**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PASIEN DI KLINIK NUR MUHAMMAD MAJALAYA**

**JURNAL TESIS**

****

**Disusun oleh :**

**Arif Ary Nugroho**

**208020189**

**PROGRAM STUDI**

**MAGISTER MANAGEMEN RUMAH SAKIT**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**2023**

**ABSTRAK**

Nugroho, Arif Ary. 2023. Mutu pelayanan kesehatan masyarakat perlu terus ditingkatkan untuk meningkatkan derajat kesehatan karena terwujudnya keadaan sehat adalah kehendak semua pihak. Kemenkes RI (2019) menyatakan bahwa kesehatan merupakan hak seluruh warga negara dan semua pihak harus ikut serta untuk mewujudkannya. Untuk mewujudkan kesehatan masyarakat yang baik dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik pula guna menghasilkan kepuasan serta keloyalitasan pasien. Namun beberapa fasilitas kesehatan memiliki tingkat kualitas pelayanan yang kurang baik, salahsatunya adalah klinik Nur Muhammad Majalaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien serta dampaknya terhadap loyalitas pasien. Untuk mengetahui pengaruh tersebut dilakukan pengambilan data melalui kuesioner terhadap 254 responden. Teknik analisis yang dilakukan adalah pendekatan statistik deskriptif dan verifikatif. Hasil penelitian didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien serta dampaknya terhadap loyalitas pasien dengan besar pengaruh keterwujudan (X1) dengan total pengaruh sebesar 5,922%, kehandalan (X2) dengan total pengaruh sebesar 5,763%, daya tanggap (X3) dengan total pengai-uh sebesar 6,023%, jaminan (X4) dengan total pengaruh sebesar 5,476% dan empati (X5) dengan total pengaruh sebesar 6,281 %.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pasien, loyalitas pasien.

**ABSTRAK**

*Nugroho, Arif Ary. 2023. The quality of public health services needs to be continuously improved to improve health status because the realization of a healthy state is the wish of all parties. The Indonesian Ministry of Health (2019) states that health is the right of all citizens and all parties must participate in making it happen. To realize good public health, good service quality is also needed to produce patient satisfaction and loyalty. However, several health facilities have a poor level of service quality, one of which is the Nur Muhammad Majalaya clinic. The purpose of this study was to analyze the influence between service quality and patient satisfaction and its impact on patient loyalty. To find out the effect, data collection was carried out through questionnaires to 254 respondents. The analysis technique used is a descriptive and verification statistical approach. The results showed that there was a significant influence both directly and indirectly between the quality of service on patient satisfaction and its impact on patient loyalty with a large effect of Tangible (X1) with a total effect of 5.922%, reliability (X2) with a total effect of 5.763%, responsiveness (X3) with a total influence of 6.023%, assurance (X4) with a total influence of 5.476% and empathy (X5) with a total influence of 6.281%.*

*Keywords: service quality, patient satisfaction, patient loyalty.*

1. **PENDAHULUAN**

 Mutu pelayanan kesehatan masyarakat perlu terus ditingkatkan untuk meningkatkan derajat kesehatan karena terwujudnya keadaan sehat adalah kehendak semua pihak. Kemenkes RI (2019) menyatakan bahwa kesehatan merupakan hak seluruh warga negara dan semua pihak harus ikut serta untuk mewujudkannya. Untuk mewujudkan keadaan sehat tersebut banyak hal perlu dilakukan, salah satu upaya yang dinilai mempunyai peranan yang cukup penting adalah penyelenggaran pelayanan kesehatan.kesehatan masyarakat yang setinggitingginya, sebagai investasi bagi pembangunan sumber daya manusia yang produktif secara sosial dan ekonomis.”

 Namun dalam pelaksanaannya, tidak semua wilayah di Indonesia mampu melaksanakan penyelenggaraan kesehatan sesuai standar karena berbagai faktor kesenjangan sosial, ekonomi, pendidikan, dll. Data menurut Kemenkes RI tahun 2019 mencantumkan salah satu wilayah di jawa barat yang diidentifikasi memiliki kesenjangan kesehatan yang cukup rendah adalah Kabupaten Bandung.

Dalam mencapai tujuan nasional seperti yang tercantum dalam dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 diseleggarakan upaya pembangunan yang berkesinambungan dalam rangkaian program pembangunan yang menyeluruh terarah dan terpadu. Upaya pembangunan ini diharapkan dapat mewujudkan suatu tingkat kehidupan masyarakat secara optimal, termasuk peningkatan kesehatan. Tujuan pembangunan kesehatan sebagai komitmen nasional dapat dilihat pada pasal 3 Undang-Undang Nomor 36 tahun 2009 (Undang-Undang Kesehatan) seperti berikut:“Pembangunan kesehatan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang agar terwujud derajat

Pada tahun 2018, Data Dinas Kesehatan Kabupaten Bandung (2019: 37) menyatakan bahwa terdapat 1.585.449 kasus penyakit yang dilaporkan mendapat pengobatan rawat jalan di kabupaten bandung atau sekitar 50% dari total jumlah penduduk yang berjumlah 3,7 juta jiwa. Data ini jauh lebih banyak dibandingkan masyarakat di kota Bandung yang memiliki kasus penyakit sekitar 40% dari total penduduknya.

Penelitian ini dilakukan di klinik Nur Muhammad Majalaya. Pada bulan Januari, Februari, dan November kunjungan pasien mencapat target sementara di bulan lainnya tidak mencapai target. Ketidakberhasilan capaian target tersebut diperkirakan karena beberapa faktor, diantaranya kurangnya kualitas pelayanan, kepuasan pasien, dan loyalitas pasien sehingga peneliti melakukan penelitian untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien serta dampaknya terhadap loyalitas pasien di klinik Nur Muhammad Majalaya.

Beberapa hal yang mungkin mempengaruhi kualitas pelayanan berdasarkan observasi peneliti adalah:

1. Kualitas pelayanan kurang baik terutama waktu yang dibutuhkan untuk melayani pasien dari pendaftaran sampai selesai adalah sekitar 40 menit, hal tersebut menyebabkan antrean pasien panjang.
2. Fasilitas klinik kurang lengkap terutama lahan parkir yang hanya bisa memuat 1 mobil dan 3 sepeda motor, sehingga apabila parkir penuh beberapa pasien tidak jadi berkunjung ke klinik.
3. Klinik tersebut merupakan klinik dokter umum, tetapi persepsi sebagian masyarakat adalah klinik untuk pengobatan penyakit kulit. Hal tersebut menyebabkan klinik kehilangan peluang kunjungan pasien lain.
4. Pemilik klinik bukan merupakan tenaga kesehatan dan memiliki beberapa usaha lain seperti sekolah agama islam swasta, sehingga menyebabkan tidak fokusnya manajemen klinik dan sering mengalami kehabisan obat.
5. Tenaga kesehatan yang bekerja di klinik tersebut hanya berjumlah 3 orang, sehingga apabila pasien dalam jumlah banyak berkunjung dalam satu waktu akan mengakibatkan tidak efektifnya pelayanan.

Pada survey awal didapatkan data dari 30 pasien yang mengisi kuesioner tentang faktor-faktor yang memiliki hubungan dengan loyalitas pasien. Survei awal menunjukkan bahwa klinik Nur Muhammad Majalaya memiliki kualitas pelayanan dan kepuasan pasien yang kurang baik sehingga loyalitas pasien rendah yang berdampak terhadap rendahnya kunjungan pasien ke klinik.

Pasien yang telah memilih suatu fasilitas kesehatan sebagai tempat pengobatan rutin dapat dikategorikan menjadi loyalitas. Menurut Hasan (2014:121), Loyalitas konsumen merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek dimasa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merk, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk atau jasa.

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa loyalitas lebih ditujukan kepada suatu perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Jadi dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk / jasa terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

**Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasikan masalah yang ada pada klinik Nur Muhammad majalaya sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pasien tentang kualitas pelayanan di klinik Nur Muhammad Majalaya.
2. Bagaimana tingkat kepuasan pasien yang mendapatkan pelayanan di klinik Nur Muhammad Majalaya.
3. Bagaimana loyalitas pasien terhadap klinik Nur Muhammad Majalaya.
4. Seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di klinik Nur Muhammad Majalaya.
5. Seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien di klinik Nur Muhammad Majalaya
6. Seberapa besar pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pasien di klinik Nur Muhammad Majalaya.

**Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Persepsi pasien tentang kualitas pelayanan di klinik Nur Muhammad Majalaya.
2. Tingkat kepuasan pasien yang mendapatkan pelayanan di klinik Nur Muhammad Majalaya.
3. Loyalitas pasien terhadap klinik Nur Muhammad Majalaya.
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di klinik Nur Muhammad Majalaya.
5. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien di klinik Nur Muhammad Majalaya.
6. Besarnya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pasien di klinik Nur Muhammad Majalaya.
7. **KAJIAN PUSTAKA**

**Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk.

Menurut Parasuraman (2001 : 57), Kualitas Layanan merupakan penilaian atau sika global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan. Definisi ini didasarkan pada 3 landasan konseptual utama, yaitu (1) kualiats layanan lebih sulit dievaluasi pelanggan dibandingkan dengan kualitas barang, (2) persepsi terhadap kualitas layanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual layanan, (3) evaluasi kualitas layanan tidak hanya dilakukan atas hasil layanan, namun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian layanan.

 Menurut Tjiptono dan Chandara (2011:172), kualitas layanan berkaitan erat dengan kepuasaan pelanggan. Kualitas layanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas layanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan pelanggan atau melebihi harapannya.

Menurut Garvin dalam Tjiptono (2016:24), mutu adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya . Harapan konsumen pada produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus disesuaikan dengan perkembangan minat pelanggan. Dengan perubahan kualitas produk tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan organisasi agar dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Secara sederhana, mutu bisa diartikan sebagai “ukuran seberapa bagus tingkat layanan/produk yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan” Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012:157). Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, faktor utama yang memengaruhi mutu layanan.

 Deming dalam Bustami (2011:16) mengemukakan bahwa mutu dapat dilihat dari aspek konteks, persepsi pelanggan, serta kebutuhan dan keinginan peserta. *Dari aspek konteks*, mutu adalah suatu karakteristik atau atribut dari suatu produk atau jasa. *Dari aspek persepsi pelanggan*, mutu adalah penilaian subjektif pelanggan. Persepsi pelanggan dapat berubah karena pengaruh berbagai hal seperti iklan, reputasi produk atau jasa yang dihasilkan, pengalaman dan sebagainya. *Dari aspek kebutuhan dan keinginan pelanggan*, mutu adalah apa yang dikehendaki dan dibutuhkan oleh pelanggan. Mutu memerlukan suatu proses perbaikan terus menerus *(continous improvement process)* dengan individual yang dapat diukur dan pencapaian performa yang diinginkan. Apabila dikelola dengan tepat, kualitas dapat berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan pembelian ulang pelanggan. Kualitas memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, di mana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimunkan atau meniadakan pengalaman pelangan yang kurang menyenangkan. Selanjutnya kepuasan pelanggan berdampak pada terciptanya rintangan beralih (*switching barriers*), biaya beralih (*switching costs*), dan pembelian ulang pelanggan.

 Parasuraman dalam Damos Sihombing (1990 : 23) mengemukakan ada lima dimensi-dimensi kualitas jasa. Kelima dimensi-dimensi tersebut adalah:

1. Reliability (kehandalan),

Meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (accurately) dan kemampuan untuk dipercaya (dependably), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (on time), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan,tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

1. Responsiveness (daya tanggap), meliputi kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan. Misalnya, karena keterlambatan keberangkatan pesawat, penumpang diberimakanan dan minuman.
2. Assurance (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan risiko.
3. Empathy (empati), meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, serta kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.
4. Tangibles (produk-produk fisik),

meliputi tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Penilaian atas dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa, misalnya keributan yang dilakukan oleh tamu lain di hotel.

Dari kelima dimensi itu, menurut Lovelock dan Wright (2005:99) ”Reliability (kehandalan) menjadi inti kualitas jasa yang tidak dapat diandalkan adalah jasa yang buruk walaupun ada atribut lainnya. Jika jasa tidak dikerjakan dengan handal, pelanggan akan menganggap penyedia jasa tidak kompeten dan akan berpindah ke penyedia jasa lain”. Untuk menerapkan ke lima dimensi kualitas jasa dalam berbagai jenis usaha jasa, dibutuhkan definisi spesifik yang secara operasional dapat diterapkan pada setiap jenis industri jasa tersebut. Misalnya, definisi operasional reliability di jasa restoran tidak akan sama dengan definisinya pada jasa kesehatan, begitu juga halnya d engan bagaimana daya tanggap (responssiveness)

**Kepuasan Pasien**

Menurut Menurut Zikmund dan William (2010:33) kepuasan dapat didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dalam hubungan dan harapannya. Kepuasan merupakan evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya. Sedangkan menurut Kotler dalam Pohan (2007:25), kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan *(perceived performance)* dan harapan *(expectations).* Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas, jika kinerja sampai melebihi harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas *(delighted).*

 Pada dasarnya setiap perusahaan yang melakukan program kualitas pelayanan maka akan menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang memperoleh kepuasan dalam pelayanan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas pelanggan.

**Loyalitas**

 Hasan (2014:134) menyatakan bahwa loyalitas merupakan kondisi psikologis yang berkaitan dengan sikap terhadap produk, konsumen akan membentuk keyakinan, menetapkan suka dan tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk. Loyalitas konsumen merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek dimasa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merk, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk.

**Kerangka Pemikiran**

bahwa saat ini ada beberapa penyedia jasa kesehatan baik milik negara maupun swasta yang bersaing untuk mendapatkan pelanggan. Dalam kondisi persaingan yang kompetitif ini, penyedia jasa kesehatan seharusnya mulai menyadari betapa sentralnya peran pasien dalam bisnis mereka, bahwa pasienlah yang menjadi alasan keberadaan meraka. Oleh karena itu banyak penyedia jasa kesehatan yang mempertahankan pasar mereka melalui program peningkatan kualitas pelayanan, kepuasan, serta loyalitas pasien. Peningkatan kualitas pelayanan diperlukan oleh klinik Nur Muhammad Majalaya sebagai titik awal untuk keputusan tentang bagaimana cara memposisikan segmen pasar yang dituju.

Pentingnya berfokus secara cermat pada pasien yang loyal dan yang diinginkan dalam segmen terpilih dan kemudian berupaya untuk membangun dan memelohara loyalitas melalui strategi pemasaran hubungan yang terancang dengan baik sesuai yang telah ditetapkan. Tujuannya adalah untuk membangun hubungan serta meningkatkan pelanggan loyal yang akan terus menggunakan layanan kesehatan klinik di masa mendatang. Loyalitas merupakan suatu kata yang mengandung makna kepercayaan, kesetiaan, kepatuhan, dan nilai-nilai yang melekat. (Lovelock dan Writz, 2010:76)

Pemasaran hubungan (*relationship marketing*) telah banyak digunakan untuk menggambarkan jenis kegiatan pemasaran yang dirancang untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Lovelock dan Writz (2010:84) mengemukakan membangun loyalitas pelanggan itu cukup sulit, perusahaan dituntut untuk tidak sekedar membangun kepercayaan namun harus dapat mencapai nilai bukan hanya volume. Segmen yang berbeda memberikan nilai yang berbeda bagi perusahaan jasa. Upaya pemasaran dapat digunakan untuk mendorong peningkatan volume penjualan, memperbaiki jenis layanan yang digunakan, atau melakukan penjualan silang layanan ymemiliki dampak yang signifikan pada pelanggan. Dasar bagi loyalitas sejadinya terletak pada kepuasan pelanggan dimana kualitas layanan menjadi input utamanya.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Sindoro (2012:189) menyatakan bahwa loyalitas adalah perilaku konsumen dalam bentuk kesetiaan terhadap suatu produk/jasa. Loyalitas konsumen terkait erat dengan kepuasan konsumen, konsumen yang merasa puas akan berpeluang besar menjadi konsumen yang loyal dikarenakan telah terpenuhinya harapan dan kenyataan yang didapatkan dari produk atau jasa yang dikonsumsinya. Konsumen loyal mempunyai fanatisme yang relatif lama terhadap suatu produk atau jasa maupun perusahaan yang telah menjadi pilihan.

1. **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian observasional, peneliti melakukan pengukuran variabel penelitian tanpa melakukan intervensi yaitu dengan melakukan pengambilan data survey kuesioner menggunakan metode pengolahan data secara kuantitatif dengan teknik analisis statistic deskriptif dan verifikatif. Data penelitian selanjutnya dianalisis secara statistik untuk mendapatkan kesimpulan dan interpretasi. Berdasarkan analisis antar variabel, penelitian ini termasuk penelitian korelasional karena peneliti melakukan analisis pengaruh antar variabel penelitian.

**Definisi Operasional**

1. Keterwujudan *(Tangible)*

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Penilaian atas dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa.

1. Empati*(Empathy)*

Kikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, serta kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

1. Kehandalan *(Realiability)*

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (accurately) dan kemampuan untuk dipercaya (dependably), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (on time), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan,tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

1. Daya Tanggap *(Responsiveness)*

Kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.

1. Jaminan *(Assurance)*

pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan risiko.

1. Kepuasan pasien merupakan variabel antara *(intervening variable)(Y)*

Variabel antara adalah variabel yang dapat mempengaruhi (memperlemah atau memperkuat) hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Kotler dalam Pohan (2007:25), kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan *(perceived performance)* dan harapan *(expectations).* Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas, jika kinerja sampai melebihi harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas *(delighted).*

1. Loyalitas pasien merupakan variabel terikat *(dependen variable)*(Z).

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Kotler and Keller (2016: 138) mendifinisikan loyalitas sebagai *“…a commitment that is held deeply to buy or support a preferred product or service in the future, even though the influence of the situation and marketing efforts have the potential to cause customers to switch. It is concluded that consumer loyalty is an attitude that encourages behavior to purchase products or services from a company that includes the feeling aspect in it, especially those who buy regularly and repeatedly with high consistency, but not only repurchase goods and services, but also have a commitment and positive attitude towards the company that offers the product / service.”*

**Tabel 1. Definisi Operasional**

| **Parameter** | **Indikator** |
| --- | --- |
| Kualitas Pelayanan  | tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. |
| *Reliability* | 1. Kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan janji
2. Kemampuan memberikan pelayanan dengan akurat
 |
| *Tangible* | 1. Penampilan karyawan rapi
2. Bangunan gedung
3. Ruang tunggu
4. Peralatan medis
5. Ketersediaan obat-obatan
 |
| *Responsiveness* | 1. Menanggapi pasien dengan cepat
2. Melayani pasien dengan cepat
 |
| *Assurance* | 1. Keterampilan petugas kesehatan dalam melayani pasien
2. Pengetahuan petugas kesehatan tidak memberikan keraguan
3. Kemampuan petugas kesehatan tidak memberikan keraguan.
 |
| *Empathy* | 1. Perhatian secara personal kepada pasien
2. Kemampuan membangun hubungan
 |
| Kepuasan Pasien | 1. Kualitas pelayanan secara keseluruhan memiliki manfaat yang besar bagi pasien
2. Kuaitas Pelayanan lebih baik dari pesaing
 |
| Loyalitas Pasien | 1. Tingkat rutinitas pasien berkunjung ke klinik Nur Muhammad apabila sakit
2. Tingkat pemberian informasi positif kepada pihak lain
3. Tingkat kepercayaan pasien untuk tidak berpindah ke klinik lain
4. Tingkat pemberian rekomendasi dan atau motivasi kepada orang lain
 |

1. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

 Secara keseluruhan rata-rata skor untuk variabel keterwujudan di klinik Nur Muhammad memiliki gambaran keterwujudan yang tidak baik dengan skor 580, rata-rata skor untuk variabel kehandalan di klinik Nur Muhammad Majalaya memiliki gambaran yang tidak baik dengan skor 582, rata-rata skor untuk variabel daya tanggap di klinik Nur Muhammad Majalaya memiliki gambaran tidak baik dengan Skor 588, rata-rata skor untuk variabel jaminan di klinik Nur Muhammad Majalaya memiliki gambaran promosi yang tidak baik dengan total skor 574, rata-rata skor untuk variabel empati di klinik Nur Muhammad Majalaya memiliki gambaran yang tidak baik dengan skor 587, rata-rata skor untuk variabel kepuasan pasien di

Klinik Nur Muhammad Majalaya memiliki gambaran yang tidak baik dengan skor 580, rata-rata skor untuk variabel loyalitas pelanggan di klinik Nur Muhammad Majalaya memiliki gambaran loyalitas yang tidak baik dengan skor 626.

1. Keterwujudan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) melalui kepuasan pasien (Z) sebagaimana telah di sajikan pada tabel diatas, dimana **thitung** (3,364) lebih besar dari **ttabel** (1,970), dan total pengaruh sebesar 5,922%.
2. Kehandalan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) melalui kepuasan pasien (Z) sebagaimana telah di sajikan pada tabel diatas, dimana **thitung** (3,216) lebih besar dari **ttabel** (1,970), dan total pengaruh sebesar 5,763%.
3. Daya tanggap (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) melalui kepuasan pasien (Z) sebagaimana telah di sajikan pada tabel diatas, dimana **thitung** (3,245) lebih besar dari **ttabel** (1,970), dan total pengaruh sebesar 6,023%.
4. Jaminan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) melalui kepuasan pasien (Z) sebagaimana telah disajikan pada tabel diatas, dimana **thitung** (3,023) lebih besar dari **ttabel** (1,970), dan total pengaruh sebesar 5,476%,
5. Empati (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) melalui kepuasan pasien (Z) sebagaimana telah di sajikan pada tabel diatas, dimana **thitung** (3,414) lebih besar dari **ttabel** (1,970), dan total pengaruh sebesar 6,281%.

 Berdasarkan hasil penjabaran di atas menunjukkan bahwa kelima variabel bebas semuanya mempengaruhi loyalitas pasien (Y) melalui kepuasan pasien (Z) secara signifikan, yakni keterwujudan (X1) dengan total pengaruh sebesar 5,922%, kehandalan (X2) dengan total pengaruh sebesar 5,763%, daya tanggap (X3) dengan total pengai-uh sebesar 6,023%, jaminan (X4) dengan total pengaruh sebesar 5,476% dan empati (X5) dengan total pengaruh sebesar 6,281 %.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keterwujudan, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pasien serta berimplikasi terhadap loyalitas pasien. Hal ini menunjukkan bahwa keterwujudan, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati merupakan prediktor yang baik untuk mengukur kepuasan pasien yang berimplikasi terhadap loyalitas pasien.

Hasil diatas sejalan dengan tanggapan responden tentang keterwujudan, indikator yang memberikan kontribusi tertinggi adalah ketersediaan lahan parkir yang disiapkan oleh pihak pengelola klinik dapat memberikan kepuasan dan loyalitas pasien terhadap klinik Nur Muhammad Majalaya.

Secara keseluruhan tanggapan tentang kehandalan, indikator yang memberikan kontribusi tertinggi adalah ketelitian tenaga kesehatan. Pernyataan tersebut marnpu mempengaruhi pelanggan dalam memberikan kepuasan dan loyalitas di klinik Nur Muhammad Majalaya.

Secara keseluruhan tanggapan responden tentang daya tanggap, indikator yang memiliki kontribusi tertinggi adalah penyelesaian masalah kesehatan pasien. Penyelesaian masalah kesehatan yang baik menunjukkan pasien tertarik untuk menggunakan jasa kesehatan di klinik tersebut serta mampu memberikan kepuasan dan loyalitas pasien terhadap klinik Nur Muhammad Majalaya.

Tanggapan responden tentang jaminan, indikator yang memberikan kontribusi tertinggi adalah kesesuaian rincian harga dengan pembayaran. Kesesuaian harga yang diberikan oleh pihak klinik Nur Muhammad majalaya berhasil menimbulkan kepercayaan dalam diri pasien terhadap klinik dan mempunyai pengaruh yang cukup tinggi terhadap kepuasan dan loyalitas pasien.

Tanggapan responden tentang empati, indikator yang memberikan kontribusi tertinggi adalah dokter yang mendengarkan pasien dengan baik. Sifat tersebut harus dimiliki oleh seorang dokter karena dalam hal ini terbukti dapat memberikan kepuasan dan loyalitas pasien. Klinik Nur Muhammad majalaya dalam hal ini akan terus meningkatkan kualitas pelayanan kesehatannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ilhamsyah (2019). Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel keterwujudan, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien. Didukung oleh penelitian lain yang dilakukan oleh Iswara (2021) dengan hasil variabel pelayanan kesehatan serta fasilitas fisik secara signifikan mempengaruhi loyalitas pasien.

Penelitian yang dilakukan oleh Setyaningsih (2013) juga menunjukan hal yang serupa. Dalam penelitian tersebut didapatkan hasil kepuasan pasien di RS “X” masih kurang dikarenakan kualitas pelayanan dan fasilitas di RS tersebut masih kurang baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Angraini (2021) menujukan kesimpulan bahwa persepsi masyarakat tentang baik atau tidaknya suatu fasilitas kesehatan sangat dipengaruhi oleh pendidikan dan pekerjaan dari masyarakat tersebut. Semakin tinggi derajat pendidikan dan pekerjaan dari suatu masyarakat akan berdampak pada tingginya harapan tentang sebuah pelayanan kesehatan. Sebaliknya apabila suatu kelompok masyarakan memiliki derajat pendidikan dan pekerjaan yang rendah makan akan rendah pula harapan tentang fasilitas kesehatan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2018) yang dilakukan kepada pasien rawat inap di rumah sakit juga menunjukan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pasien, dan kepuasan pasien terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

1. **KESIMPULAN DAN SARAN**
2. Dari analisis deskriptif diperoleh bahwa tanggapan pasien mengenai keterwujudan, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati di klinik Nur Muhammad Majalaya “Tidak Baik”
3. Dari analisis deskriptif diperoleh bahwa tanggapan responden mengenai kepuasan pasien di klinik Nur Muhammad Majalaya dalam kategori “Tidak Baik”.
4. Dari analisis deskriptif diperoleh bahwa tanggapan responden mengenai loyalitas pasien di klinik Nur Muhammad Majalaya dalam kategori “Tidak Baik”.
5. Secara parsial Keterwujudan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (Y) dengan total pengaruh sebesar 12,557%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 4,009% dan pengaruh tidak langsung sebesar 8,548%. Kehandalan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (Y) dengan total pengaruh sebesar 12,420%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 3,796% dan pengaruh tidak langsung sebesar 8,624%.

Daya tanggap (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (Z) dengan total pengaruh sebesar 13,318%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 4,146% dan pengaruh tidak langsung sebesar 9,172%, Jaminan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (Z) dengan total pengaruh sebesar 12,057%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 3,427% dan pengamh tidak langsung sebesar 8,630% dan Empati (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (Z) dengan total pengaruh sebesar 13,800%, terdiri. atas pengaruh langsung sebesar 4,508% dan pengaruh tidak Jangsung sebesar 9,292%.

Secara simultan variabel keterwujudan (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien (Z) dengan. total pengaruh sebesar 88,763%, sedangkan sisanya sebesar 2,250% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

1. Secara parsial keterwujudan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) melalui kepuasan pasien (Z) dimana thitung (3,364) lebih besar dari ttabel (1,979), dan total pengaruh sebesar 5,922%. kehandalan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) melalui kepuasan pasien (Z) dimana thitung (3,216) lebih besar dari ttabel (1,979), dan total pengaruh sebesar 5,763%. Daya tanggap (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) melalui kepuasan pasien (Z) dimana thitung (3,245) lebih besar dari ttabel (1,970), dan total pengaruh sebesar 6,023%. Jaminan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) melalui kepuasan pasien (Z) dimana thitung (3,023) lebih besar dari ttabel (1,970), dan total pengaruh sebesar 5,476%. Empati (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) melalui kepuasan pasien (Z) dimana thitung (3,414) lebih besar dari ttabel (1,970), dan total pengaruh sebesar 6,281%.

Secara simultan variabel keterwujudan (X2), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) dan kepuasan pasien (Z) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) dengan total pengaruh sebesar 170,485%, sedangkan sisanya sebesar 2,135% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

1. Kepuasan pasien (Z) berperan positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien (Y) dengan total pengaruh sebesar 23,950%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 8,750% dan pengaruh tidak langsung sebesar 15,201%.

Berdasarkan hasil penjabaran kesimpulan di atas menunjukkan bahwa loyalitas pasien (Y) melalui kepuasan pasien (Z) secara signifikan, yakni keterwujudan (X1) dengan total pengaruh sebesar 5,922%, kehandalan (X2) dengan total pengaruh sebesar 5.763%, daya tanggap (X3) dengan total pengaruh sebesar 6,023%, jaminan (X4) dengan total pengaruh sebesar 5,476% dan empati (X5) dengan total pengaruh sebesar 6,281%.

Konsep-konsep tentang teoritis dan dukungan empiris mengenai hubungan antar variabel yang tercermin pada hasil penelitian yang menunjukkan bahwa keterwujudan (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. keterwujudan (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.

**Saran**

Dalam penelitian ini untuk meningkatkan variabel keterwujudan agar lebih efektif, yang harus diperhatikan adalah ketersediaan obat-obatan. Untuk meningkatkan variabel kehandalan yang perlu diperhatikan adalah langkah-langkah dalam pelayanan kesehatan. Untuk meningkatkan variabel daya tanggap yang perlu diperhatikan adalah kualitas konseling dan edukasi. Untuk meningkatkan variabel jaminan yang perlu diperhatikan adalah sikap karyawan terhadap pasien dari awal hingga akhir pelayanan. Untuk meningkatkan variabel empati yang perlu diperhatikan adalah perasaan dokter yang seakan ikut merasakan permasalahan kesehatan pasien. Untuk meningkatkan variabel kepuasan pelanggan yang perlu diperhatikan segi manfaat dari layanan yang diberikan, Untuk meningkatkan variabel loyalitas pasien yang perlu diperhatikan adalah kekuatan atau kepercayaan pasien untuk tidak berpindah ke klinik lain. Penelitian ini menghasilkan implikasi kepada klinik Nur Muhammad Majalaya untuk dapat melakukan evaluasi terhadap manajemen khususnya dalam bidang keterwujudan, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sehingga dapat mengetahui jika terjadi masalah agar dapat segera melakukan perbaikan untuk terciptanya tujuan klinik dan mencapai perbaikan kualitas pelayanan kesehatan.

Penelitian ini telah mampu membangun model teori tentang nilai-nilai yang terkandung dalam keterwujudan, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati serta kaitannya dengan kepuasan pasien dan loyalitas pasien. Fungsi manajemen dalam usaha jasa kesehatan yaitu membentuk citra baik terhadap fasilitas kesehatan, maka pihak fasilitas kesehatan mengembangkan berbagai upaya strategis yaitu dengan perbaikan kualitas pelayanan kesehatan.

Kepuasan pasien salah satu variabel penting dalam bidang usaha jasa. kepuasan pasien merupakan hasil penilaian atas prespektif konsumen mengenai perbedaan dari semua manfaat yang didapat oleh konsumen dengan biaya yang ditawarkan dibandingkan pada alternatifnya (Kotler & Keller, 2016:125). Loyalitas merupakan konseptualisasi ketika suatu kelompok memiliki keyakinan bahwa suatu perusahaan memiliki realibitas dan integritas, loyalitas merupakan semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi yang dapat memberikan gambaran mengenai rujukan-rujukan yang digunakan dalam penelitian ini. Gambaran ini dapat ditujukan dari penelitian terdahulu dengan temuan penelitian yang sedang diteliti. Implikasi teoritis dikembangkan untuk memperkuat dukungan beberapa penelitian terdahulu yang menjelaskan tentang keterwujudan, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

**Daftar Pustaka**

1. A. Parasuraman. 2001. *The Behaviorial Consequenses of Service Quality. Journal of Marketing. Vol 60*
2. Arikunto, Suharsimi. 2011. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi VII*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
3. Basu Swastha. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
4. Buchbinder, Sharon B. 2016*. Manajemen Pelayanan Kesehatan. Jakarta : EGC*
5. Bustami. 2011. P*enjaminan Mutu Pelayanan Kesehatan & Aksebtabilitasnya*. Erlangga : PT Gelora Aksara Pratama.
6. Cipta.Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan. Bandung : Alfabeta.*
7. Faustino Cardoso (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Edisi Kedua. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
8. Garvin, David A.2016. alih bahasa Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran.*Yogyakarta
9. Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
10. Heizer, Jay & Render, Barry (2011). *Manajemen Operasi. Edisi Sembilan*. Diterjemahkan oleh Chriswan Sungkono. Jakarta: Salemba Empat.
11. Henny, S. (2017). *Pengaruh Persepsi Pasien Tentang Mutu Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Di Klinik Spog Dr Pringadi Medan Tahun 2016.*
12. Irawan, H. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Penerbit. PT Elex Media Komputindo: Jakarta. 2017.
13. Juanim. (2020). *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Pengelolahan Data SPSS dan LISREL.* Bandung: PT. Rafika Aditama
14. Kauser A K, Shahzad A K, Zubia Q, Moazzam A K, Fouzia N G, Mudassar Mushtaq J A. *Client Satisfaction towards Quality of Health Services: An Assessment at Primary Healthcare of District Gujranwala. International Journal of Public Health Science (IJPHS). 2017; Vol. 6, No.1: 7-129. Henny, S.* (2017). *Pengaruh Persepsi Pasien Tentang Mutu Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Di Klinik Spog Dr Pringadi Medan Tahun 2016.*
15. Kemenkes Republik Indonesia. (2019). *Profil Dinas Kesehatan Tahun 2019*.
16. Kotler, Keller. *Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas* Jilid satu dan dua*.* Penerbit Erlangga, Bahasa Indonesia. Jakarta: 2009.
17. Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.*
18. Kotler, Philip dan Keller, terjemahan Bob Sabran. 2016. *Manajemen Pemasaran, Edisi 14 Jilid 1 dan 2*, Erlangga, Jakarta.
19. Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. Penerjemah Wulandari *“Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7”*. Jakarta : Erlangga.
20. Mangkunegara, P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan.* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
21. Manolitzas.P, Grigoroudis. E, Matsatsinis. N, Yannacopoulos.D. *Effective Method For Modern Healthcare Service Quality And Evaluation. USA:Medical Information Science Reference. 2016. Pages. 315.*
22. Menteri Kesehatan RI, *Keputusan Nomor 828 tahun 2008.* http://dinkes.agamkab.go.id/up/download/12072011124009KMK-No.-828-ttg-juknis-SPM.pdf
23. Mitropoulos P, Vasileiou K, Mitropoulos I. 2017. *Understanding Quality And Satisfaction In Public Hospital Services: A Nationwide Inpatient Survey In Greece. Greece : Technological Education Institute Of Western Greece.*
24. Moorhead, Gregory & Griffin, Ricky W. (2013). *Perilaku organisasi: Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
25. Narimawati, Umi. 2008. *“Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi.”* Bandung: Agung Media 9.
26. Pohan, Imbalo S. 2016. *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan : Dasar – Dasar Pengertian dan Penerapan. Jakarta : EGC.*
27. Purwoto A, Irawan P. B, Asra A. 2016. *Metode Penelitian Survey. Bogor : IN* MEDIA.
28. Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. (2012).*Management, Eleventh Edition, United States of America.*
29. Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.*
30. Stoner, A.F. James dan Edward Freeman (eds), *Manajemen Jilid I,* terj. Alexander Sindoro, Jakarta: PT Prahallindo, 2010.
31. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
32. Supartiningsih, S. 2017. *Kualitas Pelayanan Kepuasan Pasien Rumah Sakit : Kasus Pada Pasien Rawat Jalan. Jurnal medicoeticolegal dan manajemen* rumah sakit, 6 (1) : 9-15.
33. Suyanto, Susilo. 2018. *Metodologi penelitian Cross sectional kedokteran & kesehatan. Klaten.*
34. Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. CV.Andi Offset. Yogyakarta 2008.
35. Tjiptono & Chandra, G. ( 2011). *Service, Quality, & Satisfaction.* Edisi Ketiga. Yogyakarta.
36. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang kesehatan*. https://infeksiemerging.kemkes.go.id/download/UU\_36\_2009\_Kesehatan.pdf.
37. Zikmund, William G., et al. (2010). *Business Research Methods (eight edition). South Western, USA: Cengage Learning*