

**ANALISIS KOMPARASI HARGA, KUALITAS PELAYAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN
Studi kasus Rumah Sakit Islam Ahmad Yani Dan Rumah Sakit
Bhayangkara Surabaya**

Anissa Muslimah

Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
anissamuslimah1@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine whether there are differences in the effect of price, service quality and brand image on outpatient satisfaction at Ahmad Yani Islamic Hospital and Bhayangkara Hospital Surabaya. For the sampling technique using purposive sampling, the sample size used was 100 respondents, divided into two, 50 respondents from Ahmad Yani Islamic Hospital and 50 respondents from Bhayangkara Hospital Surabaya. Collecting data using an online questionnaire or google form, then the data is processed using SPSS software using the Validity Test and the Independent Sample T test. The result of the analysis using the Independent Sample T test are: 1. There is no significant difference between the Price variables at Ahmad Yani Islamic Hospital Surabaya and Bhayangkara Hospital Surabaya with a value of (sig-t) $0,656 > 0,05$ meaning the hypothesis is rejected. 2. There is a significant difference between the Service Quality Variables at Ahmad Yani Islamic Hospital Surabaya and Bhayangkara Hospital Surabaya with a value of (sig-t) $0,026 < 0,05$ meaning that the hypothesis is accepted. 3. There is no significant difference from the Brand Image Variable at Ahmad Yani Islamic Hospital Surabaya and Bhayangkara Hospital Surabaya with a value of (sig-t) $0,970 > 0,05$ meaning that the hypothesis is rejected. 4. There is a significant difference from the Patient Satisfaction variable at Ahmad Yani Islamic Hospital Surabaya and Bhayangkara Surabaya with a value (sig-t) of $0,001 < 0,05$ meaning that the hypothesis is accepted.

Keywords : *Price, Service Quality, Brand Image, outpatient satisfaction*

A. PENDAHULUAN

Kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya kesehatan dari waktu ke waktu terus meningkat, hal ini tentu menimbulkan dampak positif terhadap sektor kesehatan di Indonesia khususnya di kota Surabaya. Dampak positif tersebut ditandai dengan munculnya berbagai penyedia layanan jasa kesehatan mulai dari klinik hingga rumah sakit dari yang menengah ke bawah hingga menengah ke atas, sampai dengan titik tertentu akan menimbulkan persaingan dari para penyedia layanan jasa kesehatan, sehingga selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat.

Dengan memperhatikan kepuasan pasien maka secara tidak langsung rumah sakit menjaga citranya di mata masyarakat, kemudian dengan mengevaluasi

secara terus menerus dengan survey kepuasan pasien diikuti dengan perbaikan perbaikan dan pengelolaan yang benar maka dengan demikian sebuah rumah sakit memiliki daya saing yang tinggi agar dapat menjaga keberlangsungan hidup suatu rumah sakit.

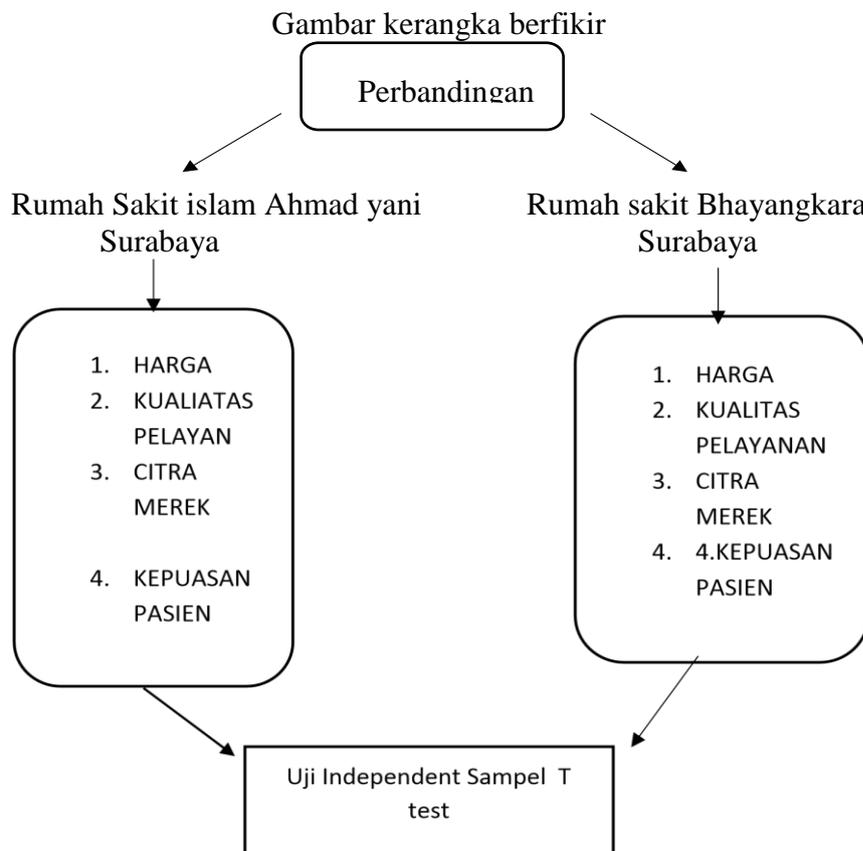
Dengan memperhatikan kepuasan pasien maka secara tidak langsung rumah sakit menjaga citranya di mata masyarakat, kemudian dengan mengevaluasi secara terus menerus dengan survey kepuasan pasien diikuti dengan perbaikan perbaikan dan pengelolaan yang benar maka dengan demikian sebuah rumah sakit memiliki daya saing yang tinggi agar dapat menjaga keberlangsungan hidup suatu rumah sakit.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan membuat penelitian yang berjudul “Analisis komparasi harga, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pasien rawat jalan pada Rumah Sakit Islam ahmad Yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya”

B. KERANGKA DASAR PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggambarkan tentang analisis komparasi antara dua rumah sakit yaitu Rumah Sakit Islam Ahmad Yani Dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya.



Hipotesis penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Hipotesis Pertama:

Ha₁ : Ada perbedaan yang signifikan harga terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Islam Ahmad Yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya

Ho₁ : Tidak ada perbedaan yang signifikan harga terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Islam Ahmad Yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya

Hipotesis kedua:

Ha₂ : Ada perbedaan yang signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Islam Ahmad yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya

Ho₂ : Tidak ada perbedaan yang signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Islam Ahmad yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya

Hipotesis ketiga:

Ha₃ : Ada perbedaan yang signifikan Citra Merek terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Islam Ahmad yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya

Ho₃ : Tidak ada perbedaan yang signifikan Citra merek terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Ahmad yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya

Hipotesis keempat :

Ha₄ : Ada perbedaan yang signifikan Harga , Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Islam Ahmad yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya

Ho₄ : Tidak ada perbedaan yang signifikan Harga , Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan pasien rawat jalan di Rumah sakit Islam Ahmad Yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya

C. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan untuk pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Penelitian ini merupakan penelitian komparasi yaitu untuk mengetahui apakah ada perbedaan diantara dua obyek atau lebih. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada tau tidaknya perbedaan Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan pasien Rawat Jalan pada Rumah Sakit Islam Ahmad Yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu orang yang pernah menggunakan jasa Rumah Sakit Islam Ahmad yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya yang mendaftar di pelayanan rawat jalan.

Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* jenis *sampling purposive* yaitu dengan pengambilan sampel secara

acak berdasarkan kriteria. Untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus menurut rao purba (2006):

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{Moe})^2}$$

keterangan:

n : Jumlah sampel

Z : Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe : Margin Of Error atau kesalahan maksimal yang bisa di korelasi , disini di tetapkan 10% atau 0,1

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau Z = 1,96 dan Moe 10% maka jumlah sampel dapat di tentukan sebagai berikut :

$$N = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$N = \frac{3,8416}{0,4}$$

N= 96,04 dibulatkan 100 jadi sampel yang diambil yaitu sebesar 100 responden kemudian di bagi menjadi dua, 50 responden pada Rumah Sakit Islam Ahmad yani dan 50 Pada Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya

Pengukuran instrumen

Pemberian score pada butir-butir pernyataan dalam kuesioner penelitian ini menggunakan skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono (2005:107). Dengan skala ini variabel yang akan diukur di jabarkan menjadi indikator , kemudian menjadi pedoman menyusun pernyataan dalam kuisisioner

| | | |
|---------------------|-------|---|
| Sangat Setuju | (SS) | 5 |
| Setuju | (S) | 4 |
| Netral | (N) | 3 |
| Tidak setuju | (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | (STS) | 1 |

Sumber: Sugiyono (2005)

Instrumen penelitian

Instrumen atau alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari variabel penelitian .

Teknik Analisis Data

Analisis data yang di gunakan yaitu analisis kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan Uji Independent sample T test melalui Software SPSS

Definisi Konsep

Harga (X1)

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau dikeluarkan atas sebuah produk atau jasa (Henry Simamora, 2002 : 74).

Kualitas Pelayanan (X2)

Menurut Suwithi dalam Anwar (2002:84) “ Kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan” .

Citra Merek (X3)

Menurut Gonroons (2000), citra rumah sakit merupakan wujud nyata dari persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan melalui apa yang diperoleh pelanggan sebagai hasil dari transaksi antara penyedia dan pengguna jasa serta bagaimana pelanggan memperoleh jasa tersebut.

Kepuasan Pasien (Y)

Kepuasan pasien adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibanding dengan harapannya Kotler (2007)

Defini Operasional

Harga (X1)

- Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan
- Kesesuaian harga dengan kualitas produk / jasa
- Keterjangkauan harga
- Daya saing harga (Kottler dan Amstrong, 2001: 439)

Kualitas Pelayanan (X2)

- Fisik
- Keandalan
- Ketanggapan
- Jaminan
- Perhatian (Tjiptono ,2011)

Citra Merek (X3)

- Letak strategis
- Tempat parkir
- Pelayanan Umum
- Reputasi
- Pelayanan Kesehatan
- Kesan yang baik
- Rekomendasi (Engel,dkk, 1995: 249) dengan penyesuaian

Kepuasan Pasien (Y)

- Kesesuaian harga
- Persepsi Kinerja
- Penilaian Pelanggan (Consuegra, 2007)

D. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

jenis kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdiri dari 46 laki-laki dan 54 perempuan, dengan presentase 46% laki-laki dan 54% perempuan sehingga dapat disimpulkan pengunjung pada kedua rumah sakit lebih banyak perempuan

Usia.

Responden berdasarkan usia 17-25 tahun sebanyak 5 responden 25-30 tahun sebanyak 15 responden 30-35 tahun sebanyak 12 responden 35-40 tahun sebanyak 18 responden > 40 tahun 50 responden, jadi dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa kedua rumah sakit paling banyak berusia lebih dari 40 tahun

Pekerjaan

Berdasarkan Pekerjaan responden Pelajar sebesar 8 responden, Karyawan sebesar 42 responden dan buruh sebesar 50 responden jadi pengguna jasa kedua rumah sakit paling banyak berprofesi sebagai buruh

Penghasilan

Responden berdasarkan penghasilan pengguna jasa kedua rumah sakit dengan penghasilan 1.000.000 - 2000.000/ bulan sebanyak 55 responden, penghasilan 2.000.000 - 4.000.000 /bulan sebanyak 47 responden dan 4.000.000 - 6.000.000/bulan sebanyak 13 responden

Tingkat Pendidikan

Responden dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 52 responden, SMP sebanyak 18 responden dan SMA sebanyak 40 responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa kedua rumah sakit lebih banyak perempuan dengan usia lebih dari 40 tahun yang bekerja sebagai buruh dengan tingkat penghasilan antara Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 per bulan.

Rekapitulasi Jawaban Responden

Rumah Sakit Islam ahmad Yani

Harga (X1) : Nilai tertinggi indikator ke tujuh sebesar 4,14 yaitu “Harga yang di tawarkan memenuhi harapan pasien” (7) dan nilai terendah terdapat pada indikator ke satu dan dua yaitu 3,72 yaitu “Harga yang di tawarkan sesuai dengan manfaat produk atau jasa” (1) dan “ Harga yang di tawarkan Rumah Sakit Islam ahmad yani relatif terjangkau “(2).

Kualitas Pelayanan (X2) : Nilai tertinggi indikator ke empat sebesar 4,28 yaitu “Tenaga medis maupun non medis berpenampilan rapi serta terampil dan terlatih dalam melayani pasien” (4) nilai terendah terdapat pada indikator ke satu yaitu 3,78 yaitu “ Bangunan Rumah sakit Islam ahmad Yani terlihat indah, rapi dan bersih”(1).

Citra Merek (X3) : Nilai tertinggi indikator ke lima sebesar 4,06 yaitu “Rumah Sakit Islam ahmad yani Surabaya dapat bersaing dengan rumah sakit lain yang kelas/akreditasinya sama” (5) Dan nilai terendah terdapat pada indikator ke tujuh sebesar 3,88 yaitu “ Rumah sakit Islam ahmad yani memiliki reputasi yang baik di mata konsumen/pasien” (7)

Kepuasan Pasien (X4) : Nilai tertinggi indikator ke enam sebesar 4,18 yaitu “ saya akan kembali menggunakan jasa Rumah Sakit Islam ahmad yani apabila sedang membutuhkan layanan jasa kesehatan “ (6) dan nilai terendah terdapat pada indikator ke satu sebesar 4,01 yaitu “ Pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Islam ahmad yani sesuai dengan harapan pasien” (1)

Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya

Harga (X1) : Nilai tertinggi indikator ke dua dan ke tiga sebesar 4,04 yaitu “ Harga yang di tawarkan Rumah Sakit Bhayangkara relatif terjangkau”(2) dan “ Harga yang di tawarkan Rumah Sakit Bhayangkara bisa bersaing dengan rumah

sakit lain dengan kareidasi yang sama”(3), dan nilai terendah terdapat pada indikator ke satu yaitu 3,88 yaitu “ Harga yang di tawarkan Rumah Sakit Bhayangkara sesuai dengan manfaat produk atau jasa” (1).

Kualitas Pelayanan (X2) : Nilai tertinggi indikator ke tiga sebesar 4,08 yaitu “Ruang poli, ruang tunggu , runag pendaftaran , lorong dan halaman pada Rumah sakit Bhayangkara dapat dikatakan baik atau memadai” (3) dan nilai terendah terdapat pada indikator ke satu yaitu 3,74. Yaitu “ Bangunan Rumah Sakit Bhayangkara terlihat indah, rapi dan bersih” (1).

Citra Merek (X3) : Nilai tertinggi indikator ke dua sebesar 4,16 yaitu “Rumah Sakit Bhayangkara memiliki lahan parkir yang memadai sehingga memudahkan pasien” (2) dan nilai terendah terdapat pada indikator ke satu yaitu 3,07 yaitu “ Lokasi Rumah sakit Bhayangkara mudah dijangkau” (1) .

Kepuasan Pasien (X4) : Nilai tertinggi indikator ke dua sebesar 4,06 Yaitu “ Saya puas dengan layanan kesehatan yang diberikan oleh Rumah sakit Bhayangkara pada saya” (2) dan nilai terendah terdapat pada indikator ke lima yaitu 3,72 yaitu “Saya puas dengan Rumah Sakit Bhayangkara “ (5).

Analisis Data

Uji Independent Sample t test

| Independent Samples Test | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------|------|------------------------------|--------|-----------------|-----------------|-----------------------|-------------------------------------------|-------|
| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
| | | F | Sig. | t | Df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| Harga | Equal variances assumed | .768 | .383 | .447 | 98 | .656 | .220 | .492 | 1.196 | .756 |
| | Equal variances not assumed | | | .447 | 97.877 | .656 | .220 | .492 | 1.196 | .756 |
| Kualitas Pelayanan | Equal variances assumed | .929 | .338 | 2.263 | 98 | .026 | 1.460 | .645 | .180 | 2.740 |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------|----------------------------------------|-----------|------|-----------|------------|------|-------|------|-----------|-------|
| | Equal variance s not assume d | | | 2.26 3 | 97.93 0 | .026 | 1.460 | .645 | .180 | 2.740 |
| Citra Merek | Equal variance s assume d | 4.47 5 | .037 | .037 | 98 | .970 | .020 | .539 | 1.04 9 | 1.089 |
| | Equal variance s not assume d | | | .037 | 73.46 8 | .970 | .020 | .539 | 1.05 3 | 1.093 |
| Kepuasan Pasien | Equal variance s assume d | 8.26 8 | .005 | 3.29 1 | 98 | .001 | 1.640 | .498 | .651 | 2.629 |
| | Equal variance s not assume d | | | 3.29 1 | 74.45 2 | .002 | 1.640 | .498 | .647 | 2.633 |

Uji kesamaan varian

- Uji hipotesis kesamaan varian pada variabel Harga dan Kualitas Pelayanan
 Ho : Tidak ada perbedaan varian yang signifikan antara Harga dan Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Islam Ahmad Yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya
 Ha : Ada perbedaan varian yang signifikan antara Harga dan Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Islam Ahmad Yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya
 Hasil Uji Varian diketahui tingkat signifikansi variabel Harga dan Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai signifikansi diatas 0,05 dengan demikian maka dapat disimpulkan tidak terdapat perbedaan varian diantara dua variabel tersebut.
- Uji hipotesis kesamaan varian pada variabel Citra merek dan Kepuasan Pasien
 Ho : Tidak Ada perbedaan varian yang signifikan antara Citra Merek dan Kepuasan Pasien
 Ha : Ada perbedaan varian yang signifikan antara Citra Merek dan Kepuasan Pasien
 Hasil Uji Varian diketahui tingkat signifikansi variabel Citra Merek dan Kepuasan Pasien menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05 jadi dapat

jadi disimpulkan bahwa ke dua variabel tersebut memiliki perbedaan varian sehingga uji bedanya menggunakan nilai Equal Variances not assumed.

Pembahasan

Pembahasan Uji Beda

1. Analisis uji beda terhadap variabel Harga (X1)

berdasarkan tabel diatas ditemukan tidak ada perbedaan yang signifikan variabel Harga terhadap Kepuasan pasien. Hal ini ditunjukkan dengan Variabel harga dengan nilai (Sig-t) 0.656 berada diatas level signifikan yang digunakan ($\alpha = 0,05$). Sehingga hipotesis menyatakan tidak ada perbedaan yang signifikan variabel Harga terhadap Kepuasan pasien rawat jalan antara Rumah sakit Islam Ahmad yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya yang berarti bahwa hipotesis di tolak.

2. Analisis uji beda terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan tabel diatas ditemukan perbedaan yang signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. Hal ini ditunjukkan dengan Variabel Kualitas Pelayanan dengan nilai (Sig-t) 0.026 berada dibawah level signifikan yang digunakan ($\alpha = 0,05$). Sehingga hipotesis menyatakan ada perbedaan yang signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien rawat jalan antara Rumah sakit Islam Ahmad yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya yang berarti bahwa hipotesis di terima

3. Analisis uji beda terhadap variabel Citra Merek (X3)

Berdasarkan tabel diatas ditemukan tidak ada perbedaan variabel Citra Merek terhadap Kepuasan Pasien . Hal ini ditunjukkan dengan variabel Citra Merek dengan nilai (Sig-t) 0.970 berada diatas level signifikan yang digunakan ($\alpha = 0,05$). Sehingga hipotesis menyatakan tidak ada perbedaan signifikan variabel Citra Merek terhadap Kepuasan Pasien rawat jalan antara Rumah sakit Islam Ahmad yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya yang berarti bahwa hipotesis ditolak.

4. Analisis uji beda terhadap variabel Kepuasan Pasien (Y)

Berdasarkan diatas ditemukan perbedaan variabel Kepuasan Pasien antara Rumah Sakit Islam ahmad Yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya . Hal ini ditunjukkan dengan variabel Kepuasan Pasien dengan nilai (Sig-t) 0.001 berada dibawah level signifikan yang digunakan ($\alpha = 0,05$). Sehingga hipotesis menyatakan ada perbedaan yang signifikan variabel Kepuasan Pasien rawat jalan pada Rumah sakit Islam Ahmad yani dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya yang berarti bahwa hipotesis di terima.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan analisa data dan pembahasan yang telah di paparkan oleh peneliti tentang analisis komparasi Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra merek Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Islam Ahmad Yani Dan Rumah Sakit Bhayangkara maka dapat di tarik kesimpulan bahwa:

1. Tidak ada perbedaan harga terhadap kepuasan pasien Rawat Jalan pada Rumah Sakit Islam dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya artinya tidak ada perbedaan yang signifikan harga pada kedua rumah sakit ini , sesuai dengan fasilitas dan manfaat yang di dapatkan sehingga berpengaruh terhadap

- kepuasan pasien , jika harga yang di tentukan terjangkau serta sesuai dengan manfaat yang di dapatkan maka akan berpengaruh positif pada tingkat kepuasan pasien
2. Pada kualitas pelayanan di temukan perbedaan terhadap kepuasan pasien Rawat Jalan pada Rumah Sakit Islam dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya , bila kualitas pelayanan dapat memenuhi atau bahkan dapat melebihi harapan pasien maka pasien akan puas dan dapat dikatakan baik.
 3. Pada citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Islam dan Rumah Sakit Bhayangkara Surabaya, artinya citra pada kedua rumah sakit ini tidak berbeda terlalu jauh ,, bahkan sama baiknya di mata masyarakat.
 4. Berdasarkan hasil uji Harga , Kualitas pelayanan dan Citra merek pada rumah Sakit Islam Ahmad Yani dan Rumah Sakit Bhayangkara menunjukkan bahwa Rumah Sakit Islam Ahmad Yani memiliki nilai yang unggul dibandingkan dengan Rumah Sakit Bhayangkara. Perbedaan ini berpengaruh pada tingkat kepuasan pasien yaitu semakin unggul rumah sakit dalam bersaing maka rumah sakit tersebut akan lebih mendapatkan peluang untuk mencapai target yang di inginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fithria, Risha fillah dan Umi Solikhawati. (2014). “Perbandingan Kualitas Pelayanan Instalasi Farmasi Pasien Bpjs Rawat Jalan Rumah Sakit Pemerintah Dan Swasta Kota Semarang”
- Ghozali, Imam. (2009). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS,. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Vol. 100-125.”
- Kadek ari Dwi Divayana Gede bayu Rahanatha. (2018). “Studi Kmparasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bpr.Mertha Sedana Dan Bpr Mas Giri Wangi “
- Manurung, Arifin Wiratama. (2016). “Perkembangan Rumah Sakit Umum Daerah Dolok sanggul Kabupaten Humbang Hasundutan 1960-2015“
- Mudiantono, Fajar Fauzan. (2015). “Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Lokasi Terhadap Minat Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kost Sekitar Tembalang Dalam Empat Wilayah“
- Nugraha, Pradipta Fadhli dan Nadya Karina Moeliono. (2019). “Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah Al-Ihsan Baleendah Bandung Jawa Barat Dan Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung Jawa Barat”
- Nurkholiq, Syahdat. (2011). “Perbandinga Tingkat Kepuasan Pasien Umum Dengan Pengguna Kartu Askes Di Pelayanan Dokter Keluarga PT Askes”
- Ramadahni, Fakhrana Fildzah. (2020). “Pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian Iternal Terhadap Efektivitas Pelayanan Kesehatan Pada Rumah Sakit (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Mata Cicendo Bandung)“

- Sari, Erika Kartika dan Agung Pujiarto dan Ayun Maduwinarti. (2020). “Analisis Komparatif Tingkat Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Minuman Tong Tji Dan Amk Surabaya)”
- Sofiana, Maya dan Rita Wahyuni dan Endang Supriyadi. (2020). “Studi Komparasi Kepuasan Pasien Bpjs Dan Non Bpjs Pada Mutu Pelayanan Pendaftaran Puskesmas Johar Baaru Jakarta Pusat“
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2005). “Metode Penelitian Administratif. Alfa Beta. Bandung”
- Sugiyono. (2016). “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: alfabeta
- Zahra, Ratika R dan Nofha Rina. (2018). ”Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop May Outifit Di Kota Bandung“
- Zulfiyah, Hikmiyatul dan Agung Pujiarto dan Ute Ch.nasution. (2020). “Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Ayam Nelongso Dan Ayam Bakar Wong Solo)“
- Zulganef. (2006). “Pemodelan Persamaan Struktur dan Aplikasinya Menggunakan AMOS 5. Bandung: pustaka“