
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN INOVASI LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH SAKIT TK. II
PUTRI HIJAU KESDAM I/BB MEDAN**

Anggi Nova✉, Siti Normi, Maludin Panjaitan
Program Studi Manajemen, Universitas Methodist Indonesia, Medan, Indonesia
Email: anggiinova26@gmail.com

ABSTRACT

Rumah Sakit kini menyadari akan perlunya meningkatkan orientasi pelayanan kepada konsumen. Tidak hanya pelayanan, namun inovasi yang berarti pembaharuan teknologi maupun fasilitas merupakan bagian penting dalam mendukung kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini keseluruhan selisih pasien rawat inap dan rawat jalan tahun 2018-2020 sebanyak 13.921, penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan Teknik Non-Probability Sampling, maka diperoleh 99 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan dan hasil menunjukkan ada pengaruh secara parsial antara variabel kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen dimana jika variabel kualitas layanan meningkat secara parsial, maka kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 2,434 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan jika inovasi layanan meningkat secara parsial, maka kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 1,969 dengan nilai signifikan 0,090. Saran kepada Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan harus terus mempertahankan, meningkatkan kualitas layanan dan inovasi layanan yang diberikan..

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Inovasi Layanan, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Perkembangan persaingan perusahaan dalam bidang jasa kesehatan yaitu rumah sakit sekarang ini memiliki pemasaran yang semakin mengglobal serta memiliki peluang yang ada dimana-mana, hal tersebut membuat persaingan juga semakin ketat serta sulit untuk diprediksikan. Kondisi ini menuntut perusahaan jasa kesehatan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan.

Persaingan yang semakin kompetitif akan menuntut manajemen untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya pada perusahaan, baik dalam pemberian kualitas pelayanan yang baik maupun pembaharuan inovasi layanan yang terstruktur, agar setiap perusahaan mampu menempatkan orientasi pada

konsumen sebagai tujuan utama sehingga dapat mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke perusahaan pesaing.

Rumah Sakit kini semakin menyadari akan perlunya meningkatkan orientasi pelayanan kepada konsumen. Dimana pelayanan menjadi unsur penting untuk mewujudkan keinginan konsumen. Tidak hanya pelayanan, namun inovasi yang berarti pembaharuan baik pada teknologi maupun fasilitas dalam suatu perusahaan merupakan bagian penting pula dalam mendukung pencapaian kepuasan konsumen.

Mutu layanan bisa dimaknai selaku strategi yang dicoba industri buat mengukur dari kemampuan penjualan industri. Mutu layanan yang diserahkan pada pelanggan mempunyai kedudukan dalam kemampuan penjualan industri. Ada pula kedudukan berarti yang dipunyai mutu layanan ialah alat serta infrastruktur yang mencukupi alhasil pelanggan merasa aman dalam menyambut jasa yang diserahkan industri, kecekatan serta akurasi dalam melayani pelanggan hendak mempengaruhi kepada impian pelanggan dari layanan, kemauan pegawai dalam menolong pelanggan hendak mempengaruhi kepada pandangan dari industri, permisi upaya yang diserahkan penguasa pada industri hendak membuat pelanggan merasa nyaman dengan jasa yang hendak diserahkan industri, dan atensi yang diserahkan industri pada pelanggan lewat dialog dengan industri hendak membuat pelanggan dilibatkan langsung kepada layanan yang hendak diterimanya.

Artinya pada Kualitas Layanan diharapkan mampu melakukan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan melalui 5 faktor dominan yang ada dalam Kualitas Layanan itu sendiri yaitu, *Tangible* (Bukti Fisik), *Emphaty* (Empati), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Reliability* (Realibilitas), *Assurance* (Jaminan). Sehingga untuk melakukan pengukuran kepuasan terhadap pelanggan juga secara bersama harus menerapkan Kesenjangan (Gap) pada Kualitas Layanan dimana diantaranya adalah adanya Kesenjangan antara Harapan Pelanggan dan Persepsi Manajemen (*Knowledge Gap*), Kesenjangan antara Persepsi Manajemen terhadap Harapan Pelanggan dan Spesifikasi Kualitas Jasa (*Standart Gap*), Kesenjangan Spesifikasi Kualitas Jasa dan Penyampaian Jasa (*Delivery Gap*), kemudian Kesenjangan antara Penyampaian Jasa dan Komunikasi Eksternal (*Communication Gap*), dan yang terakhir adalah adanya Kesenjangan antara Jasa yang Dipersepsikan dan Jasa yang Diharapkan (*Service Gap*). Selain itu, Kualitas Layanan juga kiranya mampu memperkenalkan *quality trilogy*, yang artinya adanya perencanaan terhadap kualitas (*quality planning*), kemudian kontrol akan kualitas (*quality control*), dan yang terakhir adalah perbaikan kualitas (*quality improvement*). Ketiga nya perlu diperkenalkan agar dapat mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi dan sesuai sehingga mampu mencapai tujuan dalam pemenuhan kepuasan konsumen.

Hingga dengan itu inovasi layanan pula tercantum dalam rancangan inovasi pelayanan. Inovasi layanan bisa dipaparkan dalam wujud pelayanan layanan ataupun cara layanan yang didasarkan pada aplikasi teknologi serta tata cara yang

analitis. Bisa dilihat pula dari teknologi yang dipakai, interaksi dengan klien, dan pengembangan layanan terkini. Inovasi teknologi yang dicoba industri hendak memesatkan layanan yang diserahkan pada pelanggan, sedemikian itu pula dengan pengembangan layanan yang dicoba industri hendak membuat alterasi layanan pada pelanggan alhasil layanan yang dialami hendak berlainan dengan layanan yang diserahkan industri lebih dahulu alhasil pelanggan merasa puas dengan jasa yang diserahkan serta balik memakai pelayanan di lain peluang.

Dalam hubungan antara Kualitas Layanan dan Inovasi Layanan yang diberikan guna memenuhi kepuasan konsumen terhadap Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan dapat diterima bahwa Rumah Sakit memiliki fungsi sosial yang akan menjadi tolak ukur keberhasilan Rumah Sakit melalui kepuasan yang dirasakan konsumen dengan cara pengukuran kualitas dan inovasi yang telah dijalankan oleh pihak Rumah Sakit.

Maka dari itu berdasarkan wawancara singkat yang dilakukan dengan para pihak yang bertugas khususnya pada bagian Rekam Medis Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan mengenai jumlah pasien Rawat Inap serta Rawat Jalan yang mengalami kondisi naik turun yang cukup signifikan di 3 tahun terakhir tepatnya di tahun 2018-2020. Hal ini dapat menjadi suatu dampak yang serius bila tingkat kunjungan pada Rumah Sakit terus mengalami kondisi yang naik turun, artinya baik pelayanan, inovasi layanan serta hal lainnya yang mungkin sebagai suatu penunjang kepuasan konsumen belum begitu baik dalam penerapannya. Berikut ini merupakan Tabel yang menunjukkan jumlah kunjungan pasien yang melakukan Rawat Inap dan Rawat Jalan pada Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan yang mengalami proses naik dan turun di tahun 2018-2020 pada Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan.

**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Pasien pada Rumah Sakit
TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan Tahun 2018-2020**

Tahun	Rawat Jalan	Selisih	Rawat Inap	Selisih
2018	44.972	0	2.649	0
2019	47.547	2.575	1.118	-1.531
2020	38.652	-8.895	1.768	650
Jumlah	131.171	11.470	5.535	2.181

Sumber: Rekam Medis RS TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan, (2020)

Berdasarkan Tabel 1.1 mengenai laporan kunjungan pasien rawat inap dan rawat jalan pada 3 tahun terakhir di Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan pasien baik rawat inap maupun rawat jalan mengalami kondisi naik turun yang cukup signifikan. Dapat dilihat pada pasien rawat inap tingkat pasien yang mengalami penurunan signifikan terjadi pada

tahun 2019 yaitu sebesar 1.531 dengan tingkat kunjungan 1.118, kemudian pada pasien rawat jalan yang mengalami penurunan signifikan adalah di tahun 2020 yaitu sebesar 8.895 dengan tingkat kunjungan 38.652 Dengan adanya penurunan dan peningkatan jumlah kunjungan dalam 3 tahun terakhir, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan mengenai kepuasan pasien terhadap kualitas dan inovasi layanan yang disediakan oleh Rumah Sakit tersebut.

Melalui latar belakang tersebut, maka diketahui bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan secara bersama pada Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan. Adapun manfaat yang diperoleh adalah untuk peningkatan pengetahuan dalam berfikir serta mendalami pengetahuan mengenai manajemen pemasaran terkhusus dalam kajian kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen, serta mampu menjadi referensi pertimbangan bagi Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan dalam peningkatan kualitas dan inovasi layanan untuk kepuasan konsumen.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2016:137) mengungkapkan terdapat ada 4 aspek berkuasa ataupun determinan mutu jasa pelayanan, kelima aspek berkuasa itu antara lain ialah:

1. *Tangible*, berkenaan dengan energi raih sarana raga, perkakas, serta material yang dipakai industri, dan performa pegawai.
2. *Emphaty* berarti kalau industri menguasai permasalahan para pelanggannya serta berperan untuk kebutuhan klien, dan membagikan atensi perorangan pada para klien serta mempunyai jam pembedahan yang aman.
3. *Reliability*, berhubungan dengan keahlian industri buat membagikan layanan yang cermat semenjak awal kali tanpa membuat kekeliruan apapun serta mengantarkan jasanya cocok dengan durasi yang disepakati
4. *Assurance*, ialah sikap para pegawai sanggup meningkatkan keyakinan klien kepada industri serta industri dapat menghasilkan rasa nyaman untuk para pelanggannya.

Inovasi Layanan

Delafrooz *et al.*, (2013) mengatakan bahwa inovasi layanan merupakan aktivitas terkini yang dicoba industri, yang bisa menciptakan layanan terkini, metode terkini ataupun cara dari tingkatkan angka imbuah untuk pelayanan yang diserahkan industri.

Menurut Delafrooz *et.al* (2013) menyatakan bahwa pengukuran inovasi layanan dapat dilakukan melalui :

1. Penggunaan Teknologi

Pemakaian tekonologi cocok dengan kemajuan era hendak mempermudah industri dalam cara layanan, alhasil hendak memesatkan industri buat membagikan jasa.

2. Interaksi dengan Pelanggan

Interaksi industri dengan klien mempunyai ikatan yang amat akrab, interaksi ini membuat keakraban antara pelanggan dengan industri alhasil industri hendak gampang mengenali kemauan serta keinginan dari pelanggan, tidak hanya itu interaksi dengan klien hendak mempermudah industri buat melaksanakan koreksi bila terjalin keluhan klien.

3. Pengembangan Layanan Baru

Pengembangan layanan terkini merupakan wujud layanan terkini yang diaplikasikan berlainan dengan jasa lebih dahulu, ataupun koreksi pada cara layanan.

4. Sistem Pengiriman Layanan

Sistem pengiriman layanan industri bisa ditaksir dari seberapa bagus produk ataupun pelayanan diserahkan pada klien.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Kotler & Keller (2016:86) "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan suatu produk atau layanan dengan harapan".

Hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari beberapa indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2012:187) sebagai berikut:

1. Kesesuaian Harapan

Kesesuaian ataupun ketidaksesuaian antara impian pelanggan dengan kemampuan produk ataupun pelayanan yang diadakan industri hendak mempengaruhi dengan kemampuan penjualan, sebab bila kemampuan cocok dengan ekspektasi hingga pelanggan hendak puas serta bila kemampuan melampaui ekspektasi hingga pelanggan hendak amat puas ataupun suka.

2. Minat Penggunaan Ulang

Keinginan pelanggan buat melaksanakan pembelian balik ataupun memakai produk ataupun pelayanan industri.

3. Kesiediaan untuk Merekomendasikan

Ketersediaan klien dalam mengusulkan produk ataupun pelayanan pada sahabat, keluarga serta orang lain buat memakai produk ataupun pelayanan industri.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif dan menggunakan teknik analisis regresi berganda dibantu dengan program SPSS. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya sebab-akibat, variabel independen (Kualitas Layanan dan Inovasi Layanan) mempengaruhi variabel dependen (Kepuasan Konsumen).

Populasi dalam penelitian ini adalah total keseluruhan selisih pasien rawat inap dan rawat jalan di tahun 2018-2020 pada Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Ksdam I/BB yang terdapat sebanyak 13.921, dan dengan menggunakan rumus Slovin maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99 responde

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Ho diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel pada } \alpha = 5\%$

Ha ditolak jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel pada } \alpha = 5\%$

**Tabel 1. Uji Regresi Secara Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

	Model	t	Sig.
1	(Constant)	3.87	.665
	Inovasi Layanan	1.196	.090
	Kualitas Layanan	2.434	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23.0 for Windows (2021)

Pada Tabel 1 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel diatas memperlihatkan bahwa nilai t_{hitung} Kualitas Layanan (X_1) = 2,434 dengan signifikan sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} = 1,984 dan $sig = 0,05$, dapat diketahui bahwa $t_{hitung} X_1$ (2,434) > t_{tabel} (1,984) dan Sig (0,000) < (0,05). Hasil analisis ini memenuhi persyaratan uji hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) secara parsial memberi pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)

2. Pengaruh Inovasi Layanan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel diatas memperlihatkan bahwa nilai t_{hitung} inovasi layanan (X_2) = 1,196 dengan signifikan sebesar 0,090. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} = 1,984 dan $sig = 0,05$, dapat diketahui bahwa $t_{hitung} X_2$ (1,196) < t_{tabel} (1,984) dan Sig (0,090) > (0,05). Hasil analisis ini tidak memenuhi persyaratan uji hipotesis, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi layanan (X_2) secara parsial tidak memberi pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)

Uji Simultan (Uji F)

Uji F menunjukkan semua variabel bebas (X) yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Ho diterima jika F hitung < F tabel pada $\alpha = 5\%$

Ha diterima jika F hitung > F tabel pada $\alpha = 5\%$

Tabel 2. Uji F ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	411.457	2	77.728	31.102	.000 ^a
Residual	683.533	96	7.120		
Total	684.990	98			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Inovasi Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23.0 for Windows (2021)

Pada Tabel 4.27 dapat dilihat bahwa nilai F hitung adalah 31,102 dengan tingkat signifikansi 0,000 sedangkan F tabel pada tingkat kepercayaan 95 % ($\alpha = 0,05$) adalah 3,09. Oleh karena pada kedua perhitungan, yaitu F hitung > F tabel dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (kualitas layanan dan inovasi layanan) secara serempak adalah signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

Uji Determinasi (R^2)

Determinasi (R^2) atau *R - Square* digunakan untuk melihat berapa besar variabel *independent* mampu menjelaskan variabel *dependent*. Dengan kata lain, koefisien determinan digunakan untuk mengukur kemampuan variabel kualitas layanan dan inovasi layanan menjelaskan variabel kepuasan konsumen pada Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan.

**Tabel 3. Uji Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.552	.629	2.668

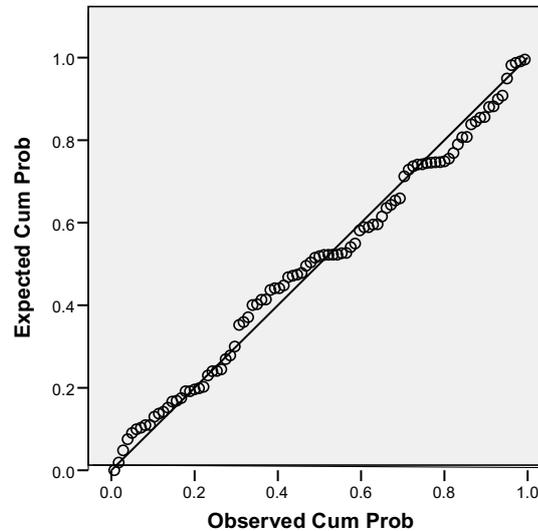
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Inovasi Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23.0 for Windowse (2021)

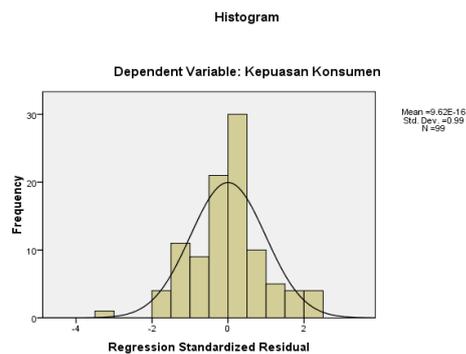
Pada Tabel 4.28 dapat disimpulkan sebagai berikut: Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa besarnya koefisien korelasi kualitas layanan dan inovasi layanan sebesar 0,746. nilai tersebut berada antara 0,60 - 0,79, artinya variabel kualitas layanan dan inovasi layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen dan dilihat dari analisis Koefisien Determinasi, maka besarnya kontribusi variabel kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kualitas layanan ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi atau R Square. Dari tabel koefisien korelasi dan koefisien determinasi diatas diketahui bahwa koefisien determinasinya adalah sebesar 0,552 atau 55,2% artinya variabel kualitas layanan dan inovasi layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 55,2% dan sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi faktor lain

Normal P-P Plot of Regression Standardized Dependent Variable: Kepuasan Konsumen



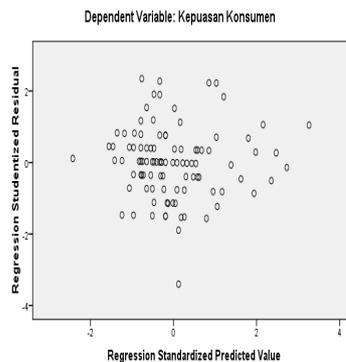
Gambar 1. Grafik P-P Plot

Pengujian Normalitas P- P Alur bisa diamati pada Gambar 1. Bersumber pada Gambar 1 bisa diamati titik- titik menjajaki informasi di selama garis diagonal, perihal ini berarti informasi berdistribusi wajar.



Gambar 2. Grafik Histogram

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat grafik histogram memberi pola melenceng ke kanan, hal ini berarti data berdistribusi normal.



Gambar 3. Scatterplot

Berdasarkan hasil output gambar secara scatterplot, didapat titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas diatas tidak terjadi heterokedastisitas.

KESIMPULAN

Adapun hasil yang didapatkan setelah menyelesaikan seluruh pengujian sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Sakit TK. II Putri Hijau Kesdam I/BB Medan,. Hal ini dapat diartikan, jika Kualitas Layanan dan Inovasi Layanan meningkat secara bersama-sama, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan. Dimana nilai F_{hitung} sebesar 31,102 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,09 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel Kualitas Layanan dan Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dapat diartikan, jika kualitas layanan dan inovasi layanan meningkat secara parsial, maka kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 2,434 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan jika inovasi layanan meningkat secara parsial, maka kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 1,969 dengan nilai signifikan sebesar 0,090.
3. Hasil analisis menunjukkan koefisien korelasi dan koefisien determinasi adalah sebesar 0,552 atau 55,2% artiya variabel Kualitas Layanan dan Inovasi Layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 55,2% dan sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Setyaningrum, J. U. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Armstrong, K. 2015, *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*, England: Pearson Education, Inc.

-
- Asmoro, D. R. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merk Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada RS Keluarga Sehat di Kab Pati. *Management Analysis Journal*, Vol.6(1).
- Assauri, S. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Delafronz, N., et. al. 2013. The Impact of Service Innovation on Consumer Satisfaction. *International Journal of Business and Behavioral Sciences* Vol. 3, No.(2).
- Dewi, M. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien BPJS pada Rumah Sakit Rehabilitas Medik Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.5(2).
- Dhewanto, W., dkk. 2014. *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: Andi.
- Fajar, M. & Ibnu, R. H. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan dan Rawat Inap di Rumah Sakit Embung Fatimah Batam. *Jurnal EQUILIBIRIA Fakultas Ekonomi*, Vol.3(2).
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____ dan Ratmono, Dwi. 2017. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, J. &, Render, B. 2015. *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Husain, U. 2015. *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pusat.
- Jenitha, K. R., dan Ketut Purnawati. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien RSUD Surya Husada di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.7(5). ISSN:2302-8912.
- Kosman, W. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Marauke. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, Vol.21(4).
- Kotler, dan Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. *Marketing Management* (15th global ed.). In *England: Pearson*.
- _____ & Armstrong, Gary. 2014. "Principles of Marketing" (14th Edition). Pearson, New Jersey.
- Lupiyoadi, R. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Salemba Empat: Jakarta.
- Munawaroh, M. 2015. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: Gramasurya.

- Owano, L. A., Alala, O., dkk. (2014). Relationship between Customer Service Innovation And Customer Satisfaction in Banking Industry: A Case Study of Kenya Commercial Bank. Vol. 16 No.6.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: IKAPI.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suwarno, W. 2012. *Manajemen Inovasi : Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.
- Swastha, B. & Handoko, T. H.. 2013. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPPFE.
- Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, Yogyakarta: Andi.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Gramedia.
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- _____. dan Greforius, Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi.