

SERVICE EXCELLENT RUMAH SAKIT AMALIA DAN HVA PARE, KEDIRI

Sinollah

Universitas Islam Raden Rahmat, Malang, Indonesia

*sinollah@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of excellent service variables consisting of ability, attitude, appearance, attention, action, responsibility, accuracy and comfort to patient satisfaction at Amelia and HVA Pare Hospital. To answer that goal, this research uses quantitative research using survey methods. Sampling using the Malhotra formula that is five times the number of variables by 40 respondents per hospital. Data collection techniques used were questionnaires, interviews, and documentation. Data analysis uses multiple linear regression analysis. From the analysis it can be seen that the excellent service quality variables consisting of ability, attitude, appearance, attention, action, responsibility, accuracy and comfort affect customer satisfaction at Amelia and HVA Pare Hospital. Of the eight dominant variables that influence is Comfort

Keywords: Excellent Service Quality; Hospital Consumer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variable pelayanan prima yang terdiri dari kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, ketepatan dan kenyamanan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Amelia dan HVA Pare. Untuk menjawab tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Pengambilan sampel menggunakan rumus Malhotra yaitu lima kali jumlah variabel sebesar 40 responden setiap rumah sakit. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan prima yang terdiri dari kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, ketepatan dan kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Sakit Amelia dan HVA Pare. Dari kedelapan variabel yang dominan pengaruhnya adalah Kenyamanan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan Prima, Kepuasan Konsumen Rumah Sakit.

PENDAHULUAN

Adanya kemajuan perekonomian global dewasa ini mendorong pertumbuhan usaha atau bisnis pada sektor jasa. Banyak peluang bisnis yang muncul dari sektor ini. Perbedaan utama antara perusahaan penghasil produk berupa barang dengan perusahaan penghasil jasa adalah pada sistem pemasarannya, di mana jasa lebih dituntut memberikan kualitas yang optimal kepada pelayanan konsumennya. Konsumen dapat memiliki penilaian yang sangat subyektif terhadap suatu jasa, karena mereka merasakan standar kualitas pelayanan yang diberikan sangatlah berpengaruh pada kepuasan yang akan dinikmatinya.

Di tengah kondisi persaingan pada sektor jasa yang semakin tajam, mengharuskan perusahaan untuk terus meningkatkan mutu layanan konsumennya. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan tersebut menurut Tjiptono (1997) adalah dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan jasa (*service quality*) merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2004).

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, menurut Parasuraman (1985) dalam Tjiptono (2004) apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, maka kualitas yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas

pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Pelayanan prima, adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan (Barata, 2004). Dalam memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan pelanggan, lembaga jasa pelayanan dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima yang dijelaskan oleh Barata (2004). Variabel - variabel pelayanan prima tersebut ialah kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), dan tanggungjawab (*accountability*). Menurut Tjiptono (2003), pelayanan prima terdiri dari 4 unsur pokok, antara lain kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Hasanah, 2016; Asih, 2016; Ristiani, 2017; Suasnawa dan Gorda, 2017; Tjintiadewi dan Rahyuda, 2018). Namun secara parsial variable perhatian dan tanggung jawab tidak berpengaruh signifikan (Asih, 2016), begitu juga pada penelitian Sinollah dan Masruro (2019) dan Ritonga (2019) dimana kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Sehubungan dengan kajian dari tempat penelitian tentang pelayanan yang akan menjadi pokok pembahasan dalam karya tulis ini adalah Rumah Sakit Amelia yang beralamat di Jalan Pahlawan 25A Pare Kediri dan Rumah Sakit HVA, Jl. A. Yani 25 Pare. Dari pengamatan dalam hal kualitas pelayanan, Rumah Sakit Amelia dan HVA lebih mempunyai keunggulan kompetitif dalam sistem pelayanan. Di daerah Pare sendiri ada beberapa rumah sakit yang menjadi pesaing bagi Rumah Sakit Amelia dan R.S. HVA, diantaranya yaitu: R.S. Umum Daerah Pelem Pare Kediri, R.S. Nuraini, R.S. Siti Fatimah, R.S. Kasih Bunda. Kualitas pelayanan prima menjadi penting di sini untuk memenuhi setiap harapan pengguna jasa agar merasa puas dengan semua pelayanan yang telah diberikan oleh sebuah rumah sakit. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas tujuan penelitian ini adalah menganalisa pengaruh variable pelayanan prima yang terdiri dari kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, ketepatan dan kenyamanan terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Amelia dan HVA Pare.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Amelia dan HVA Pare Kediri. Pemilihan tempat dan lokasi penelitian dimaksudkan dan di dasarkan pada letak usaha yang strategis serta menekan biaya penelitian, karena dapat dijangkau oleh masyarakat yang memerlukan jasa pelayanan kesehatan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah

penelitian kuantitatif. Prosesnya berawal dari teori, selanjutnya diturunkan menjadi hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan konsep operasional, kemudian generalisasi empiris yang dibutuhkan daya analisis statistik, sehingga dapat disimpulkan sebagai temuan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien di RS Amalia dan HVA Pare. Menurut Sugiyono (2005), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Menurut sugiyono (2005), teknik pengambilan sampel menggunakan Accidental Random Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Besaran sampel dalam penelitian ini menggunakan pendapat Malhotra (2007), yaitu 5 kali jumlah variable. Untuk itu, setiap rumah sakit diambil 40 orang sebagai sampel.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Sebelum dilakukan analisis data dengan regresi linier berganda, instrument yang digunakan terlebih dahulu di uji validitas menggunakan korelasi product moment (Singarimbun, 1989) dan reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach (Malhotra, 2007).

Sesuai dengan tujuan penelitian, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda yang

menurut Suharyadi (2004) adalah analisa yang digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh dari beberapa variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Adapun model persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Validitas suatu instrumen akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran (Sudarmanto, 2005). Untuk perhitungan validitas dan reliabilitas instrumen item masing-masing variabel pada penelitian yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 for windows.

Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah angket, yaitu keharusan sebuah angket untuk valid dan reliabel. Suatu angket dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan yang akan diukur oleh angket tersebut. Sedangkan suatu angket dikatakan reliabel (andal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian validitas dan reliabilitas adalah proses menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah angket, apakah isi dari pertanyaan tersebut sudah valid

atau reliabel. Jika butir-butir sudah valid dan reliabel berarti sudah bisa digunakan untuk dijadikan prediktor variabel yang diteliti.

Uji Validitas

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	R	Prob.	Kriteria
1	Kemampuan (X1)	X1.1	0,396	0,000	Valid
		X1.2	0,516	0,000	Valid
		X1.3	0,742	0,000	Valid
		X1.4	0,378	0,003	Valid
2	Sikap (X2)	X2.1	0,437	0,000	Valid
		X2.2	0,557	0,000	Valid
		X2.3	0,689	0,000	Valid
		X2.4	0,578	0,000	Valid
		X2.5	0,553	0,000	Valid
3	Penampilan (X3)	X3.1	0,520	0,000	Valid
		X3.2	0,844	0,000	Valid
4	Perhatian (X4)	X4.1	0,311	0,060	Valid
		X4.2	0,446	0,000	Valid
		X4.3	0,435	0,001	Valid
		X4.4	0,586	0,000	Valid
5	Tindakan (X5)	X5.1	0,480	0,000	Valid
		X5.2	0,417	0,001	Valid
		X5.3	0,447	0,000	Valid
		X5.4	0,378	0,003	Valid
		X5.5	0,443	0,000	Valid
6	Tanggung Jawab (X6)	X6.1	0,663	0,000	Valid
		X6.2	0,644	0,000	Valid
		X6.3	0,304	0,017	Valid
7	Ketepatan (X7)	X7.1	0,508	0,000	Valid
		X7.2	0,759	0,000	Valid
		X7.3	0,631	0,000	Valid
		X8.1	0,384	0,000	Valid
8	Kenyamanan (X8)	X8.2	0,473	0,000	Valid
		X8.3	0,370	0,004	Valid
		X8.4	0,555	0,000	Valid
		X8.5	0,477	0,000	Valid
		Y1.1	0,353	0,051	Valid
9	Kepuasan Konsumen (Y)	Y1.2	0,340	0,065	Valid
		Y1.3	0,615	0,000	Valid
		Y1.4	0,493	0,000	Valid
		Y1.5	0,469	0,001	Valid
		Y1.6	0,669	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan hasil analisis pada table 1 dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini dikatakan layak untuk penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

No	Item	Alpha	Kriteria
1	Kemampuan (X1)	0,712	Reliabel
2	Sikap (X2)	0,762	Reliabel
3	Penampilan (X3)	0,734	Reliabel
4	Perhatian (X4)	0,719	Reliabel
5	Tindakan (X5)	0,884	Reliabel
6	Tanggung Jawab (X6)	0,786	Reliabel
7	Ketepatan (X7)	0,781	Reliabel
8	Kenyamanan (X8)	0,759	Reliabel

9 Kepuasan Konsumen (Y) 0,703 Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengujian pada table 2 seluruh variabel dikatakan reliabel karena koefisien alpha cronbach ($\alpha > 0,6$), sehingga seluruh variabel yang ada pada instrumen penelitian ini dikatakan layak untuk pengujian selanjutnya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian melalui regresi linear berganda

Table 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel bebas	Koefisien regresi	t hitung	Sig
Konstanta	5,571	2,997	0,051
Kemampuan (X1)	0,211	3,080	0,036
Sikap (X2)	0,141	3,195	0,038
Penampilan (X3)	0,209	2,875	0,025
Perhatian (X4)	0,191	2,511	0,037
Tindakan (X5)	0,114	3,185	0,033
Tanggung Jawab (X6)	0,270	2,465	0,044
Ketepatan (X7)	0,258	2,568	0,023
Kenyamanan (X8)	0,302	4,222	0,031
F Hitung	33,692		
R	0,858		
R square	0,710		
Adjust r square	0,686		
Signifikansi	0,123		

Sumber : data primer diolah 2020

Dari table diatas maka persamaan regresi dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 5,571 + 0,211X1 + 0,141 X2 + 0,209 X3 + 0,191X4 + 0,114 X5 + 0,270 X6 + 0,258 X7 + 0,302 X8 + e$$

Konstanta 5,571 berarti bahwa kepuasan pengguna akan konstan sebesar 5,571 satuan jika tidak dipengaruhi variabel Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan, Tanggung jawab, Ketepatan, Kenyamanan.

b1 = 0,211berarti variabel kemampuan mempengaruhi kepuasan pengguna

dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan pengguna jasa Rumah Sakit Amelia dan HVA Pare. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam perhitungan korelasi linear berganda adalah 95% atau dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 0,5$). Pada analisis linear berganda dilakukan uji F untuk pengujian secara simultan dan uji t untuk pengujian secara parsial. Secara ringkas hasil analisis regresi linear terdapat pada table berikut:

sebesar 0,211 satuan atau berpengaruh positif yang artinya jika Kemampuan ditingkatkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,211 satuan. Sebaliknya jika Kemampuan diturunkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan turun sebesar 0,211 satuan.

b2 = 0,141 berarti variabel sikap mempengaruhi kepuasan pengguna sebesar 0,141 satuan atau berpengaruh

- positif yang artinya jika sikap ditingkatkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,141 satuan. Sebaliknya jika Sikap diturunkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan turun sebesar 0,141 satuan.
- b3 = 0,209 berarti variabel penampilan mempengaruhi kepuasan pengguna sebesar 0,209 satuan atau berpengaruh positif yang artinya jika Penampilan ditingkatkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,209 satuan. Sebaliknya jika Penampilan diturunkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan turun sebesar 0,209 satuan.
- b4 = 0,191 berarti variabel perhatian mempengaruhi kepuasan pengguna sebesar 0,191 satuan atau berpengaruh positif yang artinya jika Perhatian ditingkatkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,191 satuan. Sebaliknya jika Perhatian diturunkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan turun sebesar 0,191 satuan.
- b5 = 0,114 berarti variabel tindakan mempengaruhi kepuasan pengguna sebesar 0,114 satuan atau berpengaruh positif yang artinya jika Tindakan ditingkatkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,114 satuan. Sebaliknya jika Tindakan diturunkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan turun sebesar 0,114 satuan.
- b6 = 0,270 berarti variabel tanggungjawab mempengaruhi kepuasan pengguna sebesar 0,270 satuan atau berpengaruh positif yang artinya jika tanggung jawab ditingkatkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,270 satuan. Sebaliknya jika tanggung jawab diturunkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan turun sebesar 0,270 satuan.
- b7 = 0,258 berarti variabel ketepatan mempengaruhi kepuasan pengguna sebesar 0,258 satuan atau berpengaruh positif yang artinya jika Ketepatan ditingkatkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,258 satuan. Sebaliknya jika Ketepatan diturunkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan turun sebesar 0,258 satuan.
- b8 = 0,302 berarti variabel kenyamanan mempengaruhi kepuasan pengguna sebesar 0,302 satuan atau berpengaruh positif yang artinya jika Kenyamanan ditingkatkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,302 satuan. Sebaliknya jika Kenyamanan diturunkan 1 satuan saja maka kepuasan pengguna akan turun sebesar 0,302 satuan.

Uji Determinasi

Angka R sebesar 0,858 menunjukkan bahwa korelasi / hubungan antara kepuasan pengguna dengan 8 variabel independennya adalah kuat. Angka adjust R square 0,710 artinya variabel-variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 71% dan

29% variabel kepuasan konsumen oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan merupakan alat uji statistik secara simultan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama sama. Signifikansi menunjukkan nilai 0,000 menunjukkan bahwa secara simultan berpengaruh signifikan dengan nilai F sebesar 33,692. Jadi variabel kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, ketepatan, kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Uji Parsial (Uji t)

Analisis ini berguna untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat tertentu, dalam hal ini adalah pengaruh kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, ketepatan, kenyamanan terhadap kepuasan pengguna. Suatu variabel secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05. Adapun langkah-langkah pengujian secara parsial.

Data pada table 3 menunjukkan variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat adalah variabel kenyamanan, karena mempunyai nilai t hitung terbesar (4,222).

Pembahasan

Interpretasi data secara statistik telah dilakukan untuk menjelaskan secara rinci

sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Berdasarkan hasil interpretasi secara statistik, maka kajian lebih mendalam dapat disajikan dalam pembahasan berikut;

Hasil pengujian secara statistik dapat dikemukakan bahwa secara keseluruhan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, ketepatan, kenyamanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna. Artinya dalam penelitian yang dilakukan di Rumah Sakit. Amelia dan HVA Pare semua variabel bebas yang terdiri kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, ketepatan, kenyamanan, dimana keeratan hubungan dan interaksi yang terjadi antara kualitas pelayanan dengan pengguna rumah sakit mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna Rumah Sakit Amelia dan HVA Pare. Hal ini mendukung teori yang dikemukakan oleh pelayanan prima, adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan (Barata, 2004). Selain itu menurut Tjiptono (1997) bahwa kepuasan akan menimbulkan loyalitas pelanggan. Jika konsumen menjadi loyal terhadap merek tertentu disebabkan oleh kualitas produk yang memuaskan, dalam *store loyalty*, penyebabnya adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola dan karyawan (Sutisna, 2002).

Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Sudah sangat

jelas bahwa kualitas pelayanan prima sangat mempengaruhi keputusan konsumen. Kualitas pelayanan prima menjadi syarat utama yang harus dilakukan sebuah perusahaan jasa atau lembaga untuk selalu memenuhi harapan konsumen. Berdasarkan analisis secara statistik bahwa Kenyamanan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna Rumah Sakit Amalia dan HVA Pare.

Penelitian ini juga telah mendukung penelitian sebelumnya yaitu penelitian Hasanah, 2016; Asih, 2016; Ristiani, 2017; Suasnawa dan Gorda, 2017; Tjintiadewi dan Rahyuda, 2018. Hasil penelitian ini juga tidak mendukung penelitian Asih, 2016), begitu juga pada penelitian Sinollah dan Masruro (2019) dan Ritonga (2019) dimana kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kondisi ini tentunya topik pelayanan prima masih menjadi topik yang layak untuk diteliti lebih lanjut karena masih ada gab hasil penelitian, tentunya dengan menggunakan teori terkini dan dengan tingkat akreditasi rumah sakit yang berbeda dimungkinkan akan menghasilkan penelitian yang berbeda.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa variable pelayanan prima yang terdiri dari kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, ketepatan dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Amalia dan HVA Pare baik secara parsial maupun

simultan, dimana kenyamanan merupakan variable yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pasien.

Untuk itu, diharapkan pihak Rumah Sakit Amalia dan HVA Pare selalu mempertahankan kenyamanan rumah sakit sebagai variabel paling berpengaruh dan meningkatkan faktor faktor kualitas pelayan prima yang lain dan melakukan evaluasi secara terus menerus. Selain itu, sarana dan prasarana ditambah dan ditingkatkan untuk menunjang pelayanan prima yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asih, Nyoman Suparmanti. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*. Vol 7(2). Hal 1-10
- Barata, Atep Adya. (2004). *Dasar – dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Hasanah, Fadilah. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan di Jade Bamboo Resto Yogyakarta. *Jurnal KELUARGA*. Vol 2(1). Hal 8-14
- Malhotra, N. (2007). *Marketing research: An applied approach*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Ristiani, Ida Yunari. (2017). Pengaruh Sarana Prasarana Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Pasien Rawat Jalan Unit Poliklinik Ipdn Jatinangor). *Coopetition*. Vol 8(2). Hal 155-166
- Ritonga, Hariani. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Umum Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Daerah Rantauprapat. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan
- Singarimbun, Masri dan Effendi. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual

- Parasuraman) dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada Toko Mayang Collection Cabang Kepanjen. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45-64. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i1.285>
- Suasnawa, I Gede dan Gorda, A.A.N. Eddy Supriyadinata. (2017). Pengaruh Pelayanan Prima dan *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pasien yang dimediasi oleh Kepuasan dan Kepercayaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 14(1). Hal 56-74
- Sudarmanto, R. Gunawan. (2006). *Analisis Linier Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono. (2005). *Metodologi Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabet
- Suharyadi dan Purwanto. (2004). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Tjintiadewi, Ni Kadek dan Rahyuda, I Ketut. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan dan Wom Pasien di RSUD Prima Medika. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 7(11). Hal 6184-6211
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Edisi 11. Yogyakarta: Andi Offset.
- (2003). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.