
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN CITRA
TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT PADA PELAYANAN
PUSKESMAS MULIA BARU KABUPATEN KETAPANG PROVINSI
KALIMANTAN BARAT**

Irine Diana S.W.¹⁾, Prihartanto E.W.²⁾, Koiri Najib³⁾, Purwanta⁴⁾, Fanny⁵⁾

¹⁻⁵⁾ Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta

Irinediana1@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of service quality, facilities and image partially or simultaneously on community satisfaction with the services of the Mulia Baru District Health Center. Ketapang, West Kalimantan. This type of quantitative research with a total sample of 92 samples. The types of data used are primary data and secondary data, which were obtained from distributing questionnaires and literature studies. Data testing in this research is validity test, reliability test, classic assumption test consisting of normality, multicollinearity and heteroscedasticity tests, then multiple linear analysis tests, t test (partial), F test (simultaneous), correlation test and determination test. processed using SPSS version 20.0 for Windows computer software. The results of the research show that partially the facility and image variables have an influence on community satisfaction, while the service quality variable has no influence on community satisfaction with the services of the Mulia Baru District Health Center. Ketapang, West Kalimantan. And simultaneously it is significant for community satisfaction with Mulia Baru Community Health Center services and is very strongly correlated. Apart from that, the variables of service quality, facilities and image contribute 70.5% to community satisfaction, while the remaining 29.5% is influenced by other variables not examined in this research.

Key words: service quality, facilities, image, and community satisfaction

PENDAHULUAN

Dinamika kehidupan dunia usaha semakin keras dan ketat termasuk dibidang pelayanan kesehatan. Menurut Depkes RI (2009), pelayanan kesehatan adalah setiap upaya yang diselenggarakan sendiri atau secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan perorangan, keluarga, kelompok dan ataupun masyarakat. Pelayanan kesehatan dapat diperoleh dari lembaga kesehatan seperti: pusat kesehatan masyarakat (puskesmas), klinik kesehatan maupun rumah sakit. Penyelenggaraan pelayanan kesehatan untuk masyarakat di tingkat dasar di Indonesia adalah melalui Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas) yang merupakan suatu unit organisasi fungsional Dinas

Kesehatan Kabupaten yang ditugaskan sebagai tanggung jawab bagi masyarakat dalam memberikan pelayanan kesehatan di bidang wilayah kecamatan dari kabupaten tersendiri.

Menurut Depkes (2011) Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskemas) adalah unit pelaksana teknis dinas kabupaten/kota yang bertanggung jawab menyelenggarakan pembangunan kesehatan di suatu wilayah kerja. Puskemas merupakan bentuk pelayanan kesehatan yang dapat terjangkau bagi seluruh kalangan masyarakat, khususnya bagi masyarakat ekonomi menengah ke bawah (Mursyid, 2019).

Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan/masyarakat. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dapat mendorong penjualan jasa dan menciptakan keunggulan tersendiri dibandingkan pesaing. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2019)

Faktor fasilitas juga berkaitan dengan kepuasan masyarakat/pelanggan, karena fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2019).

Menurut Tjiptono (2014), desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Dengan adanya fasilitas yang baik, maka konsumen akan tertarik dengan jasa yang ditawarkan dan melakukan pembelian jasa yang ditawarkan tersebut. Sehingga penyediaan perlengkapan fasilitas yang baik dapat memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan kepuasan yang diterima.

Baik faktor kualitas pelayanan dan fasilitas, faktor citra adalah faktor yang perlu diperhatikan dalam jasa kesehatan. Menurut Jefkins dalam Soemirat dan Ardianto (2017), citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Citra perusahaan yang baik dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang serta jasanya lebih bisa diterima oleh pelanggan maupun masyarakat.

Keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan akan bernilai pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Menurut Kotler dan Keller (2019), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan (Mursyid et al., 2021).

Puskemas Mulia Baru yang terdapat di JL. Lingkar Kota Kabupaten Ketapang Kalimantan Barat adalah salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan, fasilitas

dan citra dicerminkan sebagai pelayanan jasa kesehatan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai pemakai jasa pelayanan kesehatan. Tercapainya kualitas pelayanan, fasilitas dan citra yang baik memerlukan upaya yang sungguh-sungguh berbagai pihak untuk mencapai cita-cita yang diinginkan oleh Puskesmas. Berdasarkan pengamatan Puskesmas Mulia Baru kini berpindah wilayah di Jl. Lingkar Kota Kabupaten Ketapang Kalimantan Barat dengan sebuah gedung yang cukup luas dan mudah dijangkau oleh masyarakat sehingga pelayanan dapat dengan maksimal diberikan. Dimana, terdapat berbagai pelayanan Puskesmas Mulia Baru yaitu, Instalasi Gawat Darurat, P3K, KIA, Vaksinasi, Dental Gigi dan lain-lain. Untuk pelayanan di Puskesmas Mulia baru terdapat Pelayanan Dasar Puskesmas :

1. Upaya Pemulihan Kesehatan (Pengobatan Dasar)
2. Upaya Promosi Kesehatan (Promkes)
3. Upaya Kesehatan Lingkungan (Kesling)
4. Upaya Pencegahan Pemberantasan Penyakit Menular (P2)
5. Upaya Peningkatan Gizi Masyarakat

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui (1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat pada pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang, Kalimantan Barat, (2) Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang, Kalimantan Barat, (3) Pengaruh Citra terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang, Kalimantan Barat, dan (4) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Citra secara simultan terhadap Kepuasan Masyarakat pada pelayanan Puskesmas Mulia Baru.

LANDASAN TEORI

Pengertian Kepuasan Masyarakat/Pelanggan

Menurut (Kotler 2019), kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas dan jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011), Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan kedua definisi tersebut, maka dapat diketahui adanya kesamaan tentang komponen kepuasan yaitu fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berbagai kegiatan atau prasarana kegiatan pelayanan kesehatan yang mencerminkan kualitas pelayanan merupakan utama dari kepuasan pasien. Pasien akan memberikan penilaian terhadap berbagai kegiatan pelayanan kesehatan yang

diterimanya maupun terhadap sarana dan prasarana kesehatan yang terkait dengan penyelenggaraan pelayanan kesehatan.

Menurut Kotler dan Keller (Tjiptono, 2014), untuk mengukur kepuasan pelanggan ada empat metode yaitu (1) Sistem Keluhan dan Saran; (2) *Ghost Shopping*; (3) *Lost Customer Analysis*; (4) Survei Kepuasan Konsumen.

Atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014), atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan. Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi (a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan; (b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan; dan (c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
2. Minat berkunjung kembali. Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk, meliputi (a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan; (b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk; dan (c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
3. Kesediaan merekomendasikan. Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi (a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan; dan (b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan kesehatan adalah pelayanan kesehatan yang dapat menimbulkan kepuasan pada setiap pasien dimana tata cara penyelenggaraannya sesuai dengan standar dan kode etik yang telah ditetapkan. Kepuasan menjadi bagian penting dalam pelayanan kesehatan sebab kepuasan pasien tidak dapat dipisahkan dari kualitas pelayanan kesehatan. Menurut Parasuraman, et al dalam Lupiyoadi (2016), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. *Tangible* (Berwujud), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan dan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. *Reliability* (Kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan, yang

sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.
4. *Assurance* (Jaminan/Kepastian), yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi komunikasi, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
5. *Empathy* (Empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Konsumen akan menggunakan kelima dimensi kualitas pelayanan untuk membentuk penilaiannya terhadap kualitas jasa yang merupakan dasar untuk membandingkan harapan dan persepsinya terhadap jasa. Berkaitan dengan kelima dimensi kualitas jasa tersebut, perusahaan bisa menemukan dengan baik bila tidak maka akan menimbulkan kesejangan antara apa yang diberikan perusahaan dengan apa yang diharapkan pelanggan yang berdampak kepada perilaku konsumen dalam melakukan jasa (Mursyid et al., 2024).

Fasilitas

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang mempermudah pasien dalam memperoleh manfaat dari jasa yang diberikan puskesmas. Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan. (Tjiptono, 2014)

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2019).

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga adalah alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya (Lupiyoadi, 2006).

Fasilitas penting diperhatikan dalam usaha jasa, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen, karena dalam usaha jasa, penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh setelah menggunakan jasa. Oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas. Fasilitas fisik merupakan salah satu indikator mengenai baik tidaknya kualitas suatu jasa

dan erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan, dengan adanya fasilitas yang baik maka konsumen akan tertarik dengan jasa yang ditawarkan dan melakukan pembelian jasa yang ditawarkan tersebut. Indikator-Indikator Fasilitas menurut Tjiptono (2014) indikator fasilitas ada lima, yaitu :

1. Pertimbangan/perencanaan spasial. Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
2. Perencanaan ruang. Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain dayaampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.
3. Perlengkapan/perabotan. Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hot spot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain
4. Tata cahaya dan warna. Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.
5. Unsur pendukung. Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti: tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internet area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya.

Citra Perusahaan

Menurut Kotler dan Keller (2019), Citra adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya. Dohni dan Zinkhan mengatakan bahwa citra (*brand image*) merupakan konsep yang diciptakan oleh konsumen, karena alasan subyektif dan emosi pribadinya. Oleh karena itu dalam konsep ini persepsi konsumen menjadi lebih penting daripada keadaan sesungguhnya (Ferrinadewi, 2018).

Menurut Ardianto (2010) mengatakan bahwa citra adalah citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri public terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi dapat di artikan citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif.

Citra (*Brand Image*) yang baik diharapkan akan dapat mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen terutama dalam hal proses keputusan pembeliannya. Dalam hal ini keputusan pembelian merupakan sebuah tahapan dimana konsumen

secara aktual mengambil keputusan pembelian (Mursyid, 2022). Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang disukai. Citra merupakan sekumpulan asosiasi yang diorganisir menjadi satu yang berarti. Citra berdasarkan memori konsumen tentang suatu produk, sebagai akibat apa yang dirasakan oleh seseorang terhadap merek tersebut (Roslina, 2016).

Kemudian Menurut Tjiptono (2015), Citra adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra (*brand image*) adalah pengamatan dan kepercayaan yang dinggung konsumen, seperti yang dicerminkan diasosiasi atau di ingatan konsumen. Menurut Kasali (2013), indikator citra adalah :

1. *Personality*, yaitu karakteristik dari merek yang membentuk citra.
2. *Reputationa* (nama baik), yaitu tingkat atau status yang cukup tinggi dari sebuah merek tertentu.
3. *Value* (nilai), yaitu penilaian konsumen pada merek tertentu.
4. *Corporate identity* (hubungan pengenalan), yaitu komponen yang memudahkan pengenalan.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah 1072 orang yang merupakan rata-rata per tahun masyarakat/pasien yang telah menerima pelayanan di Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang Kalimantan Barat. Perhitungan Sampel menggunakan Rumus Slovin dengan *margin of error* (*e*) yang ditetapkan adalah 10% atau 0,1, dan diperoleh sampel sebanyak 92 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi (*Observation*), Wawancara (*Interview*) dan Kuesioner (*Questionnaire*) (Mursyid et al., 2023).

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin. Responden terbanyak adalah pria, yaitu sebanyak 48 orang atau 52,2%, sedangkan responden perempuan sebanyak 44 orang atau 47,8%.
2. Responden Berdasarkan Uang Penghasilan. Responden yang mendapat uang penghasilan < 1.000.000 berjumlah 39 orang (42,4%), yang mendapatkan uang penghasilan Rp. 1.000.000 – 2.000.000 berjumlah 28 orang (30,4%) dan yang mendapatkan uang penghasilan > 2.000.000 berjumlah 25 orang (27,2%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang mendapatkan uang penghasilan < 1.000.000 lebih mendominasi.
3. Responden Berdasarkan Kunjungan. Responden yang melakukan kunjungan menggunakan jasa pelayanan Puskesmas Mulia Baru 1 kali sebanyak 34 orang (37%), yang melakukan kunjungan 1 – 3 kali sebanyak 44 orang (47,8%), dan yang melakukan kunjungan > 3 kali sebanyak 14 orang (15,2%). Data tersebut menunjukkan bahwa responden yang melakukan kunjungan menggunakan

jasa pelayanan Puskesmas Mulia Baru lebih mendominasi 1 – 3 kali dengan jumlah 44 orang (47,8%).

4. Responden Berdasarkan Pekerjaan. Pekerjaan responden karyawan swasta sebanyak 41 orang (44,5%), pelajar/mahasiswa sebanyak 19 orang (20,6%), Pegawai Negeri sebanyak 3 orang (3,3%), Petani sebanyak 13 orang (14,2%), ibu rumah tangga sebanyak 6 orang (6,5%) dan wirausaha sebanyak 10 orang (10,9%). Data tersebut menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa pelayanan kesehatan pada Puskesmas Mulia Baru paling mendominasi adalah karyawan swasta dengan jumlah 41 orang (44,5%) namun hal ini tidak menjadi sebagai tolak ukur dalam menggunakan jasa pelayanan di Puskesmas Mulia Baru.

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas. Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji tepat atau tidaknya suatu item pernyataan dalam mengukur variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), Citra (X3) dan Kepuasan Masyarakat (Y). Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 92 orang masyarakat. Dasar pertimbangan untuk mengetahui valid tidaknya kuesioner adalah dengan melihat tingkat signifikansinya yaitu $\leq 0,05$. Ada tiga variabel independen dan satu variabel dependen yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut hasil validitas variabel tersebut:

1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	Signifikansi	Korelasi Pearson	r tabel	Keterangan
1	0,000	0,755	0,2028	Valid
2	0,000	0,781	0,2028	Valid
3	0,000	0,839	0,2028	Valid
4	0,000	0,757	0,2028	Valid
5	0,000	0,640	0,2028	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua item pernyataan Kualitas Pelayanan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS menghasilkan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$ dan nilai r hitung (korelasi pearson) $> r$ tabel maka artinya ada korelasi antar variabel yang dihubungkan.

2. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Fasilitas

Item Pernyataan	Signifikansi	Korelasi Pearson	r tabel	Keterangan
1	0,000	0,582	0,2028	Valid
2	0,000	0,811	0,2028	Valid
3	0,000	0,796	0,2028	Valid
4	0,000	0,778	0,2028	Valid
5	0,000	0,723	0,2028	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua item pernyataan Fasilitas valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS menghasilkan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$.

3. Hasil uji Validitas Citra (X3)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Citra

Item Pernyataan	Signifikansi	Korelasi Pearson	r tabel	Keterangan
1	0,000	0,849	0,2028	Valid
2	0,000	0,860	0,2028	Valid
3	0,000	0,866	0,2028	Valid
4	0,000	0,696	0,2028	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua item pernyataan Citra valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS menghasilkan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$ dan nilai r hitung (korelasi pearson) $> r$ tabel maka artinya ada korelasi antar variabel yang dihubungkan.

4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Masyarakat (Y)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kepuasan Masyarakat

Item Pernyataan	Signifikansi	Korelasi Pearson	r tabel	Keterangan
1	0,000	0,818	0,2028	Valid
2	0,000	0,877	0,2028	Valid
3	0,000	0,833	0,2028	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua item pernyataan Kepuasan Masyarakat valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS menghasilkan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$ dan nilai r hitung (korelasi pearson) $> r$ tabel maka artinya ada korelasi antar variabel yang dihubungkan.

5. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kestabilan suatu instrument penelitian guna mengetahui besarnya indeks kepercayaan instrument dari variabel Kualitas Pelayanan (X1), variabel Fasilitas (X2), variabel Citra (X3) dan Kepuasan Masyarakat (Y). Besarnya tingkat reliabilitas ditunjukkan oleh nilai koefisien reliabilitasnya. Reliabilitasnya yang semakin tinggi, menunjukkan pengukuran yang diperoleh semakin terpercaya. Instrument penelitian dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,6$ dan tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $< 0,6$. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kesimpulan	Keterangan
----------	-----------------------	------------	------------

Kualitas Pelayanan (X1)	0,809	> 0,6	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,774	> 0,6	Reliabel
Citra (X3)	0,835	> 0,6	Reliabel
Kepuasan Masyarakat (Y)	0,793	> 0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), Citra (X3) dan Kepuasan Masyarakat (Y) dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,6.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang dianalisis memenuhi kriteria distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang dapat dilihat pada tingkat signifikansinya. Apabila nilai signifikansinya > 0,05, maka data dinyatakan terdistribusi dengan normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

			Unstandardized Residual
Sumber: Data primer yang diolah	N		92
	Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
		Std. Deviation	1,02553135
	Most Extreme Differences	Absolute	,051
		Positive	,051
		Negative	-,035
	Kolmogorov-Smirnov Z		,493
	Asymp. Sig. (2-tailed)		,968
	a. Test distribution is Normal.		
	b. Calculated from data.		

Berdasarkan dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari uji normalitas sebesar 0,968 dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini terdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel independen. Karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Deteksi ada tidaknya penyimpangan multikolinearitas adalah dengan melihat nilai toleransi dan *variance inflation factor* (VIF), jika nilai toleransi > 0,10 dan

nilai $VIF < 10$, maka data bebas dari gejala multikolinearitas dan sebaliknya jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.441	2.430
	Fasilitas	.557	1.796
	Citra	.450	2.221

a. Dependent Variabel:Y

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai toleransi $> 0,10$ dan nilai $VIF < 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu mode regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut dengan homoskedastisitas. Jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun tabel hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,586	,514		1,140	,257
	Kualitas Pelayanan	-,015	,036	-,069	-,417	,678
	Fasilitas	,000	,031	-,001	-,010	,992
	Citra	,033	,040	,129	,817	,416

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data primer yang diolah

Dari hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser pada tabel di atas dapat dilihat hasil signifikansi X1 sebesar 0,678, X2 sebesar 0,992, dan X3 sebesar 0,416, dimana nilai tersebut lebih dari nilai standar signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel *Coefficients*^a pada kolom B berikut ini:

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,240	,828		-,290	,773
1 Kualitas Pelayanan (X1)	,087	,059	,131	1,481	,142
Fasilitas (X2)	,259	,049	,400	5,239	,000
Citra (X3)	,328	,065	,430	5,071	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat (Y)

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 9 di atas, maka diperoleh persamaan regresi berikut:

$$Y = - 0,240 + 0,087 X1 + 0,259 X2 + 0,328 X3$$

Persamaan regresi di atas antar variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil keputusan:

- Nilai konstanta sebesar -0,240 dengan parameter negatif, menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan citra adalah nol, maka kepuasan masyarakat sebesar -0,240.
- Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,087 dengan parameter positif, menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 (satuan), maka kepuasan masyarakat pada pelayanan Puskesmas Mulia Baru meningkat sebesar 0,087 (satuan). Artinya asumsi variabel fasilitas dan citra di nilai konstan.
- Nilai koefisien regresi fasilitas sebesar 0,259 dengan parameter positif, menunjukkan apabila variabel fasilitas meningkat sebesar 1 (satuan), maka kepuasan masyarakat pada pelayanan Puskesmas Mulia Baru meningkat sebesar 0,259 satuan. Artinya asumsi variabel kualitas pelayanan dan citra di nilai konstan.
- Nilai koefisien regresi citra sebesar 0,328 dengan parameter positif, menunjukkan apabila variabel fasilitas meningkat sebesar 1 (satuan), maka kepuasan masyarakat pada pelayanan Puskesmas Mulia Baru meningkat sebesar 0,328 satuan. Artinya asumsi variabel kualitas pelayanan dan fasilitas di nilai konstan.

2. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk melihat apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan citra secara parsial terhadap kepuasan masyarakat. Hasil uji t dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 10. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,240	,828		-,290	,773
1 Kualitas Pelayanan (X1)	,087	,059	,131	1,481	,142
Fasilitas (X2)	,259	,049	,400	5,239	,000

Citra (X3)	,328	,065	,430	5,071	,000
------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat (Y)

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1) Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat (H_1)

H_1 : Diduga secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang Kalimantan Barat.

Hasil uji t pada tabel 16 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,142 yang berarti lebih besar dari 0,05. Sehingga H_1 ditolak, artinya secara parsial Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada pelayanan Puskesmas Mulia Baru. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan masyarakat terhadap pelayanan Puskesmas Mulia Baru tidak hanya berdasarkan Kualitas Pelayanan akan tetapi dipengaruhi oleh faktor lain.

2) Pengaruh Variabel Fasilitas Terhadap Kepuasan Masyarakat (H_2)

H_2 : Diduga secara parsial Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang Kalimantan Barat.

Hasil uji t pada tabel 16 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_2 diterima, artinya secara parsial fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada pelayanan Puskesmas Mulia Baru. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Fasilitas merupakan tolak ukur kepuasan masyarakat pada pelayanan Puskesmas Mulia baru.

3) Pengaruh Variabel Citra Terhadap Kepuasan Masyarakat (H_3)

H_3 : Diduga secara parsial Citra berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang.

Hasil uji t pada tabel 16 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sehingga H_3 diterima, artinya secara parsial Citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada pelayanan Puskesmas Mulia baru. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Citra merupakan tolak ukur kepuasan masyarakat pada pelayanan Puskesmas Mulia Baru.

b. Hasil Uji F

Hasil uji F untuk mengetahui variabel pengaruh independen secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239,729	3	79,910	73,475	,000 ^b
	Residual	95,706	88	1,088		
			66			

Total	335,435	91
-------	---------	----

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat (Y)

b. Predictors: (Constant), Citra (X3), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data primer yang diolah

Berikut penjelasan berdasarkan hipotesisnya:

H4 : Diduga secara simultan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Citra berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang.

Berdasarkan tabel hasil uji F tersebut, diperoleh nilai signifikansi < 0,05 yaitu 0,000. Sehingga H3 diterima, artinya bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Citra berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Citra berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru.

c. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)

Uji korelasi merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan (stimulan) dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Hasil uji koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,845 ^a	,715	,705	1,04287

a. Predictors: (Constant), Citra (X3), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,845 yang menunjukkan adanya derajat hubungan antar variabel bebas (kualitas pelayanan, fasilitas dan citra) terhadap variabel terikat (kepuasan masyarakat) berkorelasi sangat kuat.

d. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh keseluruhan variabel independen (X1,X2 dan X3) yang digunakan terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.20. Diketahui bahwa nilai uji R^2 sebesar 0,705 atau 70,5%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 70,5% kepuasan masyarakat dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Citra, sedangkan 29,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini contohnya: seperti harga, saluran distribusi, sosial dan sebagainya.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang Kalimantan Barat. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai 0,087 menunjukkan nilai positif yang artinya

semakin tinggi Kualitas Pelayanan, maka semakin tinggi pula Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru. Sedangkan hasil uji t diperoleh nilai H1 sebesar 0,142 dimana nilai tersebut $> 0,05$, dimana H1 ditolak artinya secara parsial variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas. Hasil ini bertentangan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jarliyah Harfika, Nadiya Abdullah (2017), dimana variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang Kalimantan Barat. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai 0,259 menunjukkan nilai positif yang artinya semakin tinggi Fasilitas yang memadai, maka semakin tinggi pula Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru. Sedangkan hasil uji t diperoleh nilai H2 sebesar 0,000 dimana nilai tersebut $> 0,05$, dimana H2 diterima artinya secara parsial variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Radito (2014), dimana variabel Fasilitas secara parsial signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat sehingga H2 diterima.
3. Pengaruh Citra Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang Kalimantan Barat. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai 0,328 menunjukkan nilai positif yang artinya semakin tinggi Citra Perusahaan, maka semakin tinggi pula Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru. Sedangkan hasil uji t diperoleh nilai H3 sebesar 0,000 dimana nilai tersebut $> 0,05$, dimana H3 diterima artinya secara parsial variabel Citra berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi Yulia Murdyanti, Asminah Rachmi (2018), dimana variabel Citra secara parsial signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat sehingga H3 diterima.
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Citra Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang Kalimantan Barat. Hasil uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi tersebut $< 0,05$, artinya secara simultan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Citra berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasmin Tamsah dkk (2019), yang menyatakan bahwa dimana variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Citra berpengaruh secara simultan signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat sehingga H4 diterima. Kemudian berdasarkan uji determinasi *Adjusted R square* (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,705 atau 70,5%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 70,5% kepuasan masyarakat dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Citra, sedangkan 29,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini contohnya: seperti harga, saluran distribusi, sosial dan sebagainya.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil uji t Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang Kalimantan Barat. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t diperoleh t hitung sebesar 1,481 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,142 > 0,05$.
2. Berdasarkan hasil uji t Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang Kalimantan Barat. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t diperoleh t hitung sebesar 5,239 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Berdasarkan hasil uji t Citra berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang Kalimantan Barat. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t diperoleh t hitung sebesar 5,071 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Berdasarkan hasil uji F Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Citra berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Puskesmas Mulia Baru Kab. Ketapang Kalimantan Barat. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 73,475 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan berdasarkan uji determinasi *Adjusted R square* (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,705 atau 70,5%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 70,5% kepuasan masyarakat dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Citra, sedangkan 29,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini contohnya: seperti harga, saluran distribusi, sosial dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2017). Metode Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: PT Simbiosis Rekatama.
- Budiarto. (2015). Kualitas Pelayanan Kesehatan Puskesmas di Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang. *Skripsi*. Program Studi Administrasi Negara, Hasanuddin
- Departemen Kesehatan RI. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit. Jakarta: Depkes RI.
- Dewi, Y. M, dan Asminah, R. (2018). Pengaruh Citra Puskesmas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Puskesmas Dongko Trenggalek. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. IV, No. 1
- Diskah, dkk. (2012). Analisis Kepuasan Pasien sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan terhadap Citra Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Arifin Achmad Pekanbaru. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. X, No. 3
- Fajar, Laksana, (2018). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu

- Felisitas, E. M. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Rumah Sakit Terhadap Kepuasan Pasien. *Skripsi*. Program Studi Manajemen, Sanata Dharma
- Ferrinadewi, Erna. (2018). Merek dan Psikologi Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, (2014). Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Hasmin, dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Citra Terhadap Kepuasan Pasien di Puskesmas Solo Kabupaten Wajo. *Journal of Management*. Vol. I, No. 3
- Jarliyah, H, dan Nadiya, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Journal Balance*, Vol. XIV, No. 1
- Kasali, Rhenald. (2013). Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: PT. Pusaka Utama Grafiti
- Kotler dan Keller. (2019). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Lovelock, C, dan John Wirtz,(2011). Pemasaran Jasa Perspektif, edisi 7. Jakarta : Erlangga.
- Mursyid. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan terhadap Kepuasan Masyarakat di UPT Puskesmas Mranti Purworejo. *ALBAMA*, 12(2), 1–26. <https://albama.amayogyakarta.ac.id/repo-journal-detail/V0hSdkgxSDFtRzV6Y1ozdHRWSTFYdz09>
- Mursyid, M. (2022). PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK KONSUMEN MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARUNG MAKAN NASI KULIT SYUURGA YOGYAKARTA. *Solusi*, 17(1), 91–108.
- Mursyid, M., Albashori, M. F., & Hafidzah, H. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KEFARMASIAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT UMUM DAERAH dr. SOEROTO NGAWI JAWA TIMUR. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 4(2), 356–372.
- Mursyid, M., Fahlefi, W., Wahyudiono, W., & Maelana, H. W. D. (2023). *INFLUENCE OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS ON PASSENGERS SATISFACTION AT TYPE-A GIWANGAN BUS STATION YOGYAKARTA*. 19(2), 131–142.
- Mursyid, M., Purwanta, P., & Suliantoro, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAPARI TELKOMSEL MADIUN. *ALBAMA : Jurnal Bisnis Administrasi Dan Manajemen*, 14(2), 24–34. <http://jurnal.amayogyakarta.ac.id/index.php/albama>
- Nugi, dkk. (2017). Analisis Pengaruh Citra dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Serta Implikasinya Pada Komunikasi Pemasaran di Rumah Bersalin Fatimah Kota Bandung. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri*.

Vol. III, No. 1

- Parasuraman., (2014). *The Behaviorial Consequenses of Service Quality*. New Jersey : Prentince Hall.
- Puskesmas Parakan. (2018). Peran Puskesmas Parakan dalam Rangka Peningkatan Derajat Kesehatan di Wilayah Kerja. [Online], Tersedia: <http://puskesmasparakan.temanggungkab.go.id/home/berita/252/peran-puskesmas-parakan-dalam-rangka-peningkatan-derajat-kesehatan-di-wilayah-kerja->. [30 Maret 2024]
- Ramli, K. (2011). *Skala Pengukuran dan Instrument Penelitian*. [Online], Tersedia: <https://kamriantiramli.wordpress.com/2011/05/16/skala-pengukuran-dan-instrumen-penelitian/> [30 Maret 2024]
- Republik Indonesia, (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan. Jakarta: Kementerian Kesehatan.
- Roslina. (2017). Citra: Dimensi, Proses Pemngembangan Serta Pengukurannya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 6 No 3, Mei 2010: 333-346
- S. Supriyanto dan Ernawati, (2010). Judul : Pemasaran Industri Jasa Kesehatan. Penerbit CV Andi Offset : Yogyakarta.
- Selamet, N. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Citra Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Puskesmas di Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang. *Skripsi*. Program Studi Manajemen, Negeri Semarang
- Stefi, M. (2013). Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Penguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. I, No. 4: 493-503
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Th, Radiato A. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. XI, No. 2
- Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.