

## HUBUNGAN ANTARA RESPONSIVENESS PERAWAT DENGAN LOYALITAS PASIEN

Atiek Murharyati<sup>1)</sup>, Meri Oktariani<sup>2)</sup>

<sup>1</sup> Prodi D-III Keperawatan STIKes Kusuma Husada Surakarta

<sup>1</sup>amorhayati@yahoo.com

<sup>2</sup> Prodi D-III Keperawatan STIKes Kusuma Husada Surakarta

<sup>2</sup>merry\_octariani@yahoo.com

### ABSTRAK

Rumah sakit merupakan organisasi yang memberikan pelayanan jasa kepada orang dengan kondisi sakit. Komunikasi perawat yang kurang baik menjadikan pasien kecewa dan mudah menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Pelayanan keperawatan yang berkualitas didukung oleh komunikasi perawat sebagai sarana pemasaran interaktif, yang terdiri indikator attending skill, respect, responsiveness, empathy. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi responsiveness perawat, serta loyalitas pasien. Menganalisis hubungan variabel independent responsiveness dengan loyalitas pasien. Penelitian kuantitatif, menggunakan sampel sejumlah 183 responden, dengan teknik purposive sampling di RSUD Kabupaten Sukoharjo. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner. Analisa data menggunakan product moment. Analisa univariat diperoleh hasil responsiveness tergolong baik, dan pasien menunjukkan loyal. Analisa bivariat dengan studi korelasi product moment. Hasil analisis bivariat menunjukkan ada hubungan antara variabel responsiveness terhadap loyalitas pasien ( $p$  value 0,0001). Responsiveness merupakan salah satu indikator komunikasi perawat sebagai sarana pemasaran interaktif berhubungan dengan loyalitas pasien, karena pemasaran interaktif menjadi salah satu pilar manajemen pemasaran jasa di rumah sakit. Manajemen rumah sakit sebaiknya melakukan evaluasi kepuasan pasien, pemilihan perawat teladan, pelaksanaan standar operasional prosedur penanganan pasien secara cepat dan tepat, agar keluhan pasien dapat dikurangi.

**Kata kunci:** loyalitas, responsiveness, pasien, perawat

### ABSTRACT

The hospital is an organization that provides services to people with pain conditions. Communication poor nurse makes the patient disappointed and easily shared his experience with others. Quality nursing services supported by nurse communication as a means of interactive marketing, which consists indicators attending skills, respect, responsiveness, empathy. This study aims to identify the responsiveness of nurses, and patient loyalty. Analyzing the relationship independent variable responsiveness to patient loyalty. Quantitative research, using a sample of 183 respondents, with a purposive sampling technique in hospitals Sukoharjo. Data were collected by distributing questionnaires. Data were analyzed using product moment. Univariate analysis of the results obtained relatively good responsiveness, and patients showed loyal. Bivariate analysis with product moment correlation studies. The results of the bivariate analysis showed no relationship between the variable responsiveness to the loyalty of patients ( $p$  value = 0.0001). Responsiveness is one indicator nurse communication as a means of interactive marketing associated with patient loyalty, as an interactive marketing into one of the pillars of marketing management services at the hospital. Hospital management should evaluate patient satisfaction,

*exemplary nurse elections, the implementation of standard operating procedures for handling patient quickly and accurately, so that the complaints of patients can be reduced.*

**Keywords:** *loyalty, responsiveness, patient, nurse*

## 1. PENDAHULUAN

Rumah sakit harus mampu mengikuti perkembangan jaman dan memenuhi tuntutan masyarakat yang semakin tinggi terhadap pelayanan kesehatan. Sebaiknya rumah sakit menjadi profit dan kompetitif tetapi tidak boleh meninggalkan sifat sosialnya. Strategi yang dilakukan rumah sakit adalah meningkatkan volume penjualan, dengan memuaskan kebutuhan, keinginan, harapan pasien, sehingga pasien akan loyal kepada rumah sakit.<sup>1</sup> Hal tersebut dikarenakan bahwa pendapatan terbesar rumah sakit berasal dari pasien.

Berdasarkan konsep pemasaran bahwa perawat memiliki peran dalam pemasaran rumah sakit, melalui pelayanan yang dilakukannya kepada pasien. Pemasaran yang dilakukan oleh perawat dengan pasien sebagai pelanggannya disebut dengan pemasaran interaktif, dalam bentuk komunikasi perawat yang dilakukan untuk mencapai kesembuhan yang disebut komunikasi terapeutik, yang meliputi beberapa indikator diantaranya *attending skill, respect, responsiveness, empathy*

Loyalitas pelanggan dimaknai sebagai pelanggan melakukan pembelian ulang.<sup>21</sup> Pelanggan yang melakukan pembelian ulang tersebut bisa saja karena tidak ada pilihan lain, sehingga bukan karena loyal, dan hal tersebut tidak bisa dikatakan sebagai loyal. Definisi baru pelanggan loyal adalah pelanggan yang dengan antusias dan sukarela merekomendasikan produk kita kepada orang lain, walaupun belum tentu ia masih menjadi pelanggan produk atau perusahaan tersebut.<sup>22</sup>

Pasien umum pengguna jasa pelayanan keperawatan di rawat inap Rumah sakit Umum Daerah Kabupaten Sukoharjo menunjukkan bahwa jumlah pasien umum sejak bulan Juli sampai dengan September 2012 mengalami penurunan, yaitu bulan Juli 2012 ada 397 pasien, bulan Agustus ada 321 pasien, dan bulan September ada 232 pasien. Data tersebut menunjukkan adanya penun-

runan jumlah pasien dalam tiga bulan terakhir. Pasien rawat inap dengan asuransi kesehatan jumlahnya lebih banyak daripada pasien umum, pada bulan Juli dan Agustus 2012 perbandingannya kurang lebih 1: 2, dan pada bulan September 2012 perbandingannya kurang lebih 1: 3.<sup>25</sup>

Dikaitkan dengan hasil wawancara dengan bagian mutu pelayanan RSUD Kabupaten Sukoharjo, bahwa hasil pendataan kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan di RSUD Kabupaten Sukoharjo pada bulan Agustus 2012 oleh bagian mutu pelayanan rumah sakit diperoleh data dari pelayanan rawat inap, yaitu 78% pasien tidak puas terhadap kualitas pelayanan, 4,4 % menyatakan puas terhadap kualitas pelayanan, dan 17,6 % menyatakan lebih puas. Disampaikan pula oleh kepala bagian mutu pelayanan bahwa terdapat 68% pasien tidak puas terhadap komunikasi petugas pemberi pelayanan.

Menghadapi ketidakpuasan pasien tersebut, maka Rumah sakit Umum Daerah Kabupaten Sukoharjo perlu memiliki upaya mempertahankan pelanggan agar tidak beralih ke rumah sakit lain (*customer retention*) secara cepat dan tepat oleh pihak manajemen agar tidak menyebabkan *customer exit* (kehilangan pelanggan) dan *customer voice* (keluhan pelanggan).<sup>1</sup>

Hasil wawancara kepada pasien yang pernah merasakan jasa pelayanan kesehatan di rumah sakit umum daerah Sukoharjo. Wawancara dilakukan terhadap orang yang sebelumnya pernah menerima jasa pelayanan di RSUD Kabupaten Sukoharjo, dan diambil dari salah satu RT di daerah dekat lingkungan Rumah Sakit Umum Daerah Sukoharjo.

Hasilnya menunjukkan terdapat 13 orang yang sakit dengan kondisi harus rawat inap sejak 12 bulan terakhir dengan berbagai jenis penyakit, namun hanya 2 orang yang menggunakan jasa pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah Sukoharjo dengan alasan jarak tempuh dekat dan yang penting sakitnya bisa sembuh, dan diperoleh data

bahwa 7 orang mengatakan terdapat perawat kurang ramah, terkesan acuh, dan terdapat pula perawat yang bersuara keras atau kurang halus sehingga terasa kurang *empathy*, dan kurang ada kedekatan dengan pasien, sejumlah 5 orang berpendapat respon terhadap penanganan keluhan kurang cepat.

Berdasarkan beberapa studi pendahuluan dan hasil penelitian sebelumnya yang telah tersebut diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian tentang hubungan dari salah satu indikator komunikasi terapeutik yaitu *responsiveness* atau daya tanggap dengan loyalitas pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Sukoharjo.

Tujuan umum mengetahui hubungan antara *responsiveness perawat* dengan loyalitas pasien .

**2. PELAKSANAAN**

- a. Lokasi dan Waktu Penelitian  
Tempat penelitian di RSUD Kabupaten Sukoharjo, dan waktu pelaksanaan penelitian dimulai sejak Januari 2014
- b. Populasi dan sampel penelitian  
Rata-rata jumlah pasien rawat inap umum per bulan 337 pasien. maka besar respondennya adalah 182,9 dibulatkan menjadi 183 pasien, tetapi peneliti menambahkan 10% sehingga ditambah 19 pasien menjadi 202 pasien, dengan alasan sebagai cadangan seandainya terdapat pasien yang tidak mengisi kuesioner

**3. METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dengan *cross sectional* atau studi potong lintang, bahwa penelitian ini serentak pada saat dan periode yang sama

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Analisa univariat**

- a. *Responsiveness*  
Gambaran *responsiveness* perawat sebagai sarana pemasaran interaktif di kriteriakan berdasarkan *mean* karena distribusi data *responsiveness* normal. Dikatakan *responsiveness* baik jika lebih dari 25,71 dan *responsiveness* kurang baik jika kurang dari atau

sama dengan 25,71. Dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1.** *Distribusi frekuensi responden berdasarkan responsiveness perawat bulan Januari tahun 2014 di RSUD Kabupaten Sukoharjo dengan n = 183*

No	Responsiveness	Jumlah	Persentase (%)
1	<i>Responsiveness</i> baik	97	53%
2	<i>Responsiveness</i> kurang baik	86	47%
Jumlah		183	100 %

- b. *Loyalitas*  
Gambaran loyalitas pasien di kriteriakan berdasarkan *mean*, karena distribusi loyalitas pasien berdistribusi normal. Dikatakan pasien loyal jika lebih dari 57,52, dan pasien tidak loyal jika kurang dari atau sama dengan 57,52 dapat dilihat pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

**Tabel 4.2.** *Distribusi frekuensi berdasarkan loyalitas pasien sebagai responden bulan Juni tahun 2014 di RSUD Kabupaten Sukoharjo dengan n = 183*

No	Loyalitas	Jumlah	Persentase (%)
1	Loyal	97	53%
2	Tidak loyal	86	47%
Jumlah		183	

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui dari 183 responden, sebagian besar responden loyal sejumlah 97 responden (53%).

**4.2 Analisa bivariat**

**Tabel 4.3.** *Analisis bivariat*

Variabel independent	Variabel dependent	r hitung pearson	p value
<i>Responsiveness</i>	loyalitas pasien	0,590	0,0001

Berdasarkan Tabel 4.3 bahwa *p value* sebesar 0,0001 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesa Ho ditolak artinya ada hubungan antara *responsiveness* terhadap loyalitas pasien. Berdasarkan besarnya nilai koefisien korelasi, uji statistik *product moment* diperoleh nilai r hitung

sebesar 0,590, dan nilai tersebut lebih besar dari r tabel (0,145) maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara *responsiveness* terhadap loyalitas pasien memiliki kekuatan pengaruh yang tergolong cukup atau sedang, serta berpola positif yang artinya semakin meningkat nilai *responsiveness* maka nilai loyalitas akan meningkat pula.<sup>45</sup>

### 4.3 Analisis hubungan antara *responsiveness* dengan loyalitas pasien

Rumah sakit merupakan organisasi yang unik dan kompleks. Unik karena di rumah sakit terdapat suatu proses yang menghasilkan jasa perhotelan, sekaligus jasa medis, dan perawatan dalam bentuk pelayanan kepada yang rawat inap maupun berobat jalan. Kompleks karena terdapat permasalahan yang rumit. Orang yang dihadapi memiliki emosi labil, tegang, emosional, karena sedang dalam kondisi sakit, termasuk keluarga pasien, oleh karena itu pelayanan rumah sakit lebih kompleks daripada hotel.<sup>55</sup> Rumah sakit dalam meningkatkan kualitas pelayanannya perlu berupaya untuk meningkatkan kepuasan pasien sebagai pelanggannya, termasuk melalui komunikasi. Pemasaran merupakan salah satu fungsi manajemen yang bertanggungjawab untuk identifikasi, antisipasi untuk memuaskan kebutuhan pasien dan menghasilkan kemampuan rumah sakit, karena dengan demikian pasien atau pengguna jasa rumah sakit akan mengetahui tentang pelayanan kesehatan yang dimiliki rumah sakit bersangkutan, dan perlu diingat bahwa pendapat terbesar rumah sakit adalah dari pasien.<sup>1</sup>

Pemasaran memiliki 3 pilar utama, diantaranya adalah *internal marketing*, *interaktif marketing* dan *external marketing*. Tiga pilar tersebut memiliki tujuan memberikan kepuasan.<sup>56</sup> Penelitian ini dilakukan untuk membahas *interaktif marketing* atau pemasaran interaktif, melalui komunikasi perawat.

Komunikasi perawat atau komunikasi terapeutik oleh tenaga kesehatan terdiri dari 4 indikator, diantaranya *attending skill*, *respect*, *responsiveness* dan *empathy*.<sup>1</sup> Berikut ini akan dibahas salah satu hubungan indikator komunikasi perawat atau pemasaran interaktif di rumah sakit dalam hal ini adalah *responsiveness* yang menjadi variabel *independent* terhadap loyalitas

pasien sebagai variabel *dependent*, yaitu sebagai berikut:

*Responsiveness* merupakan daya tanggap. *Responsiveness* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah daya tanggap perawat dalam memberikan pelayanan keperawatan kepada pasien, atau segera melayani pada saat dibutuhkan pasien sehingga bisa menciptakan hubungan terapeutik, dengan demikian *responsiveness* dijadikan indikator dalam komunikasi terapeutik.<sup>1</sup>

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *responsiveness* baik dengan yang kurang baik selisih hanya 11 orang. Artinya bahwa *responsiveness* sudah tergolong baik namun belum optimal. Penyebab *responsiveness* belum optimal tersebut adalah karena masih banyak ditemukan perawat yang belum dianggap cepat dalam menanggapi kebutuhan pasien. Hal ini dapat diketahui dari butir pernyataan kuesioner yaitu 78 responden (42,6%) yang terdiri 22 responden tidak setuju dan 56 responden kurang setuju dengan pernyataan bahwa perawat memberikan bantuan kepada pasien tanpa diminta. Pendapat lain yaitu 81 responden (44,3%) yang terdiri 13 responden tidak setuju dan 68 responden kurang setuju dengan pernyataan bahwa perawat bertanya tentang hal – hal yang perlu dibantu kepada pasien. Artinya bahwa masih banyak perawat yang dinilai menawarkan bantuan kepada pasien dan memberikan bantuannya tersebut hanya ketika diminta pihak pasien saja. Secara teori perawat dituntut mampu mengendalikan emosi, mengesampingkan kepentingannya dan mengutamakan pelayanan, walaupun dalam suasana hati yang kurang nyaman, sehingga diharapkan dalam kondisi apapun perawat selalu tanggap terhadap kebutuhan pasien.<sup>4</sup>

Sejumlah 88 responden (48,1%) yang terdiri dari 15 responden tidak setuju dan 73 responden kurang setuju dengan pernyataan bahwa perawat menengok ke kamar pasien tanpa diminta. Artinya perawat mengunjungi pasien pada saat diminta pihak pasien saja atau jika ada keluhan dari pasien. Hal ini dapat dikarenakan perawat tidak memiliki banyak waktu mengunjungi pasien satu per satu jika tanpa diminta, karena berkaitan pula dengan hasil kuesioner *respect* perawat bahwa

perawat tergesa-gesa dan menunjukkan kurang adanya waktu.

Sejumlah 84 responden (45,9%) terdiri dari 10 responden tidak setuju dan 74 responden kurang setuju bahwa penjelasan perawat kepada pasien jelas. Artinya banyak responden merasa penjelasan perawat dirasakan belum jelas. Penjelasan dari seorang komunikator atau perawat dipengaruhi oleh penguasaan materi yang dijelaskan, penguasaan bahasa dari perawat atau komunikator.<sup>37</sup> Ditinjau dari pendidikannya, perawat RSUD Kabupaten Sukoharjo minimal berpendidikan DIII Keperawatan, sehingga dinilai sudah menguasai teori asuhan keperawatan.

Faktor yang menyebabkan hal tersebut adalah responden dalam penelitian ini sebagian besar berusia lebih dari 45 tahun, artinya pasien sebagai komunikan mayoritas adalah lansia, sehingga teknik penyampaian pesannya semestinya dengan cara kecepatan yang lebih lambat, jelas, tenang, nilai ulang pemahamannya secara berkala dan beri kesempatan membuat keputusan sendiri sesuai kebutuhan yang dapat diketahui melalui *feed back*.<sup>44</sup>

Penyebab lainnya adalah 68% pasien belum puas dengan daya tanggap perawat, yang didasarkan oleh hasil survei kepuasan tahun 2012 oleh bagian mutu pelayanan keperawatan.<sup>54</sup> Komunikasi perawat didukung oleh kualitas hubungan yang didalamnya terdapat dua faktor, yaitu faktor interpersonal dan faktor rumah sakit sebagai perusahaan, yang terdiri dari kepuasan, kepercayaan dan komitmen pasien.<sup>38</sup>

Kondisi pasien yang sakit, dengan emosi yang labil ingin diberikan perhatian dengan pelayanan yang berkualitas, cepat, tepat.<sup>44</sup> Pasien akan merasa kecewa jika daya tanggap perawat kurang baik, maka dapat berakibat tujuan komunikasi terapeutik yaitu memperbaiki emosi pasien dan memperoleh kesembuhan tidak akan tercapai.<sup>5</sup>

Hasil uji korelasi dan regresi penelitian ini *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien (nilai *r* hitung = 0,590, dan *p value* 0,0001). Hasil uji *coefficient* pada *responsiveness* diperoleh nilai 29,951 dan *coefficient* regresi sebesar 0,462, menunjukkan pengaruh positif yaitu apabila variabel *independent* dinaikkan

maka variabel *dependent* juga akan meningkat nilainya. Setiap ada kenaikan 1 nilai *responsiveness* maka loyalitas akan naik nilainya sebesar 0,462, dan sebaliknya.<sup>29</sup>

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin *responsiveness* perawat baik, maka pasien cenderung bersedia untuk loyal, karena umumnya pasien datang ke rumah sakit membutuhkan perhatian dan ingin segera mendapatkan penanganan yang cepat dan tepat. Apabila pasien menilai baik maka cenderung akan puas dan terbentuk loyalitas. Pasien yang merasa kecewa atau tidak puas dengan *responsiveness* pelayanan perawat, dapat mengakibatkan menurunnya citra perawat.<sup>12</sup> Pasien akan mudah menceritakan kepada orang lain, seperti keluarga, tetangga, sehingga loyalitas berkurang.

Hal ini sesuai teori bahwa dimensi loyalitas pasien diantaranya adalah dimensi publisitas publik atau *word of mouth* artinya pasien akan merekomendasikan kepada orang yang dikenalnya tentang pengalamannya saat menerima pelayanan di rumah sakit. Pasien akan merasa bangga menceritakan rumah sakit yang digunakannya kepada orang lain jika *responsiveness* perawat baik, dan pasien akan percaya dengan kemampuan perawat maupun rumah sakit secara umum.<sup>17</sup>

Penilaian pasien yang kurang baik, sebaiknya menjadi pertimbangan bagi pihak rumah sakit untuk membenahi citra perawat yang dinilai *responsiveness*nya kurang baik. Upaya yang bisa dilakukan yaitu dengan cara pelatihan ketrampilan tindakan, memonitor pelayanan keperawatan melalui program supervisi, pengarahan rutin dari pihak manajemen kepada perawat.

Hasil penelitian ini apabila dikaitkan dengan hasil survei kepuasan terhadap *responsiveness* di tahun 2012, bahwa 68% pasien tidak puas dengan *responsiveness* perawat, maka *responsiveness* baik belum tentu sudah puas namun cenderung loyal. Hal ini sesuai sebuah pendapat bahwa pasien yang loyal belum tentu puas.<sup>27</sup>

*Responsiveness* perlu menjadi perhatian oleh bagian manajemen Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Sukoharjo untuk tetap berupaya meningkatkan hal – hal yang mempengaruhi *responsiveness* perawat, agar nilai kepuasan

pasien menjadi prioritas utama dan tidak terjadi adanya citra negatif rumah sakit karena *responsiveness* yang belum memuaskan, sehingga loyalitas pasien dapat dipertahankan atau ditingkatkan. Hal ini sesuai penelitian Levi Kharisma Haqi yang berpendapat bahwa loyalitas pasien dapat pula dipengaruhi oleh kepuasan pasien.<sup>19</sup>

Adanya *responsiveness*nya yang baik, maka harapannya pasien percaya, bangga, bersedia merekomendasikan kepada orang lain bahwa RSUD Kabupaten Sukoharjo mampu memberikan pelayanan dengan cepat, tepat, mampu berkomunikasi secara jelas dan tuntas, sehingga pasien bersedia diajak kerjasama dengan rumah sakit. Hal tersebut sesuai dengan teori tentang dimensi loyalitas pasien yaitu, kepercayaan, publisitas publik, kerjasama, komitmen psikologi

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian dengan menggunakan responden sejumlah 183 orang, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian besar perawat RSUD Kabupaten Sukoharjo memiliki *responsiveness* baik (53%), dan sebagian besar responden diketahui loyal (53%).
2. Ada hubungan antara *responsiveness* dengan loyalitas pasien, dengan *p value* 0,0001 dan *r* hitung 0,590 (kekuatan pengaruh cukup).

## SARAN

Bagi institusi pendidikan

- a. Materi perkuliahan tentang komunikasi perawat sebagai sarana pemasaran interaktif di rumah sakit salah satunya *responsiveness* perlu di sampaikan kepada mahasiswa
- b. Mahasiswa Diploma Keperawatan dan S1 Keperawatan diberi tambahan dasar ilmu tentang kepuasan pasien dan loyalitas pasien terhadap rumah sakit. Hal ini perlu diberikan karena saat bekerja mahasiswa akan dituntut memberikan kepuasan pelayanan pasien yang harapannya akan menjadikan pasien loyal.

## 6. REFERENSI

- Supriyanto. *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Edisi 1. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2010.
- Momon Sudharma. *Sosiologi untuk Kesehatan*. Jakarta: Salemba Medika. 2008.
- I Made Sutarna. *Penerapan Kode Etik Profesi Keperawatan*. Jurnal Keperawatan. Volume 4. Nomor 2. 2011. Halaman 41-44.
- Sumijatun. *Membudidayakan Etika dalam Praktik Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika. 2011.
- Mahmud Mahfoedz. *Komunikasi Keperawatan (Komunikasi Terapeutik)*. Yogyakarta: Penerbit Ganbika. 2009.
- Arwani. *Komunikasi dalam Keperawatan*. Jakarta: EGC. 2002.
- Liyana. *Pengaruh Komunikasi Terapeutik Perawat Terhadap Kepuasan Pasien di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit THT Dan Bedah Prof Nizar Jakarta Pusat*. 2008.
- Haryanto Adi Nugroho. *Hubungan Antara Komunikasi Terapeutik Perawat Dengan Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Islam Kendal*. Jurnal Keperawatan. Volume 2. Nomor 2. Maret 2009. Halaman 36 – 41
- Diana, dkk. *Hubungan Pengetahuan Komunikasi Terapeutik Terhadap Kemampuan Komunikasi Perawat dalam Melaksanakan Asuhan Keperawatan di Rumah Sakit Elisabeth Purwokerto*. Jurnal Keperawatan Soedirman. Volume 1. Nomor 2. 2006. Halaman 2.
- Zuyina Luk Lukaningsih dan Siti Bandiyah. *Psikologi Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha medika. 2011
- Edy Soesanto dan Nurkholis. *Hubungan Komunikasi Terapeutik Perawat dengan Kecemasan Pasien Gangguan Kardiovaskuler Yang Pertama Kali Dirawat di Intensive Coronary Care Unit RSUD Tugurejo Semarang*. Jurnal Keperawatan. Volume. 1 No. 2. Maret 2008. Halaman 1 – 11
- Sri Mugianti. *Citra Perawat Menurut Perspektif Pasien di Rumah Sakit Pemerintah di Wilayah Blitar Jawa Timur*. Jurnal kesehatan. Volume 7. Nomor 1. Mei 2009. Halaman 31-40

- Imbalo Pohan. *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan: Dasar Dasar Pengertian dan Penerapan*. Jakarta: EGC. 2004.
- Ari Wijayanti. Tesis. *Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Produk Kartu Seluler Prabayar Mentari-Indosat Wilayah Semarang)*. 2008. Diakses 20 November 2012. <http://eprints.undip.ac.id>.
- Arlina. *Pengaruh Consumer Education dan Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap*. Jurnal Aplikasi Manajemen. Volume 7. Nomor 2. 2009. Halaman 355-369. Diakses 20 Januari 2013. <http://jurnaljam.ub.ac.id>.
- Ruben Tuhumena. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Loyalitas Terhadap Niat Berperilaku Pasien RSUD Jayapura*. Jurnal Aplikasi Manajemen. Volume 9. Nomor 3. 2011. Halaman 798-807.
- Ketut Gunawan. *Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien (Studi Pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja-Bali)*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Volume 13 Nomor 1, 2011. Halaman 32-39.
- Hasan Sabri. *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai, Citra dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien*. Jurnal aplikasi manajemen. Volume 8. Nomor 1. 2010. Halaman 256-263.
- Levi Kharisma Haqi, dkk. *Analisis Loyalitas Pasien Dengan Metode Structural Equation Modeling (Sem) Pada Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Umum Haji Surabaya*. Jurusan Teknik Industri ITS Surabaya. Diakses 2 November 2012 [http:// digilib.its.ac.id/public/ITS](http://digilib.its.ac.id/public/ITS).
- Dwi Aryani dan Febrina Rosinta. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Bisnis & Birokrasi*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. Volume 17. Nomor 2. 2010. Halaman 114-126. Diakses 02 Desember 2012. <http://journal.ui.ac.id/>
- Istijanto. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia. 2009.
- Ismawan Nur Laksono. *Analisis Kepuasan Dan Hubungannya dengan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Dedy Jaya Kabupaten Brebes*. 2008. Tesis. Diakses 20 November 2012. <http://eprints.undip.ac.id>.
- Nirsetyo Wahdi. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Pasien*. 2006. Diakses 20 November 2012. <http://eprints.undip.ac.id>.
- Sri Mardiningsih. *Laporan Bidang Keperawatan Tahun 2011*. RSUD Kabupaten Sukoharjo. 2011.
- Tim Rekam Medik. *Data Primer Kunjungan Pasien*. RSUD Kabupaten Sukoharjo. 2012.
- \_\_\_\_\_. *Panduan Akreditasi JCI*. 2012.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Percetakan Andi. Yogyakarta. 2002.
- Fajrianti dan Zatul Farah. *Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen*. Jurnal IN-SAN Volume. 7 Nomor. 3. 2005. Diakses 02 Desember 2012. <http://journal.unair.ac.id/>
- Diah Dharmayanti. *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah*. Jurnal Manajemen Pemasaran Volume. 1 Nomor. 1. 2006. Halaman 35-43.

-oo0oo-