mengantisipasi keadaan dimana penyakit dapat menyerang seseorang dengan tiba-tiba, kapanpun tanpa bisa diprediksi. Jika seseorang terserang penyakit yang datang tanpa kompromi mereka tidak dapat lagi menunda atau mengesampingkan jasa pelayanan kesehatan. Apalagi bila penyakitnya memerlukan penanganan medis dengan segera, maka seseorang mau tidak mau akan mendatangi tempat-tempat pelayanan kesehatan atau dengan memanggil dokter datang ke rumah untuk mendapatkan penanganan medis secepatnya. Fasilitas tersebut diberikan Klinik As Syifa kepada masyarakat untuk mempermudah masyarakat apabila membutuhkan jasa Klinik As Syifa dengan segera. Sehingga kapanpun masyarakat membutuhkan, Klinik As Syifa akan siap melayaninya. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi

pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas.

Kotler (1995) mengatakan bahwa banyak faktor yang dipertimbangkan untuk memilih, akan tetapi salah satu cara untuk menarik pelanggan dan memenangkan persaingan adalah dengan cara memberikan jasa pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan yang dapat memberikan kepuasan. Organisasi yang tidak berkualitas dalam memberikan pelayanan akan ketinggalan dan terlindas dalam persaingan bisnis. Maka dari itu, Klinik As Syifa harus selalu berusaha meningkatkan mutu pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan agar dapat bersaing secara sehat dengan klinik kesehatan yang lainnya dengan cara selalu berusaha memberikan produk dengan mutu yang lebih baik, harga bersaing, penyerahan produk lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya. Produk dengan kualitas yang jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat dan cara pemberian pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan rasa tidak puas kepada pelanggannya yang pada akhirnya tidak akan menggunakan produk tersebut di kemudian hari (Suprpto, 2001 dalam Martianawati, 2009). Hal tersebut bisa menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu penyebab ketidakpuasan para pelanggan. Adanya kesesuaian antara harga dan produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi pelanggan. Jika pelanggan tidak puas, maka akan meninggalkan perusahaan yang akan menyebabkan penurunan penjualan dan selanjutnya akan menurunkan laba bahkan kerugian bagi perusahaan.

Menurut Schnaars dalam Tjiptono dan Chandra (2005), pada dasarnya tujuan sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Kualitas pelayanan yang baik tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan. Kualitas layanan yang baik pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya terjalinnya hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas pelanggan dan

membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut (Tjiptono et al, 2003).

Berikut disajikan data jumlah kunjungan pada Klinik As Syifa pada bulan Mei 2010 sampai April 2011.

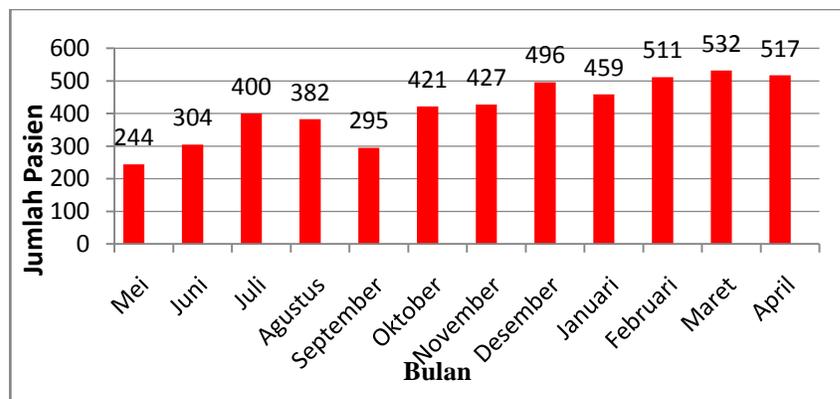
Tabel 1
Data Jumlah Pasien Bulan Mei 2010 - April 2011

Bulan	Jumlah Pasien	Rata-rata Per Hari
Mei	244	8
Juni	304	10
Juli	400	13
Agustus	382	12
September	295	9
Oktober	421	14
November	427	14
Desember	496	16
Januari	459	15
Februari	511	18
Maret	532	17
April	517	17
Jumlah	4.988	

Sumber : Klinik As Syifa 2011

Data jumlah pasien di atas dapat digambarkan dalam grafik sebagai berikut :

Gambar 1
Grafik Jumlah Kunjungan Pasien Bulan Mei 2010 – April 2011

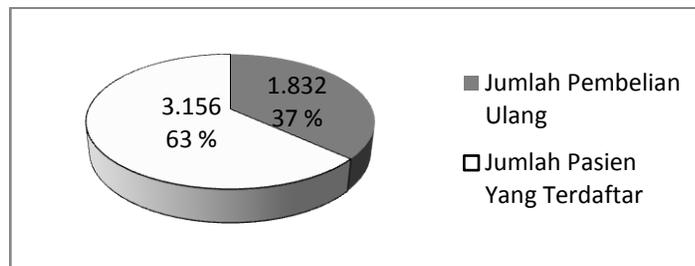


Sumber : Klinik As Syifa 2011

Dari grafik tersebut dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan pasien klinik As Syifa dari bulan Mei 2010 - April 2011 masih fluktuatif. Hal tersebut berpengaruh kepada pendapatan Klinik As Syifa yang secara otomatis juga berfluktuatif mengikuti fluktuasi jumlah pasien yang datang. Selain itu pencapaian jumlah kunjungan pasien tersebut belum memenuhi harapan dari manajemen yang menetapkan target tahun pertama bisa mencapai angka 600 pasien per bulan atau rata-rata 20 pasien per hari.

Berikut disajikan diagram perbandingan jumlah pasien yang terdaftar dengan total pembelian ulang di Klinik As Syifa pada bulan Mei 2010 sampai April 2011.

Gambar 2
Perbandingan Jumlah Pasien Yang Terdaftar dengan Total Pembelian Ulang



Sumber : Klinik AS Syifa 2011

Total jumlah pembelian ulang yang telah terjadi di klinik As Syifa yaitu sebesar 1.832 atau 37 % dari total kunjungan, hal ini bisa mengindikasikan bahwa pasien puas akan pelayanan Klinik As Syifa sehingga mereka melakukan pembelian ulang di Klinik As Syifa. Menurut Kotler dan Armstrong (1996), produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan. Bila kualitas pelayanan yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan maka pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa, akan tetapi

apabila yang terjadi adalah sebaliknya kemungkinan besar para pelanggan akan terus menggunakan penyedia jasa itu lagi. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya, jika pelanggan tidak puas dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pasien.
3. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien.

B. TELAAH PUSTAKA

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kotler (2004) mengatakan pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Konsep dasar dari suatu pelayanan (jasa) ataupun kualitas dari suatu produk dapat didefinisikan sebagai pemenuhan yang dapat melebihi dari apa yang diinginkan atau diharapkan pelanggan (konsumen).

Menurut Kotler dan Armstrong (1996), produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan. Bila kualitas pelayanan yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan maka pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa, akan tetapi

apabila yang terjadi adalah sebaliknya ada kemungkinan para pelanggan akan terus menggunakan penyedia jasa itu lagi. Penelitian yang dilakukan Dabholkar et. al (2000) dalam Tjiptono (2005) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Parasuraman et al. (1998) dalam Hadi (2003) berpendapat bahwa kualitas pelayanan sejalan dengan kepuasan pelanggan, dimana meningkatnya (semakin positif) kualitas pelayanan digunakan sebagai refleksi dari meningkatnya kepuasan pelangga

H₁ : Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien

Harga

Menurut Zeithaml (2000) harga adalah apa yang kita dapat dari sesuatu yang telah dikorbankan untuk memperoleh produk atau jasa. Sedangkan Kotler dan Armstrong (2001) berpendapat bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan suatu produk atau jasa tersebut. Produk dengan mutu jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat dapat membuat pelanggan tidak puas (Suprpto, 2001 dalam Martianawati, 2009).

Menurut Diah Natalisa dan M. Fakhriansyah (2008) dalam Widyaningtyas (2010) menyatakan bahwa pengukuran indikator harga diukur dengan menggunakan faktor kesesuaian harga dengan pelayanan. Dalam penelitian ini, pengukuran harga diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima
3. Kesesuaian harga dengan fasilitas
4. Kesesuaian harga dengan jarak yang ditempuh

Kertajaya (2002) mengungkapkan bahwa indikator penilaian harga dapat dilihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dan dari situlah konsumen akan

mempersepsi dari produk atau jasa tersebut. Persepsi yang positif merupakan hasil dari rasa puas akan suatu pembelian yang dilakukannya, sedangkan persepsi yang negative merupakan suatu bentuk dari ketidakpuasan konsumen atas produk atau jasa yang dibelinya. Jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal (Tjiptono, 1999).

H₂ : Terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pasien

Fasilitas

Menurut Youti (1997:12) fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Raharjani (2005) menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Kotler (2001) menyatakan bahwa salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan fasilitas sebaik-baiknya demi menarik dan mempertahankan pelanggan. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas.

Hubungan antara fasilitas terhadap kepuasan telah dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Martianawati (2009), Widaditomo (2009), Wijaya (2010), dimana hasil penelitian tersebut adalah fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan.

H₃ : Terdapat pengaruh positif antara fasilitas terhadap kepuasan pasien

Kepuasan Konsumen

Kotler (2001) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. Engel (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah pembelian di mana produk yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya (Tjiptono et al, 2003) :

- a. Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
- d. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan.
- e. Laba yang diperoleh meningkat

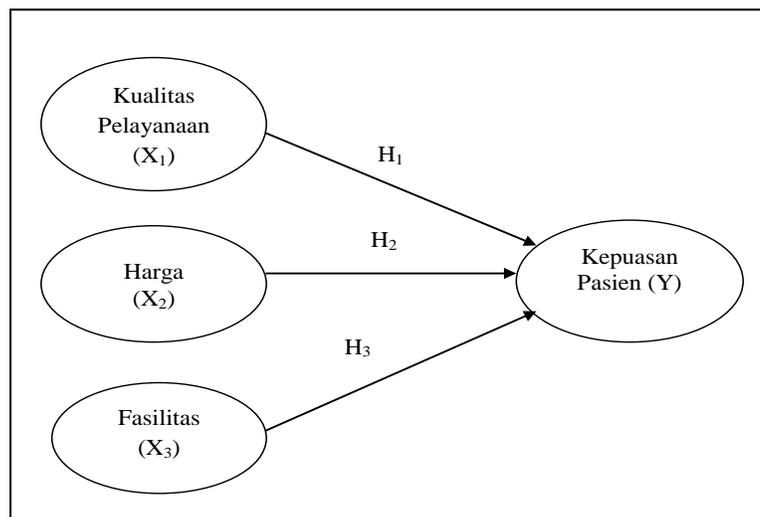
Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2001) antara lain :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Gambar 3
Kerangka Pemikiran Teoritis



C. METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber data

Jenis data dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden secara langsung kepada pengguna jasa klinik As Syifa.

Metode Pengumpulan data

Data penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan instrumen berupa kuesioner.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pasien pengunjung Klinik As Syifa di Kab. Bekasi. Berdasarkan catatan pada periode sebelumnya dalam 1 tahun Mei 2010 hingga April 2011 terdapat 4988 pasien yang berkunjung ke klinik tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada cukup besar, sehingga tidak memungkinkan untuk seluruh populasi yang ada.

Metode Penentuan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu yaitu metode sampling yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2004). Jenis *Probabilty Sampling* yang digunakan adalah *Purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang berdasarkan pertimbangan tertentu dan harus mewakili populasi yang akan diteliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Keramahan dan kesopanan karyawan
- 2) Kecepatan dalam melayani pasien
- 3) Kompetensi dokter
- 4) Kesiediaan mendengarkan keluhan pasien

Indikator harga yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian tarif dengan manfaat
- 3) Kesesuaian tarif dengan fasilitas

- 4) Kesesuaian tarif dengan pelayanan

Indikator fasilitas adalah sebagai berikut :

- 1) Membuka klinik 24 jam
- 2) Home visit (dokter ke rumah)
- 3) Kebersihan dan kenyamanan ruangan klinik
- 4) Kelengkapan peralatan medis

Adapun indikator dari kepuasan pasien adalah:

- 1) Terpenuhinya harapan untuk mendapatkan pelayanan yang baik di klinik As Syifa
- 2) Merasa cocok pada pengobatan di klinik As Syifa
- 3) Keinginan untuk menggunakan jasa klinik As Syifa kembali
- 4) Mengatakan hal positif mengenai klinik As Syifa

Teknik Analisis

Data primer yang sudah terkumpul yang bersifat kualitatif akan dikonversikan menjadi kuantitatif, kemudian diuji validitas dan reliabilitas dan selanjutnya dianalisa dengan menggunakan teknik Analisis Regresi Linier Berganda.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006).

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$, dimana (n) adalah jumlah sampel penelitian. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel Indikator	R	r tabel	Ket
1	Kualitas Pelayanan			
	- Indikator 1	0,668	0,197	Valid
	- Indikator 2	0,696	0,197	Valid
	- Indikator 3	0,788	0,197	Valid
2	Harga			
	- Indikator 1	0,754	0,197	Valid
	- Indikator 2	0,670	0,197	Valid
	- Indikator 3	0,693	0,197	Valid
3	Fasilitas			
	- Indikator 1	0,721	0,197	Valid
	- Indikator 2	0,715	0,197	Valid
	- Indikator 3	0,810	0,197	Valid
4	Kepuasan Pasien			
	- Indikator 1	0,736	0,197	Valid
	- Indikator 2	0,861	0,197	Valid
	- Indikator 3	0,852	0,197	Valid
	- Indikator 4	0,743	0,197	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2011

Tabel 2 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r_{table} untuk $n = 100$ kasus yaitu $= 0,197$. Dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa semua indikator sebagai pengukur dari masing-masing konstruk variabel tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner

dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006). Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 16, yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variable dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2006).

Ringkasan hasil pengujian reliabilitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3
Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,717	Reliabel
Harga	0,643	Reliabel
Fasilitas	0,739	Reliabel
Kepuasan Pasien	0,810	Reliabel

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki hasil koefisien Cronbah Alpha yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel adalah reliabel.

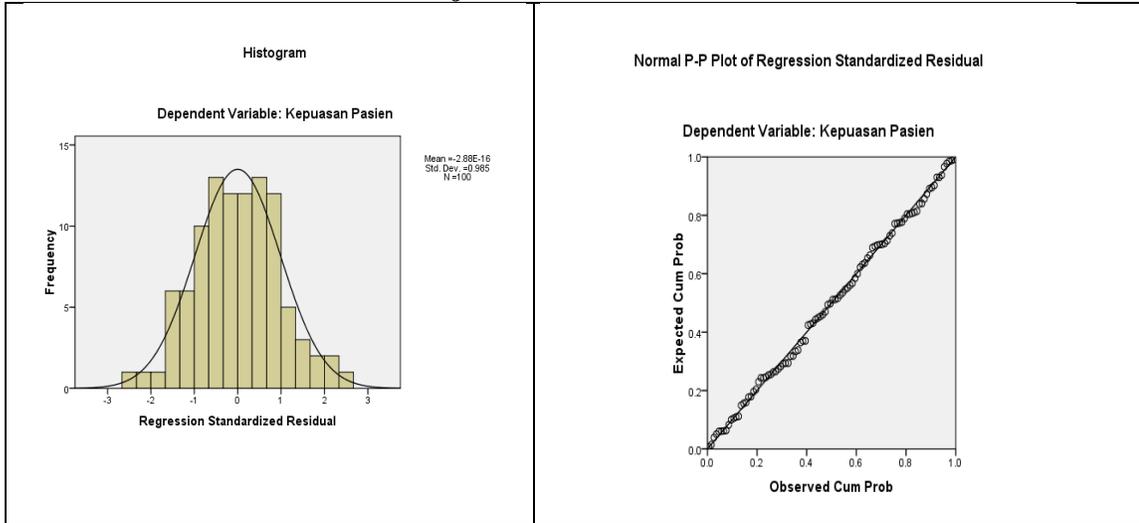
Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika suatu model masih terdapat adanya masalah asumsi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model ataupun penyembuhan untuk menghilangkan masalah tersebut.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan pengujian terhadap nilai residual. Sedangkan pengujian dilakukan dengan menggunakan P-P Plot. Pada pengujian normalitas ini dapat dilihat dari gambar berikut ini.

Gambar 4
Uji Normalitas Data



Gambar tersebut menunjukkan bahwa titik-titik residual ketiga model regresi sudah berdistribusi normal karena titik-titik tersebut yang menyebar di sekitar garis diagonal. Dengan demikian syarat kenormalan sebagai pengujian statistik dengan menggunakan regresi dapat terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi. Nilai VIF yang lebih besar dari 10 menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi. Hasil pengujian VIF dari model regresi adalah sebagai berikut :

Tabel 4
Pengujian Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	.589	1.698
Harga	.631	1.585
Fasilitas	.590	1.695

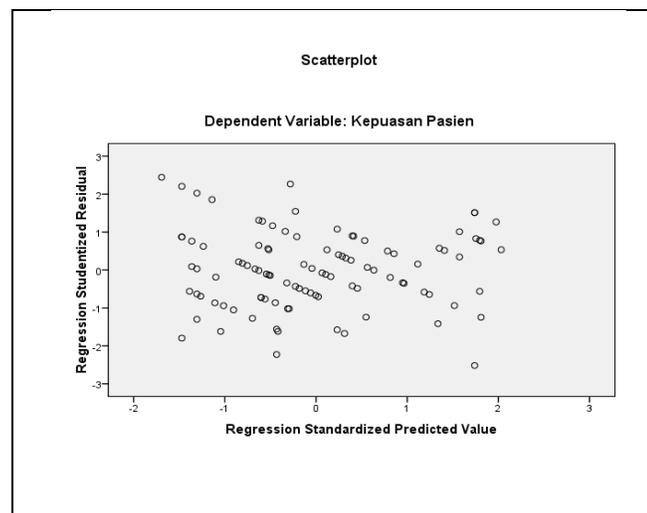
Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah angka 10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti variabel bebas dapat digunakan sebagai variabel independen sebagai prediktor yang independen.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan scatter plot. Jika tidak terdapat pola yang teratur pada titik-titik residualnya, maka dapat disimpulkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian pada Lampiran sebagaimana juga pada gambar berikut ini.

Gambar 5
Uji Heteroskedastisitas



Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dengan demikian, asumsi-asumsi normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas dalam model regresi dapat dipenuhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini akan menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS for Windows* versi 16.0. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya diringkas sebagai berikut

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.198	1.487		.133	.894
Kualitas Pelayanan	.349	.101	.318	3.459	.001
Harga	.372	.114	.289	3.253	.002
Fasilitas	.261	.093	.256	2.791	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi bentuk standard adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,318 X_1 + 0,289 X_2 + 0,256 X_3 + \square$$

Ketiga variabel tersebut menunjukkan memiliki arah koefisien positif. Namun demikian makna pengaruh prediktor sebagaimana pada model tersebut selanjutnya dibuktikan dengan pengujian hipotesis.

Uji t

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variable independen (kualitas pelayanan, harga dan fasilitas) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (kepuasan pasien). Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien

$H_0 : \beta_1 = 0$: Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pasien.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Pasien.

Hasil pengujian pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien diperoleh nilai t hitung = 3,459 dengan signifikansi 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan arah koefisien positif, dengan demikian diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan pasien dapat diterima. Dengan demikian Hipotesis 1 diterima.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pasien

$H_0 : \beta_2 = 0$: Harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$: Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien.

Hasil pengujian pengaruh persepsi pasien atas harga terhadap kepuasan pasien diperoleh nilai t hitung = 3,253 dengan signifikansi 0,002. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan arah koefisien positif, dengan demikian diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kepuasan pasien dapat diterima. Dengan demikian Hipotesis 2 diterima.

3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien

$H_0 : \beta_1 = 0$: Fasilitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan pasien.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$: Fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien.

Hasil pengujian pengaruh fasilitas terhadap keputusan pasien diperoleh nilai t hitung = 2,791 dengan signifikansi 0,006. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan arah koefisien positif, dengan demikian diperoleh hipotesis yang menyatakan

bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pasien dapat diterima. Dengan demikian Hipotesis 3 diterima.

Pegujian Secara Simultan (Uji F)

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F.

Tabel 6
Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	245.401	3	81.800	35.122	.000 ^a
	Residual	223.589	96	2.329		
	Total	468.990	99			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Sumber : Data primer yang diolah, 2011

Hipotesis yang akan digunakan adalah:

- 1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya variabel bebas secara simultan (bersama-sama) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat
- 2) $H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, artinya variabel bebas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai F sebesar 35,122 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jika dilihat dari nilai signifikansi F tersebut diperoleh bahwa nilai sig F lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variable kualitas pelayanan, harga dan fasilitas konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien

determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* pada model sebagaimana dapat dilihat pada tabel

Tabel 7
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.508	1.52612

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,508. Hal ini berarti 50,8% kepuasan pasien dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas klinik dan 49,2% lainnya kepuasan dapat dipengaruhi oleh variabel lain.

PEMBAHASAN

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pelayanan, harga dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien.

Uji Validitas menunjukkan bahwa nilai *r* hitung dari masing-masing variabel lebih besar dari *r* tabel sebesar 0,198 dan tingkat signifikansi dari masing-masing variabel kurang dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa masing-masing butir pertanyaan adalah valid.

Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari tiap-tiap konstruk atau variabel lebih besar dari 0,60 yang berarti bahwa kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel tersebut adalah reliabel atau handal. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* hasil pengujian yang telah dilakukan sebagai berikut: Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,717, Harga (X2) sebesar 0,643, Fasilitas (X3) sebesar 0,739 dan Kepuasan Pasien (Y) sebesar 0,810.

Semua variabel independen penelitian berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Hal ini dapat dilihat dari hasil dari uji *t* yang menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai signifikansi kurang dari 0,05.

Variabel independen yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Kualitas Pelayanan dengan koefisien 0,318. Sedangkan harga dan fasilitas hanya mempengaruhi kepuasan pasien dengan koefisien 0,289 dan 0,256. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan pasien. Hal ini juga terlihat pada hasil tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan (tabel 4.4) yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju (skor 4) terhadap pertanyaan-pertanyaan variabel Kualitas Pelayanan. Rata-rata indeks skor jawaban diperoleh sebesar 75,75 dimana berada pada tingkatan skor tinggi. Kondisi ini memberikan kesan bahwa Klinik As Syifa mempunyai Kualitas Pelayanan yang baik.

Hasil pengujian hipotesis dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien

Pengujian hipotesis 1 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien Klinik As Syifa. Pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pasien. Pelanggan yang menerima layanan jasa yang berkualitas, maka dengan demikian ia akan mendapatkan nilai dari jasa yang telah dibeli sebelumnya. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Sebagaimana yang dinyatakan bahwa faktor utama dari kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan yang diterima. Apabila pelayanan yang diterima / dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima/dirasakan melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima/dirasakan lebih rendah dari pada harapan pelanggan maka kualitas pelayanan yang buruk, dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Di sisi lain kepuasan yang dirasakan adalah merupakan hasil dari evaluasi yang didasarkan pada pengalaman konsumen terhadap jasa yang diperoleh. Kualitas dari jasa yang dibeli adalah merupakan tujuan dari konsumen. Hal ini berarti bahwa kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan tergantung pada pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Data empiris penelitian ini mendapatkan adanya pelayanan yang baik yang diberikan oleh Klinik As Syifa. Hal ini ditunjukkan dengan diperolehnya jawaban-jawaban dengan skor yang tinggi mengenai pelayanan. Sebagai hasil atas pemberian pelayanan tersebut, selanjutnya diperoleh adanya kepuasan yang tinggi dari pasien.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pasien

Pengujian hipotesis 2 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel harga terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang tepat akan meningkatkan kepuasan konsumen. Perusahaan akan memberikan kepuasan yang lebih besar jika harga produk jasa usaha mereka berada pada kondisi yang tepat. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya.

Hasil perolehan data empiris dari penelitian ini mendapatkan bahwa tarif jasa klinik dinilai memiliki harga yang tepat. Hal ini nampaknya terkait dengan adanya perbandingan dengan tarif pada sarana pemeriksaan kesehatan yang lain. Hasil ini menjelaskan bahwa bagaimanapun, calon konsumen akan mempertimbangkan seberapa besar uang yang akan dikeluarkannya dengan kebutuhan dan kepuasan atas produk jasa yang akan dibelinya. Pertimbangan harga yang relatif murah untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang baik nyaman sebagaimana yang diharapkan nampaknya sangat menjadi perhatian calon konsumen.

Di Bekasi, sarana pelayanan klinik umum cukup banyak, sehingga persaingan harga cukup bersaing. Secara rata-rata penilaian konsumen atas harga yang ditetapkan oleh Klinik As Syifa relatif murah. Dengan demikian reaksi atau keputusan yang diambil oleh konsumen atas pembelian produk jasa klinik As Syifa tersebut searah dengan penilaian mengenai harga. Artinya secara relatif, konsumen

yang menilai bahwa klinik telah menerapkan harga yang relatif murah, maka kepuasan konsumen relatif lebih tinggi dibanding pada konsumen yang menilai bahwa harga atau tarif yang diberikan relatif lebih mahal.

3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien

Pengujian hipotesis 3 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan variabel fasilitas terhadap kepuasan pasien. Pengujian hipotesis 3 menunjukkan peningkatan kepuasan pasien dapat meningkat seiring dengan meningkatnya fasilitas klinik. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pasien.

Hal ini seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa kepuasan merupakan fungsi dari harapan dan kinerja penyedia jasa. Sedangkan fasilitas diberikan untuk memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian kepuasan yang diperoleh oleh pasien akan semakin meningkat jika fasilitas semakin baik dan modern serta memudahkan pasien menggunakan jasa Klinik As Syifa.

Hasil perolehan data empiris dari penelitian ini mendapatkan bahwa fasilitas klinik sudah dinilai secara baik oleh responden yang melebihi dari harapan konsumen. Keberadaan fasilitas tersebut sudah memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada konsumen. Hal ini berarti bahwa kondisi fasilitas pendukung pelayanan kesehatan yang baik sebagai salah satu bukti dari Klinik As Syifa telah melayani pasien dengan baik.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada Klinik As Syifa, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pasien dan mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan pasien dibandingkan harga dan fasilitas. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan maka kepuasan pasien akan meningkat.
2. Harga mempengaruhi kepuasan pasien. Harga yang terjangkau serta sesuai dengan apa yang diterima pasien, maka akan meningkatkan kepuasan pasien.
3. Fasilitas mempengaruhi kepuasan pasien dan mempunyai pengaruh paling kecil terhadap kepuasan pasien. Fasilitas yang lebih lengkap dan memberi kemudahan pada pasien, maka akan meningkatkan kepuasan pasien.

Keterbatasan Penelitian

Dari penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kekurangan dan kelemahan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Jumlah responden belum bisa menggambarkan kondisi riil yang sesungguhnya.
2. Penelitian ini hanya memfokuskan pada 3 variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas yang mempengaruhi kepuasan pasien. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan mampu dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas dengan nilai sebesar 50,8% sisanya sebesar 49,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

Implikasi Kebijakan

1. Klinik As Syifa perlu menjaga konsistensi dalam hal keramahan dan kesopanan karyawan, karena dari hasil penelitian 3 orang responden

menjawab tidak setuju untuk indikator keramahan dan kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan.

2. Klinik As Syifa perlu menjaga kualitas dan kompetensi atau keahlian dokter jaga.
3. Dalam hal penetapan tarif atau harga, klinik As Syifa perlu menjaga agar tarif yang ditetapkan tetap terjangkau oleh masyarakat.
4. Klinik As Syifa harus konsisten membuka klinik selama 24 jam serta konsisten dalam menjamin keberadaan dokter jaga selama 24 jam, agar pasien dapat terlayani kapanpun mereka membutuhkan jasa klinik As Syifa.
5. Klinik As Syifa harus konsisten memberikan fasilitas *home visit* agar pasien yang tidak bisa datang ke klinik tetap dapat terlayani dengan baik.
6. Klinik As Syifa perlu meningkatkan perlengkapan dan peralatan medis yang digunakan, serta meningkatkan kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu dan ruang pemeriksaan.
7. Klinik As Syifa perlu menyediakan laboratorium agar pasien yang membutuhkan hasil pemeriksaan laboratorium tidak perlu ke tempat lain, cukup di Klinik As Syifa.

Saran Penelitian Yang Akan Datang

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain kualitas pelayanan, harga dan fasilitas yang berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Klinik As Syifa. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini ketiga variabel tersebut hanya mampu menjelaskan sebesar 50,8% variasi kepuasan pasien. Penelitian ini belum memasukkan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.
2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini. Dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih

spesifik mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pasien.

3. Penelitian ini hanya sampai pada tahap kepuasan pasien. Disarankan untuk penelitian yang akan datang meneliti hingga tahap loyalitas pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Prosedur Penelitian*. Bina Aksara. Jakarta.
- Asmita, Putri. 2008. *Analisis Pengaruh Persepsi Pasien Tentang Mutu Pelayanan Dokter Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Umum Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Panti Wilasa Citarum Semarang Tahun 2008*. Tesis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- Fransisca Widyawati. 2008. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Telepon Flexi*. Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. 2001. *Metodologi Research*. UGM. Yogyakarta.
- Hernanda Surya Wijaya. 2009. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Kartu XL*. Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kertajaya H.,2002 *“Hermawan Kertajaya on Marketing”*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philips. dan Amstrong, 2002, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Keenam, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Martianawati. 2009. *Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas layanan dan Fasilitas SPBU “Pasti Pas” Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kendaraan Bermotor (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Mauludin, Hanif, 2001, *Analisis Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Image (Studi Pada Penderita Rawat Inap RSUD. DR. R. Koesma Tuban)*, Jurnal Penelitian Akuntansi, Bisnis dan Manajemen, Vol. 7, No. 1 (April) : 37-51.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry, 1998, *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1.
- Rangkuti, Freddy, 2003, *Measuring Customer Satisfaction*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Richa Widyaningtyas. 2010. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kereta Api Harina (Studi Pada Pt. Kereta Api Indonesia Daop IV Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Stanton, William J. 2003. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. ALFABETA. Bandung
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sutrisni. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*, Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Swastha, Basu. 2000. *Azas-azas Marketing*. Liberty. Yogyakarta.

- Swastha Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Yogyakarta.
- Taufik Widitomo. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Keluarga Miskin (Studi pada RSUD kota Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Tjiptono, Fandy, (1997). *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Widiyanto, Ibnu, 2008, *Pointers: Metodologi Penelitian*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.