ANALISA KUALITAS PELAYANAN MENPENGARUHI KEPUASAN PASIEN BPJS (BADAN PENYELENGGARA JAMINAN SOSIAL) PADA RUMAH SAKIT STROKE NASIONAL BUKITTINGGI

Hariman Syaleh

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Haji Agus Salim Bukittinggi

Email : harimansyaleh@yahoo.co.id

Abstract: This study aims to explain whether the quality of service affect patient satisfaction BPJS in review of the dimensions of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The sample in this study consisted of 100 respondents and the data were obtained by distributing questionnaires to inpatients who were in Bukittinggi National Stroke Hospital and analyzed by multiple linear regression analysis method, T test, F test and Coefficient Detarmine (R2) test with help Software SPSS 21 for Windows. The results showed that the 5 variables are: physical evidence variables have a positive and significant effect on patient satisfaction, as well as the second variable reliability has a positive and significant impact on patient satisfaction and the third variable responsiveness has a positive and significant impact on the satisfaction of patients with the fourth assurance has a positive and significant effect on patient satisfaction and empathy have a positive and significant influence on the satisfaction of BPJS inpatients at Bukittinggi National Stroke Hospital. The authors get the conclusions from the five variables that the author carefully both partially and simultaneously have a significant positive effect on patient satisfaction BPJS at National Stroke Hospital Bukittinggi.

Keywords: *quality of service; satisfaction*

PENDAHULUAN

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam penjaminan terhadap masyarakat miskin, miskin dan mendekati miskin, program ini disebut dengan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial yang selanjutnya disebut BPJS dengan tidak ada perubahan jumlah sasaran.

Sumatera Barat sendiri terdapat jumlah sasaran menurut BPS tahun 2013 yaitu sebanyak 1,3 juta penduduk miskin, sedangkan yang ada di Bukittinggi sendiri sebanyak 4.095 orang yang menjadi sasaran untuk program tersebut namun pada kenyataannya hanya sebanyak 2.290 orang yang baru mendapatkannya.

Berdasarkan data yang ada di Rumah Sakit Stroke Nasional Bukittinggi didapatkan jumlah kunjungan rawat inap pasien pada tahun 2016 sebanyak 1.656 orang dengan

rincian terhitung dari bulan Januari sampai Desember 2016. Pada bulan Januari 164 orang pasien rawap inap, bulan Februari 123 orang, bulan Maret 128 orang, bulan April 167 orang, bulan Mei 149 orang, bulan Juni 164 orang, bulan Agustus 127 orang, bulan September 126 orang, bulan Oktober 161 orang, bulan November 158 orang, bulan Desember 159 orang.

Laporan untuk kunjungan pasien rawat inap pada tahun 2013 sampai 2016 adalah sbb:

Tabel 1: Kunjungan pasien rawat inap 2013 s/d 2016

TAHUN	JUMLAH PASIEN
2013	986
2014	978
2015	1224
2016	1.656

Sumber : Data dari Instalasi RSSN Bukittinggi 2017

Dari total kunjungan tersebut, banyak juga pasien yang berobat melalui jalur umum karena disamping pelayanan cepat tidak menunggu antrian yang lama dan pelayanan juga lebih baik, tetapi jika pasien memakai BPJS harus ada surat pengantar kemudian dokter sering tidak ada jika memakai kartu BPJS berbeda dengan pasien umum yang memiliki dokter setiap saat dan waktu. Sehingga dapat digambarkan bahwa masih kurang kesadaran dari semua pihak dan juga pelayanan yang diberikan oleh pemerintah belum menyeluruh. Maka dari itulah penulis merasa tertarik untuk mencoba melakukan penelitian lebih lanjut dan menuangkannya dalam bentuk penelitian.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kotler dan Keller (2009), *service* adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

Menurut Prasetyo dan Miftahul (2012), kualitas pelayanan adalah merupakan kemampuan Perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan. Sebaliknya jika yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.

Kotler (Alma 2007). mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasien serta ketepatan

penyampaian dalam mengimbangi harapan pasien.

Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan. Tjiptono (2009) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya) 1. Keandalan Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. 2. Daya tanggap Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa 3. Jaminan Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan 4. Perhatian Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan. 5. Bukti Fisik Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Menurut Prasetyo dan Miftahul (2012:72), kualitas pelayanan adalah merupakan kemampuan Perusahaan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan dan juga apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan. Sebaliknya jika yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka

kualitas dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.

Menurut Parasuraman, Zeithalm, Berry (dalam Tjiptono 2011 : 198) terdapat lima dimensi yang dapat dijadikan penentu kualitas pelayanan yaitu :

a. Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan secara segera, sesuai harapan dan dapat memberi kepuasan. Para karyawan harus memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Atributnya adalah memberikan pelayanan sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang telah disepakati

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tanggap merupakan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa. Daya tanggap meliputi kecepatan dan ketepatan pelayanan kepada pelanggan, keinginan dan kesiapan menanggapi pelanggan.

c. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan dari pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan memberikan timbal balik dengan menciptakan keamanan dan kenyamanan bagi pelanggan. Jaminan mencakup keterampilan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.

d. Empati (*Empathy*)

Empati merupakan perhatian dari perusahaan dalam melayani pelanggan dengan baik. Hal ini meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan perusahaan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

e. Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti Langsung merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang dimiliki, keadaan lingkungan sekitar adalah bukti dari pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan. Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, material yang digunakan perusahaan, dan penampilan karyawan.

Pelanggan adalah semua orang yang ingin dilayani kebutuhannya sesuai dengan harapannya. Selanjutnya setiap pelanggan pasti ingin mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan. Dalam Kotler (2007), secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan merasa puas dan sebaliknya. Menurut Herlistyani (2012), bahwa dalam proses pelayanan sendiri terdapat upaya saling member dan menerima suatu informasi. Karena apabila telah terjadi timbale balik dan memberikan suatu manfaat yang positif maka hal tersebut akan menimbulkan sesuatu yang bias meningkatkan kepercayaan. Jika pelanggan percaya, berarti dia merasa puas dan kebutuhan yang dia butuhkan dan harapkan telah terpenuhi.

Kotler dan Keller (2009) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya.

Lovelock dan Wright (2007) menyatakan bahwa, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pascapembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan,

netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu. Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Yuliarini dan Riyasa (2007) adalah: 1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan. 2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis 3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.

Menurut Kotler dan Keller (2009), “*Satisfaction reflects a person's judgements of a product's perceived performance (or outcome) in relationship to expectation*” yang berarti kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan *performance* produk terhadap ekspektasi mereka. Jika *performance* gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas. Jika *performance* sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan menjadi puas. Jika *performance* melebihi ekspektasi, maka pelanggan merasa sangat puas. Soelastih (2004) dalam Tony Wijaya (2005) mengemukakan tentang harapan dan persepsi sebagai berikut: 1. Nilai harapan = nilai persepsi maka pasien puas; 2. Nilai harapan < nilai persepsi maka pasien sangat puas; 3. Nilai harapan > nilai persepsi maka pasien tidak puas. Nilai harapan dibentuk melalui pengalaman masa lalu, komentar atau saran dari pasien dan informasi dari pesaing. Adapun nilai persepsi adalah kemampuan perusahaan dalam melayani pasien dalam upaya memuaskan pasien.

Studi Andaleeb dan Conway (2006), menyatakan dengan membuat modifikasi dimensi kualitas pelayanan menunjukkan adanya pengaruh yang positif tiga dimensi kualitas pelayanan yaitu, *responsiveness*, *reliability* dan

price terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi *responsiveness* merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Studi Olorunniwo et. al. (2006), menghasilkan temuan *tangible*, *responsiveness*, *knowledge* dan *recovery* merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien. Faktor *responsiveness* dan *knowledge* merupakan faktor yang lebih tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pasien dibandingkan faktor *tangible* dan *recovery*. Sedangkan faktor *tangible* merupakan faktor yang kurang penting dibandingkan dengan ketiga faktor lainnya.

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Veloutsou, 2005:46). Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan (Ismail dan Haron, 2006).

Menurut Tjiptono (2011 : 453) ada konsep inti mengenai objek pengukuran, berikut indikator kepuasan Pelanggan: a. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*). Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa. Kepuasan diukur berdasar produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing; b. Minat pembelian ulang. Kepuasan pelanggan diukur berdasar perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi; c. Ketersediaan untuk merekomendasi. Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bukan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, asuransi jiwa,

tur keliling) kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga.

Menurut Kotler (1994) yang dikutip oleh Tjiptono (2010), untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara: 1. *Directly reported satisfaction*. Ungkapan yang disampaikan secara langsung tentang kepuasan dirinya terhadap pelayanan yang diterimanya. 2. *Derived dissatisfaction*, Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan. 3. *Problem analysis* Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Disamping itu responden juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan. 4. *Importance/performance ratings* Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pertanyaan setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

Menurut Zheithaml and Bitner (2003) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain: 1. Fitur produk dan jasa. Kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi pelanggan terhadap fitur produk atau jasa. 2. Emosi pelanggan. Emosi juga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa. Emosi ini dapat stabil, seperti keadaan pikiran atau perasaan atau kepuasan hidup. Pikiran atau perasaan pelanggan (*good mood* atau *bad mood*) dapat mempengaruhi respon pelanggan terhadap jasa.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal,

penelitian kausal adalah salah satu tipe penelitian konklusif dimana mempunyai tujuan utama untuk mengetahui dan memperoleh bukti mengenai hubungan sebab-akibat (Malhotra 2004). Tujuan dari penelitian kausal ini adalah untuk mengetahui mana yang merupakan variabel independen dan mana yang merupakan variabel dependen dan mencari hubungan di antara variabel independen dengan variabel dependen. Hubungan sebab-akibat pada penelitian ini untuk mengungkapkan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) Pada Rumah Sakit Stroke Nasional Bukittinggit. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2004), metode penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pendekatan kuantitatif biasanya dilakukan pada penelitian inferensial dan menyandarkan kesimpulan pada pengujian hipotesis.

Populasi pada penelitian ini adalah pasien BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) rawat inap Pada Rumah Sakit Stroke Nasional Bukittinggit dalam periode 1 Januari 2016 hingga 31 Desember 2016 yang berjumlah 1.656 pasien rawat inap. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). Dengan teknik tersebut setiap responden dalam penelitian ini dipilih melalui *screening question* yaitu dengan menentukan kriteria responden harus sudah lebih dari dua kali menggunakan jasa BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) rawat inap. Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh sampel sebanyak 99,9396499 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi sampel

dalam penelitian ini adalah 100 responden (n=100).

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, karena untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh antara variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Reliability*, *Responsiveness*, *Empathy*, *Assurance*, dan *Tangible* terhadap kepuasan mahasiswa. Dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu persamaan linear, pengaruh variabel independen dalam analisis regresi linear berganda dapat diukur secara parsial dan secara bersama-sama yang ditunjukkan oleh *coefficients of multiple determination* (R²). Adapun model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pasien) secara parsial dengan tahapan sebagai berikut :

- Menentukan Ho dan Ha
- Ho: $\beta=0$, berarti tidak pengaruh secara parsial antara variabel bebas (wujud fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan kepercayaan, empati) terhadap kualitas pelayanan pasien.
- Ha: $\beta \neq 0$, berarti ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (wujud fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan kepercayaan, empati) terhadap kualitas pelayanan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien BPJS (Badan Penyelenggara

Jaminan Sosial) rawat inap pada Rumah Sakit Storke Nasional Bukittinggi dan sekaligus dalam rangka membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Hasil analisa regresi liner berganda dapat dijelaskan pada Tabel 1.6 berikut:

Tabel 2: Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		ig.
		td. Error	Beta		
(Constant)	9.235	.455		.079	.000
Bukti fisik	.358	.141	.213	.534	.013
Empati	.255	.116	.188	.192	.031
Daya tanggap	.534	.125	.372	.279	.000
Keandalan	.277	.132	.169	.094	.039
Jaminan	.677	.172	.328	.935	.000

a. Dependent Variable:
Kepuasan Pasien

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2017

Kemudian nilai koefisien regresi masing – masing variabel diatas dapat disubstitusikan ke dalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 39,235 + 0,358 X_1 + 0,255 X_2 + 0,534 X_3 + 0,277 X_4 + 0,677 X_5$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

Nilai konstanta sebesar 39,235, ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien sebelum dipengaruhi kualitas pelayanan dengan dimensi Bukti fisik, Empati, Daya tanggap, keandalan dan Jaminan, sudah ada sebesar 39,235 dengann asumsi variabel lain tetap.

Nilai dari variabel independen yaitu bukti fisik (X₁) adalah sebesar 0,358 yang artinya bahwa bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien, jika bukti fisik dinaikkan satu satuan maka kepuasan pasien akan meningkat sebesar 0,358. Kemudian empati (X₂) nilainya sebesar 0,255 yang artinya bahwa empati berpengaruh positif signifikan terhadap

kepuasan pasien, jika empati dinaikkan satu satuan maka kepuasan pasien akan meningkat sebesar 0,255. Kemudian variabel independen ketiga dari dimensi kualitas pelayanan adalah daya tanggap (X3) nilainya sebesar 0,534 yang artinya bahwa daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien, jika daya tanggap dinaikkan satu satuan maka kepuasan pasien akan meningkat sebesar 0,534. Variabel keempat independen adalah kehandalan (X4) nilainya sebesar 0,277 yang artinya bahwa keandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien, jika keandalan dinaikkan satu satuan maka kepuasan pasien akan meningkat sebesar 0,277, dan yang terakhir variabel independen dimensi kualitas pelayanan adalah jaminan (X5) nilainya sebesar 0,677 yang artinya bahwa jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien, jika jaminan dinaikkan satu satuan maka kepuasan pasien akan meningkat sebesar 0,677.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis pada Rumah Sakit Umum Stroke Nasional Bukittinggi maka dapat dikemukakan kesimpulan : bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) rawat inap pada Rumah Sakit Storke Nasional Bukittinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Januar, P. E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 265–289.
- Kusuma Wijayanto. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Paradigma*, 17(1), 38–45.
- Nilasari, E., & Istiantin. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien pada dealer PT. ramayana motor sukoharjo. *Jurnal Paradigma*, 13(1), 1–12.
- Pelanggan, L. (2015). Yang Merupakan Sistem Jaringan Yang Menghubungkan Tiap-Tiap Komputer |, 12(2), 114–122.
- Radar Malang, Setiawan, P. Y. P. D., Sularso, R. A., Prasodjo, A., Putri, M. S. K. dan, Budiadi, S., ... Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2013). Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II Salemba Empat. *PhD Proposal*, 1(1), 186. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sirait, J. N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Waterpark Perum Bumi Sempaja di kota Samarinda. *Ejournal Administrasi Bisnis*, ISSN: 2355-5408, 4(2), 342–355. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sulistiyawati, N. M. A., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar, 4(8), 2318–2332.
- Tjakradidjaja, F. a, Nasution, S. F., Biomed, M., Studi, P., Dokter, P., & Pengantar, K. (2009). Mahasiswa Program Studi Pendidikan, 5, 115–125.
- Warmika, G. K. (n.d.). DI KOTA DENPASAR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia, (1), 3725–3741.