

---

## **KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PASIEN DI RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARSO PONTIANAK**

**Eka Trisnawati**

Email: ekatrisnawati254@yahoo.com

Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

### **ABSTRAKSI**

Kualitas pelayanan merupakan aspek dalam rangka menciptakan kepuasan pasien dengan melakukan sebuah tindakan yang menjadi tanggung jawab Rumah Sakit. Tujuan penelitian agar memperoleh kepercayaan dari pasien dan kelangsungan hidup rumah sakit dalam jangka panjang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, yaitu dengan mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data yang diperoleh sehingga dapat memberikan gambaran sebenarnya yang terjadi pada Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso Pontianak. Teknik pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif, dengan melihat jawaban dari kuesioner yang telah disebar kepada responden, kemudian dianalisis. Berdasarkan data dan informasi tersebut, akan dibuat tabulasi dan penulis mengklarifikasi jawaban dalam bentuk persentase. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan maka Rumah Sakit perlu kerjasama yang baik dengan memberi pelayanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan benda berwujud.

**Kata Kunci:** Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Benda Berwujud

### **PENDAHULUAN**

Untuk dapat memenangkan persaingan ini, rumah sakit harus dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan para pasien yaitu masyarakat pengguna jasa pelayanan kesehatan. Kunci utama “pasien harus dipuaskan”. Kalau mereka tidak dipuaskan maka akan meninggalkan rumah sakit dan menjadi pelanggan pihak pesaing dari rumah sakit yang lain. Semakin banyak pasien pada pihak pesaing akan mempengaruhi kemampuan rumah sakit dalam mempertahankan kelangsungan hidup. Walaupun peran dan fungsi rumah sakit seharusnya sesuai dengan hukum kesehatan yang mengandung unsur pelayanan, kesejahteraan, keamanan, dan kesehatan yang merupakan fungsi sosialnya, rumah sakit tetap menginginkan sejumlah pengembalian untuk menutup biaya operasionalnya juga untuk meningkatkan pelayanannya kepada masyarakat.

Rumah sakit harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pasien dengan memberikan pelayanan yang semakin baik. Pada saat bersamaan pula, rumah sakit perlu memberikan perhatian khusus kepada pasien yang tidak puas. Jika pasien rumah sakit ini tidak puas perlu segera dicari faktor penyebabnya dan segera diperbaiki. Pasien bisa merasa tidak puas jika kebutuhan dan harapannya tidak dipenuhi. Pasien akan sangat puas kalau apa yang dialami lebih baik daripada apa yang diharapkan. Pasien akan tidak puas jika apa yang dialami jauh dari harapannya.

Adapun tujuan dari penelitian artikel ini mengevaluasi kebijakan dan tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan di Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso Pontianak.

## **KAJIAN TEORI**

Menurut Gitosudarmo (2001: 168):

“Pemasaran didefinisikan sebagai semua kegiatan yang menyangkut perencanaan dan pengendalian terhadap aliran barang dari produsen ke konsumen. Terdapat pula definisi yang lain yang mendefinisikan pemasaran sebagai semua kegiatan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan kemudian memperoleh keuntungan dari kepuasan konsumen tersebut.”

Menurut Ma'ruf (2006: 3): Fungsi pemasaran adalah mewujudkan sasaran perusahaan dengan cara:

1. Menetapkan basis pelanggan (*customer base*) secara strategis, rasional, dan lengkap dengan informasinya.
2. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan calon pelanggan yang sekarang dan yang akan datang.
3. Menciptakan produk yang akan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan pas dan menguntungkan dan yang mampu membedakan perusahaan dari pesaingnya.
4. Mengomunikasikan dan “mengantarkan” produk tersebut kepada pasar sasaran (*target market*).
5. Memimpin seluruh personel perusahaan untuk menjadi sekumpulan tenaga kerja yang disiplin, profesional, dan berpengetahuan serta punya dedikasi bagi nilai dan sasaran perusahaan.

Menurut Kotler seperti yang dikutip oleh Umar (2003: 2): “Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.”

Dalam hal jasa kita tidak terlepas dengan kategori bauran jasa menurut Kotler (2005: 112): “Kategori bauran jasa dapat dibedakan menjadi lima kategori, yaitu:

1. Barang Berwujud Murni  
Penawaran hanya terdiri dari barang yang berwujud seperti sabun, pasta gigi, atau garam. Tidak ada jasa yang menyertai produk itu.
2. Barang Berwujud yang Disertai Jasa  
Penawaran terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik konsumennya. Contohnya produsen mobil tidak hanya menjual sebuah mobil melainkan kualitas, tersedianya pelayanan pelanggan yang menyertai seperti ruang pameran, pengiriman, perbaikan dan pemeliharaan, bantuan aplikasi, pelatihan operator, nasehat instalasi, pemenuhan garansi.
3. Campuran

Penawaran terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama. Misalnya orang mengunjungi restoran untuk makanan dan pelayanannya.

4. Jasa Utama yang Disertai Barang dan Jasa Tambahan

Penawaran terdiri dari satu jasa utama disertai jasa tambahan dan atau barang pendukung. Contohnya penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi. Sampai di tempat tujuan tanpa sesuatu yang berwujud untuk membuktikan pengeluaran mereka. Perjalanan ini meliputi juga beberapa barang yang berwujud, seperti makanan, minuman, potongan tiket dan majalah penerbangan.

5. Jasa Murni

Penawaran hanya terdiri dari jasa. Contohnya mencakup penjaga bayi, psikoterapi, dan pijat.

Jasa juga mempunyai karakteristik jasa, jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dari barang.

Menurut Tjiptono (2005: 24): Karakteristik jasa, yaitu:

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa berbeda dengan barang. Jika barang merupakan suatu objek, alat, atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan kinerja (*performance*), kinerja, perbuatan, usaha. Jasa tidak berwujud tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar/dicium sebelum jasa itu dibeli dan dikonsumsi. Pembeli akan mencari tanda/bukti dari kualitas jasa. Mereka akan menarik kesimpulan mengenai kualitas jasa dari tempat (*place*), orang (*people*), peralatan (*equipment*), alat komunikasi, simbol dan harga. Tugas penyedia jasa adalah mengelola bukti itu untuk mewujudkan yang tidak berwujud.

2. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusi lewat berbagai penjual dan kemudian baru dikonsumsi. Jika seseorang melakukan jasa, penyediaannya adalah bagian dari jasa karena klien juga hadir saat jasa itu dilakukan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

3. Variasi (*Variability*)

Tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu dilakukan. Pembeli jasa menyadari variabilitas yang tinggi, dan membicarakannya dengan orang lain sebelum memutuskan untuk membeli.

4. Mudah Lenyap (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan, jasa merupakan komoditas tidak tahan lama. Kursi kereta api yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau jam tertentu tanpa pasien di tempat praktik seorang dokter, akan berlalu/hilang begitu saja karena tidak dapat disimpan.

Menurut Payne (2005: 9): Ada empat karakteristik yang paling sering dijumpai dalam jasa, yaitu:

1. Tidak Berwujud, jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud.

2. Heterogenitas, jasa merupakan variabel non-standar dan sangat bervariasi.

3. Tidak Dapat Dipisahkan, jasa umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan, dengan partisipasi konsumen dalam proses tersebut.

4. Tidak Tahan Lama, jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan.

Kualitas memiliki arti yang relatif berbeda bagi setiap orang. Kualitas sendiri memiliki banyak kriteria yang berubah secara terus menerus karena sifat kualitas yang dinamis.

Menurut Tjiptono (2005: 132): “Kualitas jasa adalah merupakan aspek penting dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan. Ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu menerapkan waktu program, dan pengaruh layanan pelanggan.” Ketiga faktor ini merupakan inti pemahaman dan penerapan suatu sistem yang responsif terhadap pelanggan dan organisasi untuk pencapaian kepuasan optimum.

Menurut Kotler (2005: 123): Ada lima penentu kualitas jasa:

1. Keandalan  
Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.
2. Daya Tanggap  
Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberi jasa dengan cepat.
3. Jaminan  
Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati  
Kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
5. Benda Berwujud  
Penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan materi komunikasi.

Kualitas berdasarkan tujuan, harapan, budaya, dan pelanggannya masing-masing. Di mana sebuah organisasi mengkombinasikan aspek-aspek terbaik dari definisi yang ada dan merumuskan definisi sendiri.

Dalam Kotler (2005:122): Parasuraman, Zeithmal, dan Berry menyatakan ada lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen  
Manajemen tidak selalu memahamai secara tepat apa yang diinginkan pelanggan. Pengurus Rumah Sakit mungkin berpikir bahwa pasien menginginkan makanan yang lebih baik, tetapi pasien mungkin lebih mementingkan daya tanggap perawat.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa  
Manajemen mungkin memahami secara tepat keinginan pelanggan tetapi tidak menetapkan suatu set standar kinerja spesifik. Pengurus rumah sakit menyuruh perawat untuk memberikan pelayanan yang cepat tanpa menentukannya secara kuantitatif.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa  
Para karyawan mungkin kurang terlatih atau tidak mampu atau tidak mau memenuhi standar. Atau mereka dihadapkan pada standar yang berlawanan, seperti menyediakan waktu untuk mendengarkan para pelanggan dan melayani mereka dengan lebih cepat.
4. Kesenjangan antara penyerahan jasa dan komunikasi eksternal  
Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh wakil perusahaan dan iklan perusahaan. Jika brosur rumah sakit memperlihatkan kamar yang indah

tetapi pasien tiba dan menemukan kamar yang tampak murahan dan tak terawat, maka komunikasi eksternal itu telah melenceng jauh dari harapan pelanggan.

5. Kesenjangan antara persepsi jasa dan jasa yang diharapkan  
Kesenjangan ini terjadi bila memiliki persepsi yang keliru tentang kualitas jasa tersebut. Dokter mungkin terus mengunjungi pasien untuk menunjukkan kepeduliannya, tetapi pasien menganggapnya sebagai indikasi bahwa ada sesuatu yang tidak beres.

Menurut Fournier dan Mick seperti yang dikutip oleh Foster (2008: 170): Ada lima pokok isu yang ada mengenai kepuasan konsumen, yaitu:

1. Kepuasan konsumen merupakan suatu proses yang dinamis dan aktif.
2. Proses kepuasan memiliki dimensi sosial yang kuat.
3. Makna/arti dan emosi merupakan bagian penting dalam komponen kepuasan.
4. Proses kepuasan tergantung pada konteks dan *contingency*, memiliki beberapa paradigma, model, dan mode.
5. Kepuasan produk saling berhubungan erat dengan kepuasan hidup (*life satisfaction*) dan kualitas kehidupan itu sendiri.

Kepuasan pelanggan juga hal selanjutnya dibicarakan, layanan pelanggan sebagai kemampuan sebuah organisasi untuk menyediakan kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka. Layanan pelanggan juga sebagai sebuah fungsi tentang sebaik apa sebuah organisasi bisa konstan dan konsisten memenuhi dan melampaui kebutuhan pelanggan mereka.

Menurut Wood (2009: 6): Ada empat macam harapan pelanggan, yaitu:

1. *Equitable Performance*  
Yaitu penilaian normatif yang mencerminkan kinerja yang seharusnya diterima seseorang atas biaya dan usaha yang telah dicurahkan untuk membeli dan mengonsumsi barang atau jasa tertentu.
2. *Ideal Performance*  
Yaitu tingkat kinerja optimum atau ideal yang diharapkan oleh seorang pelanggan.
3. *Expected Performance*  
Yaitu tingkat kinerja yang diperkirakan/diantisipasi atau yang paling diharapkan disukai pelanggan.
4. *Adequate Expectation*  
Yaitu tingkat kinerja produk atau jasa terendah yang dapat ditoleransi pelanggan.

Dalam penilaian kualitas pelayanan berhubungan dengan perilaku konsumen dimana Rumah Sakit harus bisa meningkatkan kualitas pelayanan terhadap para pasien dan apa yang pasien inginkan.

Menurut Dharmmesta dan Handoko (2012: 10):

“Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut”

1. Proses pengambilan keputusan
2. Kegiatan fisik

Semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan, barang-barang dan jasa ekonomis.

Menurut Ma'ruf (2006: 50): "Perilaku konsumen adalah proses yang terjadi pada konsumen ketika ia memutuskan membeli, apa yang dibeli, dimana, kapan dan bagaimana membelinya."

Kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) setiap pembeli konsumen tercipta karena adanya *needs* (*kebutuhan, keperluan*) atau *wants* (*keinginan*). Contoh kebutuhan adalah ketika seorang haus maka ia membutuhkan minuman. Contoh keinginan adalah ketika ia punya pilihan minuman tawar atau manis, minuman yang dingin atau biasa, atau pilihan *soft drink* yang dingin.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan instrumen pengumpulan data wawancara dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pasien rawat jalan di Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso Pontianak dari tanggal 20 November sampai dengan tanggal 20 Desember 2014 dengan sampel yang diambil 100 orang pasien rawat jalan Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso dengan metode *Accidental Sampling*. Alat analisis data menggunakan *Skala Likert*.

## PEMBAHASAN

### 1. Keandalan

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keandalan pada Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

**TABEL 1**  
**RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARSO PONTIANAK**  
**TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KEANDALAN**

Pernyataan	Nilai
Prosedur penyelesaian administrasi yang cepat	3,50
Ketepatan waktu pelayanan	2,68
Prosedur penerimaan pelayanan pasien yang cepat	3,04
Pelayanan pemeriksaan, konsultasi, perawatan yang cepat	2,57
Dokter dan perawat bersifat sopan dan ramah	3,98
<b>Jumlah</b>	<b>15,77</b>

Sumber: Data olahan, 2014

Dari Tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai prosedur penyelesaian administrasi yang cepat sebesar 3,50 persen, ketepatan waktu pelayanan sebesar 2,68 persen, prosedur penerimaan pelayanan pasien yang cepat 3,04 persen, pelayanan pemeriksaan, konsultasi, perawat yang cepat sebesar 2,57 persen. Dokter, perawat bersikap sopan dan ramah sebesar 3,98 persen.

## 2. Daya tanggap

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai daya tanggap pada Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

**TABEL 2**  
**RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARSO PONTIANAK**  
**TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KEANDALAN**

Pernyataan	Nilai
Dokter memberi informasi hasil diagnosa penyakit yang jelas	4,18
Tindakan cepat dari dokter dan perawat saat pasien membutuhkan	2,34
Kemampuan dokter dan perawat untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien	2,54
Pelayanan dari dokter dan perawat tersedia saat diperlukan	2,99
<b>Jumlah</b>	<b>12,05</b>

Sumber: Data olahan, 2014

Dari Tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai dokter memberi informasi hasil diagnosa penyakit yang jelas sebesar 4,18 persen, tindakan cepat dari dokter dan perawat saat pasien membutuhkan sebesar 2,34 persen, kemampuan dokter dan perawat untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pasien sebesar 2,54 persen, pelayanan dari dokter dan perawat tersedia saat diperlukan sebesar 2,99.

## 3. Jaminan

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai jaminan pada Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini:

**TABEL 3**  
**RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARSO PONTIANAK**  
**TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI JAMINAN**

Pernyataan	Nilai
Jaminan keamanan pelayanan bagi pasien	3,30
Pengetahuan dan kemampuan para dokter dalam mendiagnosis penyakit	3,82
Dokter menjalankan tugasnya secara profesional	3,30
<b>Jumlah</b>	<b>10,42</b>

Sumber: Data olahan, 2014

Dari Tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai jaminan keamanan pelayanan bagi pasien sebesar 3,30 persen, pengetahuan dan kemampuan para dokter dalam mendiagnosis penyakit sebesar 3,82 persen, dan dokter menjalankan tugasnya secara profesional sebesar 3,30 persen.

## 4. Empati

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai empati pada Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

**TABEL 4**  
**RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARSO PONTIANAK**  
**TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI EMPATI**

Pernyataan	Nilai
Adanya perhatian terhadap keluhan pasien	3,43
Pelayanan yang sama kepada semua pasien tanpa memandang status sosial	3,43
Adanya rasa peduli yang tulus terhadap keadaan dan masalah pasien	3,68
Pihak rumah sakit memberi perhatian kepada pasien	3,44
<b>Jumlah</b>	13,94

Sumber: Data olahan, 2014

Dari Tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai adanya perhatian terhadap keluhan pasien sebesar 3,43 persen, pelayanan yang sama kepada semua pasien tanpa memandang status sosial sebesar 3,43 persen, adanya rasa peduli yang tulus terhadap keadaan dan masalah pasien sebesar 3,68 persen, dan pihak rumah sakit memberi perhatian kepada pasien sebesar 3,44 persen.

#### 5. Benda Berwujud

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai benda berwujud pada Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

**TABEL 5**  
**RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DOKTER SOEDARSO PONTIANAK**  
**TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI BENDA BERWUJUD**

Pernyataan	Nilai
Kebersihan ruang tunggu	2,09
Kebersihan <i>water closet</i> (wc)	2,49
Kerapian dokter	4,04
Kerapian perawat	3,81
Kebersihan peralatan medis	3,83
Kondisi udara di kamar pemeriksaan	4,07
Aroma di ruang tunggu	3,02
<b>Jumlah</b>	23,35

Sumber: Data olahan, 2014

Dari Tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai kebersihan ruang tunggu sebesar 2,09 persen, kebersihan *water closet* (wc) sebesar 2,49 persen, kerapian dokter sebesar 4,04 persen, kerapian perawat sebesar 3,81 persen, kebersihan peralatan medis 3,83 persen, kondisi udara di kamar pemeriksaan sebesar 4,07 persen, dan aroma di ruang tunggu sebesar 3,02 persen.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data dari hasil kuesioner, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kebijakan yang ditetapkan oleh Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso Pontianak dalam memberikan pelayanan sebagian responden mengatakan sudah cukup baik.
2. Tanggapan responden terkait dengan kebijakan Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso Pontianak dalam memberikan pelayanan, yaitu: Keandalan kemampuan pelayanan dalam menyelesaikan administrasi yang cepat, dokter dan perawat bersikap sopan dan ramah. Ketanggapan kemauan dokter memberikan informasi hasil diagnosa penyakit dengan cepat. Jaminan mengenai pengetahuan dan kemampuan para dokter dalam mendiagnosis penyakit sudah cukup baik. Empati kepedulian pihak rumah sakit sudah baik sehingga untuk mempermudah cara berkomunikasi antara staf medis dengan pasien sehingga tujuan rumah sakit mudah dicapai. Penampilan fisik seperti kerapian dokter, kerapian perawat, kebersihan peralatan medis dan kondisi udara di kamar pemeriksaan sudah cukup baik.

#### Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut:

1. Kebijakan-kebijakan pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso Pontianak yang sudah cukup baik dipertahankan, agar lebih baik lagi untuk masa sekarang dan masa pada yang akan datang.
2. Pada Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Soedarso Pontianak sudah ada beberapa faktor yang dianggap penting oleh pasien dan sudah dilakukan dengan baik oleh pihak rumah sakit. Hal ini perlu dipertahankan agar rumah sakit dapat terus berkembang karena pasien akan merasa dihargai. Adapun faktor-faktor yang perlu dipertahankan adalah perlunya pengawasan dan pengarahan kerja kepada setiap karyawan, pihak rumah sakit harus memperhatikan kebersihan di dalam ruangan maupun di luar ruangan agar pasien merasa nyaman.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta Swastha, Basu, dan T. Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku konsumen*, edisi pertama. Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2012.
- Foster, Bob. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Pengantar Bisnis*, edisi 2. Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2001.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* (judul asli: Marketing Management), edisi 11, jilid 2. Penerjemah Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005.
- Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Payne, Adrian. *Pemasaran Jasa* (judul asli: Ten Essence of Service Marketing). Yogyakarta: Andi, 2005.

Tjiptono, Fandy. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi, 2005.

Umar, Husein. *Studi Kelayakan Dalam Bisnis Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Wood, Ivonne. *Layanan Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

**BISMA**  
Bisnis  
Manajemen