

# STRATEGI MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE QFD DAN SWOT

Wido Nuragus Tanjung

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Tanjungpura, Pontianak, 78124

E-mail: widonuragus17@gmail.com

Abstrak: Unit Laboratorium Kesehatan Kalimantan Barat merupakan tempat pelayanan pemeriksaan, pengukuran dan pengujian terhadap bahan berasal dari manusia atau bahan bukan berasal dari manusia untuk penentuan jenis penyakit, penyebab penyakit, kondisi kesehatan atau faktor-faktor yang dapat berpengaruh pada kesehatan perorangan atau masyarakat. Laboratorium Kesehatan Provinsi Kalimantan Barat dinilai kurang memuaskan dari segi pelayanan secara langsung maupun secara tidak langsung. Laboratorium Kesehatan Provinsi Kalimantan Barat belum sepenuhnya menerapkan teknologi dalam kegiatan penyediaan informasi baik dari program-program yang ada maupun pemberitahuan kesehatan pasien sebagai pelanggan dan rata-rata pelanggan hanya mengetahui informasi mengenai Labkes berdasarkan rujukan dari rumah sakit.

Penelitian ini dibagi menjadi 2 tahap. Tahap pertama adalah menentukan atribut sesuai dengan keinginan konsumen sebanyak 11 atribut kemudian menentukan respon teknis sebanyak 23 respon teknis yang nantinya akan digunakan untuk membuat HOQ. Hasil dari HOQ berupa prioritas strategi yang harus dilakukan Unit Laboratorium Kesehatan dalam upaya membangun loyalitas pelanggan. Tahap kedua adalah metode SWOT yang dibuat berdasarkan melihat hasil *benchmarking* dari metode QFD, antara Labkes dan Kimia Farma pada metode QFD. Hasil *benchmarking* antara tingkat kepuasan Labkes dan tingkat kepuasan Kimia Farma kemudian dilihat hasil *benchmarking* untuk mendapatkan *strength* dan *weakness* kemudian diolah kedalam analisis SWOT.

Hasil yang didapat menggunakan QFD adalah mendapatkan 23 strategi sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Berdasarkan prioritas tertinggi atau yang harus diprioritaskan terlebih dahulu adalah pemberitahuan pengecekan ulang kepada pelanggan melalui sms, gmail, atau sosial media (12,5%), pemberitahuan pengambilan hasil laboratorium secara personal melalui gmail atau sosial media (9,7%), penambahan alat laboratorium dan jumlah karyawan (6,5%), diskusi yang baik dengan pelanggan (5,6%). Berdasarkan analisis SWOT mendapatkan 7 strategi yaitu Menambah kapasitas peralatan medis untuk mempercepat hasil pemeriksaan, mempermudah pengguna BPJS untuk melakukan pemeriksaan kesehatan, menambah

jumlah AC pada ruang tunggu, melakukan sosialisasi tentang pentingnya pemeriksaan kesehatan, menambah jumlah pegawai, mempercepat proses pelayanan di Labkes, melakukan pelatihan kepada pegawai Labkes.

Kata kunci : Loyalitas, Loyalitas Pelanggan, *Quality Function Deployment* (QFD), Analisis SWOT.

## 1. Pendahuluan

Unit Laboratorium Kesehatan Provinsi Kalimantan Barat (Labkes Kalbar) sebagai jasa penyedia layanan kesehatan yang terletak di Jl. dr Sudarso Sei Raya Pontianak merupakan Unit Laboratorium Kesehatan yang melaksanakan pelayanan pemeriksaan, pengukuran dan pengujian terhadap bahan berasal dari manusia atau bahan bukan berasal dari manusia untuk penentuan jenis penyakit, penyebab penyakit, kondisi kesehatan atau faktor-faktor yang dapat berpengaruh pada kesehatan perorangan atau masyarakat.

Labkes Kalbar dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan, sehingga kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi dengan baik. Kondisi yang ada saat ini pada Labkes yaitu Labkes dinilai kurang memuaskan dari segi pelayanan secara langsung maupun secara tidak langsung. Laboratorium Kesehatan Provinsi Kalimantan Barat belum sepenuhnya menerapkan teknologi dalam kegiatan penyediaan informasi baik dari program-program yang ada maupun pemberitahuan kesehatan pasien sebagai pelanggan dan rata-rata pelanggan hanya mengetahui informasi mengenai Labkes berdasarkan rujukan dari rumah sakit. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan penelitian terkait strategi membangun loyalitas pelanggan untuk mempertahankan pelanggan di Labkes Kalbar salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan secara langsung dan pelayanan tidak langsung sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

## 2. Tinjauan Pustaka

### a. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah suatu komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok yang tercermin kedalam pembelian ulang yang konsisten (Tjiptono, 2000).

Loyalitas pelanggan merupakan perilaku yang dilakukan dengan cara pembelian secara berulang suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh badan usaha untuk membangun kesetiaan pelanggan dan membutuhkan waktu yang agak lama melalui proses pembelian secara ulang tersebut (Gibson, 2005).

**b. Karakteristik Loyalitas**

Loyalitas pelanggan adalah suatu ukuran yang dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan pembelian yang dilakukan secara berulang (Griffin, 2005). Adapun karakteristi loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian secara teratur atau pembelian ulang, artinya pelanggan yang telah membeli suatu produk atau jasa secara sebanyak 2 kali atau lebih dan secara teratur
2. Membeli di luar lini produk atau jasa (pembelian antar lini produk), artinya pelanggan membeli semua barang atau jasa yang telah ditawarkan dan dibutuhkan oleh pelanggan dimana mereka membelinya secara teratur, hubungan dengan pelanggan ini sudah berlangsung lama sehingga membuat pelanggan tidak terpengaruh terhadap produk atau jasa pesaing.
3. Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, artinya pelanggan membeli produk atau jasa secara teratur dan mempengaruhi atau merekomendasikan kepada orang lain agar membeli produk atau jasa tersebut.
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk atau jasa sejenis, artinya tidak gampang terpengaruh oleh tarikan pesaing yang sejenis dan mereka sudah memiliki kecintaan terhadap produk atau jasa yang digunakan.

**c. QFD**

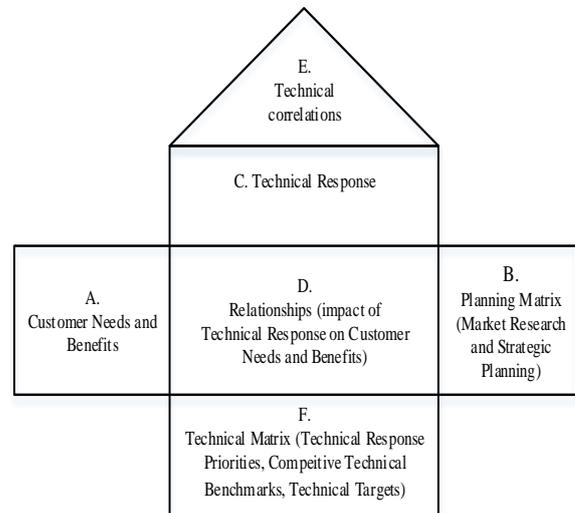
Menurut Djati (2003) QFD merupakan suatu sistem pengembangan produk yang berdasarkan keinginan konsumen yang dimulai dari perancangan produk, proses manufaktur, sampai produk tersebut ke tangan konsumen.

Adapun tahapan persiapan QFD terdiri dari 3 tahap Ketiga tahapan tersebut meliputi (Cohen, 1995):

1. Tahap *Voice Of Customer (VOC)*. Prosedur dalam pengumpulan suara konsumen adalah:
  - a. Menentukan atribut-atribut yang dibutuhkan konsumen. Data kualitatif yang diperoleh dari wawancara dan observasi langsung kepada konsumen.

- b. Mengukur tingkat kepentingan dari tiap-tiap atribut. Tim perancang harus mengetahui mana urutan atribut yang penting menurut responden.

2. Tahap penyusunan *House of Quality (HOQ)*



3. Tahap analisa dan interpretasi

Tahap analisa dan interpretasi adalah tahap impelentasi dari *quality function deployment*. Dimana rumah kualitas yang telah disusun dilakukan analisis dan interpretasi yang akan dilanjutkan pembuatan produk/analisis strategi untuk jasa yang mempunyai karakteristik sesuai dengan keinginan konsumen.

**d. Analisis SWOT**

Menurut Freddy Rangkuti (2009) analisis swot merupakan identifikasi faktor-faktor secara sistematis dengan tujuan menentukan rumusan strategi untuk perusahaan yang terbaik dan tepat. Analisis ini didasari dengan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities) dengan meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats).

Menurut Philip Kotlet (2008) Analisis SWOT merupakan proses evaluasi suatu individu atau perusahaan terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

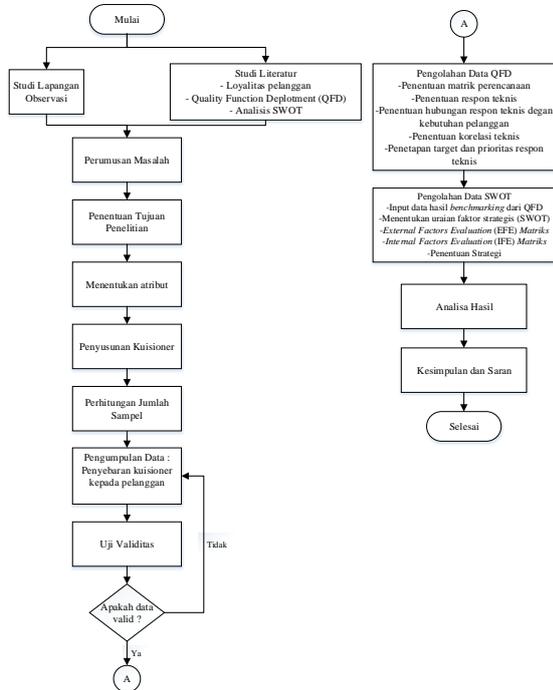
IFAS	<i>STRENGTHS</i> (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	<i>WEAKNESSES</i> (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
EFAS	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>OPPORTUNITIES</i> (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal		

<b>THREATS (T)</b> Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	<b>STRATEGI ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
--	---	---

Sumber: Rangkuti, (2009)

### 3. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan tahap pengerjaan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan di Unit Laboratorium Kesehatan Kelimantan Barat yang terletak di Jl. dr Sudarso Sei Raya Pontianak. Berikut ini merupakan alur penelitian yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Alur Penelitian

### 4. Hasil dan Pembahasan

Penyelesaian permasalahan dilakukan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan Analisis SWOT.

#### a. Atribut QFD

Atribut QFD ditentukan berdasarkan hasil pengamatan, wawancara narasumber pengguna jasa di Labkes serta referensi dari jurnal dan buku guna untuk mendapatkan apa yang pelanggan butuhkan.

Tabel 1 Atribut QFD

No	Atribut
1	Biaya terjangkau
2	Peralatan medis lengkap serta terawat dengan baik
3	Kemudahan akses informasi
4	Pemberitahuan kesehatan pelanggan secara berkala

Tabel 1 Atribut QFD (Lanjutan)

No	Atribut
5	Pelanggan mendapatkan pelayanan kesehatan yang aman
6	Ruang tunggu yang nyaman
7	Proses pelayanan yang efisien
8	Keramahan pegawai dalam melayani pelanggan
9	Fasilitas lengkap
10	Penyediaan hasil laboratorium didapat dengan cepat
11	Pegawai tanggap dalam menangani kebutuhan pelanggan

#### b. Rata-rata Tingkat Kepuasan

Rata-rata tingkat kepuasan yang diterima merupakan suatu penilaian terhadap seberapa puas pelanggan terhadap jasa pelayanan di Unit Laboratorium Kesehatan.

Tabel 2 Rata-rata Tingkat Kepuasan

No	Atribut	Jumlah Responden	Performance Weight	Weight Average Performance Scale
1	Biaya terjangkau	85	317	3,729
2	Peralatan medis lengkap serta terawat dengan baik	85	295	3,471
3	Kemudahan akses informasi	85	246	2,894
4	Pemberitahuan kesehatan pelanggan secara berkala	85	236	2,776
5	Pelanggan mendapatkan pelayanan kesehatan yang aman	85	299	3,518
6	Ruang tunggu yang nyaman	85	290	3,412
7	Proses pelayanan yang efisien	85	291	3,424
8	Keramahan pegawai dalam melayani pelanggan	85	278	3,271
9	Fasilitas lengkap	85	264	3,106
10	Penyediaan hasil laboratorium didapat dengan cepat	85	237	2,788
11	Pegawai tanggap dalam menangani kebutuhan pelanggan	85	268	3,153

#### c. Benchmarking

*Benchmarking* adalah suatu proses membandingkan performansi jasa pelayanan kompetitor terhadap jasa pelayanan yang diteliti. Adapun kompetitor yang akan dibandingkan dengan Labkes Kalbar adalah Kimia Farma sehingga mengetahui harapan performansi yang seharusnya yang dilakukan untuk Labkes Kalbar.

**Tabel 3 Benchmarking**

No	Atribut	Labkes		Kimia Farma	
		Performance Weight	Weight Average Performance Scale	Performance Weight	Weight Average Performance Scale
1	Biaya terjangkau	317	3,729	293	3,447
2	Peralatan medis lengkap serta terawat dengan baik	295	3,471	286	3,365
3	Kemudahan akses informasi	246	2,894	344	4,047
4	Pemberitahuan kesehatan pelanggan secara berkala	236	2,776	325	3,824
5	Pelanggan mendapatkan pelayanan kesehatan yang aman	299	3,518	308	3,624
6	Ruang tunggu yang nyaman	290	3,412	347	4,082
7	Proses pelayanan yang efisien	291	3,424	317	3,729
8	Keramahan pegawai dalam melayani pelanggan	278	3,271	322	3,788
9	Fasilitas lengkap	264	3,106	309	3,635
10	Penyediaan hasil laboratorium didapat dengan cepat	237	2,788	320	3,765
11	Pegawai tanggap dalam menangani kebutuhan pelanggan	268	3,153	294	3,459

**d. Importance to Customer**

Importance to Customer merupakan tingkat kepentingan atribut-atribut yang telah ditentukan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan pelanggan.

**Tabel 4 Importance to Customer**

No	Atribut	Bobot
1	Biaya terjangkau	1
2	Peralatan medis lengkap serta terawat dengan baik	2
3	Kemudahan akses informasi	8
4	Pemberitahuan kesehatan pelanggan secara berkala	11
5	Pelanggan mendapatkan pelayanan kesehatan yang aman	3
6	Ruang tunggu yang nyaman	10
7	Proses pelayanan yang efisien	4
8	Keramahan pegawai dalam melayani pelanggan	5
9	Fasilitas lengkap	6
10	Penyediaan hasil laboratorium didapat dengan cepat	7
11	Pegawai tanggap dalam menangani kebutuhan pelanggan	9

**e. Technical Response**

Technical Response atau respon teknis bertujuan untuk menjawab kebutuhan teknis terhadap atribut yang ada. Technical response juga termasuk strategi yang akan dilakukan atau rekomendasi strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. adapan technical response beserta arah perbaikannya.

**Tabel 5 Respon Teknis dan Arah perbaikan**

No	Respon Teknis	Arah Perbaikan
1	Meminimalisir biaya dengan pembuatan paket untuk pemeriksaan laboratorium	↓
2	Alat yang digunakan bersih dan steril	O
3	Pengadaan peralatan medis yang terupdate	↑
4	Menata sistem pemeliharaan peralatan kesehatan	O
5	Tersedianya website yang terupdate	↑
6	Penyebaran informasi seputar labkes melalui media sosial	↑
7	Pemberitahuan pengecekan ulang kepada pelanggan melalui sms, gmail, sosial media	↑
8	Ruang pemeriksaan yang sesuai dengan SOP	O
9	Menjalin hubungan baik dengan pelanggan	O
10	Memberitahukan perkembangan kesehatan pasien	↑
11	Menambah AC	↑
12	Menyediakan TV yang berukuran besar pada ruang tunggu	↑
13	Menyediakan minuman dan snack diruang tunggu	↑
14	Kontrol rutin terhadap kebersihan ruangan	O
15	Pelatihan staff	↑
16	Pelayanan tidak berbelit dan tidak memandang status sosial	↑
17	Penataan alur proses pelayanan/tampilan bagan yang mudah dimengerti	O
18	Menyapa pelanggan saat berkunjung	↑
19	Diskusi yang baik dengan pelanggan	O
20	Pelatihan staff	O
21	Jenis pemeriksaan kesehatan lengkap	↑
22	Pemberitahuan hasil laboratorium secara personal via gmail atau sosial media	↑
23	Penambahan jumlah alat laboratorium dan jumlah karyawan	↑
24	Menyediakan kotak saran untuk perbaikan labkes	↑

**f. Pembuatan House of Quality (QFD)**

House of Quality merupakan penjelasan mengenai apa saja yang dibutuhkan pelanggan sebagai pengguna jasa dan cara memenuhi kebutuhan tersebut.



**g. Uraian Faktor Strategis Analisis SWOT**

Uraian faktor strategis Analisis Swot didapat dari hasil benchmarking pada metode QFD. Hasil benchmarking antara tingkat kepuasan Labkes dan tingkat kepuasan Kimia Farma untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki Labkes kemudian yang akan diolah kedalam analisis SWOT berdasarkan 4 aspek yaitu *Strength* (Kekuatan), *Opportunities* (peluang), *Weakness* (kelemahan) dan *threats* (Ancaman).

**Tabel 6 Uraian Faktor Strategis Analisis SWOT**

Faktor Strategis	Uraian Faktor Strategis
<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Biaya pemeriksaan yang terjangkau</li> <li>Memiliki peralatan medis yang lengkap</li> <li>Memiliki tes pemeriksaan penyakit yang cukup lengkap</li> <li>Ditangani oleh tenaga medis yang ahli</li> </ul>
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak begitu dikenal oleh masyarakat</li> <li>Tidak ramah kepada pelanggan</li> <li>Hasil laboratorium lama keluar</li> <li>Pegawai kurang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan</li> <li>Ruang tunggu yang kurang nyaman</li> <li>Proses pelayanan administrasi yang cukup lama</li> </ul>
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adanya dukungan dari pemerintah</li> <li>Menjadi pusat rujukan dari rumah sakit negeri</li> <li>Dukungan masyarakat cukup besar</li> <li>Memiliki lokasi yang strategis</li> </ul>
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memiliki banyak pesaing untuk tempat pemeriksaan kesehatan</li> <li>Loyalitas konsumen yang selalu berubah-ubah</li> <li>Sistem informasi pesaing yang lebih maju</li> <li>Tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat yang berubah-ubah</li> </ul>

**h. External Faktors Evaluation (EFE) Matriks**

Pada matriks ini merupakan indikator external yang terdapat berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara narasumber, diberi bobot dan peringkat.

**Tabel 7 External Faktors Evaluation (EFE) Matriks**

Faktor-faktor strategi external	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>			
Adanya dukungan dari pemerintah	0,13	4	0,52
Menjadi pusat rujukan dari rumah sakit negeri	0,14	4	0,56
Dukungan masyarakat cukup besar	0,13	3	0,39
Memiliki lokasi yang strategis	0,12	4	0,48
<b>Total peluang</b>			<b>1,95</b>
<b>Faktor-faktor strategi external Ancaman</b>			
Memiliki banyak pesaing untuk tempat pemeriksaan kesehatan	0,13	3	0,39
Loyalitas konsumen yang selalu berubah-ubah	0,10	2	0,2
Sistem informasi pesaing yang lebih maju	0,13	4	0,52
Tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat yang berubah-ubah	0,12	2	0,24
<b>Total Ancaman</b>			<b>1,35</b>
<b>Total keseluruhan</b>			<b>3,3</b>

**i. Internal Factors Evaluation (IFE) Matriks**

*Internal Factors Evaluation* merupakan indikator Internal yang terdapat pada hasil benchmarking, kuisioner, pengamatan dan wawancara narasumber, diberi bobot dan peringkat.

**Tabel 8 Internal Factors Evaluation (IFE)**

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>			
Biaya pemeriksaan yang terjangkau	0,14	4	0,56
Memiliki peralatan medis yang lengkap	0,12	4	0,48
Memiliki tes pemeriksaan penyakit yang cukup lengkap	0,12	3	0,36
Ditangani oleh tenaga medis yang ahli	0,11	3	0,33
<b>Total kekuatan</b>			<b>1,73</b>
<b>Faktor-faktor strategi internal Kelemahan</b>			
Tidak begitu dikenal oleh masyarakat	0,07	2	0,14
Tidak ramah kepada pelanggan	0,09	2	0,18
Hasil laboratorium lama keluar	0,10	3	0,3
Pegawai kurang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan	0,09	3	0,27
Ruang tunggu yang kurang nyaman	0,07	1	0,07
Proses pelayanan administrasi yang cukup lama	0,09	3	0,27
<b>Total Kelemahan</b>			<b>1,23</b>
<b>Total Keseluruhan</b>			<b>2,96</b>

**j. Usulan Strategi SWOT**

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dibuat, terdapat 7 usulan strategi yang dapat digunakan untuk membangun loyalitas pelanggan di Unit Laboratorium Kesehatan Provinsi Kalimantan Barat.

**Tabel 9 Usulan Strategi SWOT**

IFAS	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
EFAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya pemeriksaan yang terjangkau</li> <li>• Memiliki peralatan medis yang lengkap</li> <li>• Memiliki tes pemeriksaan penyakit yang cukup lengkap</li> <li>• Ditangani oleh tenaga medis yang ahli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak begitu dikenal oleh masyarakat</li> <li>• Tidak ramah kepada pelanggan</li> <li>• Hasil laboratorium lama keluar</li> <li>• Pegawai kurang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan</li> <li>• Ruang tunggu yang kurang nyaman</li> <li>• Proses pelayanan administrasi yang cukup lama</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><i>Opportunity</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya dukungan dari pemerintah</li> <li>• Menjadi pusat rujukan dari rumah sakit negeri</li> <li>• Dukungan masyarakat cukup besar</li> <li>• Memiliki lokasi yang strategis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah kapasitas peralatan medis untuk mempercepat hasil pemeriksaan</li> <li>• Mempermudah pengguna BPJS untuk melakukan pemeriksaan kesehatan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah jumlah AC pada ruang tunggu</li> <li>• Melakukan sosialisasi tentang pentingnya pemeriksaan kesehatan</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><i>Threats</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki banyak pesaing untuk tempat pemeriksaan kesehatan</li> <li>• Loyalitas konsumen yang selalu berubah-ubah</li> <li>• Sistem informasi pesaing yang lebih maju</li> <li>• Tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat yang berubah-ubah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah jumlah pegawai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempercepat proses pelayanan di Labkes</li> <li>• Melakukan pelatihan kepada pegawai lab kesehatan</li> </ul>

**5. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa tiga prioritas strategi yang memiliki urutan tertinggi yang harus dilakukan Unit Laboratorium Kesehatan Provinsi Kalimantan Barat adalah pemberitahuan pengecekan ulang kepada pelanggan melalui sms, gmail, dan sosial media, pemberitahuan pengambilan hasil laboratorium secara personal via gmail atau sosial media, penambahan jumlah alat laboratorium dan jumlah karyawan. Strategi tersebut dilakukan agar dapat membangun loyalitas pelanggan di Unit Laboratorium Kesehatan. Sedangkan berdasarkan pengolahan data menggunakan analisis SWOT terdapat 7 strategi yaitu Menambah kapasitas peralatan medis untuk mempercepat hasil pemeriksaan, mempermudah pengguna BPJS untuk melakukan pemeriksaan kesehatan, menambah jumlah AC pada ruang tunggu, melakukan sosialisasi tentang pentingnya pemeriksaan kesehatan,

menambah jumlah pegawai, mempercepat proses pelayanan di Labkes, melakukan pelatihan kepada pegawai Labkes. Strategi tersebut dilakukan agar dapat membangun loyalitas pelanggan di Unit Laboratorium Kesehatan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Cohen, Lou. (1995). *Quality Function Deployment: How to make QFD Work For You*, Addison-Wesley Publishing Company.

Djati, Imam Widodo. 2003. *Perencanaan dan Pengembangan Produk*. UII Press : Jogjakarta.

Fandy, Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.

Gibson, R. S. 2005. *Principles of Nutritional Assessment. Second Edition*. Oxford University Press Inc, New York.

Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga. Jakarta.

- Philip, Kotler, 2008, *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Hendra Teguh, edisi keduabelas, cetakan kedua, Penerbit: Prenhalindo, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

## Biografi

**Wido Nuragus Tanjung**, lahir di Pontianak, Indonesia, pada 17 April 1997. Anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan suami istri bapak Agussalim dan ibu Nurmetlis. Peneliti bertempat tinggal di jalan Kom Yos Sudarso gg. Sukamaju Dalam 5 RT/RW 005/005 kecamatan Pontianak Barat, Kota Pontianak. Pendidikan yang telah ditempuh peneliti yaitu SD Negeri 28 Pontianak lulus tahun 2008, SMP Negeri 16 Pontianak lulus tahun 2011, SMA Negeri 04 Pontianak lulus tahun 2014 dan sejak 2014 peneliti telah menjadi mahasiswa teknik industri di fakultas teknik Universitas Tanjungpura dan berhasil menyelesaikan pendidikannya. Peneliti menerima gelar sarjana teknik (S.T) dari Universitas Tanjungpura pada tahun 2019.