

Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Petugas Instalasi Farmasi terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan

Endang Sulistyaningsih¹, Numlil Khaira Rusdi^{2*}

¹Fakultas Farmasi dan Sains, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, Jakarta, Indonesia

²Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura, Jakarta, Indonesia

Email : numlilkhaira@uhamka.ac.id¹, numlilkhaira@uhamka.ac.id²

Abstrak

Instalasi Farmasi Rumah Sakit (IFRS) sebagai unit Revenue Center, berperan meningkatkan pendapatan RS dituntut mampu memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh fasilitas (X1) dan pelayanan petugas (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Z) melalui kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel intervening. Populasi penelitian ini adalah pelanggan rawat jalan yang pernah berobat paling sedikit tiga kali di RS X Jakarta Utara yang sedang menunggu pelayanan resep di IFRS. Jumlah sampel 100 diperoleh menggunakan rumus Slovin dengan teknik simple random sampling dan analisis data menggunakan analisis jalur (Path Analysis). Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan bermakna antara X1, X2 dan Y terhadap Z ($p = 0,044, 0,006$ dan $0,000$) sedangkan nilai koefisien determinasi X1 terhadap Y sebesar 80,6%; dan Y terhadap Z sebesar 4,3%. Pengaruh X1 secara langsung terhadap Z adalah 7,4% dan terhadap Y = 18,7%. Pengaruh total X1 terhadap Z gabungan pengaruh langsung dan tidak langsung sebesar 26,1% dan pengaruh X2 terhadap Y sebesar 24,1%. X1, X2, dan Y berpengaruh terhadap Z sebesar 90,1%. X2 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Y ($p = 0,120$). Penelitian ini menyimpulkan bahwa fasilitas, pelayanan petugas, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: IFRS; Fasilitas; Pelayanan; Kepuasan; Loyalitas

Abstract

Installation of Hospital Pharmacy (IFRS) as a Revenue Center unit, plays a role in increasing hospital revenue and is required to be able to provide services for customer satisfaction which has an impact on customer loyalty. This study aims to determine the effect of facilities (X1) and service officers (X2) on customer loyalty (Z) through customer satisfaction (Y) as an intervening. The population of this study were outpatients who had received treatment at least three times at RS X North Jakarta who were waiting for prescription services at IFRS. The number of samples of 100 was obtained using the Slovin formula with simple random sampling technique and data analysis using path analysis. The results showed that there was a significant relationship between X1, X2 and Y with respect to Z ($p = 0.044, 0.006$ and 0.000) while the coefficient of determination X1 against Y was 80.6%; and Y to Z by 4.3%. The direct effect of X1 on Z is 7.4% and on Y = 18.7%. The total effect of X1 on Z combined direct and indirect effects of 26.1% and the effect of X2 on Z of 24.1%. X1, X2, and Y affect Z by 90.1%. X2 has no significant effect on Y ($p = 0.120$). This study concludes that facilities, service officer, and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Facilitie; Services Officer; Customer Satisfaction; Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Rumah sakit merupakan media ataupun organisasi untuk melayani kesehatan pasien, yang mendasar ataupun yang terlihat dapat dipergunakan menjadi Lembaga Pendidikan untuk tenaga profesi kesehatannya. Rumah Sakit adalah bagian dari sistem kesehatan dan perannya yaitu yang menjadi dukungan dan kesediaan merujuk sistem rumah sakit dan fungsi sumber daya untuk meningkatkan kesehatan tersebut. Salah satu jenis pelayanan 24 jam di suatu Rumah Sakit adalah pelayanan yang dilakukan di Instalasi Farmasi. Instalasi Farmasi Rumah Sakit (IFRS) merupakan pembagian dan divisi, keseluruhan penunjukan yang dibutuhkan rumah sakit secara personal.

Kepuasan merupakan apa yang dirasakan, perasaan senang ataupun kecewa akan muncul menjadi pembandingan anggapan ataupun yang menjadi kesan dari hasil kerja sebuah produk ataupun harapan lainnya. Kepuasan yaitu fungsi anggapan dan kesan lain⁴ Kepuasan pelanggan menjadi hal yang dapat meningkatkan sebuah organisasi, dengan pemenuhan harapan dan tuntutan nilainya sedangkan loyalitas pelanggan merupakan pembelian ulang dari badan serta pelayanan, namun juga komitmen dan hal yang baik dan contoh rekomendasi pembelian. Sebagai suatu unit Revenue Center, dengan hubungan yang jelas dari Rumah Sakit, maka Instalasi Farmasi dengan tuntutan untuk bisa memberikan pelayanan kepuasan pelanggannya. Beberapa faktor yang dapat dianggap berhubungan dengan kepuasan pelanggan sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan adalah fasilitas yang tersedia di Instalasi Farmasi dan melayani pemberian pernyataan yang merupakan keseluruhan, kesengajaan dan kesediaan untuk pelayanan konsumen dengan tujuan peningkatan yang lebih. Fasilitas yaitu keseluruhan sifat dengan penyedia dari pihak penjual untuk dukungan nyaman bagi pengguna.

Penelitian yang dilakukan oleh Sofyan, bahwa hal yang mempengaruhi fasilitas pada kepuasan pembelinya dari Star Clean Car Wash Semarang berdasar dari kajian mempengaruhi positif serta jelas dari hasil uji hubungan dan melihat kaitannya yaitu 0,655; pengertian keseluruhan maupun besar kecil yang akan menjadi pengaruh nilai koefisien determinasi yang didapat dengan pemaparan variabelnya. Hal umumnya, pelayan bisa dimengerti dengan pelaksana aktivitas dan apa yang dilakukan dari hasil dan tujuan kepentingan orang lainnya, personal ataupun pengelompokan yang ada. Pelayanan ini muncul dengan yang wajib bagi suatu proses menyelenggarakan organisasi pemerintah swasta.

Beberapa penelitian yang menunjukkan hubungan antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah studi yang telah dilakukan oleh Wibowo yang perolehannya menyatakan korelasi dari jasa dengan kepuasan pelanggannya yaitu 0,693. Dari hasil hipotesisnya dengan perolehan 9.312, itu dengan pengertian yang memengaruhi dari jasa yang diperolehnya. Karena hal tersebut, dibutuhkan pelaksanaan penelitian mengenai bagaimana pengaruh fasilitas dan pelayanan petugas, nilai kepuasan dengan loyalitas pelanggan pada Instalasi Farmasi RS X di Jakarta Utara. Kepuasan dan loyalitas pelanggan di IFRS hal yang krusial menjadi perhatian dengan hasil yang optimal.

METODE

Penelitiannya memakai rancangan analisis deskriptif dengan pendekatannya yaitu *Cross Sectional Research* (penelitian potong lintang), pelaksanaannya dengan mengambil sampel responden yang menjadi targetnya. Teknik *sampling* dari kajian ini yaitu *consecutive sampling* dengan memilih penetapan subyek dan yang menjadi kriteria kajian yang masuk hingga jangka waktu yang ditentukan dengan penjumlahan dari responden akan diikuti.

Penelitian ini dikhususkan pada loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan yang mempengaruhi media pelayanannya dari petugas. Yang termasuk fasilitas di Instalasi Farmasi RS X Jakarta Utara yaitu Televisi, *Air Conditioner* (AC), kursi ruang tunggu yang nyaman (sofa), adanya sistem

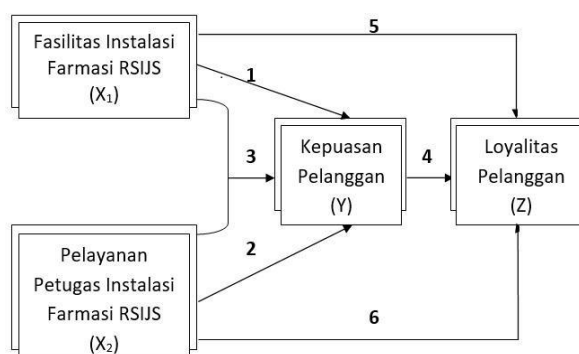
antrian, adanya *bell* di *counter* farmasi, dan untuk pelayanan petugas yaitu ramah, komunikatif, cepat, teliti, dan sopan.

Populasi dari penelitian yaitu pelanggan yang pernah melakukan pengobatan RS X Jakarta Utara yang sedang menunggu pelayanan resep di Instalasi Farmasi Pelayanan Rawat Jalan. Sampel kajian ini yaitu pelanggan dengan populasi terpilih dengan kriteria yang ada dengan menembus resep. Penentuan jumlahnya dengan perumusan diambil sebanyak 100 sampel. Hal ini untuk memenuhi hasil perhitungan dari rumus Slovin yaitu diperoleh sebanyak 95 sampel dan diambil 100 yang berarti sudah memenuhi jumlah minimal sebanyak 95.

Data dikumpulkan dengan cara memberikan lembaran kuesioner/angket yang berisi daftar pertanyaan kepada pelanggan yang datang untuk menebus resep di Instalasi Farmasi RS X Jakarta Utara dengan tujuan mendapatkan data penilaian pelanggan tentang fasilitas pelayanan dan pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RS tersebut dengan tujuan dampaknya. Jenis data dengan pengumpulan data primer yang menjadi perolehan dari pelanggan.

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian terhadap 30 responden. Semua kuesioner dengan uji validitas dengan memakai SPSS. Berdasarkan hasil uji validitas dengan r tabel pada jumlah responden 30, nilai minimal yang dijadikan acuan untuk menilai validitas instrumen adalah 0,3. Bentuk model hubungan antar variabel dalam penelitian ini terlampir pada gambar 1.

Model ini teknik analisis statistik yang dipergunakan yaitu dengan *path analysis* (analisa jalur). Analisis utama dengan pelaksanaan pengujian konstruk jalan dengan langsung ataupun tidak. Analisis berikutan dengan melihat yang menjadi pengaruhnya langsung ataupun tidak, dengan hubungan serta regresi dari apa yang diperhatikan pada variabel dependen dengan keberlangsungan variabel yang berfungsi sebagai jalur antara (Y).



Gambar 1: Kerangka Konsep Penelitian

Variabel penelitian

Variabel dalam kajian dapat dibedakan menjadi:

- Variabel *Independen*, adalah fasilitas (X_1) yang tersedia di Instalasi Farmasi (Televisi, *Air Conditioner* / AC, kursi ruang tunggu yang nyaman/ sofa, sistem antrian dan *bell* di *counter* Farmasi) dan (X_2) yaitu pelayanan petugas Instalasi Farmasi yang meliputi ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan.
- Variabel *Dependen*, adalah Loyalitas Pelanggan (Z).
- Variabel *intervening*, adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Analisis Data

Teknik analisisnya yang dipakai yaitu dengan (*Path Analysis*). Teknik analisis jalur dipergunakan dengan pengujian sumbangan dan ditunjukkan dari jalur dan variabel. Analisisnya dan hubungan variabel X_1 , X_2 terhadap Y serta dampaknya terhadap Z . Analisis korelasi dan regresi yang merupakan dasar dari perhitungan koefisien jalur. Kemudian, dalam perhitungan digunakan jasa komputer berupa *software* dengan program SPSS versi 19.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasilnya, memperlihatkan X_1 , X_2 dan Y terhadap Z ($p = 0,044$, $0,006$ dan $0,000$) sedangkan nilai koefisien determinasi X_1 terhadap Y sebesar 80,6%; dan Y terhadap Z sebesar 4,3%. Pengaruh X_1 secara langsung terhadap Z adalah 7,4% dan terhadap $Y = 18,7\%$. Pengaruh total X_1 terhadap Z gabungan pengaruh langsung dan tidak langsung sebesar 26,1% dan pengaruh X_2 terhadap Z sebesar 24,1%. X_1 , X_2 , dan Y berpengaruh terhadap Z sebesar 90,1%. X_2 tak memengaruhi Y (Tabel 1).

Tabel 1 Hubungan Fasilitas (X_1) dan Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan (Y) dan Loyalitas Pelanggan (Z)

Pengaruh Variabel	Koefisien Determinasi (%)			Pengaruh Bersama
	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total	
$X_1 \rightarrow Y$	80,6		80,6	
$X_1 \rightarrow Z$	7,4	18,7	26,1	
$X_2 \rightarrow Z$	24,1		24,1	
$Y \rightarrow Z$	4,3		4,3	
$X_1, X_2, Y \rightarrow Z$				90,1
ϵ_1	0,194			
ϵ_2	0,099			

Keterangan:

ϵ_1 : Koefisien residu Kepuasan Pelanggan (Y)

ϵ_2 : Koefisien Residu Loyalitas Pelanggan (Z)

Variabel fasilitas di Instalasi Farmasi RS X di Jakarta Utara (X_1) yang diukur oleh variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tinggi rendahnya kepuasan pelanggan ($p = 0,000$). Variabel fasilitas dengan sub variabel TV, AC, sofa, sistem antrian dan bell secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh variabel fasilitas yang secara langsung berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 80,6%. Oleh dikarenakan dengan pelanggan menjadi upaya atau melengkapi fasilitas yang diharapkan oleh pelanggan. Pelanggan sangat membutuhkan fasilitas tersebut di atas, sambil menunggu pelayanan resep selesai dikerjakan oleh petugas maka fasilitas ini dapat mengatasi kejenuhan dan memberikan kenyamanan saat mereka menunggu waktu pelayanan dan hal ini berdampak cukup signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Fasilitas pelayanan adalah sesuatu yang berwujud (*tangible*) yang memperhatikan aspek interior serta eksteriornya, kebersihan ataupun nyamannya dari kelengkapan gedung dengan canggihnya peralatan.¹¹ Hasilnya, dengan pernyataan Sofyan 2013,7 pernyataan tersebut dari keseluruhan, kesengahaan dengan penyedia jasa pemakaian yang dapat dirasakan oleh penyedia pelayanan, pemberian tingkatan kepuasan yang sebenarnya. Media tersebut menjadi keseluruhan peralatan fisik dan penyedia dari penjual jasa dan pembelinya.

Variabel pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RS X di Jakarta Utara (X2) tak memengaruhi jelas dari pelanggannya (Y). Variabel pelayanan petugas dengan sub variabel ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan secara simultannya tak memengaruhi kepuasan. Hasilnya berbeda dengan Wibowo,⁸ yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara pelayanan jasa indosatM2 terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,693/ 69,3%; sedangkan pada penelitian hanya 7,4%. Hal yang akan dijelaskan dari petugas di Instalasi Farmasi RS X di Jakarta Utara tersebut tidak memengaruhi pangsa pasar, pasien dengan jaminan RS tipe C pasien dengan jaminan BPJS dianggap sebagai suatu Badan Penyelenggara Kesehatan yang monopoli karena ke depan seluruh warga negara harus mengikuti program ini.

Dengan sistem rujukan berjenjang yang diberlakukan maka mau tidak mau masyarakat khususnya di wilayah sekitar RS tersebut akan dirujuk oleh Puskesmas atau Pemberi Pelayanan Kesehatan (PPK) ke Rumah Sakit dengan tipe C lebih dahulu. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa RS ini dengan tarif ekonomis sehingga pelanggan yang datang untuk menebus resep di Instalasi Farmasi tidak terlalu tinggi memberikan expectasi atau harapannya terhadap pelayanan petugas yang meliputi: ramah, cepat, komunikatif, teliti dan sopan. Yang diharapkan pelanggan pada saat berobat setelah mendapatkan resep dari Dokter yang memeriksa adalah obat atau produk yang sesuai dengan resep tersebut. Hal ini karena obat menurut persepsi pelanggan adalah sangat penting karena tujuan pelanggan berobat ke RS adalah salah satunya untuk mendapatkan obat.

Variabel fasilitas (X1) dan pelayanan petugas (X2) di Instalasi Farmasi RS X di Jakarta Utara secara simultan tidak berpengaruh jelas pada variabel kepuasan pelanggan (Y). Besarnya pengaruh fasilitas (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 80,6% dengan sisa persentasenya dapat diartikan akan memengaruhi dari 80%, sehingga pengaruh variabel pelayanan petugas terhadap kepuasan pelanggan menjadi sangat rendah atau tidak berpengaruh secara signifikan. Sebaiknya dilakukan penelitian oleh peneliti lain lebih lanjut mengenai pengaruhnya Instalasi Farmasi RS X di Jakarta Utara secara lebih detail berdasarkan kepribadian petugas, masa atau lama kerja petugas, umur petugas.

Hasil kajian perolehan yang memengaruhinya jauh lebih tinggi dibanding pengaruh variabel pelayanan petugas terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini dimungkinkan karena pelanggan sangat membutuhkan fasilitas yang nyaman dan memadai selama mereka menunggu pelayanan resep selesai dikerjakan oleh petugas dan mereka tidak terlalu mengharapkan pelayanan petugas yang ramah, komunikatif, cepat, teliti dan sopan. Pelanggan memang sangat membutuhkan kenyamanan fasilitas selama mereka menunggu waktu pelayanan dan mereka memahami dan melihat sendiri beban kerja petugas yang tinggi terutama saat peak hour sehingga bisa dimaklumi dan dipahami kalau sikap atau pelayanan petugas tidak dapat optimal.

Variabel kepuasan pelanggan (Y) yang diukur oleh variabel loyalitas pelanggan (Z) mempunyai yang memengaruhi jelas dan tinggi rendahnya tersebut. Besarnya pengaruh variabel ini dengan loyalitasnya yaitu 4,3%. Loyalitas pelanggan bisa dengan bentuk kepuasan dan layanan penerimaan dan niat berikutnya.¹² Oleh karena itu, optimalnya dengan upaya memenuhi harapan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan meningkat.

Hasilnya, yang selaras dengan teori yang memperlihatkan kemenangan dan daya saing, diharuskan dari kemampuan dan kepuasan pelanggan. Pelanggan memang harus puas, jika tidak puas maka akan meninggalkan perusahaan. Hal tersebut, dengan sebab penurunan penjualannya, dengan turunnya keuntungan. Maka, pimpinan perusahaan akan melakukan usaha untuk mengukur hal tersebut. Hasil kajian selaras dengan.¹³ Fajarriani,¹⁴ dengan pernyataan jika variabel kepuasan pelanggan akan memengaruhi baik dan jelas pada Rumah Sakit Brayat Minulya Sirakarta.

Variabel fasilitas di Instalasi Farmasi RS X di Jakarta Utara (X1) yang diukur oleh variabel loyalitas pelanggan (Z) memengaruhi loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan sebesar 7,4%. Selain itu variabel (X1) juga berpengaruh secara tidak langsung melalui variabel intervening (Y). Pengaruhnya tak langsung dari (X1) dengan variabel (Z) dari 18,7%. Dengan demikian pengaruh total variabel (X1) terhadap variabel (Z) adalah sebesar gabungan dari pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut di atas yaitu 26,1%. Peran variabel intervening kajian yaitu penting, dengan kepuasannya, meningkatkan pengaruhnya. Dalam hal ini variabel intervening memberikan kontribusi yang lebih tinggi (18,7%) daripada pengaruh langsung fasilitas terhadap loyalitas pelanggan (7,4%). Artinya bahwa adanya fasilitas baiknya (26,1%) dibanding apabila fasilitas saja tanpa adanya kepuasan pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa variabel intervening merupakan kepuasan dari pelanggannya, penting ataupun memengaruhi. Penemuan lainnya, dengan Fajarriani,¹⁴ bahwa physical support akan memengaruhi baik dan jelas dari Rumah Sakit Brayat Minulya Surakarta. Konsumen melakukan pencarian kenyamanan saat menunggu dengan perasaan nyaman, dipakai dan anggapan yang menarik.¹⁵ Kepuasan yaitu perasaan yang didapatkan dari evaluasi pembandingan dan harapan yang terkait dengan ingin atau butuhnya.¹⁵ Dengan demikian sangat perlu diperhatikan dan ditingkatkan lagi sarana prasarana atau fasilitas yang dibutuhkan oleh pelanggan yang berkunjung ke RS X di Jakarta Utara secara umum dan yang berkunjung ke bagian Instalasi Farmasi khususnya agar loyalitas pelanggan benar – benar dapat terus dijaga atau dipertahankan bahkan ditingkatkan.

Variabel pelayanan petugas di Instalasi Farmasi RS X di Jakarta Utara (X2) yang diukur oleh variabel loyalitas pelanggan (Z) mempunyai yang memengaruhi baik dan jelas dari loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh variabel fasilitas yang secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar $0,241 \times 100\% = 24,1\%$. Karena hal tersebut, upaya peningkatan ini dengan diharapkan oleh pelanggan. Hasil kajian selaras dengan Fajarriani,¹⁴ jika variabel yang akan memengaruhi jelas dari loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, hubungan antara pelayanan petugas dengan loyalitas pelanggan sangat jelas dan akan dapat berdampak profitabilitas, khususnya di bagian Instalasi Farmasi RS X di Jakarta Utara, karena dengan memiliki pelanggan setia dan loyal tersebut maka perusahaan dalam hal ini Rumah Sakit mempunyai jaminan dengan kedepannya berjalan ke tempat lainnya.

Besarnya kontribusi variabel fasilitas (X1), variabel pelayanan petugas (X2), dan variabel kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh secara simultan yang langsung mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan (Z). Maka, hasil temuannya dengan fasilitas (X1), pelayanan petugas (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) di Instalasi Farmasi RS X di Jakarta Utara memengaruhi simultan dan jelas pada (Z) sebesar 90,1% dan sisanya 9,9% dipengaruhi faktor – faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Dua hal yang langsung menjadi pengaruh mutu pelayanan yaitu pemberian dari perusahaan dengan hal utama dari manusia dan pelayanannya kedua adalah sarana dan prasarana.¹⁶ Manusia dengan pelayanan pelanggan, daya mampu yang cepat serta tanggap. Selain hal tersebut, dengan komunikasi dan sopan santun, ramah serta bertanggung jawab. Hak kedua, yang diikuti dengan media dukungan tepat kerja. Apabila dua hal ini dapat dipenuhi maka akan dapat memberikan kepuasannya dengan pelanggannya. Oleh karena itu sangat perlu untuk dapat memenuhi atau mewujudkan hal – hal seperti tersebut di atas agar loyalitas pelanggan dapat terus dijaga dan ditingkatkan. Hasilnya, sejalan dengan Sofyan,⁷ jika memengaruhi mutu pelayanan pada konsumen dan kepenunjukan yang jelas dari variabel.

SIMPULAN

Fasilitas (X1), pelayanan petugas (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) di Instalasi Farmasi RS X di Jakarta Utara berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Z) sebesar 90,1%.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmito, W. Sistem Manajemen Lingkungan Rumah Sakit. Jakarta: Rajawali Pers; 2017.
- Hartono, B. Manajemen Pemasaran untuk Rumah Sakit. Jakarta: PT Rineka Cipta; 2010.
- Siregar CJP, Amalia L. Farmasi Rumah Sakit Teori dan Penerapan. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC; 2004.
- Mardo, Ali S. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Deepublish; 2016.
- Setiawan. Loyalitas Pelanggan Jasa. Bogor: Penerbit IPB Press; 2011.
- Hasan A. Manajemen Pemasaran dan Marketing. Bandung: CV. Alfabeta; 2008.
- Sofyan IL, Pradanawati A, Nugraha HS. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clear Car Wash Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. 2013;2(2):1-12.
- Wibowo SA. 2009, Pengaruh Pelayanan Jasa Indosatm2 Terhadap Kepuasan Pelanggan (Skripsi), USU Repository; 2009.
- Anggito A, Setiawan J. Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak; 2018.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta; 2012.
- Suratman, AD. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotek Kimia Farma Batam (Skripsi), Repositori.ut.ac.id; 2011.
- Erica D, Rasyid HA. Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online di Jakarta. Jurnal Perspektif. 2018;16(2):168-176.
- Sutojo S. Meningkatkan Jumlah dan Mutu Pelanggan. Jakarta: Damar; 2003.
- Fajarriani, BA. Pengaruh Physical Support, Contact Personnel, Citra, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Rumah Sakit Brayat Minulya Surakarta. Surakarta: STIE AUB Surakarta; 2017.
- Sahabuddin R. Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan. Jakarta: Pustaka Taman Ilmu; 2019.
- Nurmalina R, Astuti EP. Analisis Proses Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Terhadap Beras. Jurnal Sains Terapan. 2013;1(1):70-88.