

Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan dan Komitmen Hubungan terhadap Citra Rumah Sakit di Kota Blitar

Muhammad Muchlis

Rumah Sakit Daerah Mardi Waluyo Kota Blitar

Aryo Dewanto

Program Magister Manajemen Rumah Sakit Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya

Abstract: *This study aimed to determine the influence of the trust, customer satisfaction, and relationship commitment on the hospital image in Blitar city. The research was a cross-sectional study. The respondent of the study were 122 patients who were hospitalized between April to May 2013 or their families in three hospitals in Blitar city. The samples were taken using purposive sampling technique. In this research, the variables were trust, customer satisfaction, and relationship commitment as the independent variables and hospital image as the dependent variable. Data were collected by questionnaires and measured with a scale of Likert 5 levels. Data were analyzed using the multiple linear regression. The results showed that the trust, customer satisfaction, and relationship commitment influence either partially or simultaneously to the hospital image. Customer satisfaction was a dominant variable compared of trust and relationship commitment.*

Keywords: *trust, customer satisfaction, relationship commitment, hospital image*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan komitmen hubungan terhadap citra rumah sakit di Kota Blitar. Penelitian ini merupakan penelitian cross sectional dengan responden 122 orang pasien yang sedang menjalani rawat inap atau keluarganya pada bulan April sampai dengan Mei 2013 di tiga rumah sakit di Kota Blitar. Sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Variabel pada penelitian ini terdiri dari kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan komitmen hubungan sebagai variabel bebas dan citra rumah sakit sebagai variabel terikat. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan diukur dengan skala Likert 5 tingkat. Data dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan komitmen hubungan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap citra rumah sakit. Kepuasan pelanggan merupakan variabel dominan dibandingkan dengan kepercayaan dan komitmen hubungan.

Kata Kunci: kepercayaan, kepuasan pelanggan, komitmen hubungan, citra rumah sakit

Peran rumah sakit dalam mewujudkan derajat kesehatan individu dan masyarakat, adalah sangat penting, karena kesehatan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Kesadaran masyarakat

tentang kesehatan semakin meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah dan mobilitas penduduk. Masyarakat semakin membutuhkan layanan kesehatan dan fasilitas yang memadai, sehingga menuntut rumah sakit untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas.

Alamat Korespondensi:

Muhammad Muchlis, Program Magister Manajemen Rumah Sakit FK Universitas Brawijaya, Malang. Telp: +628123142374. Email: muh_muchlis65@yahoo.com

Berdasarkan data dari Profil Kesehatan Indonesia (Direktorat Jenderal Bina Upaya Kesehatan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia), jumlah rumah

sakit pada tahun 2010 hingga 2012 semakin meningkat. Kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan rumah sakit semakin ditunjang oleh banyaknya pilihan rumah sakit, sehingga rumah sakit bersaing meningkatkan kualitas layanan untuk meraih dan mempertahankan pelanggannya. Peningkatan kualitas layanan di rumah sakit harus diiringi dengan usaha pemasaran untuk menginformasikan kepada pelanggannya agar pelanggan dapat mengetahui keberadaan layanan rumah sakit (Sudhir dan Reddy, 2011).

Rumah sakit berbeda dengan jenis usaha lainnya, karena rumah sakit sebagai penyedia jasa kesehatan memiliki fungsi sosial. Di samping itu, pemasaran layanan kesehatan termasuk jenis dan bentuk promosinya di Indonesia diatur ketat dalam peraturan dan perundang-undangan, sehingga membuat upaya pemasaran rumah sakit sangat terbatas.

Kim, *et al.* (2008) menyatakan bahwa di Korea Selatan, upaya promosi tentang rumah sakit dilarang oleh pemerintah. Di Indonesia, promosi rumah sakit diatur dengan peraturan yang sangat ketat pula, sehingga rumah sakit berupaya untuk melakukan manajemen pemasaran yang tidak melanggar peraturan dan perundang-undangan dengan tujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kunjungan pelanggannya.

Peningkatan jumlah rumah sakit dan ketatnya aturan pemasaran rumah sakit memaksa manajemen rumah sakit bekerja lebih kreatif dan inovatif untuk menarik hati pelanggan. Ketertarikan pelanggan merupakan kebutuhan yang sangat utama bagi setiap rumah sakit, dan modal utama yang harus dikelola dengan baik sehingga akan menimbulkan loyalitas pelanggan yang baik pula. Menurut Ayu (2011), manfaat (*benefit*) bagi rumah sakit dapat diperoleh dari loyalitas pelanggan, apalagi pelanggan mau menceritakan pengalamannya selama di rumah sakit kepada pihak lain (*word of mouth*) secara berulang-ulang sehingga akan membentuk citra rumah sakit. Citra rumah sakit yang positif sangat dibutuhkan agar pelanggan bersedia untuk melakukan *word of mouth* yang positif dan bersedia memilih rumah sakit. Kim, *et al.* (2008), menjelaskan tentang hubungan antara citra rumah sakit dan faktor-faktor yang mempengaruhinya hingga meraih kesuksesan, yaitu kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan komitmen hubungan.

Kepercayaan adalah kredibilitas, janji dan kebaikan rumah sakit yang diharapkan atau dirasakan pelanggan. Jika kepercayaan terbentuk, maka komitmen hubungan antara rumah sakit dan pelanggan memiliki potensi untuk menjadi saling memberi manfaat (Achrol, 1991, Doney dan Cannon, 1997, Kim, *et al.*, 2008, Setyorini, 2008, Alrubaiee, 2011). Kepercayaan akan menjadi lebih kuat bila rumah sakit lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan dan dapat turut serta meyakinkan arti kebutuhan tersebut bagi pelanggan, sehingga akan menimbulkan *world of mouth* yang positif, dapat meningkatkan citra dan mendatangkan *benefit* bagi rumah sakit (Alrubaiee, 2011).

Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap barang atau jasa dengan harapan-harapannya. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan, dan sebaliknya, apabila kenyataan lebih rendah dari pada harapan maka layanan disebut tidak memuaskan (Kim, *et al.*, 2008, Kotler, 2009). Memberikan layanan yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan manfaat (*benefit*) melalui kepuasan pelanggan, karena secara empiris ada hubungan antara kepuasan pelanggan dan *benefit*. Pelanggan yang merasa puas dan melakukan pembelian ulang, akan meningkatkan *benefit*, sehingga akan terbentuk citra (*image*) yang baik terhadap rumah sakit (Francken, *et al.*, 1981, Anderson, 1994, Cronin, *et al.*, 2000, Kang, *et al.*, 2004, Alrubaiee, 2011).

Menurut Moorman (1992), komitmen hubungan ialah keinginan abadi untuk menjaga hubungan, hal itu adalah penting dan tetap dihargai, memiliki keinginan untuk bertahan tanpa batas waktu, dan bersedia bekerja untuk mempertahankan itu. Morgan (1994), menyatakan bahwa pemasaran yang sukses membutuhkan komitmen hubungan dan kepercayaan, karena dapat mendorong pemasar untuk bekerja demi melestarikan hubungan investasi melalui kerja sama dengan pelanggan. Hubungan dibangun atas dasar komitmen bersama. Kepercayaan dan kepuasan pelanggan rumah sakit dapat dicapai bila dokter dan rumah sakit dapat membangun hubungan yang memenuhi harapan pelanggan sehingga dapat mendukung dan melibatkan pelanggan dalam pengambilan keputusan (Montaglione, 1999; Kim, *et al.*, 2008).

Citra rumah sakit (*hospital image*) dipengaruhi banyak hal, antara lain tingginya kualitas layanan rumah sakit, fasilitas yang baik, lingkungan yang nyaman, sejarah panjang dari rumah sakit, biaya yang rendah, sikap yang tepat dari dokter, peralatan medis yang canggih, pengalaman masa lalu, kata dari mulut ke mulut, dan komunikasi pemasaran (Javalgi, 1992, Smith, 1990; Kim, *et al.*, 2008). Menurut Petzer dan De Meyer (2012), bila rumah sakit tidak dapat memberikan layanan yang baik kepada pasien, maka akan menimbulkan ketidak-puasan pada pasien. Pasien akan mengeluh, melakukan *word of mouth* yang negatif, dan terbentuk citra yang buruk di masyarakat sekitarnya. Menurut Andaleeb (1998), peningkatan kualitas komunikasi antara rumah sakit dengan pelanggan, akan mempererat komitmen hubungan, pelanggan akan merasa lebih puas, sehingga akan meningkatkan citra rumah sakit.

Kebanyakan rumah sakit hingga saat ini tidak melakukan promosi yang agresif, mereka banyak bergantung pada *word of mouth* saja. Pada saat ini terdapat 4 rumah sakit umum dan 1 rumah sakit khusus di Kota Blitar, yaitu Rumah Sakit Daerah (RSD) Mardi Waluyo, Rumah Sakit Katolik (RSK) Budi Rahayu, Rumah Sakit (RS) Syuhada' Haji, Rumah Sakit Umum (RSU) Aminah, dan Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Aminah. Rumah sakit tersebut hingga saat ini cenderung mengandalkan *word of mouth* saja, sehingga citra (*image*) mempunyai peran yang sangat penting bagi rumah sakit.

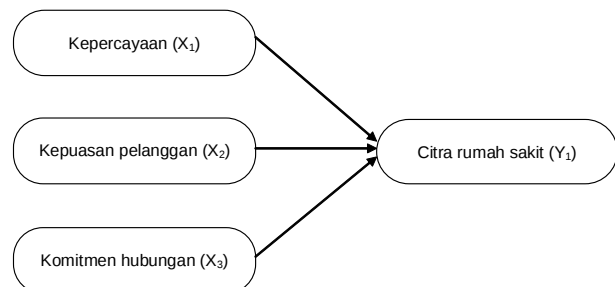
Berdasarkan hal tersebut maka pada penelitian ini akan diteliti tentang pengaruh kepercayaan, kepuasan pelanggan dan komitmen hubungan terhadap citra rumah sakit di Kota Blitar. Pasien yang dirawat di tiga rumah sakit umum di atas dapat mewakili masyarakat Kota Blitar tentang citra rumah sakit di Kota Blitar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh variabel kepercayaan (*trust*), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan komitmen hubungan (*relationship commitment*) secara parsial dan simultan terhadap citra rumah sakit (*hospital image*) di Kota Blitar, serta untuk mengidentifikasi variabel yang dominan dalam mempengaruhi citra rumah sakit (*hospital image*) di Kota Blitar.

Manfaat penelitian ini bagi rumah sakit di Kota Blitar adalah sebagai bahan pertimbangan dalam

menyusun strategi pemasaran yang efektif dan efisien, sedangkan bagi peneliti adalah sebagai bahan tambahan pemikiran untuk melakukan pengembangan ilmiah lebih lanjut yang berhubungan dengan pemasaran rumah sakit.

Berdasarkan pemaparan di atas, hipotesis penelitian ini adalah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap citra rumah sakit (H1), kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap citra rumah sakit (H2), komitmen hubungan berpengaruh secara parsial terhadap citra rumah sakit (H3), serta kepercayaan, kepuasan pelanggan dan komitmen hubungan berpengaruh secara simultan terhadap citra rumah sakit (H4). Kerangka konsep penelitian ini disajikan pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

METODE

Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif eksplanatori atau analitik observasional dengan pendekatan *cross sectional study*. Tujuan penelitian observasional adalah untuk mencari dan menjelaskan hubungan kausal (sebab dan akibat) antar variabel melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2007).

Penelitian dilakukan pada tiga 3 rumah sakit umum di Kota Blitar, yaitu RSD Mardi Waluyo, RS Syuhada' Haji dan RSU Aminah. Pengambilan data dilakukan dalam waktu 1 (satu) bulan, yaitu bulan April 2013. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien yang sedang menjalani rawat inap atau keluarganya di tiga rumah sakit di Kota Blitar, yang mewakili masyarakat Kota Blitar dan sekitarnya. Pola pengaruh yang diteliti dalam penelitian ini adalah tentang kepercayaan, kepuasan pelanggan, komitmen hubungan, dan citra rumah sakit di Kota Blitar. Populasi yang diteliti adalah *infinite* karena merupakan jumlah populasi yang tidak pasti atau tidak tetap.

Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 122 responden dengan menggunakan metode *non probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Jumlah responden dari masing-masing rumah sakit dihitung secara proporsional berdasarkan perbandingan jumlah pasien pada masing-masing rumah sakit selama tahun 2012. Berdasarkan proporsi jumlah pasien, diperoleh jumlah responden dari RSD Mardi Waluyo berjumlah 56 orang, dari RS Syuhada' Haji berjumlah 30 orang, dan dari RSU Aminah berjumlah 36 orang.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Jawaban responden diukur dengan menggunakan skala tingkatan lima poin dalam bentuk skala *Likert*, yaitu sangat tidak setuju dengan skor 1 sampai dengan sangat setuju dengan skor 5.

Variabel penelitian terdiri atas variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Variabel bebas terdiri dari kepercayaan (X_1), kepuasan pelanggan (X_2), dan komitmen hubungan (X_3), sedangkan variabel terikat adalah citra rumah sakit (Y_1).

Pada penelitian ini, variabel kepercayaan diukur dengan indikator-indikator yang berisi tentang kecepatan respon dokter dan perawat, kesesuaian tindakan dokter dan perawat dengan harapan pelanggan, dan kualitas layanan yang baik. Variabel kepuasan pelanggan diukur dengan indikator-indikator yang berisi tentang layanan petugas sepenuh hati, layanan administrasi sangat memuaskan, pemahaman kebutuhan pelanggan, dan reputasi rumah sakit baik. Variabel komitmen hubungan diukur dengan indikator-indikator yang berisi tentang kesesuaian tarif dengan layanan, kemudahan bertemu dengan dokter, penjelasan dokter sangat jelas, dan adanya bagian khusus yang menangani keluhan pelanggan. Variabel citra rumah sakit diukur dengan indikator-indikator yang berisi tentang rumah sakit merupakan pilihan utama dan paling sesuai dengan pelanggan, rumah sakit sangat berarti bagi pelanggan, tarif rumah sakit murah, dan teknologi rumah sakit canggih.

Indikator dan variabel diperoleh dari analisis faktor eksploratori. Analisis faktor adalah proses analisis untuk menemukan hubungan (*interrelationship*) antara sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih

sedikit dari jumlah variabel awal (Singgih, 2010). Tujuan analisis faktor dalam penelitian ini adalah mengelompokkan sejumlah item ke dalam satu atau banyak variabel.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menganalisis variabel-variabelnya. Sebelum analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik adalah persyaratan yang harus dilalui untuk mendapatkan hasil yang baik, sehingga diperoleh perkiraan yang tidak bias dari persamaan regresi linier berganda. Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, uji

PENELITIAN

Karakteristik Responden

Pada penelitian diperoleh jumlah responden sebanyak 122 orang pasien rawat inap di tiga rumah sakit tersebut di atas. Karakteristik responden meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan keluarga. Gambaran karakteristik responden disajikan pada tabel 1.

Responden dengan usia produktif atau dewasa muda hingga dewasa pra usia lanjut tampak paling banyak (72,1%) pada kelompok usia 20 tahun sampai dengan 49 tahun. Jenis kelamin responden terbanyak adalah perempuan yaitu 53,3%, sedangkan sisanya adalah laki-laki sebesar 46,7%. Hal tersebut menggambarkan bahwa pengguna layanan terbanyak adalah perempuan, meskipun tidak terlalu jauh berbeda jumlah antara jumlah antara laki-laki dan perempuan.

Tingkat pendidikan responden, yang terbanyak adalah SMP dan SMU (74,6%), sedangkan yang berpendidikan tinggi (setelah SMU) adalah 25,4%. Penggolongan responden berdasarkan pekerjaan, yang terbanyak adalah wirausaha yaitu 28,7%, kemudian disusul petani (21,3%), pegawai negeri sipil dan karyawan perusahaan swasta (20,5%).

Tingkat pendidikan dan pekerjaan responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden mempunyai latar belakang pendidikan SMP dan SMU, dengan pekerjaan sebagai wirausaha (pedagang). Menurut data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Daerah Kota Blitar, jenis usaha dan golongan yang tertinggi adalah jenis usaha kecil dalam bentuk perorangan. Hal ini sesuai dengan data bahwa konsumen

Tabel 1. Karakteristik responden

Karakteristik Responden		Jumlah	Persentase
Usia	• 20-29 tahun	25	20,5%
	• 30-39 tahun	33	27,0%
	• 40-49 tahun	30	24,6%
	• 50-59 tahun	20	16,4%
	• Di atas 60 tahun	14	11,5%
Jenis kelamin	• Laki-laki	57	46,7%
	• Perempuan	65	53,3%
Pendidikan terakhir	• SMP	50	41,0%
	• SMU	41	33,6%
	• Diploma	8	6,6%
	• Sarjana	22	18,0%
	• Pasca Sarjana	1	0,8%
Pekerjaan	• Wirausaha	35	28,7%
	• Karyawan perusahaan swasta	12	9,8%
	• Pegawai negeri sipil	13	10,7%
	• Petani	26	21,3%
	• Pelajar/mahasiswa	7	5,7%
	• Tidak bekerja	22	18,0%
	• Lainnya	7	5,7%
Pendapatan keluarga	• = Rp 1.000.000,-	52	42,6%
	• Rp 1.000.000,- s/d 2.000.000,-	26	21,3%
	• Rp 2.000.000,- s/d 3.000.000,-	24	19,7%
	• Rp 3.000.000,- s/d 4.000.000,-	11	9,0%
	• = Rp 4.000.000,-	9	7,4%

Sumber: Data Kuesioner Diolah

terbanyak adalah wirausaha dengan jenis usaha kecil perorangan.

Pendapatan keluarga responden yang terbanyak adalah pada kelompok ekonomi menengah dengan pendapatan Rp 1.000.000,- s/d 4.000.000,- (50%), dan kelompok ekonomi bawah dengan pendapatan di bawah atau sama dengan Rp 1.000.000,- sebanyak 42,6%. Hal ini mendukung fakta bahwa responden terbanyak merupakan responden dengan tingkat pendidikan menengah, dengan pekerjaan wirausaha, dengan jenis usaha kecil perorangan.

Deskripsi Variabel Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Komitmen Hubungan, dan Citra Rumah Sakit

Deskripsi variabel penelitian dijelaskan berdasarkan *mean* masing-masing variabel dengan interpretasi baik bila nilainya 4 ke atas, cukup baik bila nilainya di antara 3 dan di bawah 4, dan kurang baik bila nilainya di bawah 3. Hasil *mean* masing-masing variabel disajikan pada tabel 2.

Hasil *mean* variabel kepercayaan adalah baik (4,09), hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki

kepercayaan yang baik terhadap rumah sakit. *Mean* variabel kepuasan pelanggan hasilnya cukup baik (3,75), hal ini menunjukkan bahwa responden merasa cukup puas terhadap rumah sakit. Hasil *mean* variabel komitmen hubungan adalah cukup baik (3,65), hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki komitmen hubungan yang cukup baik dengan rumah sakit. Hasil *mean* variabel citra rumah sakit adalah cukup baik (3,83), hal ini menunjukkan bahwa citra rumah sakit adalah cukup baik.

Tabel 2 Nilai Mean Variabel Penelitian

Variabel	Mean
Kepercayaan	4,09
Kepuasan pelanggan	3,75
Komitmen hubungan	3,65
Citra rumah sakit	3,83

Sumber: Data Kuesioner Diolah

Gambaran Kepercayaan Responden terhadap Rumah Sakit

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *mean* masing-masing item pada variabel kepercayaan memiliki nilai lebih dari 4. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden percaya pada rumah sakit yang mereka pilih. Meskipun demikian, pada beberapa item masih ada responden yang menyatakan ragu-ragu hingga sangat tidak setuju pada pernyataan yang diajukan. Item-item tersebut adalah tentang kecepatan respon dokter dan perawat, kesesuaian tindakan dokter dan perawat, dan kualitas layanan rumah sakit.

Gambaran Kepuasan Responden terhadap Rumah Sakit

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *mean* masing-masing item pada variabel kepuasan pelanggan adalah di atas 3. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan cukup puas atas layanan rumah sakit. Namun perlu diperhatikan juga, masih ada responden yang menyatakan ragu-ragu hingga sangat tidak setuju pada beberapa item pernyataan. Item-item tersebut adalah tentang layanan sepenuh hati setiap petugas rumah sakit, layanan administrasi sangat memuaskan, memahami kebutuhan pelanggan, dan reputasi yang baik.

Gambaran Komitmen Hubungan Rumah Sakit dengan Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *mean* masing-masing item pada variabel komitmen hubungan adalah di atas 3. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan komitmen hubungan antara rumah sakit dengan responden cukup baik. Namun demikian, masih ada responden yang menyatakan ragu-ragu hingga sangat tidak setuju pada beberapa item pernyataan. Item-item tersebut adalah tentang kesesuaian tarif dengan layanan, kemudahan bertemu dengan dokter, penjelasan dokter tentang penyakit sangat jelas, dan adanya bagian khusus layanan keluhan pelanggan.

Gambaran Citra Rumah Sakit

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *mean* masing-masing item pada variabel citra rumah sakit adalah lebih dari 3. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan citra rumah sakit adalah cukup baik. Namun demikian, masih ada responden yang menyatakan ragu-ragu hingga sangat tidak setuju pada beberapa item pernyataan. Item-item tersebut adalah tentang rumah sakit merupakan pilihan utama, rumah sakit yang paling sesuai, keberadaan rumah sakit sangat berarti, tarif rawat inap murah, dan teknologinya canggih.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas yang berjumlah lebih dari satu terhadap variabel terikat. Penelitian ini memiliki tiga variabel bebas, yaitu kepercayaan, kepuasan pelanggan dan komitmen hubungan, serta satu variabel terikat, yaitu citra rumah sakit. Hasil analisis regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel 3.

Nilai R menggambarkan korelasi atau hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai R dalam penelitian ini sebesar 0,739, berarti hubungan antara variabel kepercayaan, kepuasan pelanggan dan komitmen hubungan sebagai variabel bebas dengan variabel citra rumah sakit sebagai variabel terikat adalah termasuk kategori sangat kuat.

Hasil analisis (tabel 3) dengan *software* statistik SPSS versi 20, menghasilkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,007 + 0,270(X_1) + 0,535(X_2) + 0,174(X_3)$$

Nilai *Unstandardized Coefficients Beta* (B) untuk masing-masing variabel kepercayaan (0,270), variabel kepuasan pelanggan (0,535), dan variabel komitmen hubungan (0,174) semuanya bernilai positif. Hal ini berarti variabel bebas berhubungan secara positif terhadap variabel terikat. Semakin positif kepercayaan seseorang terhadap rumah sakit, semakin positif kepuasan seseorang terhadap layanan di rumah sakit, dan semakin positif komitmen hubungan antara seseorang dengan rumah sakit, maka akan semakin meningkatkan citra rumah sakit.

Nilai R^2 (*R-Square*) adalah nilai koefisien determinasi yang menjelaskan seberapa besar kontribusi atau kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Nilai *R-Square* dalam penelitian ini sebesar 0,547. Hal ini menunjukkan bahwa 54,7% citra rumah sakit dapat diukur dari variabel kepercayaan, kepuasan pelanggan dan komitmen hubungan. Sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Terikat	Variabel Bebas	B	Beta (β)	t	Sig.t	Kesimpulan
Citra rumah sakit (Y_1)	(Constant)	0,007				
	Kepercayaan (X_1)	0,270	0,255	3,122	0,002	Signifikan
	Kepuasan pelanggan (X_2)	0,535	0,434	4,728	0,000	Signifikan
	Komitmen hubungan (X_3)	0,174	0,162	2,058	0,042	Signifikan
Nilai R	:	0,739				
Nilai R^2	:	0,547				
Adjusted R^2	:	0,535				
F	:	47,460				
Sig. F	:	0,000				

Sumber: Data Kuesioner Diolah (2013)

Hasil uji t (tabel 3) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (0,002), kepuasan pelanggan (0,000), dan komitmen hubungan (0,042) memiliki nilai signifikansi t di bawah 0,05. Nilai t_{hitung} variabel kepercayaan (3,122), kepuasan pelanggan (4,728), dan komitmen hubungan (2,058) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,980). Hal ini berarti kepercayaan, kepuasan pelanggan dan komitmen hubungan secara parsial berpengaruh terhadap citra rumah sakit.

Hasil uji nilai signifikansi F (0,000) di bawah 0,005. Hasil nilai F_{hitung} adalah 47,460, sedangkan nilai F_{tabel} adalah 2,68, maka nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan, kepuasan pelanggan dan komitmen hubungan secara simultan berpengaruh terhadap citra rumah sakit.

Variabel yang mempunyai pengaruh dominan dapat dilihat pada hasil koefisien β yang tertinggi. Hasil koefisien β yang tertinggi adalah sebesar 0,434, yaitu pada variabel kepuasan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan adalah yang paling dominan mempengaruhi citra rumah sakit di Kota Blitar.

PEMBAHASAN

Gambaran Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Komitmen Hubungan, dan Citra Rumah Sakit

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan percaya pada rumah sakit, tetapi ada sedikit responden yang menyatakan sebaliknya. Meskipun sedikit, hal ini dapat menjadi *word of mouth* yang negatif. Kepercayaan merupakan

kebaikan dan menjadi dasar untuk kerjasama di masa depan. Pelanggan yang tidak percaya akan mempengaruhi citra rumah sakit, pelanggan akan mengeluh dan melakukan *word of mouth* yang negatif, sehingga hubungan antara pelanggan dan rumah sakit menjadi lemah (Doney dan Cannon, 1997; Alrubaiee, 2011, Petzer dan De Meyer, 2012, Amin, *et al.*, 2013). Oleh karena itu, pelanggan yang belum percaya harus menjadi perhatian rumah sakit.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden cukup puas terhadap layanan di rumah sakit, namun masih ada beberapa responden yang menyatakan ragu dan tidak setuju. Hal ini terkait dengan pengguna layanan terbanyak adalah dewasa muda hingga pra usia lanjut (usia produktif), masih aktif bekerja, cenderung lebih dinamis, kritis dan menuntut kepuasan lebih tinggi dibandingkan usia di atasnya. Menurut Alrubaiee (2011), golongan usia lebih tua cenderung mudah merasa puas dari pada yang lebih muda. Anderson (1994) menyatakan bahwa meningkatkan kepuasan pelanggan, berarti meningkatkan loyalitas pelanggan, dan lebih banyak pelanggan yang membeli di masa yang akan datang, sehingga meningkatkan manfaat (*benefit*) di masa yang akan datang. Oleh karena itu, hal-hal yang masih dinilai kurang baik oleh pelanggan sehingga pelanggan kurang puas harus menjadi perhatian rumah sakit.

Sebagian besar responden menyatakan memiliki komitmen hubungan yang cukup baik dengan rumah sakit. Namun demikian, masih ada responden yang menyatakan komitmen hubungannya rendah. Responden merasa kurang diperhatikan dan tidak ada hubungan yang erat dengan rumah sakit. Oleh karena itu rumah sakit harus memperhatikan komitmen hubungannya dengan pelanggan untuk lebih baik. Montaglione (1999) dan Kim, *et al.* (2008), menyatakan bahwa untuk mencapai kepercayaan dan kepuasan pasien, dokter dan rumah sakit perlu membangun hubungan yang memenuhi harapan pasien, mendukung dan secara aktif melibatkan pasien dalam pengambilan keputusan. Suksesnya pemasaran sangat dipengaruhi komitmen hubungan, caranya dengan mempererat hubungan antara pasien dengan rumah sakit melalui tenaga medis.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Citra Rumah Sakit

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap citra rumah sakit. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Amin, *et al.* (2013), yang menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara citra dengan kepercayaan pelanggan. Citra rumah sakit yang kuat diperoleh ketika pelanggan mendapatkan nilai tertinggi dari layanan. Pelanggan yang puas akan memiliki kepercayaan, meningkatkan komitmen dan citra

terhadap rumah sakit. Ketika pelanggan tidak percaya pada rumah sakit, maka komitmen hubungan antara pelanggan dan rumah sakit akan lemah dan dapat putus. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Kim, *et al.* (2008), yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap citra rumah sakit.

Keselamatan dan kesembuhan adalah prioritas pelanggan dalam memilih layanan kesehatan. Hal ini dipengaruhi oleh kecepatan respon dari tenaga medis dan perawat, kesesuaian tindakan tenaga medis dan perawat, serta kualitas layanan yang baik. Hal tersebut bila dilaksanakan sesuai dengan standar prosedur operasional di rumah sakit sehingga keselamatan dan kesembuhan pasien dapat tercapai, maka citra rumah sakit akan menjadi baik. Kepercayaan dalam konteks kesehatan dihubungkan dengan keselamatan pasien (Alrubaiee, 2011).

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Citra Rumah Sakit

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap citra rumah sakit. Hasil ini sesuai dengan pernyataan Kim, *et al.* (2008), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap citra rumah sakit. Lebih lanjut, Amin, *et al.* (2013), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat memberikan prediksi tentang citra. Bila pelanggan memiliki citra positif tentang rumah sakit, mereka mungkin akan memaafkan kesalahan kecil dari rumah sakit. Tapi bila kesalahan dilakukan berulang-ulang, maka citra rumah sakit akan ternoda.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Andaleeb (1998), yang menyatakan bahwa untuk mempertahankan citra, rumah sakit harus mengembangkan kualitas layanan yang dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Kepuasan pelanggan pada penelitian ini dibentuk oleh empat hal, yaitu layanan petugas di rumah sakit dengan sepenuh hati, layanan administrasi yang sangat memuaskan, rumah sakit yang memahami kebutuhan pelanggan, dan reputasi baik yang dimiliki oleh rumah sakit. Bila petugas rumah sakit dapat melayani dengan sepenuh hati, maka pelanggan akan merasa sangat diperhatikan dengan tulus ikhlas. Pelanggan akan merasa senang, karena siapapun dalam kondisi sakit akan

membutuhkan perhatian lebih banyak, apalagi harus mengeluarkan biaya. Hal ini bermanfaat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Demikian juga dengan layanan administrasi yang sangat memuaskan, dan rumah sakit yang memahami kebutuhan pelanggan, akan membuat pelanggan menjadi senang dan merasa puas. Reputasi rumah sakit yang baik didukung oleh layanan yang baik dari petugas medis dan non medis, sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Alrubaiee (2011) menyatakan bahwa kepuasan pasien dapat meningkatkan citra rumah sakit, sehingga dapat meningkatkan penggunaan layanan dan pangsa pasar berikutnya. Pelanggan yang merasa puas akan menunjukkan perilaku yang positif, yang bermanfaat untuk keberhasilan jangka panjang rumah sakit.

Pengaruh Komitmen Hubungan secara Parsial terhadap Citra Rumah Sakit

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen hubungan rumah sakit dan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap citra rumah sakit. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Kim, *et al.* (2008), yang menyatakan bahwa komitmen hubungan memiliki pengaruh positif terhadap citra rumah sakit.

Komitmen hubungan yang baik akan meningkatkan citra rumah sakit karena komitmen hubungan membuat pelanggan merasa diperhatikan dan dekat dengan rumah sakit. Kedekatan akan dapat membuat pelanggan terlibat dan mempunyai hubungan yang kuat dengan rumah sakit. Montagnone (1999) menyatakan bahwa untuk mencapai kepercayaan dan kepuasan pelanggan, rumah sakit perlu membangun hubungan yang memenuhi harapan pelanggan dengan cara melibatkan pelanggan dalam pengambilan keputusan.

Pada penelitian ini komitmen hubungan rumah sakit dengan pelanggannya telah berjalan dengan baik, sehingga citra rumah sakit akan menjadi meningkat. Komitmen merupakan prediktor terkuat dari keputusan sukarela pelanggan dalam sebuah hubungan dengan rumah sakit. Komitmen hubungan merupakan karakteristik kunci pemasaran yang sukses (Kim, *et al.*, 2008).

Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan dan Komitmen Hubungan terhadap Citra Rumah Sakit

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Hal tersebut berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan, kepuasan pelanggan dan komitmen hubungan terhadap citra rumah sakit. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum citra rumah sakit dipengaruhi oleh kepercayaan, kepuasan pelanggan dan komitmen hubungan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Alrubaiee (2011), yang menyatakan bahwa kualitas layanan kesehatan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan kepercayaan terhadap rumah sakit. Juga sesuai dengan Amin, *et al.* (2013), yang menyatakan bahwa ketika pelanggan puas, akan memiliki kepercayaan, meningkatkan komitmen dan hubungan dengan organisasi, sehingga akan menimbulkan citra yang baik bagi organisasi. Layanan rumah sakit yang baik dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelanggan yang puas akan percaya pada rumah sakit. Rumah sakit akan menjadi pilihan utama pelanggan karena rumah sakit dipercaya dapat memberikan layanan yang terbaik sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan yang telah memberikan kepercayaan kepada rumah sakit akan mudah sekali diajak kerjasama, apalagi pelanggan dilibatkan dalam mengambil keputusan tentang kesehatannya. Hal ini akan meningkatkan komitmen hubungan antara rumah sakit dengan pelanggan. Pelanggan yang percaya akan merasa memiliki ikatan batin yang kuat dengan rumah sakit, sehingga pelanggan akan datang kembali bila membutuhkan layanan kesehatan. Rumah sakit yang demikian akan mendapatkan citra yang baik di masyarakat sekitarnya, karena telah berhasil merebut hati pelanggannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Kim, *et al.* (2008), yang menyatakan bahwa kepercayaan dalam konteks layanan kesehatan dapat menciptakan lingkungan pertukaran yang baik dimana rumah sakit dapat memberikan perawatan yang lebih baik untuk pelanggan, pelanggan merasa puas, jumlah pelanggan akan meningkat, dan pelanggan akan mendatangkan manfaat bagi rumah sakit. Jika kepercayaan terbentuk, hubungan antara rumah sakit dan pelanggan akan memiliki potensi untuk saling mendatangkan manfaat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kim, *et al.* (2008),

bahwa kepercayaan, kepuasan pelanggan dan komitmen hubungan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap citra rumah sakit.

Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan komitmen hubungan berpengaruh pada citra rumah sakit. Kepuasan pelanggan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi citra rumah sakit. Seluruh faktor tersebut harus mendapatkan perhatian dari rumah sakit dalam membentuk citra positif.

Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa kepercayaan mempengaruhi citra rumah sakit. Pelanggan yang telah memberikan kepercayaan kepada rumah sakit akan mudah diajak bekerjasama untuk membina hubungan yang lebih baik. Pelanggan akan melakukan *word of mouth* positif kepada orang-orang di sekitarnya, sehingga rumah sakit akan mendapatkan citra yang baik di mata pelanggan dan masyarakat. Citra yang baik akan mendatangkan manfaat yang panjang bagi rumah sakit hingga masa yang akan datang. Oleh karena itu rumah sakit harus mempertahankan kepercayaan pelanggannya.

Demikian juga, kepuasan pelanggan mempengaruhi citra rumah sakit. Rumah sakit harus berupaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan sikap pelayanan yang sepenuh hati, pelayanan administrasi, pemahaman kebutuhan pelanggan, dan reputasi rumah sakit.

Komitmen hubungan mempengaruhi citra rumah sakit. Rumah sakit harus mempertahankan dan meningkatkan komitmen hubungan dengan pelanggannya. Komitmen hubungan rumah sakit dengan pelanggan yang terjalin dengan baik, akan bermanfaat pelanggan merasa diperhatikan dan ada kedekatan dengan rumah sakit, sehingga dapat terbentuk *word of mouth* positif dari pelanggan, dan citra rumah sakit akan meningkat.

Keterbatasan Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Blitar yang membutuhkan layanan rumah sakit. Di Kota Blitar terdapat empat rumah sakit yang sejenis, yaitu RSD Mardi Waluyo, RS Syuhada' Haji, RSUD Aminah, dan RSK Budi Rahayu. Penelitian

hanya dilakukan pada tiga rumah sakit saja, yaitu RSD Mardi Waluyo, RS Syuhada' Haji dan RSUD Aminah, sehingga hasil penelitian ini belum mencerminkan keseluruhan populasi. Oleh karena itu diperlukan kehati-hatian dalam menggeneralisasi hasil penelitian ini. Hasil penelitian mungkin akan berbeda bila rumah sakit yang tidak diteliti memiliki responden dengan karakteristik khusus.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pasien rawat inap pada tiga rumah sakit di Kota Blitar sebagian besar menyatakan percaya, puas dan ada komitmen hubungan terhadap rumah sakit. Variabel independen yang terdiri atas tiga variabel, yaitu kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan komitmen hubungan, terbukti berpengaruh signifikan secara simultan terhadap citra rumah sakit di Kota Blitar. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan komitmen hubungan, masing-masing terbukti berpengaruh signifikan secara parsial terhadap citra rumah sakit di Kota Blitar, serta variabel kepuasan pelanggan adalah variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap citra rumah sakit di Kota Blitar.

Saran

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kondisi kepercayaan terhadap rumah sakit baik. Bila kepercayaan terhadap rumah sakit kurang baik, maka rumah sakit harus berupaya keras untuk meningkatkan kepercayaan. Rumah sakit diharapkan memperhatikan responden yang menyatakan tidak percaya pada rumah sakit yang mereka pilih, misalnya dengan meningkatkan respon tenaga medis dan perawat terhadap pelanggan, serta meningkatkan kualitas tindakan medis dan perawat sesuai dengan harapan pelanggan.

Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa kepuasan pelanggan rumah sakit di Kota Blitar cukup baik. Kepuasan pelanggan adalah dominan mempengaruhi citra rumah sakit. Hal ini berarti citra rumah sakit di Kota Blitar juga baik karena sangat dipengaruhi kepuasan pelanggan. Bila ada pelanggan yang merasa kurang puas terhadap layanan rumah sakit,

walaupun sedikit, maka rumah sakit harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas layanannya, sehingga kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan. Rumah sakit diharapkan memperhatikan responden yang menyatakan kurang puas, dengan meningkatkan layanan sepenuh hati, layanan administrasi, pemahaman kebutuhan pelanggan, dan reputasi rumah sakit, sehingga semua pelanggan menjadi puas.

Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa kondisi komitmen hubungan rumah sakit dan pelanggan cukup baik. Bila komitmen hubungan kurang baik, maka rumah sakit harus berupaya keras untuk meningkatkannya. Responden yang menyatakan tidak memiliki komitmen hubungan dengan rumah sakit di Kota Blitar jumlahnya sedikit, tetapi hal tersebut idealnya harus ditingkatkan untuk lebih meningkatkan komitmen hubungan antara rumah sakit di Kota Blitar dengan responden, agar citra rumah sakit menjadi meningkat dan mendatangkan manfaat di masa yang akan datang.

Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan memperpanjang waktu pengambilan sampel dan memperbanyak jumlah sampel, sehingga hasil penelitian akan dapat menggambarkan keadaan yang lebih mendekati kenyataan. Penelitian selanjutnya juga dapat dikembangkan dengan menambah lokasi pengambilan sampel, yaitu di rumah sakit di seluruh Kota Blitar, atau bahkan di seluruh wilayah Blitar Raya (Kota dan Kabupaten Blitar). Penelitian selanjutnya juga dapat dikembangkan dengan menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi citra rumah sakit.

DAFTAR RUJUKAN

- Achrol. 1991. Evolution of the Marketing Organization : New Forms for Turbulent Environments. *Journal of Marketing*. vol.55 (4), pp.77–93.
- Alrubaiee, L. 2011. The Mediating Effect of Patient Satisfaction in the Patients' Perceptions of Healthcare Quality – Patient Trust Relationship. *International Journal of Marketing Studies*. Vol.3. No.1. Published by Canadian Center of Science and Education.
- Amin, et al. 2013. Contrasting the Drivers of Customer Satisfaction on Image, Trust, Andloyalty of Muslim and Non-Muslim Customers in Malaysia. *International Journal of Bank Marketing*. Vol.31. No.2. pp.79–97.
- Andaleeb, S.S. 1998. Determinants of Customer Satisfaction with Hospitals : a Managerial Model. *International Journal of Health Care Quality Assurance*. Vol.11. Iss.6. pp.181–187. © MCB University Press.
- Anderson, et al. 1994. Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*. Vol. 58 (July 1994). pp. 53–66.
- Ayu, M. 2011. *Tesis: Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Word of Mouth (Studi Kasus Pasien Rawat Jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar)*, Program Pascasarjana Universitas Udayana, Denpasar.
- Cronin, J.J. Jr., and Taylor, S.A. 1992. Measuring Service Quality: a Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, Vol. 56 No. 3, pp. 55–68.
- Dinas Peridusrian dan Perdagangan Daerah dan BPS Kota Blitar, 2012. Kota Blitar dalam Angka 2011, Penerbit BPS dan Badan Perencanaan Daerah Kota Blitar.
- Direktorat Jenderal Bina Upaya Kesehatan, 2011, 2012, 2013. Profil Kesehatan Indonesia 2010, 2011, 2012. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.
- Doney, M.P., Cannon, P. 1997. An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships, *Journal of Marketing*, Volume 61.(April 1997):35–51.
- Francken, D.A., Van Raaij W.F., 1981. Satisfaction with Leisure Time Activities. *Journal of Leisure Research*. Vol.13. No.4. pp.337–352.
- Javalgi, R., et al. 1992. Hospital Image: a Correspondence Analysis Approach, *Journal of Health Care Marketing*.
- Kang, G.D., James, J. 2004. Service Quality Dimensions: an Examination of Gronroos's Service Quality Model. *Managing Service Quality*, Vol. 12 No. 4, pp. 266–77.
- Kim, K.H., et al. 2008. Brand Equity in Hospital Marketing, © 2007 Elsevier Inc. All rights reserved, *Journal of Business Research*, 61,(2008):75–82.
- Kotler P., Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Montaglione, C.J. 1999. The Physician-Patient Relationship: Cornerstone of Patient Trust, Satisfaction, and Loyalty. *Journal of Management Care Quality*. Vol.7. (3):5–21.
- Moorman, et al. 1992. Relationships Between Providers and Users of Marketing Research :The Dynamics of Trust Within and Between Organizations. *Journal of Marketing Research*, vol. 29 (August), p. 314–329.
- Morgan, R.M., Hunt, S.D. 1994. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, Vol. 58, p. 20–38.
- Petzer, D.J., De Meyer, C.F. 2012. Negative Emotions in Airline and Hospital Service Settings. *Journal of Services Marketing*, Volume 26 (7), (2012): 484–496.

- Setyorini, D. 2008. *Pengaruh Penanganan Keluhan Pelayanan Kesehatan terhadap Kepercayaan Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Panembahan Senopati Kabupaten Bantul*. Retrieved January 22, 2013 from: www.bpkp.go.id, www.ditjen-otda.depdagri.go.id/otonomi.
- Singgih, S. 2010. *Statistik Multivariate: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, Kompas Gramedia.
- Smith, S.M. 1990. Hospital Image and the Positioning of Service Centers: an Application in Market Analysis and Strategy Development. *Journal of Health Care Marketing*, Vol 10, No.(3) (September 1990):13–22.
- Sudhir, and Reddy. 2011. Promotion Practices in Service Industry. *Tecnia Journal of Management Studies*, Vol. 5.(2), (October 2010–March 2011), Delhi.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.