

HUBUNGAN KARAKTERISTIK RESPONDEN DAN *SWITCHING BARRIER* DENGAN *REPURCHASE INTENTION* DIRUANG RAWAT INAP RSUD KOTA TANJUNGPINANG

Liza Wati¹, Ernawati², Meily Nirna Sari³
Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Hang Tuah Tanjungpinang
Email : liza¹chintin@yahoo.com

ABSTRAK

Pertumbuhan dan perubahan lingkungan eksternal menyebabkan persaingan terhadap mutu pelayanan antar rumah sakit secara global. Meningkatnya sosial ekonomi, pendidikan, perkembangan pola penyakit, teknologi kesehatan, dan trend berobat keluar negeri menjadi peluang sekaligus ancaman bagi rumah sakit dalam mempertahankan pasiennya. Tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan Karakteristik Responden dan *Switching Barrier* dengan *repurchase intention* di Ruang Rawat Inap RSUD Kota Tanjungpinang Tahun 2015. Desain penelitian korelasional. Sampel 66 responden dengan proporsional random sampling. Alat ukur kuesioner dengan 43 pertanyaan. Analisis data univariat, korelasi Spearman dan regresi logistik ganda. Hasil penelitian menunjukkan ada korelasi karakteristik responden yaitu jarak ($p=0,001$), biaya pengobatan ($p=0,000$) dan pengalaman rawatan ($p=0,000$) dengan *repurchase intention*. Terdapat korelasi *switching barrier* dengan *repurchase intention* yaitu dimensi *Alternative of attractiveness* ($p=0,001$) dan *interpersonal relationship* ($p=0,000$) dimana korelasi yang paling kuat adalah pada dimensi *interpersonal relationship* dengan nilai koefisien korelasi $r = 0,500$.

Kata kunci : *Switching barrier*, pelayanan keperawatan, *repurchase intention* pasien

ABSTRACT

Growth and external change environment causing competition to quality hospital service globally. Increasing social economy, education, development pattern disease, technology health, and medical trends other country be opportunities at once threat for hospital in maintain his patients. Aim research for knowing relationship Characteristics Respondents and *Switching Barrier* with *repurchase intention* in Room Treat Inap RSUD Tanjungpinang Year 2015. Design research correlational. Sample 66 respondents with proportional random sampling. Tool measuring questionnaire with 43 questions. Analysis of univariate data, Spearman correlation and regression logistics double. Results research show there is correlation characteristics respondents that is distance ($p = 0.001$), cost treatment ($p = 0.000$) and experience treatment ($p = 0,000$) with *repurchase intention*. There is correlation *switching barrier* with *repurchase intention* ie dimensions of *Alternative of attractiveness* ($p = 0.001$) and *interpersonal relationship* ($p = 0,000$) where the most powerful correlation is on *interpersonal dimensions relationship* with value coefficient correlation $r = 0,500$.

Keyword : *Switching barrier*, nursing service, *repurchase patient intention*

PENDAHULUAN

Rumah sakit adalah bagian integral dari suatu organisasi sosial dan kesehatan dengan fungsi menyediakan pelayanan paripurna (komprehensif) (WHO, 2010), penyembuhan penyakit (*kuratif*) dan pencegahan penyakit (*preventif*) kepada masyarakat (Ahira, 2012). Investasi pada rumah sakit dalam beberapa tahun terakhir ini banyak diminati. Pertumbuhan rumah sakit sejak tahun 2008 – 2010 cenderung meningkat dengan rata-rata pertumbuhan per tahun sekitar 1,14%.

Pertumbuhan dan perubahan eksternal rumah sakit meningkatkan persaingan antara rumah sakit dengan memberikan pelayanan berkualitas. Meningkatnya sosial ekonomi, pendidikan, perkembangan pola penyakit, teknologi kesehatan, dan trend berobat keluar negeri menjadi peluang sekaligus ancaman bagi rumah sakit dalam mempertahankan pasiennya. Tuntutan inilah yang mendorong manajemen rumah sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanannya (Trisnantoro, 2005).

Peningkatan kualitas akan meningkatkan minat penggunaan jasa kembali oleh pasien (*repurchase intention*). Menurut Soderlund dan Ohman, 2003., Hicks, dkk, (2005) minat menggunakan jasa kembali (*repurchase Intention*) merupakan sikap mengenai bagaimana seseorang akan berperilaku (loyal) dimasa yang akan datang dan komitmen tersebut muncul setelah konsumen melakukan pembelian jasa dan timbul karena kesan positif terhadap jasa yang didapat.

Upaya mempertahankan pasien lebih efisien dan efektif dibanding mendapatkan pasien baru (Hasan, 2008; Lele dan Sheth, 1995). Banyak

perusahaan kehilangan 25 % langganan mereka setiap tahun, dengan perkiraan biaya mencapai \$2 hingga \$4 miliar dan mengakuisisi pelanggan baru dapat menelan biaya lima kali lipat lebih besar dibandingkan memuaskan dan mempertahankan pelanggan lama (Kotler & Keller, 2009). Sejumlah faktor berperan dalam masalah minat pelanggan selain faktor kualitas layanan, yaitu dipengaruhi juga oleh karakteristik pelanggan, nilai pelanggan, dan hambatan pindah (*switching barrier*) (Budi Suharjo dalam Palupi, 2006). Perubahan teknologi dan strategi diferensiasi dari perusahaan menyebabkan *switching barrier* menjadi faktor penting bagi loyalitas konsumen (Aydin dan Ozer, 2005). Menurut Bloemer et al (1998) dalam industri yang dikategorikan memiliki *switching barrier* yang rendah konsumennya akan kurang loyal dibanding industri jasa dengan *switching barrier* yang tinggi.

Strategi rumah sakit untuk meningkatkan *switching barrier* dari segi jumlah dan mutu pelayanan pada ruang perawatan perlu ditingkatkan lagi untuk tahun 2015. Laporan RSUD Kota Tanjungpinang Tahun 2012-2013 terjadi penurunan kunjungan pasien baru dan pasien lama dan diikuti juga penurunan kinerja pelayanan kesehatan. Berdasarkan kinerja rawat inap dari tahun 2008 – 2013 yaitu BOR rata-rata 66,5 % (cenderung menurun). Pelayanan keperawatan yang belum sesuai dengan standar pelayanan minimal (SPM), tindakan keperawatan yang dilakukan belum sesuai dengan standar operasional prosedur, kepatuhan perawat dalam melaksanakan tindakan keperawatan belum sesuai dengan SAK. Adanya rumah sakit pemerintah yang mulai dibangun, rumah sakit swasta dan klinik-klinik pengobatan, serta trend masyarakat berobat keluar negeri ini

menjadi ancaman minat pasien berobat di RSUD Kota Tanjungpinang.

BAHAN DAN METODE

Desain Penelitian

Rancangan penelitian korelasional. untuk menganalisis hubungan, kekuatan hubungan, arah hubungan atau prediksi besaran perubahan yang terjadi pada variabel terikat jika variabel bebas berubah (Dharma,2011). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik responden dan *switching barrier* dengan *repurchase intention* diruang rawat inap RSUD Kota Tanjungpinang.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan diruang rawat inap RSUD Kota Tanjungpinang yaitu :Bougenville, Teratai, Dahlia, dan

Anggrek. Waktu penelitian pada bulan April s/d Juli 2015.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap RSUD Kota Tanjungpinang. Sampel 66 orang pasien dengan teknik *proporsi random sampling*.

Variabel

Variabel dependen adalah *repurchase intention*(7 item pernyataan), variabel independen adalah karakteristik responden dan *switching barrier* (36 item pernyataan).

HASIL PENELITIAN

Analisis Univariat

Karakteristik Responden

Tabel 1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden di Ruang Rawat Inap RSUD Kota Tanjungpinang Tahun 2015 (n=66)

Karakteristik Responden	f	%
Umur		
Dewasa Awal (18-40 tahun)	31	47,0
Dewasa Madya (41-60 tahun)	26	39,4
Dewasa Akhir (> 60 tahun)	9	13,6
Jenis Kelamin		
Laki - laki	32	48,5
Perempuan	34	51,5
Pendidikan		
Rendah (SD - SMP)	46	69,7
Tinggi (SMA - PT)	20	30,3
Pekerjaan		
Bekerja	51	77,3
Tidak bekerja	15	22,7
Jarak tempat tinggal		

Dekat (< 5 KM)	36	54,5
Jauh (> 5 KM)	30	45,5
Sumber biaya pengobatan		
Asuransi	55	83,3
Pribadi	11	16,7
Pengalaman rawatan		
Pernah	40	60,6
Tidak pernah	26	39,4
	66	100

Berdasarkan tabel 5.1.1 dapat diketahui bahwa responden terbanyak berasal dari kelompok umur dewasa awal (47 %), jenis kelamin perempuan (51,7%), asuransi (83,3 %) dan lebih dari separuh

berpendidikan tinggi (69,7 %), dan bekerja (77,3 %). Berdasarkan jarak tempat tinggal sebagian besar responden didapattinggal dekat dari rumah sakit (54,5%), pada umumnya menggunakan

pernah dirawat (60,6 %).

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Repurchase intention di Ruang Rawat Inap RSUD Kota Tanjungpinang Tahun 2015 (n=66)

No	Kategori	f	%
1.	Minat	38	57,6
2.	Kurang minat	28	42,4
		66	100

Berdasarkan tabel 5.1.2 Berdasarkan tabel didapatkan sebagian besar pasien yang cenderung minat menggunakan kembali pelayanan keperawatan yaitu sebanyak 40 orang (60,6 %).

Switching Barrier dan dimensi Switching Barrier

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Switching Barrier Ruang Rawat InapSUD Kota Tanjungpinang Tahun 2015 (n=66)

Kategori	F	%
Switching cost		
Tinggi	33	50,0
Rendah	33	50,0
Alternative of attractiveness		
Tinggi	36	54,5
Rendah	30	45,5
Interpersonal relationship		

Baik	40	60,6
Kurang baik	26	39,4
Service recovery		
Baik	46	69,7
Kurang Baik	20	30,3
Switching barrier		
Tinggi	36	54,5
Rendah	30	45,5
	66	100

Berdasarkan tabel didapatkan sebagian besar *switching cost* tinggi (50%), *Alternative of attractiveness* tinggi (54,5%), *interpersonal relationship* baik (60,6%), *service recovery* baik (69,7%) dan *switching barrier* tinggi (54,5%).

Analisis Korelasi Bivariat

Tabel 5.2.1 Hubungan karakteristik responden dan *Switching barrier* dengan *Repurchase intention* di Ruang Rawat Inap RSUD Kota Tanjungpinang Tahun 2015 (n=66)

Variabel Independen	r	p value
Karakteristik responden		
Umur	0,153	0,221
Jenis Kelamin	0,097	0,440
Pendidikan	0,234	0,058
Pekerjaan	0,338	0,120
Jarak tempat tinggal	0,386	0,001
Sumber biaya pengobatan	0,466	0,000
Pengalaman rawatan	0,500	0,000
Switching Barrier	0,509	0,000
<i>Switching cost</i>	0,184	0,139
<i>Alternative of attractiveness</i>	0,386	0,001
<i>Interpersonal relationship</i>	0,500	0,000
<i>Service recovery</i>	0,234	0,058

Pada tabel 5.2.2 didapatkan karakteristik umur (p value = 0,221), jenis kelamin (p value = 0,440), pendidikan (p value = 0,058) dan pekerjaan (p value = 0,120) artinya tidak ada korelasi yang signifikan dengan *repurchase intention*.

Pada tabel 5.2.1 menunjukkan koefesien korelasi jarak dengan *repurchase intention* pasien didapatkan nilai r = 0,386 dengan p value 0,000 (p value < 0,05).

Kesimpulannya ada korelasi yang signifikan antara jarak dengan *repurchase intention* dengan kekuatan hubungan cukup dan arah hubungan positif yang artinya semakin dekat jarak pasien di RSUD Kota Tanjungpinang memiliki *repurchase intention* yang tinggi.

Pada tabel 5.2.1 menunjukkan koefesien korelasi sumber biaya dengan *repurchase intention* pasien didapatkan nilai r = 0,466 dengan p value 0,000 (p value < 0,05).

Kesimpulannya ada korelasi yang signifikan antara sumber biaya dengan *repurchase intention* dengan kekuatan hubungan cukup dan arah hubungan positif yang artinya pasien yang menggunakan asuransi di RSUD Kota Tanjungpinang memiliki *repurchase intention* yang tinggi.

Pada tabel 5.2.1 menunjukkan koefisien korelasi pengalaman rawatan dengan *repurchase intention* pasien didapatkan nilai $r = 0,500$ dengan $p\text{ value} = 0,000$ ($p\text{ value} < 0,05$). Kesimpulan yang diperoleh dari hasil ini ada korelasi yang signifikan antara pengalaman rawatan dengan *repurchase intention*, kekuatan hubungan yang kuat dan arah hubungan positif artinya semakin sering dirawat *repurchase intention* tinggi.

Menunjukkan koefisien korelasi *Switching barrier* dengan *repurchase intention* pasien didapatkan nilai $r = 0,509$ dengan $p\text{ value} = 0,000$ yang lebih kecil dari nilai α (0,05). Kesimpulan yang diperoleh dari hasil ini ada korelasi yang signifikan antara *switching barrier* dengan *repurchase intention* dengan kekuatan hubungan kuat dan arah hubungan positif yang artinya semakin tinggi *switching barrier* di RSUD Kota Tanjungpinang maka semakin tinggi *repurchase intention*.

Hasil analisis didapatkan untuk mengetahui hubungan *Switching cost* dengan *repurchase intention* diperoleh nilai $r = 0,184$ dengan $p\text{ value} = 0,139$ yang lebih besar dari nilai α (0,05). Kesimpulan dari hasil ini adalah tidak terdapat korelasi yang signifikan antara *Switching cost* dengan *repurchase intention*.

Hasil analisis didapatkan untuk mengetahui hubungan *Alternative of*

attractiveness dengan *repurchase intention* pasien diperoleh nilai $r = 0,386$ dengan $p\text{ value} = 0,001$ yang lebih kecil dari nilai α (0,05). Kesimpulan dari hasil ini adalah terdapat korelasi yang signifikan antara *Alternative of attractiveness* dengan *repurchase intention* pasien di RSUD Kota Tanjungpinang dengan kekuatan hubungan yang kuat dan arah hubungan positif yang artinya semakin baik *Alternative of attractiveness* maka semakin tinggi *repurchase intention*.

Hasil analisis didapatkan untuk mengetahui hubungan *interpersonal relationship* dengan *repurchase intention* pasien diperoleh nilai $r = 0,500$ dengan $p\text{ value} = 0,000$ yang lebih kecil dari nilai α (0,05). Kesimpulan dari hasil ini adalah terdapat korelasi yang signifikan antara *interpersonal relationship* dengan *repurchase intention* pasien di RSUD Kota Tanjungpinang dengan kekuatan hubungan yang kuat dan arah hubungan positif yang artinya semakin baik *interpersonal relationship* semakin tinggi *repurchase intention*.

Hasil analisis didapatkan untuk mengetahui hubungan *service recovery* dengan *repurchase intention* pasien diperoleh nilai $r = 0,234$ dengan $p\text{ value} = 0,058$ yang lebih besar dari nilai α (0,05). Kesimpulan dari hasil ini adalah tidak terdapat korelasi yang signifikan antara *service recovery* dengan *repurchase intention*.

PEMBAHASAN

Hubungan Karakteristik Pasien dengan *Repurchase Intention*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara usia dengan *repurchase intention*. Sejalan dengan penelitian Munawaroh tentang analisis

karakteristik dan kepuasan responden dengan loyalitas bahwa tidak ada hubungan umur dengan kesetiaan dalam penggunaan pelayanan kesehatan dengan $p\text{ value} = 0,43$. Dalam penelitian ini sebagian besar responden berada pada rentang usia dewasa awal (18 – 40 tahun).

Laporan survei kesehatan rumah tangga (SKRT) tahun 2001 menyatakan 39 % penduduk yang mengalami disabilitas atau gangguan fungsi tubuh, 30 % diantaranya pada golongan umur di bawah 35 tahun, meningkat dengan bertambahnya umur & mencapai 80 % pada golongan umur 65 tahun keatas. Dengan hasil laporan SKRT ini dapat disimpulkan bahwa semakin meningkat usia, semakin besar pula kebutuhan akan pelayanan kesehatan, sehingga kemungkinan untuk pemanfaatan pelayanan kesehatan seperti rumah sakit akan tinggi dan hal ini dapat mencerminkan loyalitas apabila pemanfaatan tersebut dilakukan terhadap rumah sakit yang sama.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara jenis kelamin dengan minat penggunaan pelayanan kembali oleh responden. Penelitian ini sama juga dengan hasil penelitian Munawaroh bahwa tidak ada hubungan jenis kelamin dengan loyalitas atau minat menggunakan pelayanan kesehatan kembali ($p\text{ value} = 0,964$). Pada penelitian ini sebagian besar perempuan sebagai ibu rumah tangga yang bukan pengambil keputusan, sehingga dimana mereka mencari dan memilih rumah sakit sebagai tempat pelayanan tergantung dari suami atau yang berperan sebagai pengambil keputusan.

Chandra (2010) dalam penelitiannya menyetujui tidak adanya perbedaan antara

pasien dengan jenis kelamin wanita atau pria terhadap perilaku loyal pasien tersebut. Namun Kotler & Keller (2009) menyatakan konsumsi dan selera seseorang dibentuk oleh jenis kelamin dan Supriyanto dan Ernawaty (2010) juga menyatakan ada perbedaan tertentu antara wanita dan laki-laki, misalnya dalam perbedaan kebutuhan, keinginan dan harapan. Perbedaan pendapat ini dengan hasil penelitian mungkin terjadi karena distribusi jenis kelamin pada penelitian ini homogen pada jenis kelamin pria, sehingga bias dalam informasi yang dihasilkan mungkin saja terjadi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara pendidikan dengan *repurchase intentio*. Penelitian ini juga didukung penelitian Munawaroh bahwa tidak ada hubungan pendidikan dengan loyalitas pasien ($p\text{ value} = 0,964$). Hal ini dapat disebabkan oleh kemungkinan pasien datang kembali berobat ke RSUD Kota Tanjungpinang karena pengaruh sumber biaya pengobatan, jarak dan pengalaman dirawat sebelumnya.

Berbeda dengan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Harun dan Yusrizal (2001), yang mengatakan bahwa pendidikan memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan. Sehubungan dengan ini, Setiawan (2011) menjelaskan bahwa salah satu faktor yang memegang peranan di dalam pembentukan perilaku adalah faktor intern, seperti kecerdasan atau pengetahuan, dan kecerdasan atau pengetahuan tersebut dapat diasah melalui pendidikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan antara pekerjaan pasien terhadap minat penggunaan

kembali pelayanan keperawatan di RSUD Kota Tanjungpinang. Pasien yang bekerja atau tidak bekerja lebih banyak menggunakan kartu BPJS sementara RSUD Kota menjadi salah satu tempat rujukan pasien untuk berobat. Berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Harun dan Yusrizal (2001), yang mengatakan bahwa pekerjaan memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara jarak tempat tinggal pasien dengan *repurchase intention*, semakin dekat jarak tempat tinggal pasien dari RSUD Kota Tanjungpinang maka pasien akan cenderung menggunakan kembali pelayanan keperawatan. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Harun dan Yusrizal (2001), yang menyatakan bahwa jarak tempat tinggal pasien dengan rumah sakit memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan. Kemudian Guswan (2009) dalam penelitiannya tentang loyalitas pasien di RS Gigi Mulut Pendidikan Universitas Trisakti Tahun 2009, juga menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara jarak tempat tinggal pasien dengan loyalitas.

Lokasi adalah yang paling diperhatikan bagi pencari pelayanan kesehatan karena jarak yang dekat akan mempengaruhi bagi pencari pelayanan kesehatan untuk berkunjung. Suatu studi mengatakan bahwa alasan yang penting untuk memilih rumah sakit adalah yang dekat dengan lokasi. Keputusan untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan merupakan kombinasi dari kebutuhan normatif dengan kebutuhan yang dirasakan, karena untuk konsumsi pelayanan kesehatan. Konsumen sering tergantung kepada informasi yang disediakan oleh institusi

pelayanan kesehatan ditambah dengan profesinya. Faktor-faktor lain yang berpengaruh antara lain pendapatan, harga, lokasi, dan mutu pelayanan (Mills, 1990).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara sumber biaya pengobatan dengan *repurchase intention*, dimana responden dengan sumber biaya pengobatan asuransi cenderung menggunakan kembali pelayanan keperawatan di RSUD Kota Tanjungpinang. Hasil penelitian ini juga dapat dipengaruhi oleh mayoritas responden yang bekerja sebagai karyawan swasta dan menggunakan sumber biaya pengobatan dari asuransi atau perusahaan tempat mereka bekerja yang telah menjalin kerjasama dengan RSUD yang ada di kota Tanjungpinang seperti RSUD Provinsi, RSAL Dr. Midiyato, S dan termasuk RSUD Kota Tanjungpinang.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Harun dan Yusrizal (2001), yang mengatakan bahwa penanggung biaya memiliki hubungan dengan minat pelanggan. Kemudian Guswan (2009) dalam penelitiannya tentang loyalitas pasien di RS Gigi Mulut Pendidikan Universitas Trisakti Tahun 2009, juga menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara sumber biaya pengobatan dengan loyalitas.

Berdasarkan pengalaman rawatan diketahui bahwa sebagian besar responden (60,6 %) pernah dirawat di RSUD Kota Tanjungpinang sebelumnya, nilai p value 0,142 artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara lama rawatan dengan *repurchase intention*. Namun sikap positif pasien terbentuk melalui pengalaman yang diperoleh selama menerima pelayanan, sehingga untuk

membentuk pasien yang setia maka rumah sakit harus berusaha sebaik-baiknya memberikan pelayanan berkualitas yang sesuai harapan pasien. Pasien yang sebagian besar mempunyai sikap loyal dari pengalaman dirawat juga mempunyai perbandingan antara rumah sakit yang pernah digunakan sebelumnya. Karena faktor pengalaman merupakan penyebab perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku. Pengalaman yang menyenangkan selama dirawat di rumah sakit mempunyai efek yang bermakna pada persepsi pasien terhadap mutu.

Rangkuti (2006), bahwa kebutuhan merupakan tujuan yang menggerakkan pelanggan melakukan pembelian, sedangkan sikap adalah evaluasi pelanggan atas kemampuan atribut suatu produk atau merk alternative dalam memenuhi kebutuhan itu, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kebutuhan mempengaruhi sikap dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian. Setiap pasien sebagai pelanggan akan mempunyai respon terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan saat dirawat. Dan mereka akan membandingkan antara layanan yang diharapkan (*expectation*) dan kinerja (*performa*).

Harapan yang dimaksud berasal dari banyak faktor (Zeithaml *et al.*, 1996) seperti *past experience* merupakan tingkat pengalaman masa lalu yang dialami oleh seseorang konsumen dapat mempengaruhi tingkat harapan konsumen tersebut. Selain itu *What of mouth communication* yaitu apa yang didengar dari konsumen lain yang telah menikmati kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, merupakan faktor potensial mempengaruhi harapan konsumen.

Hubungan Switching Barrier dengan Repurchase Intention

Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi *Switching barrier* dengan *repurchase intention* pasien didapatkan nilai $r = 0,509$ dengan p value 0,000 yang lebih kecil dari nilai alpha (0,05). Kesimpulan yang diperoleh dari hasil ini ada korelasi yang signifikan antara *Switching barrier* dengan *repurchase intention* dengan kekuatan hubungan kuat dan arah hubungan positif yang artinya semakin tinggi *switching barrier* di RSUD Kota Tanjungpinang maka semakin tinggi *repurchase intention*.

Minat konsumen membeli ulang adalah salah satu keberhasilan dari suatu perusahaan, terutama perusahaan jasa (Butcher, 2005). Menurut Hellier, dkk (2003) minat membeli ulang merupakan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali suatu produk atau jasa berdasarkan apa yang telah diperoleh dari perusahaan yang sama, melakukan pengeluaran untuk memperoleh barang dan jasa tersebut dan ada kecenderungan dilakukan secara berkala.

Hal tersebut memperkuat secara empirik teori yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh hambatan pindah seperti yang dikemukakan oleh Bansal dan Taylor dalam Ranaweera dan Prabhu (2003) serta Keaveney (1995). Rahadian (2006) dalam penelitiannya tentang loyalitas pelanggan juga memperkuat hasil penelitian ini, yang menyatakan bahwa hambatan pindah mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian Fornell (1992) juga menyatakan semakin besar rintangan untuk berpindah akan membuat pelanggan menjadi loyal.

Minat (*intention*) merupakan pernyataan sikap mengenai bagaimana seseorang akan berperilaku dimasa yang akan datang (Soderlund dan Ohman, 2003). Minat membeli ulang (*Repurchase Intention*) merupakan suatu komitmen konsumen yang terbentuk setelah konsumen melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Komitmen ini timbul karena kesan positif konsumen terhadap suatu merek dan konsumen merasa puas terhadap pembelian tersebut (Hick,dkk,2005). Dengan pengalaman yang konsumen peroleh dari suatu produk dan jasa tertentu maka akan menimbulkan kesan positif terhadap produk tersebut dan konsumen akan melakukan pembelian ulang (Hellier,dkk,2003).

Hubungan *Switching Cost* dengan *Repurchase Intention*

Hasil analisis didapatkan untuk mengetahui hubungan *Switching cost* dengan *repurchase intention* diperoleh nilai $r = 0,184$ dengan $p\ value = 0,139$ yang lebih kecil dari nilai α (0,05). Kesimpulan dari hasil ini adalah tidak terdapat korelasi yang signifikan *Switching cost* dengan *repurchase intention* pasien di RSUD Kota Tanjungpinang.

Biaya perpindahan merupakan biaya pemutusan hubungan dalam sudut pandang ekspektasi terhadap semua kerugian akibat mengentikan hubungan atau berpindah ke alternative lain (Harsono,2005). Biaya perpindahan merupakan salah satu faktor yang mendorong apakah konsumen tetap termotivasi untuk mempertahankan suatu pilihan atau berpindah ke alternative lain. Ketika pembeli mempertimbangkan alternatif lain dari penggunaan selama ini maka salah satu yang dipertimbangkan adalah implikasi biaya atau seperti yang

dikatakan Mowen & Minor (2002) disebut sebagai resiko.

Switching cost adalah biaya yang menghalangi konsumen untuk berpindah dari produk atau jasa perusahaan saat ini kepada produk atau jasa competitor (Lovelock dan Wright, 2005). Artinya ketika suatu hubungan ditetapkan, satu pihak akan bergantung kepada pihak lain. Salah satu yang menyebabkan *switching cost* tinggi adalah baiknya kualitas pelayanan. Pasien akan merasa rugi saat harus berpindah berobat ke rumah sakit lain yang pelayanannya tidak berkualitas. Dalam hal rugi atau tidak dalam masalah kesehatan pasti setiap orang tidak mau mengambil resiko. Mereka akan mencari rumah sakit yang menurut mereka memenuhi harapan. Kualitas meliputi setiap aspek dari suatu perusahaan dan sesungguhnya merupakan suatu pengalaman emosional bagi pelanggan. Pelanggan ingin merasa senang dengan pembelian mereka, merasa bahwa mereka telah mendapatkan nilai terbaik dan ingin memastikan bahwa uang mereka telah dibelanjakan dengan baik, dan mereka merasa bangga akan hubungan mereka dengan sebuah perusahaan yang bercitra mutu tinggi.

Hubungan *Alternative of attractiveness* dengan *repurchase intention*

Hasil analisis didapatkan untuk mengetahui hubungan *Alternative of attractiveness* dengan *repurchase intention* pasien diperoleh nilai $r = 0,386$ dengan $p\ value = 0,001$ yang lebih kecil dari nilai α (0,05). Kesimpulan dari hasil ini adalah terdapat korelasi yang signifikan antara *Alternative of attractiveness* dengan *repurchase intention* pasien di RSUD Kota Tanjungpinang dengan kekuatan hubungan cukup kuat dan arah hubungan

positif yang artinya semakin baik *Alternative of attractiveness* maka semakin tinggi *repurchase intention*.

Daya tarik alternatif mengacu pada reputasi, gambaran alternatif dan kualitas dari persaingan yang ada dipasar. Seberapa banyak sesuatu yang lebih buruk atau lebih baik dalam berbagai dimensi atau suatu alternatif konsumen akan produk (Julander dan Soderlund, 2003). Daya tarik berorientasi pada persepsi pelanggan mengenai alternatif pilihan dari persaingan yang ada di pasar. Konsumen membandingkan persepsi jumlah resiko yang muncul dalam keputusan pembelian dengan kriteria kepribadian mereka tentang seberapa besar resiko. Kepercayaan pasien terhadap pelayanan keperawatan yang ada di rumah sakit meliputi kepercayaan terhadap penyakit, dokter dan petugas kesehatan terutama perawat.

Faktor *need* atau kebutuhan terhadap pelayanan yang berkualitas tak dapat diabaikan untuk menilai daya tarik pasien terhadap penggunaan rumah sakit yang ada di kota Tanjungpinang. RSUD Kota Tanjungpinang merupakan salah satu rumah sakit rujukan di kepulauan riau dan letaknya dekat dengan pelabuhan. Sehingga memudahkan transportasi dan evakuasi pasien dari berbagai pulau dan kepri. Tarif atau biaya, fasilitas dan pelayanan personil merupakan faktor *need* dari penggunaan pelayanan kesehatan selain lokasi, informasi dan kecepatan layanan yang ada.

Hubungan Interpersonal Relationship dengan Repurchase Intention

Hasil analisis didapatkan untuk mengetahui hubungan *interpersonal relationship* dengan *repurchase*

intention pasien diperoleh nilai $r = 0,500$ dengan $p\text{ value} = 0,000$ yang lebih kecil dari nilai alpha (0,05). Kesimpulan dari hasil ini adalah terdapat korelasi yang signifikan antara *interpersonal relationship* dengan *repurchase intention* pasien di RSUD Kota Tanjungpinang dengan kekuatan hubungan yang kuat dan arah hubungan positif yang artinya semakin baik *interpersonal relationship* semakin tinggi *repurchase intention*

Hubungan interpersonal mengacu pada hubungan yang dijalin antara pelanggan dan karyawan maupun hubungan antara sesama pelanggan (Jones, dkk, 2000). Hubungan interpersonal mengacu pada kekuatan pribadi dikembangkan antara pelanggan dan karyawan mereka (Julander, 2003). Hubungan interpersonal penting dalam memberikan status yang tinggi dari interaksi yang dibangun. Individu lebih mungkin untuk berhubungan dengan kelompok yang mempunyai hubungan kuat.

Pelanggan dapat memperoleh manfaat psikososial dari hubungan dengan karyawan atau supplier maupun hubungan dengan sesama pelanggannya (Jones, dkk, 2000). Ulaga dan Edgert (2005) menyebutkan bahwa manfaat sosial merupakan bagian dari keseluruhan manfaat yang diterima pelanggan dalam pertukaran untuk harga yang dibayarkan. Jika hubungan cukup kuat, maka kemungkinan pelanggan untuk tetap mengkonsumsi produk juga tinggi, hal ini dapat dibangun melalui interaksi antara pelanggan dan supplier saat transaksi. Hubungan antar personal berarti hubungan psikologis dan sosial yang merupakan manivestasi diri sebagai perusahaan yang peduli, dapat dipercaya, akrab dan komunikatif (Gremier, 1995 dalam Lupiyoadi dan A. Hamdani,

2006:198). Oleh karena itu, investasi hubungan khusus membantu meningkatkan ketergantungan pelanggan dan menekan hambatan pindah (Jones, Mothersbaugh, dan Betty, 2000 dalam Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2006).

Hubungan Service Recovery dengan Repurchase Intention

Hasil analisis didapatkan untuk mengetahui hubungan *service recovery* dengan *repurchase intention* pasien diperoleh nilai $r = 0,234$ dengan $p\text{ value} = 0,058$ yang lebih kecil dari nilai α (0,05). Kesimpulan dari hasil ini adalah tidak terdapat korelasi yang signifikan antara *service recovery* dengan *repurchase intention* pasien di RSUD Kota Tanjungpinang.

Pemulihan layanan adalah berbagai hal yang dilakukan perusahaan setelah terjadi suatu kegagalan jasa dalam pelayanan. Pemulihan layanan terjadi ketika adanya keluhan pelayanan dari pelanggan yang tidak puas akan layanan dari perusahaan tersebut. Menurut Lovelock dan Wright (2007) *service recovery* adalah upaya sistematis oleh perusahaan setelah kegagalan jasa untuk memperbaiki suatu masalah dan mempertahankan kehendak baik pelanggan. Pemulihan layanan adalah salah satu determinan signifikan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang tidak puas melalui kebijakan pemulihan jasa yang efektif (Tjiptono, 2007).

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Hal ini juga dapat dilakukan dengan cara meletakkan kotak saran di koridor, menyediakan kartu komentar untuk diisi pasien yang akan

keluar, dan mempekerjakan staf khusus untuk menangani keluhan pasien. Dapat juga menyediakan *hot lines* bagi pelanggan dengan gratis, juga dapat menambah *web pages* dan *e-mail* untuk melaksanakan komunikasi dua arah. Informasi tersebut merupakan sumber gagasan yang baik yang meyakinkan pelayanan kesehatan dapat bertindak dengan cepat dalam rangka menyelesaikan masalah.

Para manajer menggunakan kepuasan sebagai variabel yang sangat penting untuk mengukur pemasaran pelayanan perawatan kesehatan dengan kebiasaan atau perilaku pembelian berulang-ulang (minat untuk kembali) yang menghasilkan ukuran kepuasan maksimal. Karena nilai dan harapan pasien menentukan aspek interpersonal dari kualitas, kepuasan pasien merupakan indikator dari perawatan, pengkomunikasian ke penyedia layanan berkaitan dengan kebutuhan dan harapan pasien telah dipenuhi. Jadi fokus perhatian pasien dalam pelayanan keperawatan adalah apa yang mereka rasakan sesuai dengan yang mereka harapkan. Tidak banyak pasien memikirkan bagaimana upaya rumah sakit untuk memulihkan layanan karena yang bisa dirasakannya adalah kepuasan pelayanan keperawatan saat dirawat saja. Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak dapat dilihat dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Philip Kotler, 1994).

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut :responden terbanyak berasal dari kelompok umur

dewasa awal (47 %), jenis kelamin perempuan (51,7%), berpendidikan tinggi (69,7%), dan bekerja (77,3%). Berdasarkan jarak tempat tinggal sebagian besar responden didapatkan tinggal dekat dari rumah sakit (54,5%), pada umumnya menggunakan asuransi (83,3 %) dan lebih dari separuh pernah dirawat (60,6 %). Sebagian besar *switching cost* tinggi (50%), *Alternative of attractiveness* tinggi (54,5%), *interpersonal relationship* baik (60,6%), *service recovery* baik (69,7%) dan *switching barrier* tinggi (54,5%). Sebagian besar pasien yang cenderung minat menggunakan kembali pelayanan keperawatan yaitu sebanyak 40 orang (60,6 %).

Berdasarkan analisis didapatkan ada korelasi antara jarak, sumber biaya dan pengalaman rawatan dengan *Repurchase Intention*. Terdapat korelasi antara *Alternative of attractiveness* dan *interpersonal relationship* dengan *Repurchase Intention* dimana korelasi yang paling kuat adalah *interpersonal relationship*.

2. Saran

Bagi Manajemen Keperawatan di RSUD Kota Tanjungpinang

- Untuk menjaga minat responden yang sudah baik terhadap pelayanan keperawatan, perlu dilakukan upaya peningkatan *Switching Barrier* secara terus menerus terutama dalam dimensi *Interpersonal relationship* terhadap pasien yang dinilai memiliki pengaruh paling besar dalam aspek *switching barrier* terhadap minat pasien dalam penelitian ini.
- Aspek dari *switching barrier* yang terkait dengan kualitas pelayanan keperawatan yang perlu

ditingkatkan adalah pemahaman perawat tentang manajemen mutu serta aplikasi dalam manajemen ruangan dalam rangka mengelola pelayanan keperawatan beserta ruang rawat yang berorientasi pada kebutuhan pasien, dengan metode penugasan yang efektif maka kebutuhan pasien akan lebih terpenuhi.

- Melakukan evaluasi secara berkala sesuai standar yang ditetapkan rumah sakit mengenai *interpersonal relationship* yaitu hubungan perawat pasien dalam pelayanan keperawatan dan melakukan sistem keluhan dan saran dengan *customer care* secara rutin dengan memberikan kesempatan seluas luasnya pada pasien untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan. Media yang dapat digunakan meliputi kotak saran dengan menyediakan kartu komentar yang dapat diisi langsung.

Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini digunakan sebagai dasar penelitian berikutnya dengan menggunakan variabel lain yang berhubungan dengan minat pasien seperti *word of smooth*, *minat mereferensikan*, *nilai pelangga*, kepuasan pasien, citra rumah sakit dan lain sebagainya dengan *repurchase intention* pasien. Pengumpulan data dapat lebih dikembangkan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara mendalam serta dengan rancangan penelitian yang berbeda agar data atau informasi yang didapatkan dapat lebih akurat dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahira, A. (2012) Rumah Sakit - Sejarah dan Jenis-jenis Rumah Sakit <http://www.anneahira.com/rumah-sakit-20850.htm>
- Andreassen, T. W. and Bodil, L. 1998. The Impact of Corporate Image on Quality, customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying degrees of Service Expertise. *International Journal of Service Industry Management* vol.9 No.1: 7-23.
- Azwar, A, (1996), Pengantar Administrasi Kesehatan, Binarupa Aksara, Jakarta
- Asmuji (2012). *Manajemen Keperawatan: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta, Ar-Ruzz Media
- Baroroh (2010). Bloemer. J., Ko de.R., Pascal .P, (1998). Investigating Drivers of Bank Loyalty: The Complex Relationship Between Image, Service Quality, and Satisfaction, *International Journal of Bank Marketing*, Vol 16, Issue 7 Date.
- Borg and Gall. (1989). *Educational Research*, New York :Pinancing. Washington: The Word Bank
- Baloglu, S. (2002). "Dimensions of Customer Loyalty", *European Journal of Marketing*, page 1372-1388.
- Bungin, H.M. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu – Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Penerbit Kencana
- Budiastuti. (2002). *Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Rumah Sakit*. Diakses November 2009 dari <http://www.kepuasan-pasien-terhadap-pelayanan-rumahsakit> « Artikel Psikologi Klinis Perkembangan Sosial.htm
- Cronin, J., Michael G. B. & Thomas M. (2000). "Assesing The Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Con-sumer Behavioral Intentions in Service Envi-ronment", *Journal of Retailing*, page 193-218.
- Dahlan, M.S. (2009) *Statistik untuk kedokteran dan kesehatan : deskriptif, bivariat, dan multivariat, dilengkapi dengan menggunakan SPSS*, Jakarta : Salemba Medika.
- Destiana. (2006). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. POS INDONESIA (Persero) Kantor Pos Tasikmalaya. *Tesis*. Tasikmalaya. Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen.
- Depkes RI. (2007). *Riset Kesehatan Dasar (RISKESDAS) Nasional Tahun 2007*. <http://www.litbang.depkes.go.id/>.
- Dharma, K.K (2011), *Metode Penelitian Keperawatan: Panduan Melaksanakan dan menerapkan Hasil Penelitian*, Jakarta, TIM
- Dharmestha, S dan Hani H., (2008), *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat, BPFE, Yogyakarta
- Ferdinand, A. (2006), *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi Kedua, Penerbit: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang .
- Gillies. (1996). *Manajemen Keperawatan: Suatu pendekatan sistem*. (Edisi 2). Penerjemah: Sukmana, Dika dan Sukmana Widya. Philadelphia: WB Saunders. (Sumber asli diterbitkan 1994)

- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Goetsch, D.L & Davis, S, (1994). *Introduction to Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc
- Guntur, M dan Bambang,S. (2001). Analisis Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Kota Surakarta Universitas Muhammadiyah. Surakarta
- Gunawan.A. (2013). Komunikasi Interpersonal dan Fasilitas Kesehatan: Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan, Loyalitas dan WOM Rumah Sakit. *Jurnal bisnis manajeme*.
- Gunawan, Ketut. (2009). Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien (Studi pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja–Bali). *Jurnal ekonomi*
- Haryono, E, Hari, K. & M. Syafril, N. (2006). *Hubungan Persepsi terhadap Kualitas Pelayanan dengan Minat Pemanfaat-an Pelayanan Rawat Inap Puskesmas dan Balai Pengobatan Swasta di Kabupaten Tapanuli Tengah*, Working Paper Series No.4, Universitas Gadjah Mada.
- Hasan Ali, (2008), *Marketing*, cetakan pertama, Penerbit : Buku Kita, Yogyakarta
- Hutton, J. D and Lynne, R. 1995. Healthscapes: The Role of Facility and Physical Environment on Consumer Attitudes, Satisfaction, Quality assessments, and Behaviors. *Health Care Management Review* 20: 48-60.
- Imbalo S. Pohan. (2007). *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan*. Cetakan I, Jakarta :EGC
- Jacobalis, S (1989). *Menjaga Mutu Pelayanan Rumah Sakit*. Citra Windu Satria, Jakarta
- Jackovist, D.S., (1999), Ambulatory Patient Satisfaction : A Systematic Approach to Collecting and Reporting Information, *Journal for Healthcare Quality*, November / December
- Jane et al. (2011). How satisfaction modifies the strength of the influence of perceived service quality on behavioral intentions. *Journal Leadership in Health Services* 24.2 : 91-105.
- Kotler,P., dan Keller,L., (2008), *Manajemen Pemasaran*, edisi ketigabelas, jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh, Penerbit : Prenhalindo, Jakarta
- Kotle,P. (2009). *Manajemen Pemasara*.,Edisi 13. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, P. (1994), *Marketing Management ; Analysis, Planning, Implementation and Control (8th ed)*, International Edition, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New Jersey.
- Kozier, B et. al. (2009). *Fundamentals of nursing, concept, process, and practice*. New Jersey, U.S.A : Multi Media.

- Leboeuf, M. (1992). *Memenangkan dan Memelihara Pelanggan*. Jakarta : Pustaka Tangga
- Lele, M.M, dan Sheth. (1995). *Pelanggan Kunci Keberhasilan*. Jakarta, Mitra Utama .
- Leebov, W & Scott, G .(1994). *Service Quality Improvement : The Customer Satisfaction Strategy for Health Care*. American Hospital Publishing Inc,USA.
- Lestari, dkk (2000) Analisa Faktor Penentu Tingkat Kepuasan Pasien Di Rumah Sakit Pku Muhammadiyah Bantul
- Lim, C.P and Nelson K.H.Tang.2000. A Study of Patients Expectation and Satisfaction in Singapore Hospital International. *Journal of Health Care Quality Assurance* 13 No.7: 290-299.
- Lupiyoadi, R dan A. Hamdani. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Lovelock, C and Wright, L. (2005). *Principles of Service Marketing and Managemen*.
- Mardalis.A.(2005). *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jakarta : Balai Pustaka
- Munijaya, I.G.(2004). *Manajemen Kesehatan*. Jakarta : Penerbit Buku Kedokteran, EGC
- M.Zid .(2013). *Berobat keluar negeri tetap trend*. Kliping Pusat Komunikasi Setjen Kementerian Kesehatan RI. Jakarta : Kompas 7 Maret 2013 edisi pagi hal : 13
- Mabow, (2009). *Minat Pembeli Dalam Psikologi*
- Marquis, B.L. & Huston, C.J. (2010). *Kepemimpinan dan Manajemen Keperawatan: Teori dan Aplikasi*. Edisi keempat. Jakarta: EGC.
- Nguyen, N and Gaston L. 2002. Contact Personnel, Physical Environment and Perceived Corporate Image of Intangible Services by New Clients. *International Journal of Service Industry Management* 13: 242-262.
- Nordby, H (2004); Communicative challenges for paramedics: language and interpretation; *Scand J Trauma Resusc Emerg Med* 12; 178-181
- Nursalam. (2011). *Manajemen Keperawatan*. edisi 3. Jakarta : Salemba Medika.
- Oliver, R.L. (1998). *Whence Customer Loyalty ?*, *Journal Of Marketing*. <http://www.jstor.org/pss/1252099>
- Profil Rumah Sakit Umum Daerah Kota Tanjungpinang Tahun 2013
- Profil Rumah Sakit Umum Daerah Kota Tanjungpinang Tahun 2013
- Pavarini, P, S. Sanders & M. Lindsay (2012); *Health Care Reform Going Forward: What's the Impact on Providers?* *Becker's Hospital Review*, December.
- Peters, J. H, (1999). *Service Management*, Jakarta, Trisakti University Jakarta
- Peters, Thomas J & Waterman, Robert H, 1984, *In Search of Excellence : Lessons from America's Best-Run Companies*, New York : Harper & Row, Pub.
- Reichheld, F. F. (2001). *Loyalty rules !*. Harvard Business School Press, US.
- Sangadji,E.M dan Sopiah (2013) perilaku konsumen pendekatan praktis. ANDI Yogyakarta
- Setiawan, S.(2011). *Loyalitas Pelanggan Jasa*. IPB Press, Bogor.
- Sharma, R.D. & Hardeep,C (1999); *A Study of Patient Satisfaction in*

- Outdoor Services of Private Health Care Facilities; Vikalpa, Vol. 24, No. 4, October-December 59-76 Singer et al (2009)
- Shamdasani, P.N. & A.A. Balakrisnan (2000); Determinants of Relationship Quality and Loyalty in Personalized Services; Asia Pacific Journal of Management, 17 (3), 399-422.
- Stewart, AL, et al, (2013) AE 12 ISSN: 2302 - 4119 Vol. 1, No. 3; Oktober 2013 *Journal of Business an Entrepreneurship*
- Subihaini. 2002. "Analisis Konsekuensi Keperilakuan Kualitas layanan: Suatu Penelitian Empiris." USAHAWAN No. 02 Thn XXXI Februari 2002 : 29-37.
- Suhanura, A. (2008). *Analisis Loyalitas Pelanggan Poli Kebidanan dan Kandungan Rumah Sakit Asri Tahun 2008, Thesis*. FKM UI.
- Suharno.M. dan Shihab.(2012). Pengaruh Dimensi Reliabilitas, Dimensi Tangibel dan Dimensi Empati Terhadap Loyalitas Pasien (Studi Kasus: Pasien Rawat Jalan RS MRCCC Siloam Semanggi). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.10 No.19 Juni 2012*
- Sulni,dkk, (2013) . Hubungan Mutu Pelayanan Kesehatan Dengan Loyalitas Pasien Di Puskesmas Baranti Kabupaten Sidrap Tahun 2013. *Jurnal fakultas kesehatan masyarakat Universitas Hasanudin*
- Supramono dan Haryanto.(2003). *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyanto, S dan Ernawaty. (2010). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. ANDI, Yogyakarta.
- Swansburg. (2000). *Pengantar kepemimpinan dan manajemen keperawatan*. Jakarta: EGC
- Sarwono,J (2006). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif, (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2006, Hal. 111) – SP
- Sabihaini. (2002). "Analisis Konsekuensi Keperilakuan Kualitas Layanan: Suatu Kajian Empirik", *Usahawan*, hal: 29-36.
- Tjiptono, F. (1999). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F.(2001). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, Penerbit Andi, Jogjakarta.
- (2007). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Tjiptono,F dan Gregorius,C, (2005), *Service Quality & Satisfaction*, edisi pertama, cetakan pertama, Andi, Yogyakarta
- Thomas, R.K. (2005). *Marketing Health Service*. Health Administration Press, Chicago.
- Trarintya,MAP. (2011). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan *word of mouth*(studi kasus pasien rawat jalan di wing amertarsup sanglah Denpasar). Tesis Program Pasca Sarjana universitas udayana Denpasar. (Tidak dipublikasikan)
- Trisnantoro,L. (2005). *Aspek stretegis manajemen rumah sakit*
- Ulfa,R. (2011). Hubungan Karakteristik Pasien, Kualitas Layanan dan Hambatan Pindah dengan Loyalitas Pasien di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Tugu ibu Depok.(tidak dipublikasikan)

- Westbrook, R.A. (1987), "Product/Consumption-Based Affective Responses and Post-Purchase Processes," *Journal of Marketing Research*, 24 (August), pp. 258-270.
- Watzlawick, P, J.B. Bavelas & D.D. Jackson (2011); *Pragmatics of Human Communication: A study of interactional patterns, pathologies, and paradoxes; jurnal of W.W. Norton & Company*
- Winardi. 1991. *Marketing dan Perilaku Konsumen*, Penerbit Mandar Maju, Bandung.
- Wloszczak, S, Anna, M.J. Jarost & M. Goniewicz (2013); Professional communication competences of paramedicspractical and educational perspectives; *Annals of Agricultural and Environmental Medicine*, Vol 20, No 2, 366–372
- Zolnierek, K.B.H. & M.R. Dimatteo (2009); Physician Communication and Patient Adherence to Treatment: A Metaanalysis; *Medical Care*, August; 47 (8): 826-834.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., Berry, L.L., (1990), *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectations*, The free press, New york.

¹Liza Wati, S.Kep, Ns, M.Kep : Dosen STIKES Hang Tuah Tanjungpinang.

²Ernawati, S.Psi, M.Si : Dosen STIKES Hang Tuah Tanjungpinang.

³Meily Nirnasari, S.Kep, Ns : Dosen STIKES Hang Tuah Tanjungpinang.