

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KUALITAS PELAYANAN PADA LABORATORIUM KLINIK PRODIA CABANG CIDENG JAKARTA PUSAT

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS WITH SERVICE QUALITY AT CLINICAL LABORATORIUM PRODIA BRANCH CIDENG CENTRAL JAKARTA

Reynaldi Aditya Ramadhan¹, Dr. Ir. Tjahjono Djatmiko, M.B.A²

^{1,2} Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom

¹reynaldiaditya@student.telkomuniversity.ac.id, ²tjahjonodjatmiko@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

PT Prodia Widyahusada Tbk. merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang pelayanan jasa pemeriksaan laboratorium klinik yang telah memiliki banyak cabang yang tersebar di Indonesia. Berdasarkan data awal ditemukan jumlah keluhan yang meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, manajemen harus dapat menerapkan kualitas pelayanan yang merata di seluruh cabang sesuai dengan standard yang telah ditentukan. Hal ini karena masih terdapat cabang yang belum dapat memenuhi standar kepuasan.

Penelitian ini akan dilakukan pada Cabang Cideng, Jakarta Pusat karena berdasarkan data awal ditemukan cabang ini belum mampu mencapai indeks kepuasan konsumen, serta mengalami penurunan jumlah pelanggan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, tingkat kepuasan pelanggan, serta pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan diukur oleh 5 Dimensi dengan 20 pernyataan yang disurvei menjadi 2 yaitu ekpektasi kualitas pelayanan dan harapan kualitas pelayanan.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap 400 orang pelanggan yang pernah menggunakan jasa Laboratorium Klinik Prodia Cabang Cideng Jakarta Pusat, dengan teknik *incidental sampling*. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan analisa deskriptif dan *customer satisfaction index*.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan Laboratorium Klinik Prodia Cabang Cideng Jakarta Pusat dipersepsikan sangat baik, dilihat dari analisa 5 dimensi kualitas pelayanan dengan melihat ekpektasi dan kinerja dari hasil tanggapan pasien laboratorium, *customer satisfaction index* menunjukkan pada hasil para pasien sangat puas dengan pelayanan Laboratorium Klinik Prodia Cabang Cideng Jakarta Pusat.

Penelitian ini merekomendasikan peningkatan kualitas pelayanan melalui peningkatan fisik bangunan dan pelatihan karyawan agar dapat merespon pasien dengan baik. Penelitian ini tidak luput dari kesalahan yang ada diharapkan penelitian ini dapat merujuk kepada penelitian selanjutnya dengan indikator-indikator yang dapat mengukur secara spesifik kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, Indeks Kepuasan Pengguna, Pelayanan Kesehatan, Pemasaran Jasa.

Abstract

PT Prodia Widyahusada Tbk. is a private company engaged in the field of clinical laboratory examination services that have had many branches spread in Indonesia. Based on preliminary data found the number of complaints increased compared to the previous year. In addition, management should be able to apply the quality of service that is evenly distributed across all branches in accordance with predetermined standards. This is because there are still branches that can not meet the standards of satisfaction.

This research will be conducted at Cideng Branch, Central Jakarta because based on preliminary data found this branch has not been able to reach the index of customer satisfaction, and decreased the number of customers compared with the previous year. This study aims to find out how the customer response to service quality, customer satisfaction level, and influence the quality of service to customer satisfaction. Quality of service is measured by 5 Dimensions with 20 statements surveyed into 2 that is expectation of service quality and service quality expectation.

Primary data in this study was obtained from the questionnaires distributed to 400 customers who had used the laboratory services of Prodia Branch Cideng Central Jakarta, with incidental sampling technique. The collected data is then analyzed using descriptive analysis and customer satisfaction index.

The results showed that the quality of Clinical Laboratories Prodia Branch Cideng Central Jakarta is very good perception, seen from the analysis of 5 dimensions of service quality by looking at the expectations and performance of the results of laboratory patient responses, customer satisfaction index shows on the results of the patients are very satisfied with clinical laboratory services Prodia Branch Cideng Central Jakarta.

This research recommends improvement of service quality through physical improvement of building and employee training in order to respond well patient. This research is not spared from the existing error is expected This research can refer to further research with indicators that can measure the specific quality of service and customer satisfaction.

Keywords: Quality service, Customer satisfaction, Customer satisfaction Index, Healthcare, Marketing Services.

1. Pendahuluan

Meningkatnya kesadaran masyarakat akan penting menjaga kualitas kesehatan, tidak hanya dari golongan usia tua tetapi juga usia muda produktif. Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa 7 dari 10 millennial menyatakan mereka ingin wujudkan hidup sehat dan lebih aktif (Marketplus.com)^[1]. Di Indonesia, salah satu sektor bisnis yang terus berkembang adalah industri kesehatan. Hal ini dapat dilihat dari faktor-faktor yang mendukung terciptanya potensi pasar yang besar di antaranya adalah peningkatan pendapatan masyarakat, naiknya biaya kesehatan, serta jumlah penduduk yang tumbuh pesat. Data Badan Pusat Statistik pada tahun 2017 menunjukkan sektor jasa kesehatan mencatatkan pertumbuhan 7,8% selama tahun 2016 (Kompas.com)^[2]. Data dari Kementerian Perindustrian menunjukkan pada tahun 2017, pertumbuhan jasa kesehatan mencapai 7,13%, menempati urutan ketiga pertumbuhan tertinggi setelah sektor informasi dan komunikasi (tumbuh 9,1%) transportasi dan pergudangan (7,65%) (Kementerian Perindustrian)^[3]. Pada tahun 2015, Frost & Sullivan Health yang dikutip oleh Credit Suisse (2017) memperkirakan industri kesehatan akan tumbuh tiga kali lipat dari US\$ 7 Triliun pada tahun 2014 menjadi US\$ 21 triliun pada 2019.

Lebih lanjut Frost and Sullivan (Credit Suisse, 2017) menyebutkan terdapat enam pemain utama laboratorium klinik swasta yang menjadi *key player* di Indonesia yang mewakili 68% dari total pendapatan pasar laboratorium independen swasta pada tahun 2015, perbandingan jumlah cabang klinik laboratorium swasta terbesar di Indonesia. Prodia memiliki cabang yang paling banyak dibandingkan dengan lima laboratorium klinik lainnya dengan 128 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia baik di dalam Pulau Jawa maupun di luar Pulau Jawa, selanjutnya adalah Kimia Farma, Pramita Lab, Cito, Parahita dan Bio Medika. Dilihat dari banyaknya jumlah cabang yang dimiliki laboratorium – laboratorium yang ada di Indonesia, Prodia memiliki *market share* sebesar 35%, sedangkan dari gabungan 5 laboratorium lainnya mengambil *market share* sebesar 33%, dan sisanya sebesar 32% diambil oleh 786 laboratorium pribadi yang berdiri sendiri. Prodia sebagai pemimpin pasar laboratorium klinik di Indonesia telah memiliki standard kualitas pelayanan yang unggul dalam menunjang proses bisnisnya. Meskipun demikian, kualitas pelayanan yang kurang merata di setiap cabang dapat menyebabkan menurunnya kepuasan konsumen yang pada akhirnya berpotensi merugikan bagi perusahaan. Konsumen yang tidak puas akan menyebarkan informasi tersebut bahkan pindah ke kompetitor sehingga perusahaan kehilangan konsumen. Penelitian akan dilakukan pada Kantor Cabang Cideng, Jakarta Pusat karena berdasarkan informasi awal cabang tersebut pada tahun 2017 belum berhasil memenuhi standar indeks kepuasan konsumen dan mengalami penurunan jumlah konsumen dibandingkan tahun sebelumnya.

2. Dasar Teori

1. Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2012:27) dapat dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda yaitu dari sudut pandang sosial dan sudut pandang manajerial. Dalam definisi sosial pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

2. Pemasaran Jasa

Dalam kajian pemasaran, jasa termasuk produk yang dipasarkan seperti halnya barang yang berbentuk fisik. Kotler dan Keller (2013:378) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya merupakan produk tidak berwujud serta tidak menimbulkan adanya kepemilikan konsumen terhadap produk tersebut. Jasa memiliki empat karakteristik yang sangat mempengaruhi rancangan pemasaran yaitu : *intangibility* (tidak berwujud), *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), *variability* (beragam) dan *perishability* (tidak tahan lama).

3. Klasifikasi Jasa

Menurut Sunyoto dan Susanti (2015:12), skema klasifikasi jasa dibuat dengan tujuan untuk menambah pengalaman bagi pengelola jasa dari berbagai industri jasa lainnya sebagai pemecahan masalah yang ada akan digunakan oleh para manajer dalam menghadapi lingkungan bisnisnya. Menurut Lovelock, 2007 dalam (Sangadji dan Sopiah, 2013:95) jasa diklasifikasikan berdasarkan tujuh kriteria yaitu berdasarkan segmen pasar, keberwujudan, keterampilan penyedia jasa, tujuan organisasi jasa, regulasi, tingkat intensitas karyawan, dan tingkat kontak penyedia jasa dan pelanggan,

4. Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, et al. (dalam Kotler dan Keller, 2013:212) kualitas layanan didefinisikan sebagai sikap, tingkat perbedaan antara harapan pelayanan dan persepsi aktual dan analisis faktor yang digunakan untuk memotong lima dimensi : tangibilitas, jaminan, daya tanggap, kehandalan, dan empati. Kualitas adalah penilaian konsumen tentang produk atau *service excellence* secara keseluruhan atau superioritas. Tjiptono (2012:74) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan perbandingan antara ekspektasi pelanggan dengan tingkat layanan yang diterima dari suatu perusahaan.

5. Dimensi Kualitas Pelayanan

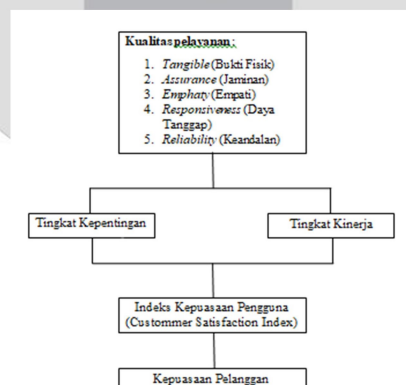
Dabestani *et al.* (2016)^[8] yang dijadikan sebagai acuan penelitian menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan terdiri dari 12 dimensi yang meliputi kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), keamanan dan kerahasiaan (*security and confidentiality*), akses dan pendekatan (*access and approachability*), komunikasi (*communication*), kemampuan memahami pelanggan (*understanding the customer*), kredibilitas (*credibility*), bukti fisik (*tangibles*), kesopanan (*courtesy*), harga (*price*), dan kompetensi (*competence*), dan fleksibilitas (*flexibility*).

6. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2012, p. 150), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas, jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang

7. Kerangka Pemikiran

Menurut Sakaran, 1992 dalam (Sugiyono, 2017:60)^[9], kerangka berpikir adalah suatu bentuk konseptual mengenai bagaimana teori yang ada memiliki hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai suatu masalah yang krusial. Kualitas layanan (*service quality*) menunjukkan perbandingan antara tingkat layanan yang diberikan kepada pelanggan dari perusahaan (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan oleh pelanggan (*expected service*) (Tjiptono, 2012:77). Berdasarkan jurnal acuan Dabestani *et al.* (2017) terdapat 12 dimensi yang membentuk kualitas layanan. Harapan yang ada pada pelanggan ini, didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, pengalaman pada masa lampau, kebutuhan pribadi pelanggan, dan komunikasi eksternal (berbagai bentuk promosi yang dilakukan perusahaan)



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Berbagai Literatur Diolah

3. Metodologi

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan tujuan penelitian yaitu deskriptif. Dalam penelitian ini variabel bersifat mandiri, peneliti tidak membuat suatu perbandingan antara variabel yang sudah dipilih pada sampel yang lain (Sugiyono, 2017:36). Pada saat melakukan

pemerolehan data, peneliti tidak melakukan manipulasi data apapun. Sehingga dari segi keterlibatan peneliti, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian yang tidak mengintervensi data. Jika ditinjau dari setting penelitian, maka penelitian ini termasuk dalam penelitian *non contrived setting* yang artinya penelitian dilakukan tanpa dibuat-buat atau dalam lingkungan yang normal (dalam keadaan ilmiah) (Indrawati, 2015:118)^[11]. Berdasarkan waktu pelaksanaannya, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian *cross sectional*. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Laboratorium Klinik Prodia Cabang Cideng Jakarta Pusat. Minimum sampel pada penelitian ini adalah 400 sampel yang ditentukan berdasarkan teknik sampling Bernouli (Sanusi, 2011:101)^[12]. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *sampling purposive*.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan data yang sudah terkumpul dari kuisioner yang telah disebar. Menggunakan Indeks Kepuasan Pelanggan yang digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan menggunakan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan atribut produk maupun jasa yang diukur.

4. **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik responden pada penelitian ini pelanggan Laboratorium Klinik Prodia Cabang Cideng Jakarta Pusat, jenis kelamin, usia, pendapatan, dan pekerjaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 215 atau 53.75% dan Laki – Laki sebanyak 185 atau 46.25%. Mayoritas tertinggi berusia >46 tahun sebanyak 29.75% dan paling rendah adalah usia 36-45 tahun sebanyak 22.25% dengan pekerjaan mayoritas tertinggi adalah pegawai swasta sebanyak 124 responden atau 31% dengan pendapatan diatas >6.000.000 sebanyak 44.75%

1. **Analisis Deskriptif Data Penelitian**

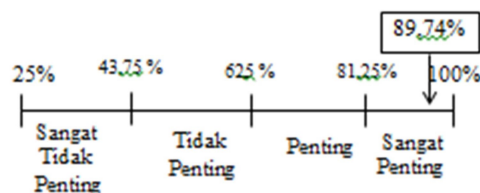
Teknik analisis deskriptif digunakan untuk memperkaya. pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana tanggapan responden terhadap setiap variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan analisis kategorisasi terhadap skor tanggapan responden.

Tabel 4.1. Kategori Interpretasi Skor

No.	Persentase	Kategori Penilaian
1.	20% < skor ≥ 36%	Sangat Tidak Baik
2.	36% < skor ≥ 52%	Tidak Baik
3.	52% < skor ≥ 68%	Cukup
4.	68% < skor ≥ 84%	Baik
5.	84% < skor ≥ 100%	Sangat Baik

Sumber: Olahan Penulis

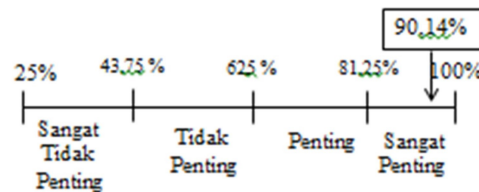
a. **Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan Berdasarkan Kepentingan**



Gambar 4.1. Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan Berdasarkan Kepentingan

Dari tanggapan 400 orang responden dan 20 butir pernyataan, didapat persentase sebesar 89.74%, di mana persentase tersebut berada diantara rentang 81.25% sampai dengan 100%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan berdasarkan Harapan termasuk ke dalam kategori “Sangat Penting”.

b. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan berdasarkan kinerja

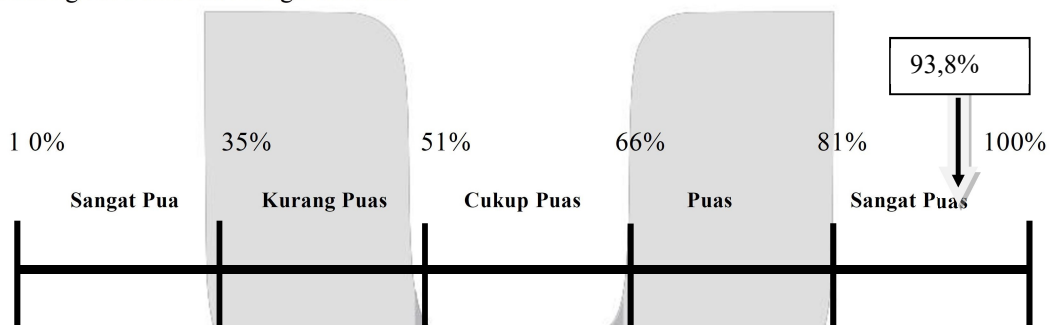


Gambar 4.2. 1.3.2 Kepuasan Pelanggan pada PT Prodia Widyahusada Tbk cabang Cideng, Jakarta Pusat

Skor total yang diperoleh adalah 14363, dimana hal ini mencapai 71,82% dari skor ideal atau berada dalam kategori baik. Hal ini dapat dilihat pada garis kontinum berikut ini

2. Indeks Kepuasan Pengguna (Customer Satisfaction Index)

analisis *Customer Satisfaction Index* memiliki persentase sebesar 93,8%, dan dapat dipetakan kedalam garis kontinum sebagai berikut :



Gambar 4.3 Garis Kontinum Indeks Kepuasan Pengguna (*Customer Satisfaction Index*)

Dapat disimpulkan dari tanggapan 400 orang responden, didapat persentase sebesar 93.8% sehingga disimpulkan berdasarkan tanggapan responden mengenai *customer satisfaction index* dalam kategori “Sangat Pua”.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai analisis kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan pada laboratorium klinik prodia cabang cideng jakarta pusat, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ekpektasi dari pasien Laboratorium Klinik Prodia cabang Cideng termasuk dalam kategori sangat baik atau sangat penting yang ditunjukkan pada persentasi nilai sebesar 89.74%. Dimensi kualitas pelayanan yang dimiliki nilai kepentingan dari pasien tertinggi yaitu *reliability* (Kehandalan) dengan persentase sebesar 91.59% dan terendah pada dimensi *Tangible* (Bukti Fisik) dengan persentase sebesar 86.73%.
2. Persepsi pasien Laboratorium Klinik Prodia cabang Cideng mengenai kualitas pelayanan dalam hal kinerja Laboratorium Klinik Prodia termasuk dalam kategori sangat baik yang ditunjukkan dengan

persentase nilai sebesar 90.14%. Dimensi kualitas pelayanan yang memiliki kinerja tertinggi menurut tanggapan responden dari Laboratorium Klinik Prodia yaitu pada dimensi *Tangible* (bukti fisik) dan *Assurance* (Jaminan) dengan persentase sebesar 91.27% dan terendah pada dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) dengan persentase sebesar 87,94%.

3. Kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan pada Laboratorium Klinik Prodia cabang Cideng termasuk dalam kategori sangat puas dengan nilai persentase sebesar 93.8% yang terletak diantara rentang nilai 81%-100%. Kepuasan pelanggan ini merupakan hasil pengukuran dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang mampu mengukur kepuasan pelanggan dengan lebih terperinci.

6. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, penulis memiliki beberapa saran baik yang ditujukan kepada manajemen PT Prodia Widyahusada dalam meningkatkan kualitas layanan maupun kepuasan pelanggannya, maupun saran bagi penelitian selanjutnya.

a. Aspek Praktis

1. Pihak Laboratorium Klinik Prodia cabang Cideng, Jakarta Pusat diharapkan memperbaiki dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap), dari hasil tanggapan responden mengenai kinerja kualitas pelayanan. Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) memiliki persentase yang rendah dilihat secara mendetail dari indikator dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) terdapat indikator yang memiliki persentase yang rendah yaitu kecepatan pelayanan. Pihak Laboratorium Klinik Prodia cabang Cideng, Jakarta Pusat dapat meningkatkan kompetensi petugas pelayanan dengan, pelatihan *product knowledge*, pelatihan skill pengambilan darah dan pemeriksaan non lab agar dapat melayani pasien dengan lebih tanggap dan cepat.
2. Pihak Laboratorium Klinik Prodia cabang Cideng, Jakarta Pusat diharapkan memperbaiki dimensi *tangible* (bukti fisik) dikarenakan dari hasil CSI yang ada dimensi ini memiliki skor yang rendah dibandingkan dengan dimensi lainnya, indikator yang paling diperhatikan adalah fisik bangunan dimana hal yang paling penting adalah ketersediaan lahan parkir untuk pasien atau pengunjung Laboratorium Klinik Prodia cabang Cideng. Alangkah baiknya pihak Laboratorium Klinik Prodia cabang Cideng menyediakan lahan parkir tambahan agar pengunjung akan lebih nyaman tidak perlu khawatir dengan kendaraan yang mereka bawa.

b. Aspek Teroritis

1. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian secara lebih mendalam lagi dalam setiap unsur pembentuk kualitas pelayanan menggunakan teori Parasuraman atau menggunakan teori lain sehingga nantinya dapat dilakukan perbandingan terhadap hasil penelitian.
2. Peneliti dapat melanjutkan penelitian untuk mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan yang diukur dengan metode CSI atau metode lain yang mampu menghasilkan hasil penelitian yang lebih spesifik.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan tujuan verifikatif (bukan hanya deskriptif).
4. Peneliti dapat melakukan penelitian ini dengan memilih objek penelitian dalam bidang jasa kesehatan seperti rumah sakit ataupun klinik dikarenakan masih jarang dilakukan.

Daftar Pustaka:

- American Marketing Association. (n.d.). *Marketing Dictionary*. Retrieved Januari 3, 2018, from American Marketing Association: <https://www.ama.org/resources/Pages/Marketing-Dictionary.aspx>
- Aydn, Ganime. (2016). Impacts of Inquiry-Based Laboratory Experiments on Prospective Teachers' Communication Skills. *International Online Journal of Educational Sciences*, 2016, 8 (2), 49-61
- Assauri, Sofyan. 2011. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, Dan Strategi*. PT. Jakarta: Grafindopersada.
- Assen, Marcel van., Gerben van D.B. dan Paul Pietersma. 2013. *Key Management Models*, 2th ed. London: Pearson Education, Inc.
- Buchari, A. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Dabestani, R., Shanin, A., & Saljoughian, M. (2017). Evaluation and prioritization of service quality dimensions based on gap analysis with analytic network process. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 530-548.
- Gunawan, H. (2018, Februari 7). *IDI Gandeng Prodia Tingkatkan Kualitas Pelayanan Pemeriksaan Laboratorium Klinik*. Retrieved April 20, 2018, from [www.tribunnews.com: http://www.tribunnews.com/kesehatan/2018/02/07/idi-gandeng-prodia-tingkatkan-kualitas-pelayanan-pemeriksaan-laboratorium-klinik](http://www.tribunnews.com/kesehatan/2018/02/07/idi-gandeng-prodia-tingkatkan-kualitas-pelayanan-pemeriksaan-laboratorium-klinik)
- Hendra, D. (2017, Desember 25). *Kemampuan Adaptasi Prodia di Era Baru*. Retrieved April 20, 2018, from [www.swa.co.id](https://swa.co.id): <https://swa.co.id/swa/trends/kemampuan-adaptasi-prodia-di-era-baru>
- Indrawati. (2015). *Metodologi Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Koentjoro, E. M., & Subagio, H. (2013). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction di Coffee Bean Galaxymall Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA Vol. 1*, 1-6.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing Global Edition*. Harlow: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Harlow: Pearson.
- Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 943/ MENKES/ SK/ VIII/ 2002 tentang Pedoman Akreditasi Laboratorium Kesehatan.
- Liliah, A. (2017, 12 25). *Kemampuan Adaptasi Prodia di Era Baru*. Retrieved 1 26, 2018, from [Swa.co.id](https://swa.co.id): <https://swa.co.id/swa/trends/kemampuan-adaptasi-prodia-di-era-baru>
- Lovelock, Christopher H., Wirtz, John, dan Patterson, Paul. 2015. *Services Marketing : An Asia Pasific and Australian Perspective*, 6th edition. Pearson Education, Inc
- Markovic, S., Locaric, D., & Loncaric, D. (2014). Service Quality And Customer Satisfaction In The Health Care Industry - Towards Health Tourism Market. *Tourism and Hospitality Management Vol. 20 No. 2*, 155-170.
- Mongkaren, S. (2013). Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado. *Jurnal EMBA Vol.1 No.4*, 493-503.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 41-50.
- PT Prodia Widyahusada Tbk. (2016). *Laporan Tahunan*.
- PT Prodia Widyahusada Tbk. (2018, Mei 4). *Prodia Cetak Pendapatan Bersih Rp 356,4 Miliar di Kuartal I 2018*. Retrieved Mei 5, 2018, from <http://www.prodia.co.id>: <http://www.prodia.co.id/id/KegiatanPromosi/PressReleaseDetails/prodia-cetak-pendapatan-bersih-rp-3564-miliar>
- Rahman, M. A., Kalam, A., Rahman, M. M., & Abdullah, M. (2012). The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Restaurant Services in Kuala Lumpur Division. *Research Journal of Finance and Accounting*, 8-15.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Customer Service Satisfaction & Call Centre Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: Gramedia
- Rosiantiningsih, D. (2016, Oktober). *Marketplus*. Retrieved Januari 3, 2018, from [Marketplus](http://marketplus.co.id): <http://marketplus.co.id/2016/10/generasi-millennial-lebih-sadar-kesehatan-tapi-tak-punya-waktu-berolahraga/>
- Santoso, S., & Oetomo, H. W. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan laboratorium klinik populer Surabaya. *Jurnal ilmu & Riset*.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sarwono, J. (2013). *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Shabbir, A., & Malik, S. A. (2016). Measuring patients' healthcare service quality perceptions, satisfaction, and loyalty in public and private sector hospitals in Pakistan. *International Journal of Quality & Reliability Management Vol. 33 No 5*, 538-557.
- Sidik, M. (2018, Maret 3). *Hubungan Penggunaan Antibiotik Berlebih dengan Penyakit Gaya Hidup*. Retrieved Mei 4, 2018, from www.wanita.me: <https://www.wanita.me/hubungan-penggunaan-antibiotik-berlebih-dengan-penyakit-gaya-hidup/>
- Siddiqi, Omar K. Interrelations between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 3; March 2011.
- Smith, Alex dan Mpinganjira, Mercy. 2015. The Role of Perceived Justice in Service Recovery on Banking Customer's Satisfaction and Behavioral Intentions: A Case of South Africa. *Banks and Bank Systems Journals, Volume 10, Issue 2, 2015*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Sukmana, Y. (2017, Februari 5). *BPS: Ini Lima Sektor yang Catat Pertumbuhan Tertinggi Sepanjang 2016*. Retrieved Mei 20, 2018, from ekonomi.kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/02/06/133000826/bps.ini.lima.sektor.yang.catat.pertumbuhan.tertinggi.sepanjang.2016>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality Dan Satisfaction Edisi 4*. Andi.
- Triwijanarko, R. (2017, Oktober 24). *Finance : Masih Tertarikah Millenial Dengan Asuransi Kesehatan*. Retrieved Januari 3, 2018, from [Marketeers](http://marketeers.com): <http://marketeers.com/masih-tertarikah-millennial-dengan-asuransi-kesehatan/>
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Bandung: Rajawali Press.
- Widi P., C., Utomo, W. H., & Wijaya, A. F. (2013). Customer Satisfaction Analysis to Health Service by Servqual 5 Dimension Method and Customer Satisfaction Index. *International Journal of Computer Application (0975-8887) Volume 70-No. 12*, 17-21.
- Yarimoglu, Kursunluoglu E. A Review on Dimensions of Service Quality Models. *Journal of Marketing Management*, June 2014, Vol. 2, No. 2, pp. 79-93, ISSN: 2333-6080
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6th ed*. Boston : Mc.Graw-Hill