

PENGUKURAN KEPUASAN KONSUMEN DI PUSKESMAS DAGO KOTA BANDUNG

Babay Jutika Cahyana^{1*}, Rina Rostarina²

¹Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Institut Sains dan Teknologi Al-Kamal. Jl. Raya Kedoya Al Kamal No.2, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk Jakarta 11520

²Unit Pelaksana Teknis Pelatihan Kesehatan Daerah Jawa Barat

*e-mail : babayjc@gmail.com

Received: 7 February 2022, Revision: 21 February 2022, Accepted: 26 July 2022

Abstrak

Pusat Kesehatan Masyarakat, merupakan fasilitas layanan primer kesehatan pemerintah daerah yang dituntut untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin bagi masyarakat sekitarnya yang membutuhkan layanan kesehatan. Pengukuran kepuasan konsumen dilakukan dengan Metode *Importance-Performance Analysis* (IPA). Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan merasa puas terhadap kinerja dan seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan. Pada analisis IPA dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Pembagian kuadran dalam *Importance-Performance Analysis* dikategorikan dalam sumbu X Sangat Tidak Memuaskan hingga Sangat Memuaskan, dan sumbu Y Sangat Penting hingga Sangat Tidak Penting. Penelitian dilakukan pada 31 konsumen Puskesmas Dago di Kota Bandung yang dipilih untuk mengetahui kepuasan pelanggan akan pelayanan jasa yang telah diberikan Puskesmas. Ada lima faktor yang diukur, mutu fasilitas pelayanan, realibilitas, responsivitas keyakinan, dan empati, hasil kemudian perhitungan menggunakan *Customer Satisfaction Index*, dan *Importance Performance Analysis*. Hasil pengujian validitas dan realibilitas, maka semua point kuesioner dan responden dinyatakan valid dan realibel. Hasil analisis nilai rata-rata harapan dan kepuasan konsumen dapat dilihat bahwa Mutu Fasilitas Pelayanan, Mutu Realibilitas Pelayanan, Mutu Responsivitas Pelayanan, Mutu Keyakinan Pelayanan Mutu Empati Pelayanan, memiliki prestasi atau performansi kerja diatas 90%. ini artinya bahwa Puskesmas Dago Kota Bandung telah berhasil memenuhi keinginan atau memuaskan konsumen, malahan untuk item Mutu Keyakinan Pelayanan memiliki nilai 101% ini artinya pelayanan Keyakinan konsumen melebihi harapan.

Kata Kunci: Puskesmas, Indeks Kepuasan Konsumen, Analisis Tingkat Kinerja

Abstract

The Community Health Center is a local government primary health service facility that is learning to provide the best possible service for the surrounding community who need health services. The measurement of consumer satisfaction is carried out using the *Importance-Performance Analysis* (IPA) method. In this method, level measurement is needed to find out how much customers are satisfied with the performance and how much the service provider understands what customers want for the services they provide. In the IPA analysis, it is carried out into 4 quadrants to influence service quality. Distribution quadrants in the *Importance-Performance Analysis* are categorized on the X-axis Very Unimportant to Very Satisfactory, and the Y-axis Very Important. The study was conducted on 31 consumers of Dago Health Center in Bandung City who were selected to determine customer satisfaction with the services provided by the Puskesmas. There are five factors that are measured, the quality of service facilities, reliability, responsiveness of belief, and empathy, the results of calculations using the *Customer Satisfaction Index*, and *Important Performance Analysis*. The results of testing the validity and reliability, then all points of the questionnaire and respondents are declared valid and reliable. The results of the analysis of the average value of expectations and customer satisfaction can be seen that the Quality of Service Facilities, Quality of Service Reliability, Quality of Service Responsiveness, Quality of Service Confidence, Quality of Service Empathy, has an achievement or performance above 90%. it means that the Dago Health Center in Bandung City has succeeded in fulfilling the desires or satisfying consumers, even for goods. Quality of service trust has a value of 101% in the service of consumer confidence exceeding expectations.

Keywords: Puskesmas, Consumer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis.

PENDAHULUAN

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang atau kembali untuk memakai jasa perusahaan yang merupakan kunci suksesnya sebuah perusahaan. Demikian juga dengan pusat kesehatan masyarakat (PUSKESMAS) yang merupakan fasilitas layanan primer kesehatan pemerintah daerah yang dituntut untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin bagi masyarakat sekitarnya yang membutuhkan layanan kesehatan. Jika puskesmas tidak memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen maka salah satu tujuan dari puskesmas yaitu memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat yang membutuhkan pelayanan kesehatan tidak tercapai, hal ini berarti puskesmas tidak memiliki kinerja yang baik sesuai dengan tujuan dari puskesmas tersebut (Sukatmi, 2015).

Menurut Philip Kotler Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang uncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2016).

Kepuasan konsumen dirumuskan sebagai evaluasi purna pembeli dimana persepsi terhadap kinerja produk atau

jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap kinerja yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual. (Nurdiana, 2015).

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry (1988). Metode ini menyangkut pengembangan pemahaman mengenai persepsi *target consumers*. Tujuan dari survey kepuasan konsumen adalah untuk melakukan perbaikan pelayanan yang dirasa masih kurang atau perlu ditingkatkan sehingga konsumen akan merasa lebih puas terhadap pelayanan yang diberikan. (Khasanah, 2010)

Rumusan masalah ini berguna untuk mempermudah dalam melaksanakan penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalahnya antara lain, bagaimana cara untuk mengetahui kepuasan konsumen di Puskesmas Dago Kota Bandung. Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka dapat di rumuskan tujuan penelitian ini adalah, mengukur kepuasan konsumen di Puskesmas Dago Kota Bandung.

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis/ilmiah dapat memperluas wawasan ilmu pengetahuan dan menambah perbendaharaan konsep dalam bidang kajian ilmu Kedokteran Layanan primer dan Kesehatan Masyarakat.
2. Manfaat praktis/Operasional, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukkan dalam upaya

meningkatkan kualitas layanan primer di Puskesmas Dago Kota Bandung.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Puskesmas Dago Kota Bandung yang ditujukan untuk mengetahui kepuasan pelanggan akan pelayanan jasa yang telah diberikan Puskesmas tersebut, kemudian perhitungan menggunakan *Customer Satisfaction Index*, dan *Importance Performance Analysis*. (Suradi, 2009).

Dalam penyusunan kuesioner diisi dengan lima faktor/kategori masing-masing:

1. Mutu Fasilitas Pelayanan
2. Realibilitas
3. Responsivitas
4. Keyakinan
5. Empati

Masing-masing dari faktor tersebut dijabarkan kedalam beberapa point pertanyaan yang mempresentasikan nilai harapan dan kepuasan konsumen yang diukur dengan menggunakan Skala Likert dengan nilai 1 s/d 4, dimana:

untuk harapan

Nilai 1 tidak penting

Nilai 2 tidak cukup penting

Nilai 3 penting

Nilai 4 sangat penting

Sementara untuk harapan

Nilai 1 adalah tidak memuaskan

Nilai 2 tidak cukup memuaskan

Nilai 3 memuaskan

Nilai 4 sangat memuaskan

Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan tujuan sebagai petunjuk sejauh mana suatu alat pengukur (instrumen) mengukur apa yang ingin diukur. Setelah semua nilai korelasi untuk setiap pertanyaan diperoleh, kemudian nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel kritik,

jika nilai korelasi dari setiap pertanyaan lebih besar dari nilai tabel kritik, maka pertanyaan tersebut valid (Taherdoost, 2016).

Uji coba kuesioner dilakukan terhadap 30 orang responden pengolahan hasil penelitian ini menggunakan software dari IBM yaitu SPSS, dan perhitungan dengan menggunakan Spreads Sheets dari WPS Office.

$$r = \frac{N(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[N(\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)] [N(\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)]}}$$

Diketahui:

N : Jumlah Subjek (responden)

$\sum X$: Jumlah x (skor butir)

$\sum X^2$: Jumlah skor butir kuadrat

$\sum Y$: Jumlah Y (skor faktor)

$\sum Y^2$: Jumlah skor faktor kuadrat

$\sum XY$: Jumlah perkalian X dan Y

Uji reliabilitas ini adalah untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tersebut dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengumpulan data atau tidak. Angka koefisien reliabilitas berkisar antara 0.00 hingga 1.00. Butir kuisiener dinyatakan reliabel jika memberikan $\alpha > 0.80$ (Taherdoost, 2016). Uji coba kuesioner dilakukan terhadap 31 orang responden pengolahan hasil penelitian ini menggunakan SPSS.

$$r_i = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum ob^2}{\sigma^2} \right]$$

Diketahui:

r_i = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya Butir Pernyataan

$\sum ob$ = Jumlah Varians Butir

$\sum t^2$ = Varians Total

Perhitungan Indeks Kepuasan Konsumen

Indeks kepuasan konsumen atau Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat

kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan.

Tahapan-tahapan pengukuran CSI adalah sbb:

1. Menghitung Weighting Factor (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kepentingan seluruh parameter yang diuji, sehingga didapatkan total WF sebesar 100%.
2. Menghitung Weight Score (WS), yaitu menilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kepuasan masing-masing atribut dengan WF masing-masing parameter.
3. Menghitung Weight Total (WT), yaitu menjumlahkan WS dari semua atribut. Menghitung Satisfaction Index, yaitu WT dibagi skala maksimum yang digunakan, kemudian dikalikan 100%. Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

Penggunaan metode *Importance-Performance Analysis* adalah dalam mengukur tingkat kepuasan pelayanan jasa yang masuk pada kuadran-kuadran pada peta Importance Performance Matrix. Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{X}_i}{Y_i} * 100\%$$

Dimana :

Tki = Tingkat kesesuaian responden.

$\bar{X}_i$ = Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan.

Y_i = Skor rata-rata penilaian harapan responden.

Setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, langkah selanjutnya adalah membuat peta posisi importance – performance yang merupakan suatu bangun. Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Institusi “X” Berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{k}$$

$\bar{X}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut

$\bar{Y}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut

k = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan.

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{n}$$

Dimana :

$\bar{x}$ = Skor rata-rata persepsi / performance.

$\bar{y}$ = Skor rata-rata harapan / importance.

n = Jumlah responden.

Pada analisis Importance-Performance Analysis, dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Pada tahap ini akan dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data dan dilakukan perbaikan pada atribut-atribut pertanyaan yang masuk pada kuadran pertama pada peta Importance Performance Analysis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas nilai harapan responden, dengan dilakukan uji validitas maka hasil kuesioner terhadap nilai harapan konsumen dapat dianggap valid (Tabel 1). Uji validitas nilai kepuasan responden, dengan dilakukan uji validitas maka hasil kuesioner terhadap nilai kepuasan konsumen dapat dianggap valid (Tabel 2). Uji reliabilitas nilai harapan responden, untuk memastikan bahwa kuesioner harapan konsumen dapat diyakan realibel (Tabel 3). Uji reliabilitas nilai kepuasan responden, untuk memastikan bahwa kuesioner kepuasan konsumen dapat diyakan realibel (Tabel 4).

Analisis Hasi Pengolahan Data Uji Validitas, Uji validitas nilai harapan responden menunjukkan bahwa ke semua item sebanyak 22 item dinyatakan valid, dengan nilai Pearson Correlation terkecil 0.422* pada VAR00009 dan nilai terbesar 0.842** pada VAR00021.

Uji validitas nilai kepuasan responden menunjukkan bahwa ke semua item sebanyak 22 item dinyatakan valid, dengan nilai Pearson Correlation terkecil .598** pada VAR00001 dan nilai terbesar .888** pada VAR00013.

Analisis Hasi Pengolahan Data Uji Realibilitas, 1. Uji realibilitas nilai harapan responden dengan Cronbach's Alpha menyatakan bahwa semua item diyakan realibel dengan nilai 0.937. Uji realibilitas nilai kepuasan responden dengan Cronbach's Alpha menyatakan bahwa semua item diyakan realibel dengan nilai 0.959

Analisis Nilai Rataan Harapan dan Kepuasan Responden dapat dilihat pada Tabel 5. Dari tabel nilai harapan dan kepuasan konsumen dapat dilihat bahwa Mutu Fasilitas Pelayanan, Mutu

Realibilitas Pelayanan, Mutu Responsivitas Pelayanan, Mutu Keyakinan Pelayanan Mutu Empati Pelayanan, memiliki prestasi atau performansi kerja diatas 90%. ini artinya bahwa Puskesmas Dago Kota Bandung telah merhasil memenuhi keinginan atau memuaskan konsumen, malahan untuk item Mutu Keyakinan Pelayanan memiliki nilai 101% ini artinya pelayanan Keyakinan konsumen atas melebihi harapan dari konsumen.

Analisis Matrik Harapan dan Kinerja

Kudaran I, Harapan konsumen tinggi dan pelayanan telah memenuhi harapan konsumen. Strategi pertahankan prestasi yang sudah dicapai. Kuadran II, Harapan konsumen rendah dan pelayanan telah memenuhi harapan konsumen. Strategi pertahankan prestasi yang sudah dicapai dan ada kemungkinan intitusi melakukan *over service*. Kudaran III, Harapan konsumen rendah dan pelayanan belum memenuhi harapan konsumen. Startegi, perbaiki institusi karena ada dalam performansi yang rendah. Kudaran IV, Harapan konsumen tinggi dan pelayanan belum memenuhi harapan konsumen (Gambar 1).

Startegi, perbaiki institusi karena ada dalam performansi yang rendah, Dimana, Mutu Fasilitas Pelayanan, Mutu Realibilitas Pelayanan Mutu Responsivitas Pelayanan, Mutu Keyakinan Pelayanan, Mutu Empati Pelayanan Kelima kriteria tersebut barada dalam kuadran I yang berarti bahwa Puskesmas Dago ada dalam stategi pertahankan prestasi yang sekarang telah tercapai, karena lima kriteria pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan konsumen.

Tabel 1. Rangkuman uji validitas nilai harapan responden

VAR00023			VAR00023		
VAR00001	Pearson Correlation	.638**	VAR00013	Pearson Correlation	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00002	Pearson Correlation	.695**	VAR00014	Pearson Correlation	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00003	Pearson Correlation	.442*	VAR00015	Pearson Correlation	.756**
	Sig. (2-tailed)	.014		Sig. (2-tailed)	.000
	N	30		N	31
VAR00004	Pearson Correlation	.705**	VAR00016	Pearson Correlation	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.001
	N	31		N	31
VAR00005	Pearson Correlation	.781**	VAR00017	Pearson Correlation	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00006	Pearson Correlation	.737**	VAR00018	Pearson Correlation	.549**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.001
	N	31		N	31
VAR00007	Pearson Correlation	.779**	VAR00019	Pearson Correlation	.426*
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.017
	N	31		N	31
VAR00008	Pearson Correlation	.531**	VAR00020	Pearson Correlation	.461**
	Sig. (2-tailed)	.002		Sig. (2-tailed)	.009
	N	31		N	31
VAR00009	Pearson Correlation	.422*	VAR00021	Pearson Correlation	.842**
	Sig. (2-tailed)	.018		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00010	Pearson Correlation	.753**	VAR00022	Pearson Correlation	.568**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.001
	N	31		N	31
VAR00011	Pearson Correlation	.766**	VAR00023	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	
	N	31		N	31
VAR00012	Pearson Correlation	.625**			
	Sig. (2-tailed)	.000			
	N	31			

Tabel 2. Rangkuman uji validitas nilai kepuasan responden

	VAR00023			VAR00023	
VAR00001	Pearson Correlation	.598**	VAR00013	Pearson Correlation	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00002	Pearson Correlation	.724**	VAR00014	Pearson Correlation	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00003	Pearson Correlation	.631**	VAR00015	Pearson Correlation	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00004	Pearson Correlation	.597**	VAR00016	Pearson Correlation	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00005	Pearson Correlation	.830**	VAR00017	Pearson Correlation	.479**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.006
	N	31		N	31
VAR00006	Pearson Correlation	.887**	VAR00018	Pearson Correlation	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00007	Pearson Correlation	.785**	VAR00019	Pearson Correlation	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00008	Pearson Correlation	.770**	VAR00020	Pearson Correlation	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00009	Pearson Correlation	.722**	VAR00021	Pearson Correlation	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00010	Pearson Correlation	.796**	VAR00022	Pearson Correlation	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	31		N	31
VAR00011	Pearson Correlation	.793**	VAR00023	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	
	N	31		N	31
VAR00012	Pearson Correlation	.807**			
	Sig. (2-tailed)	.000			
	N	31			

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 3. Rangkuman uji realibilitas nilai harapan responden

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	96.8
	Excluded ^a	1	3.2
	Total	31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.937	22

Tabel 4. Rangkuman uji realibilitas nilai harapan responden

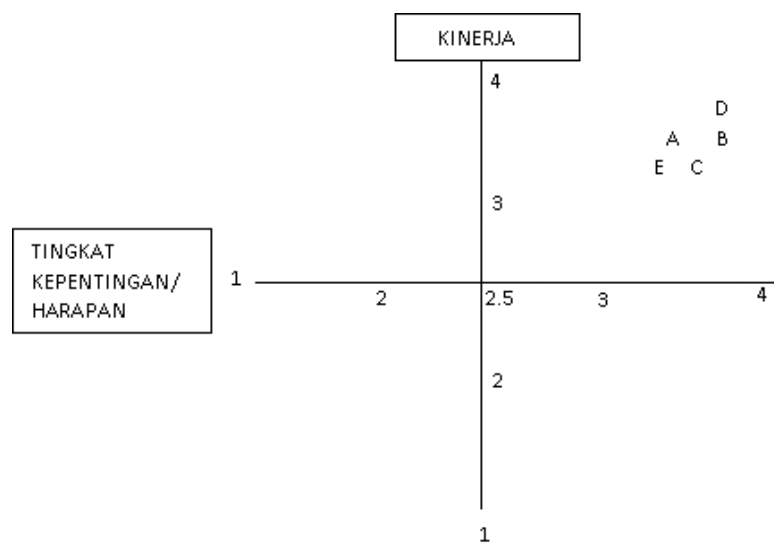
Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	31	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
.959	22

Tabel 5. Rangkuman nilai rata-rata harapan dan kepuasan konsumen

Mutu Fasilitas Pelayanan			
Nilai harapan	Nilai Kepuasan	Prestasi	Gap Kepuasan
3.57	3.29	92 %	- 0.28
Mutu Realibilitas Pelayanan			
Nilai harapan	Nilai Kepuasan	Prestasi	Gap Kepuasan
3.61	3.58	99%	- 0.03
Mutu Responsivitas Pelayanan			
Nilai harapan	Nilai Kepuasan	Prestasi	
3.53	3.34	34.6 %	- 0.19
Mutu Keyakinan Pelayanan			
Nilai harapan	Nilai Kepuasan	Prestasi	Gap Kepuasan
3.45	3.59	101%	+0.14
Mutu Empati Pelayanan			
Nilai harapan	Nilai Kepuasan	Prestasi	Gap Kepuasan
3.53	3.34	94.6 %	- 0.19



Gambar 1. Plot nilai rata-rata harapan dan kepuasan konsumen pada *Importance-Performance Analysis*

KESIMPULAN

Semua item pertanyaan pada kuesioner dapat dinyatakan valid baik untuk harapan maupun pelayanan. Kuesioner harapan dan pelayan dapat dinyatakan reliabel. Pelayanan yang diberikan oleh Pusat Kesehatan Masyarakat Dago Kota Bandung telah memenuhi harapan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Gerson, Richard F., 2004, Mengukur Kepuasan Pelanggan, Terjemahan, PPM, Jakarta.
- Gibson, James L., Ivancevich, John M., Donnely JR., James H., 1996, Organisasi, Perilaku, Struktur, Proses, Edisi kedelapan, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Edisi Ke Duabelas. Indeks: Jakarta
- Khasanah, 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang, Jurnal Ilmiah Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala, Volum 12 No. 2.
- Nurdiana, 2015. Pengukuran Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan, Jurnal Modernisasi Volum 11 Nomor 2.
- Nur Riza Mohd Suradi, 2009. Importance-performance analysis and customer satisfaction index for express bus services, 2009 World Congress on Nature & Biologically Inspired Computing (NaBIC 2009)
- Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 75 Tahun 2014
- Sukatmi, Sri. 2015. Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (Ikm) Pada Pelayanan Publik Di Puskesmas Kalicacing Kota Salatiga, Among Makarti Vol.8 No.15.
- Taherdoost, Ahmed. 2016. Validity and Reliability of the Research Instrument; How to Test the Validation of a Questionnaire/Survey in a Research: University Canada West
- Umar, Husein. 2016. Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ke Duabelas. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta