

PENGUKURAN FAKTOR KEPUASAN PASIEN BPJS KESEHATAN DI RUMAH SAKIT

Rahma Yeni

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju

Jl. Harapan No. 50 Lenteng Agung Jakarta

Email: yenilukman79@yahoo.com

ABSTRAK

Pasien BPJS kesehatan yang puas akan tetap melakukan pengobatan di rumah sakit. Kepuasan pasien BPJS kesehatan adalah Seorang pasien BPJS kesehatan yang menerima jasa layanan yang tercapai semua kebutuhan, keinginan, dan harapannya dapat dipenuhi melalui jasa atau pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit. Pasien BPJS yang tidak hanya membeli ulang suatu obat dan jasa pelayanan, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap positif terhadap rumah sakit, misalnya dengan merekomendasikan orang lain, untuk menggunakan BPJS. Pasien BPJS merupakan salah satu pelanggan yang secara langsung merasakan pelayanan di rumah sakit dan perlu mendapatkan pelayanan yang baik agar tercapai harapan dan keinginannya. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dan besarnya antara komunikasi interpersonal, persepsi pasien, motivasi pasien, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien BPJS di rumah sakit umum kecamatan jakarta utara. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang menggunakan desain cross-sectional (potong lintang). Sampel yang di gunakan sekitar 83 pasien BPJS sebagai responden. Metode analisis yang digunakan adalah structural equation model (SEM) menggunakan SmartPLS 2.0 dan SPSS 18. Hasil pengujian hipotesis dengan Structural Equation Model (SEM) dengan metode SmartPLS menghasilkan temuan penelitian yaitu ada pengaruh langsung komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pasien BPJS 9,42%, persepsi pasien terhadap kepuasan pasien BPJS 36,68%, motivasi pasien terhadap kepuasan pasien BPJS 16,50%, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien BPJS 22,50%. Saran peneliti agar tenaga kesehatan dalam melayani pasien perlu mencerminkan sikap perhatian yang tulus, tidak membedakan pasien serta konsisten terhadap kesesuaian dan ketepatan waktu melayani pasien. Pelayanan kesehatan bagi pasien perlu dilakukan secara cepat sesuai dengan kebutuhan dan harapan pasien.

Kata Kunci

Komunikasi, Persepsi, Motivasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan

ABSTRACT

BPJS satisfied patients will continue treatment in the hospital. BPJS patient satisfaction is BPJS A patient who received services that reached all the needs, desires, and expectations can be met through the service or services provided by the hospital. Patients BPJS not only to re-purchase a medicine and services, but also has the commitment and positive attitude towards the hospital, for example by recommending others to use BPJS. Patients BPJS is one of the customers who directly feel the service in hospitals and need to get good service in order to achieve the hopes and wishes. The purpose of this study was to determine the direct and indirect influence and magnitude between interpersonal communication, patient perceptions, patient motivation, satisfaction and quality of service to patients in a public hospital BPJS jakarta northern districts. The method used in this research is quantitative approach using cross-sectional design (cross-sectional). Samples are in use around 83 patients BPJS as respondents. The analytical method used is structural equation modeling (SEM) using SmartPLS 2.0 and SPSS 18. Results of testing the hypothesis by Structural Equation Model (SEM) method SmartPLS produce research findings that there is a direct influence of interpersonal communication on BPJS 9.42% patient satisfaction, patient perception to BPJS 36.68% patient satisfaction, patient motivation towards patient satisfaction BPJS 16 50%, quality of service to the patient satisfaction BPJS 22.50%. The researchers suggest that health professionals serve patients in need reflects the attitude of genuine concern, does not discriminate between patients and consistent with the appropriateness and timeliness of serving patients. Health care for patients needs to be done quickly in accordance with the needs and expectations of patients.

Keywords

Communication, Perception, Motivation, Service Quality, Satisfaction

Pendahuluan

Badan Kesehatan Dunia (WHO) telah menetapkan bahwa kesehatan merupakan investasi, hak, dan kewajiban setiap manusia. Kutipan tersebut tertuang dalam Pasal 28 ayat (3) Undang-undang Dasar 1945 selanjutnya disingkat dengan (UUD NRI) dan Undang-undang nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan selanjutnya disingkat dengan (UUK), menetapkan bahwa setiap orang berhak mendapatkan pelayanan kesehatan. Karena itu setiap individu, keluarga dan masyarakat berhak memperoleh perlindungan terhadap kesehatannya, dan negara bertanggung jawab mengatur agar terpenuhi hak hidup sehat bagi penduduknya termasuk bagi masyarakat miskin dan tidak mampu.¹

Pelayanan kesehatan adalah segala upaya yang diselenggarakan secara sendiri atau secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan perorangan, keluarga, kelompok ataupun masyarakat.²

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) adalah badan hukum publik yang dibentuk untuk menyelenggarakan program jaminan sosial. BPJS terdiri dari BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan. Badan Penyelenggara Jaminan Sosial atau BPJS kesehatan adalah badan hukum publik yang berfungsi menyelenggarakan program jaminan kesehatan bagi seluruh masyarakat Indonesia termasuk warga asing yang bekerja paling singkat 6 bulan di Indonesia. Peserta BPJS terdiri dari peserta bantuan iuran (PBI) yang terdiri dari fakir miskin serta orang tidak mampu, dan golongan non PBI atau peserta dari peralihan ASKES.³

Kepuasan pasien dipengaruhi oleh banyak faktor (konsep multi dimensi). Faktor penentu kepuasan pasien juga dipengaruhi oleh karakteristik sosio-demografis pasien yang merupakan ciri-ciri atau kekhasan yang membedakan seseorang meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan. Penelitian kepuasan perawatan primer di Amerika didapatkan hasil, bahwa selain kontinuitas perawatan juga terdapat faktor kepuasan lain yaitu demografis dan sosial ekonomi.⁴

Motivasi adalah suatu kekuatan (power) atau tenaga (forces) atau daya (energi) atau suatu keadaan yang kompleks dan kesiapsediaan dalam diri individu untuk bergerak kearah tujuan tertentu. Peran motivasi dalam proses berobat merupakan salah satu persyaratan yang paling penting dalam penyembuhan. Bila tidak ada motivasi, maka proses tidak akan terjadi dan motivasi dapat mempengaruhi proses dan hasil maksimal pengobatan.⁵

Persepsi merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian di analisa (diorganisir), diinterpretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna,

sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya.

Persepsi pasien BPJS kesehatan mengenai rendahnya kualitas pelayanan kesehatan di RSUD Kecamatan Pademangan Jakarta Utara ini mengakibatkan masyarakat beralih mencari rumah sakit lain yang bisa memenuhi harapan. Hal ini di dukung oleh laporan kunjungan pasien BPJS di RSUD Kecamatan Pademangan Jakarta Utara, yang kemudian di rujuk ke beberapa rumah sakit swasta. Dimana persepsi pasien juga sangat di pengaruhi oleh komunikasi antara petugas kesehatan dan pasien.

Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communication) adalah proses komunikasi yang berlangsung antaradua orang atau lebih secara tatap muka. Komunikasi antarpribadi (interpersonal communication) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal.⁶

Menurut data statistik "Quality at work" yang mana menurut persentasenya menghilangnya pelanggan karena beberapa alasan: 68% pelanggan berpindah ke lain tempat karena sebelumnya berjumpa dengan orang yang acuh tak acuh terhadap kebutuhan mereka, 10% pelanggan mengeluh terus-menerus, 9% pelanggan memperoleh ditempat lain dengan harga yang lebih murah, 5% berpindah ketempat lain menurut anjuran teman, 4% menghilang dengan sendirinya atau alami, 3% pindah tempat tinggal dan 1% pelanggan telah meninggal. Sedangkan menurut studi "National productivity board" di Singapura menunjukkan, 77% pelanggan menyatakan tidak akan kembali jika mendapatkan pelayanan yang buruk, dan 55% pelanggan menyatakan akan memberitahukan kepada teman mereka agar tidak berkunjung ketempat tersebut. Fakta penting 1 (satu) orang pelanggan yang tidak puas, akan cerita kepada 10 sampai dengan 20 orang, beberapa pelanggan yang lain bahkan menceritakan kepada ratusan atau ribuan orang, sementara itu, pelanggan yang puas hanya akan memberi tahu maksimal 5 orang.⁷

Kepuasan pasien merupakan suatu hal yang bersifat subyektif, sulit diukur, dapat berubah-ubah, serta banyak sekali faktor yang berpengaruh. Subyektivitasnya dapat berkurang atau menjadi obyektif, jika cukup banyak orang yang sama pendapatnya terhadap sesuatu hal. Sehingga, untuk mengkaji kepuasan pasien dipergunakan suatu instrumen penelitian yang cukup valid disertai dengan metode penelitian yang baik.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung serta besarnya antara Komunikasi Interpersonal, Persepsi Pasien, Motivasi Pasien dan Kualitas pelayanan terhadap

Kepuasan pasien BPJS di rumah sakit umum kecamatan pademangan Jakarta utara tahun 2017.

Berdasarkan hasil wawancara awal peneliti kepada beberapa pasien di Rumah Sakit Pademangan Jakarta Utara, dari 20 pasien rawat jalan yang menggunakan BPJS, 13 pasien mengatakan kurang puas dengan pelayanan BPJS kesehatan di Rumah Sakit Pademangan Jakarta Utara, dan 7 pasien mengatakan puas. Terkait berkas-berkas yang harus di lengkapi, antrian pengobatan dan obat-obat tidak di jamin oleh pihak BPJS kesehatan.

Metode

Penelitian ini menggunakan desain cross sectional yaitu melihat hubungan antara faktor-faktor resiko dengan efek, dengan cara pendekatan observasi atau pengumpulan data sekaligus pada suatu saat (point time approach) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan untuk mempelajari dinamika korelasi antara variabel eksogen (variabel bebas) dengan variabel endogen (variabel terikat).⁸ Artinya semua penelitian diamati pada waktu yang sama untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung serta besarnya antara Komunikasi Interpersonal, Persepsi Pasien, Motivasi Pasien dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pasien BPJS di rumah sakit umum kecamatan pademangan Jakarta utara tahun 2017.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹¹ populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien yang melakukan pengobatan menggunakan BPJS di rumah sakit umum kecamatan pademangan. Sedangkan sampel penelitian ini sebanyak 83 orang pasien yang sudah melakukan pengobatan menggunakan BPJS di rumah sakit umum kecamatan pademangan.

Sesuai dengan alat analisis yang digunakan yaitu SEM, maka penemuan jumlah sampel representative yaitu jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10 kali indikator atau parameter yang akan diestimasi. Karena jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah 14 maka jumlah sampelnya berada pada rentang 70-140. Berdasarkan kedua pertimbangan tersebut maka ukuran sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 83 responden.⁹

Kriteria inklusi dan eksklusi sampel dalam penelitian ini adalah: (1) Kriteria inklusi yaitu, pasien yang menggunakan BPJS berobat ke RSUD pademangan lebih dari 2 kali untuk masalah kesehatan dan pasien berusia tidak lebih dari 40 tahun. (2) Kriteria eksklusi yaitu yang memenuhi kriteria inklusi namun harus dikeluarkan dari studi karena berbagai sebab dan responden yang tiba-tiba menolak jadi responden.¹⁰

Pengumpulan data dilakukan setelah ditentukan sampel maka penelitian langsung melakukan pengumpulan dengan cara menyebarkan kuesioner

kepada responden Alat bantu (instrument) berupa angket pernyataan pernyataan yang mendukung masing-masing variabel dalam tiga indikator dan lima indikator. Diukur menggunakan skala semantik (semantic differential scale) dan skala likert, skala semantik digunakan untuk mengukur persepsi dan pendapat responden dengan cara memberi urutan kuantitatif terhadap subjek penelitian. Sedangkan skala likert untuk mengukur baik tanggap positif maupun negatif. Nilai responden disusun dalam suatu titik kontinum yang ekstrim yang mewakili indikator variabel. Adapun variabel yang dimaksud mencakup variabel yang terdiri dari pemasaran, motivasi sehat, kualitas pelayanan, kepuasan pasien.

Sebelumnya peneliti meminta persetujuan dari sampel terpilih untuk bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Disamping itu dilakukan pula pengumpulan data primer dan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari rekam medik rumah sakit, sedangkan data primer diperoleh langsung dengan penyebaran kuesioner yang dibuat peneliti.

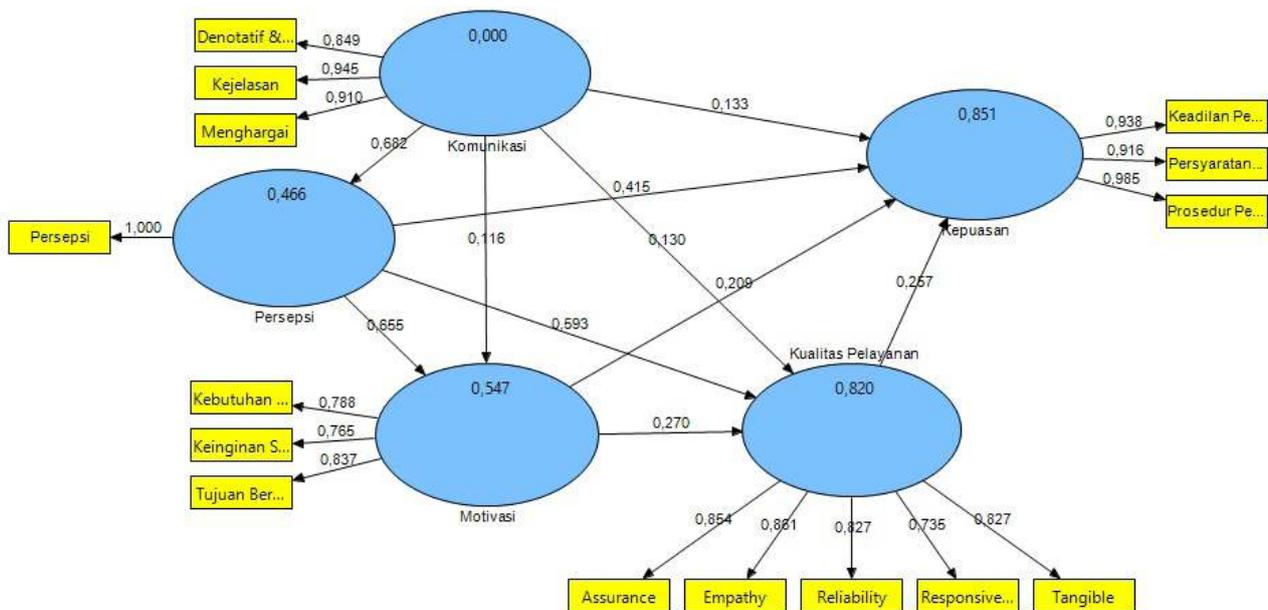
Analisa univariat bertujuan untuk mendapat gambaran distribusi responden atau variasi dari variabel yang diteliti. analisis ini digunakan untuk mendiskripsikan variabel dengan cara membuat tabel distribusi frekuensi dan dihitung dengan presentase. Analisis dilakukan dengan presentase. Analisis dilakukan dengan menggunakan partial least square (PLS), adapun langkah-langkahnya sebagai berikut: (a) merancang model struktural (inner model); (b) merancang model pengukuran (outer model); (c) Goodness of fit; (d) pengujian Hipotesis suatu indikator reflektif dinyatakan valid jika mempunyai loading faktor di atas 0,5 terhadap konstruk yang dituju berdasarkan pada substantive content-nya dengan melihat signifikan dari weight ($t=1,96$).

Hasil evaluasi signifikan inner model diatur dalam output SmartPLS 2.0 di bawah ini dengan mengevaluasi refleksi nilai T-Statistic indikator terhadap variabelnya. Berdasarkan dari gambar 2 menyatakan nilai T-Statistic direfleksikan terhadap variabelnya sebagian besar $> 1,96$, sehingga menunjukkan blok indikator berpengaruh positif dan signifikan untuk merefleksikan variabelnya

Hasil

Hasil penelitian ini disusun berdasarkan sistematis yang dimulai dengan gambaran analisis univariat yang bertujuan untuk melihat distribusi frekuensi variabel dependen dan independen. Sedangkan analisis bivariat untuk melihat pengaruh antara variabel eksogen dengan variabel endogen. Kemudian diakhiri penelitian ini diberikan gambaran analisis SEM untuk menjelaskan hubungan yang kompleks dari beberapa variabel yang di dalam penelitian ini.

Responden dalam penelitian ini adalah pasien yang melakukan pengobatan menggunakan BPJS lebih



Gambar 1. Output PLS (Loading Factor)

dari 2 kali. Dari 83 responden, menunjukkan bahwa sebagian besar pasien adalah berumur pada rentang 20-35 tahun sebanyak 49 responden (59,0%). Berdasarkan pendidikan pasien memperlihatkan bahwa sebagian besar responden adalah berpendidikan > SMA, yaitu sebanyak 41 responden (49,4%). Data responden juga dapat dinyatakan dalam beberapa kategori disertai dengan perhitungan nilai range (kisaran), mean (rata-rata), standar deviasi (penyimpangan).

Pada variabel komunikasi interpersonal, jawaban responden berada antara 57-63 mendekati kisaran teoritisnya 61-66 dengan nilai rata-rata 62,25 dan standar deviasi 8,89. Data tersebut memberikan gambaran bahwa pemasaran cenderung baik. Pada variabel persepsi pasien, jawaban responden berada antara 60-65 mendekati kisaran teoritisnya 15-75 dengan nilai rata-rata 64,00 dan standar deviasi 7,91 Data tersebut memberikan gambaran bahwa persepsi pasien cenderung baik.

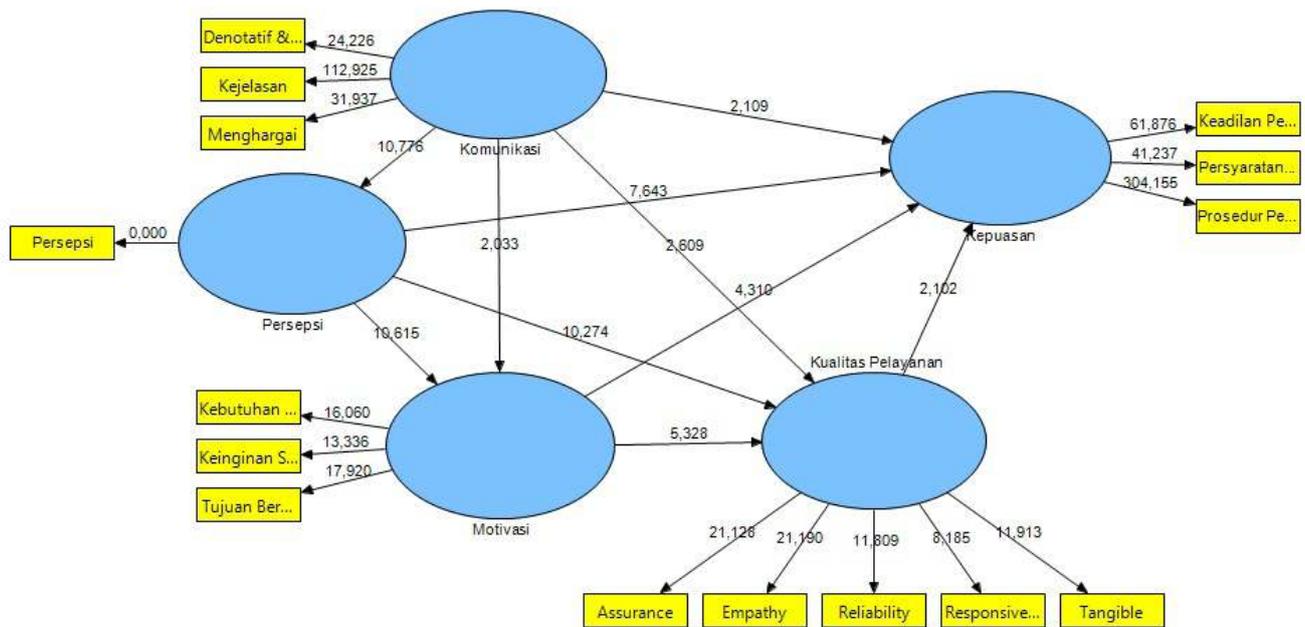
Pada variabel motivasi pasien, jawaban responden berada antara 64-68 mendekati kisaran teoritisnya 25-125 dengan nilai rata-rata 64,33 dan standar deviasi 6,949. Data tersebut memberikan gambaran bahwa motivasi pasien cenderung baik. Pada variabel kualitas pelayanan, jawaban responden berada antara 104-112 mendekati kisaran teoritisnya 15-125 dengan nilai rata-rata 106,6 dan standar deviasi 12,0. Data tersebut memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan cenderung baik. Pada variabel kepuasan pasien, jawaban responden berada antara 63 - 68 mendekati kisaran teoritisnya 15-75 dengan nilai rata-rata 63,45 dan standar deviasi 8,89. Data tersebut memberikan gambaran bahwa kepuasan pasien cenderung baik. Diketahui bahwa deskripsi jawaban 83 responden

tentang variabel komunikasi sebagian besar berada pada rentang aktual 61-66 (38,6%), pada variabel persepsi pasien sebagian besar berada pada rentang aktual 60-65 (45,8%), pada variabel motivasi pasien sebagian besar rentang aktual 64-68 (43,4%), pada variabel kualitas pelayanan sebagian besar rentang aktual 104-112 (57,8%) dan pada variabel kepuasan pasien sebagian besar berada pada rentang 63-68 (49,4%). Variabel dalam penelitian ini diukur melalui 15 butir pernyataan dengan penilaian 1-5. Sehingga skor kuesioner berkisar antara 15-75.

Variabel motivasi sehat dalam penelitian ini diukur melalui 15 butir pernyataan dengan penilaian 1-5. Sehingga skor kuesioner berkisar antara 15-75 dan skor aktual berkisar antara 56-63. Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur melalui 25 butir pernyataan dengan skor 1-5. Sehingga skor kuesioner berkisar antara 25-125 dan skor aktual berkisar antara 93-103. Variabel kepuasan pasien dalam penelitian ini diukur melalui 15 butir pernyataan dengan skor 1-5.

Sehingga skor kuesioner berkisar antara 15-75 dan skor aktual berkisar antara 56-63. Variabel loyalitas pasien dalam penelitian ini diukur melalui 15 butir pernyataan dengan skor 1-5, sehingga skor kuesioner berkisar antara 15-75 dan skor aktual berkisar antara 56-63. Uji chi-square dilakukan untuk melihat variasi total jawaban responden per variabel terhadap karakteristik penelitian. Berdasarkan hasil uji chi-square, diketahui P-value $\alpha = 5\%$ (Asymp.Sig) untuk setiap karakteristik responden lebih besar dari 0,05. Hasil uji tersebut membuktikan bahwa karakteristik responden tidak ada hubungan terhadap variasi jawaban dari variabel komunikasi interpersonal.

Berdasarkan hasil uji chi-square, diketahui



Gambar 2 . Output PLS (T-Statistic)

p-value $\alpha = 5\%$ (Asymp.Sig) untuk setiap karakteristik responden lebih besar dari 0,05. Hasil uji tersebut membuktikan bahwa karakteristik responden tidak ada hubungan terhadap variasi jawaban dari variabel persepsi pasien. Berdasarkan hasil uji che-square, diketahui p-value $\alpha = 5\%$ (Asymp.Sig) untuk setiap karakteristik responden lebih besar dari 0,05. Hasil uji tersebut membuktikan bahwa karakteristik responden tidak ada hubungan terhadap variasi dari jawaban variabel motivasi pasien.

Berdasarkan hasil uji chi-square, diketahui p-value $\alpha = 5\%$ (Asymp.Sig) untuk setiap karakteristik responden lebih besar dari 0,05. Hasil uji tersebut membuktikan bahwa karakteristik responden tidak ada hubungan terhadap variasi dari jawaban variabel kualitas pelayanan . Berdasarkan hasil uji chi-square, diketahui p-value $\alpha = 5\%$ (Asymp.Sig) untuk setiap karakteristik responden lebih besar dari 0,05. Hasil uji tersebut membuktikan bahwa karakteristik responden tidak ada hubungan terhadap variasi dari jawaban

variabel kepuasan pasien.

Dari gambar 1 terlihat bahwa nilai faktor loading telah memenuhi persyaratan yaitu nilai loading factor lebih besar dari 0,5. Suatu indikator dinyatakan valid jika mempunyai loading factor tertinggi kepada konstruk yang dituju dibandingkan loading factor kepada konstruk lain.

Tabel 1 Nilai AVE dan Akar AVE

| Variabel | AVE | Akar AVE | Kriteria Uji >0,5 |
|--------------------|------|-------------|-------------------|
| Komunikasi | 0,81 | 0,90 | Valid |
| Persepsi pasien | 1,00 | 1,00 | Valid |
| Motivasi pasien | 0,63 | 0,79 | Valid |
| Kualitas Pelayanan | 0,67 | 0,82 | Valid |
| Kepuasan Pasien | 0,89 | 0,94 | Valid |

Sumber: Smartpls 2.0 diolah tahun 2017

Tabel 3 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kepuasan Pasien BPJS kesehatan di Rumah Sakit

| Variabel | LV Correlation | Direct Path | Indirect Path | Total | Direct % | Indirect % | Total % |
|--------------------|----------------|-------------|---------------|-------|--------------|-------------|--------------|
| Komunikasi | 0,710 | 0,133 | 0,577 | 0,710 | 9,42 | 0,81 | 57,2 |
| Persepsi pasien | 0,885 | 0,415 | 0,335 | 0,749 | 36,68 | 0,72 | 18,71 |
| Motivasi pasien | 0,788 | 0,209 | 0,069 | 0,279 | 16,50 | 4,72 | 14,7 |
| Kualitas pelayanan | 0,875 | 0,257 | - | 0,257 | 22,50 | - | 6,3 |
| Total | | | | | 85,10 | 6,25 | 91.35 |

Sumber : Smartpls 2.0 diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa korelasi konstruk lebih besar dari pada ukuran konstruk lainnya. Hal itu menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada bloknnya lebih baik dari pada ukuran pada blok lainnya. Cara lain untuk menguji discriminant validity yaitu melalui square root of average variance extraced (AVE). Nilai yang diharapkan di atas 0,50. Berikut di bawah ini tabel AVE dan akarnya, direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar dari 0,50 . berikut ini nilai AVE pada tabel 1. Output pada tabel 1 dapat dilihat semua variabel dinyatakan valid karena memberikan nilai AVE diatas 0,50. Sehingga dapat disimpulkan bahwa evaluasi pengukuran model memiliki discriminant validity yang baik. Metode lain menunjukkan nilai akar kuadrat AVE lebih besar dari nilai square root of average variance extracted (AVE) setiap konstruk, sehingga dapat disimpulkan bahwa evaluasi pengukuran model memiliki discriminant validity yang baik.

Tabel 2 R-Square

| Variabel | R-Square |
|--------------------|----------|
| Komunikasi | - |
| Persepsi pasien | 0,46 |
| Motivasi pasien | 0,54 |
| Kualitas Pelayanan | 0,81 |
| Kepuasan Pasien | 0,85 |

Sumber: Smartpls 2.0 diolah tahun

Tabel 2 menunjukkan bahwa model penelitian menjelaskan sekitar 46,55% dari variabilitas persepsi pasien dapat dijelaskan oleh ketiga konstruk dan sisanya 53,45% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, variabel motivasi pasien dapat dijelaskan sekitar 45,35% dari variabilitas motivasi pasien dapat dijelaskan oleh ketiga konstruk dan sisanya 54,65% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak menjadi variabel dalam penelitian ini, kualitas pelayanan dapat dijelaskan sekitar 81,98% dan sisanya 18,02% dan variabel kepuasan pasien BPJS dapat dijelaskan sekitar 85,09% dan sisanya 14,91 %.

Setelah dilakukan bootstrapping untuk mengukur nilai T-statistic dari masing-masing konstruk laten terhadap konstraknya, maka nilai T-statistic dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ (1,96). Ketentuannya, apabila nilai t-statistik lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$ (1,96), maka konstruk laten tersebut signifikan terhadap konstraknya. Inner model disebut juga dengan nilai R-Square, uji hipotesis T-Statistic, pengaruh variabel langsung dan prediktif (nilai Q-Square). Berikut ini adalah hasil pengukuran nilai R-Square, yang juga merupakan nilai goodness of fit model.

Hasil pengukuran nilai T-statistic dari setiap

indikator kevariabel lebih besar dari 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Hal itu berarti, semua indikator berpengaruh secara signifikan terhadap variabel yang diteliti. menyatakan bahwa komunikasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,132, sedangkan nilai T-Statistic sebesar 2,1 dan signifikan pada $\alpha = 5\%$. Nilai T-Statistic tersebut berada diatas nilai kritis (1,96). Komunikasi berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,129, sedangkan nilai T-Statistic sebesar 2,6 dan signifikan pada $\alpha = 5\%$. Nilai T-Statistic tersebut berada diatas nilai kritis (1,96).

Komunikasi berpengaruh positif terhadap motivasi pasien, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,115, sedangkan nilai T-Statistic sebesar 2,0 dan signifikan pada $\alpha = 5\%$. Nilai T-Statistic tersebut berada diatas nilai kritis (1,96). Komunikasi berpengaruh positif terhadap persepsi pasien, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,682 sedangkan nilai T-Statistic sebesar 10,7 dan signifikan pada $\alpha = 5\%$. Nilai T-Statistic tersebut berada diatas nilai kritis (1,96).

Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,257, sedangkan nilai T-Statistic sebesar 2,1 dan signifikan pada $\alpha = 5\%$. Nilai T-Statistic tersebut berada diatas nilai kritis (1,96). Motivasi pasien berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,209, sedangkan nilai T-Statistic sebesar 4,3 dan signifikan pada $\alpha = 5\%$. Nilai T-Statistic tersebut berada diatas nilai kritis (1,96).

Motivasi pasien berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,269, sedangkan nilai T-Statistic sebesar 5,3 dan signifikan pada $\alpha = 5\%$. Nilai T-Statistic tersebut berada diatas nilai kritis (1,96). Persepsi pasien berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,414, sedangkan nilai T-Statistic sebesar 7,6 dan signifikan pada $\alpha = 5\%$.

Nilai T-Statistic tersebut berada diatas nilai kritis (1,96). Persepsi pasien berpengaruh positif terhadap kualitas peayanan, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,592, sedangkan nilai T-Statistic sebesar 10,2 dan signifikan pada $\alpha = 5\%$. Nilai T-Statistic tersebut berada diatas nilai kritis (1,96).

Persepsi berpengaruh positif terhadap motivasi pasien , hasil uji menunjukkan 0,655

Dari tabel 3 menyatakan bahwa pemasaran berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas pasien. Sehingga menyatakan bahwa pemasaran berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap kepuasan pasien. Sehingga dari masing-masing pengaruh variabel laten eksogen tersebut apabila secara bersama-sama menunjukkan kesesuaian dengan R-square atau dengan kata lain hal ini menyatakan bahwa variabel komunikasi, persepsi

pasien, motivasi pasien, kualitas pelayanan sebesar $(9,42\%+36,68\%+16,50\%+22,50\%) = 85,10\%$. Secara matematis, bentuk persamaan struktural dari model penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$h_1 = x_1 \cdot g_1 + z_1$$

Persepsi = komunikasi interpersonal x 0,682 + 0,534 Komunikasi Interpersonal di Rumah Sakit Umum Kecamatan Pademangan Jakarta Utara Tahun 2017 dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal sebesar 0,682 dan dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 0,534.

$$h_2 = x_1 \cdot g_2 + h_1 \cdot \beta_1 + z_2$$

Motivasi pasien = komunikasi interpersonal x 0,116 + persepsi pasien x 0,655 + 0,453 Motivasi pasien di Rumah Sakit Umum Kecamatan Pademangan Jakarta Utara Tahun 2017 dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal sebesar 0,116, persepsi pasien sebesar 0,655 dan dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 0,453 artinya terdapat pengaruh yang positif dari motivasi pasien, komunikasi interpersonal terhadap persepsi pasien.

$$Y = x_1 \cdot g_4 + h_1 \cdot \beta_3 + h_2 \cdot \beta_5 + h_3 \cdot \beta_6 + z_4$$

Kepuasan pasien = Komunikasi Interpersonal x 0,133 + Persepsi pasien 0,415 + x Motivasi pasien x 0,209 Kualitas pelayanan x 0,257 + 0,149 Kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Pademangan Jakarta Utara Tahun 2017 dipengaruhi oleh Komunikasi Interpersonal sebesar 0,133, Persepsi pasien sebesar 0,415, Motivasi pasien sebesar 0,209, Kualitas pelayanan sebesar 0,257, dan dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 0,149.

Uji Q-Square (Q^2) bertujuan untuk menilai besaran keragaman data atau variasi data penelitian terhadap fenomena yang sedang diteliti. Formula yang digunakan untuk mengukur Q-Square (Q^2) adalah sebagai berikut: Uji Q-Square (Q^2) bertujuan untuk menilai besaran keragaman data atau variasi data penelitian terhadap fenomena yang sedang diteliti. Formula yang digunakan untuk mengukur Q-Square (Q^2) adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2)(1 - R_3^2)(1 - R_4^2)$$

$$Q^2 = 1 - ((1 - 0,850984) \times (1 - 0,819887) \times (1 - 0,546559) \times (1 - 0,465548))$$

$$Q^2 = 0,9935$$

$$= 99,35\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa model mampu menjelaskan variabilitas data sebesar 99,35%, sedangkan 0,65% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Pembahasan

Komunikasi Interpersonal berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,132, sedangkan nilai T-Statistic sebesar 2,1 dan signifikan pada $\alpha=5\%$. Nilai T-Statistic tersebut berada di atas nilai kritis (1,96). Komunikasi Interpersonal berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap Kepuasan pasien.

Hasil uji koefisien parameter antara Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan pasien menunjukkan terdapat pengaruh langsung sebesar 9,42%, sedangkan untuk pengaruh tidak langsung antara Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan pasien melalui persepsi pasien dan motivasi pasien dan kualitas pelayanan mendapatkan nilai sebesar 0,81%.

Kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Kecamatan Pademangan Jakarta Utara Tahun 2017, dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal sebesar 0,132, artinya terdapat pengaruh yang positif dari komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pasien BPJS, semakin baik komunikasi maka akan semakin baik kepuasan pasien untuk melakukan kunjungan ulang di Rumah Sakit Umum Kecamatan Pademangan Jakarta Utara Tahun 2017.

Komunikasi antar pribadi (interpersonal communication) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Komunikasi yang efektif bukan hanya menentukan isi tetapi juga mendefinisikan hubungan interpersonal. Terdapat tiga faktor dalam komunikasi interpersonal untuk menumbuhkan hubungan interpersonal yang baik, yaitu percaya, sikap suportif dan terbuka.¹⁰

Hasil meta analisis yang peneliti review melalui telaah jurnal penelitian mengenai pengaruh komunikasi interpersonal Customer care terhadap kepuasan pasien rumah sakit orthopaedi purwokerto, didapatkan hasil keragaman data 51,30%, dan 48,70% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Menurut asumsi peneliti, Komunikasi Interpersonal yang saling menguntungkan antara petugas kesehatan dan pasien BPJS di mana kedua sisi masing-masing menjalankan hak dan kewajibannya. Hal ini merupakan faktor yang sangat penting, karena dari sisi medis tingkat kesembuhan pasien meningkat pesat dengan menggunakan metode komunikasi yang baik sehingga pasien BPJS merasa puas dengan pelayanan yang diberikan petugas kesehatan.

Persepsi pasien berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,414, sedangkan nilai T-Statistic sebesar 7,6 dan signifikan pada $\alpha=5\%$. Nilai T-Statistic tersebut berada di atas nilai kritis (1,96).

Persepsi pasien berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap kepuasan pasien. Hasil uji koefisien parameter antara Persepsi pasien terhadap kepuasan pasien menunjukkan terdapat pengaruh langsung sebesar 36,68%, sedangkan untuk pengaruh tidak langsung antara Persepsi pasien terhadap kepuasan pasien melalui motivasi pasien maupun kualitas pelayanan mendapat nilai sebesar 0,72%. Kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Kecamatan Pademangan Jakarta Utara Tahun 2017 dipengaruhi oleh persepsi

pasien sebesar 0,078, artinya terdapat pengaruh yang positif dari persepsi pasien terhadap kepuasan pasien, semakin baik persepsi pasien maka akan semakin baik kepuasan pasien untuk melakukan kunjungan ulang di Rumah Sakit Umum Kecamatan Pademangan Jakarta Utara Tahun 2017.

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi mengandung pengertian yang sangat luas, menyangkut intern dan ekstern. Berbagai ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi, walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama. persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.¹¹

Persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dengan berbagai macam bentuk. Stimulus mana yang akan mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Berdasarkan hal tersebut, perasaan, kemampuan berfikir, pengalaman-pengalaman yang dimiliki individu tidak sama, maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antar individu satu dengan individu lain.

Hasil meta analisis yang peneliti review melalui telaah jurnal penelitian Irsansyah putra (2013) pengaruh kualitas pelayanan terhadap persepsi dan kepuasan pasien dalam meningkatkan loyalitas pasien cilegon. didapatkan hasil keragaman data 87 %, dan 13 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.¹⁸

Menurut asumsi peneliti persepsi pasien adalah diterimanya rangsang melalui panca indera yang didahului oleh perhatian sehingga pasien mampu mengetahui, mengartikan dan menghayati tentang hal yang diamati, baik yang ada diluar maupun dalam diri pasien.

Motivasi Pasien berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,180, sedangkan nilai T-Statistic sebesar 6,8 dan signifikan pada $\alpha=5\%$. Nilai T-Statistic tersebut berada

diatas nilai kritis (1,96). Motivasi Pasien berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap kepuasan pasien. Hasil uji koefisien parameter antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien menunjukkan terdapat pengaruh langsung sebesar 12,8%, sedangkan untuk pengaruh tidak langsung antara motivasi pasien terhadap kepuasan pasien melalui persepsi pasien, komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan mendapat nilai sebesar 1,9%. Kepuasan pasien di Rumah Sakit Umum Kecamatan Pademangan Jakarta Utara Tahun 2017 dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 0,180, artinya terdapat pengaruh yang positif dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, semakin baik kualitas pelayanan yang dialami pasien maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pasien di Rumah Umum Kecamatan Pademangan Jakarta Utara Tahun 2017.

Motivasi merupakan variabel penting, yang dimana motivasi pasien perlu mendapat perhatian yang besar dalam memberikan kualitas pelayanan dalam peningkatan kepuasan pasien. Motivasi merupakan faktor yang kehadirannya dapat menimbulkan dan meningkatkan komitmen pegawai. Motivasi merupakan proses yang berpengaruh pada intensitas, arah, dan lamanya berlangsung upaya individu kearah pencapaian sasaran. tujuan pemberian motivasi adalah untuk mempertahankan kepuasan, artinya motivasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan . motivasi merupakan proses yang berpengaruh pada intensitas, arah, dan lamanya berlangsung upaya individu kearah pencapaian sasaran.¹³

Menurut asumsi peneliti, bahwa motivasi pasien yang tinggi dapat dicapai jika didukung oleh kepuasan yang tinggi untuk melakukan kunjungan ulang. Motivasi sehat dapat menimbulkan kemampuan seseorang untuk berobat, maka secara tidak langsung akan meningkatkan kepuasan pasien. Sedangkan apabila motivasi pasien rendah maka tingkat kepuasan pasien untuk berkunjung ulang pun menurun.

Rumah Sakit Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, hasil uji menunjukkan ada pengaruh positif 0,257, sedangkan nilai T-Statistic sebesar 2,1 dan signifikan pada $\alpha=5\%$. Nilai T-Statistic tersebut berada diatas nilai kritis (1,96). Kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pasien. Hasil uji koefisien parameter antara Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien menunjukkan terdapat pengaruh langsung sebesar 22,50%.

Kualitas pelayanan atau kualitas jasa adalah merupakan bagian penting yang perlu mendapat perhatian rumah sakit. pengemasan paket jasa atau pelayanan yang diproduksi merupakan salah satu strategi pemasaran institusi pelayanan kesehatan kepada para penggunanya, yaitu pasien dan keluarganya. Pihak manajemen rumah sakit harus berusaha agar paket jasa

pelayanan yang ditawarkan mampu dipertahankan atau berkesinambungan sehingga segmen pasar tertentu mampu dipertahankan atau tercipta pelanggan baru karena cerita dari mulut kemulut oleh pengguna jasa sebelumnya. keunggulan suatu produk jasa pelayanan kesehatan juga sangat tergantung dari keunikan paket jasa, jasa atau pelayanan yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan harapan (ekspektasi) pelanggannya

Penting bagi manajemen dalam melakukan pengukuran kualitas pelayanan, karena memungkinkan perusahaan untuk mempelajari lebih mendalam mengenai hal-hal yang memberikan kontribusi pada kepuasan pelanggan. Serta memberikan informasi yang berharga pada manajemen tentang performa perusahaan dalam menciptakan pelanggan yang puas, loyal dan berkomitmen untuk mengetahui strategi yang akan dilakukan. Sementara itu, sejumlah riset empiris yang dilakukan dalam menyimpulkan bahwa profitabilitas, pangsa pasar, ROI (Return On Investment), perputaran aset, efisiensi biaya, minat pembelian ulang, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan berkaitan positif dengan persepsi terhadap kualitas pelayanan jasa.

Banyak pakar yang menyatakan bahwa hukum pertama kualitas pelayanan adalah "melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal". Bila hal itu tercapai maka akan mewujudkan loyalitas pelanggan. Meskipun demikian dalam suatu perusahaan yang telah menyampaikan jasanya dengan baik tetap saja akan ada pelanggan yang kecewa. Penyebabnya ada dua jenis, yaitu Faktor internal dan faktor eksternal.

Kualitas jasa pelayanan yaitu keunggulan suatu produk dan jasa tergantung dari sifat unik dan kualitas yang diperlihatkan, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan atau konsumen. Salah satu cara perusahaan agar dapat tetap unggul bersaing adalah dengan memberikan jasa pelayanan berkualitas yang lebih tinggi dari pada pesaing.¹⁴ Oleh karena itu, harapan dari pelanggan terbentuk dari masa lalunya, pembicaraan dari mulut kemulut, promosi yang kemudian diperbandingkan dengan tempat lain. Dapat disimpulkan bahwa pengertian dari kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap produsen atau lembaga penyedia jasa pelayanan. Selain menjadi penting bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut, memuaskan kebutuhan pelanggan atau pasien dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pasien atau Pelanggan yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali atau berkunjung kembali dan mengajak atau merekomendasikan kepada calon pasien pelanggan baru untuk menggunakan jasa pelayanan yang telah mereka rasakan kepuasan kinerja

pelayanannya.

Faktor-faktor yang berhubungan dengan kepuasan pasien diantaranya adalah karakteristik pasien itu sendiri, sedangkan karakteristik pasien berpengaruh pada perilaku pasien dalam menyelesaikan masalah kesehatan. yang menyatakan bahwa perilaku kesehatan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor perilaku (behavior cause) dan faktor non perilaku (non behavior causes)¹⁵

Kepuasan tetap memiliki peranan penting untuk membentuk loyalitas pelanggan, tetapi hanya sampai pada tahap afektif. Kepuasan saja tidak menjamin pelanggan untuk tetap loyal, karena terdapat customer idiosyncrasies, ada aspek pelanggan yang kontra dengan keloyalan seperti keinginan mencari variasi dan mencoba sesuatu yang baru.¹⁶

Hasil meta analisis yang peneliti review melalui telaah jurnal penelitian Sri Fitriani (2014) mengenai Analisis kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan, Surakarta, didapatkan p-value = 0,275; OR = 5,223; 95% CI (2,314-8,614), pada jurnal penelitian Suadi indar (2011) pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan terhadap kepuasan, Makasar, didapatkan p-value = 0,04; OR = 6,014; 95% CI (3,332-12,121), Hasil meta analisis yang peneliti review melalui telaah jurnal penelitian Irfan ridwan (2015) mengenai Fasilitas kesehatan: faktor kepuasan dan loyalitas pasien, Lampung, didapatkan P-value = 0,032; OR = 3,245; 95% CI (1,423-5,101).¹⁷

Menurut asumsi peneliti, pada kualitas pelayanan, Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasien serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pasien. Kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan rumah sakit atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pasien.

Kesimpulan

Berdasarkan temuan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pasien BPJS dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal (9,42%), persepsi pasien (36,68%), motivasi sehat (16,50%) dan kualitas pelayanan (22,50%). Pengaruh langsung kepuasan pasien BPJS kesehatan sebesar 85,10% dan pengaruh tidak langsung loyalitas pasien pada kunjungan ulang rawat jalan sebesar 6,25%.

Total pengaruh langsung dan tidak langsung kepuasan pasien BPJS adalah sebesar 91,35%. Ada faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel loyalitas pasien pada kunjungan ulang rawat jalan sebesar 8,65%. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa pengaruh langsung kepuasan pasien BPJS kesehatan sebesar 85,10 % dan pengaruh persepsi pasien merupakan faktor yang dominan yang sangat mempengaruhi kepuasan pasien dalam

melakukan kunjungan ulang rawat jalan di rumah sakit umum kecamatan pademangan, dan dapat kita lihat juga komunikasi interpersonal memiliki nilai terkecil meskipun pengaruh komunikasi interpersonal kecil akan tetapi komunikasi interpersonal tetap menjadi tonggak dalam mempertahankan tingkat kepuasan pasien dalam melakukan kunjungan ulang rawat jalan ke rumah sakit umum kecamatan pademangan.

Saran

Diharapkan agar tenaga kesehatan dalam melayani pasien perlu mencerminkan sikap perhatian yang tulus, tidak membedakan pasien serta konsisten terhadap kesesuaian dan ketepatan waktu melayani pasien. Pelayanan kesehatan bagi pasien perlu dilakukan secara cepat sesuai dengan kebutuhan dan harapan pasien.

Datar Pustaka

1. Farmalkes. Undang-undang nomor 36 tahun 2009. <http://binfar.kemendes.go.id/2009/02/undang-undang-nomor-36-tahun-2009>.
2. Ari Prasetyo. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Manajemen. 2012
3. Departemen Kesehatan R.I. Buku Pedoman UU BPJS. Cetakan XVIII. Tidak Dipublikasikan. 2006.
4. Pohan. Imbolo. Jaminan Mutu Layanan Kesehatan. Jakarta. Buku Kedokteran. 2011
5. Hamzah B. Uno. Teori Motivasi dan pengukurannya Analisis di bidang pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara. 2011
6. Mulyana, Deddy. Ilmu Komunikasi : suatu pengantar. Bandung : Remaja rosdakarya. 2005
7. Buchori. Manajemen Pemasaran. Bandung: CV Alfabeta. 2007
8. Notoatmodjo, Soekidjo. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta; 2010.
9. Ghojali, Imam. Structural Equation Modeling Metode Alternatif Partial Least Square (PLS). Semarang: Universitas Diponegoro. 2008
10. Kotler philip & Gary armstrong. Prinsip-prinsip pemasaran, jilid II edisi 12, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlanga; 2007.
11. Rahmat, Jalaluddin. Psikologi Komunikasi. Bandung: Rosdakarya. 2007
12. Sobur, Alex. Psikologi Umum. Bandung: Pustaka Setia. 2011
13. Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta. 2002
14. Widayatun, Tri Rusmi. ILMU PERILAKU. Jakarta: Sagung Seto. 2009
15. Dorothea Wahu Ariani, Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas). Penerbit CV Andi Offset : Yogyakarta. 2004.
16. Agus & Subirosa. Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Gramedia Pustaka.
17. Stephen. Organizational Behavior, Tenth Edition (Perilaku Organisasi Edisi ke-10), Jakarta: Salemba Empat; 2008.
18. Muninjaya. Manajemen kesehatan eds . Jakarta: Buku kedokteran EGC; 2010.
19. Barnes, James G. Secret Of Customer Relationship Management. Yogyakarta: ANDI; 2007.
20. Fandy Tjiptono. Manajemen Jasa. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi; 2014.
21. Sutisna. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Cetakan 1. Bandung: PT Remaja Rosdakarya; 2007.
22. Supartopel, Adikoesoemo. Manajemen Rumah Sakit. Jakarta: PT. Pusaka Sinar Harapan (Cetakan kelima) 2008.
23. Zulian Yamit. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta. Ekonisia. 2011.
24. Notoatmodjo, soekidjo. Promosi kesehatan teori dan aplikasi. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta; 2006