

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). "Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name". The Free Press.
- Aaker, D.A. (1996). Building Strong Brands. New York: Free Press.
- Al-Najjar, R.A.M.Y. (2018). The impact of patient satisfaction on loyalty and return intention. *Journal of Health Management*, 20(3), pp. 266-279.
- Aliman, N. K., & Mohamad, W. N. 2016. Linking Service Quality, Patients' Satisfaction and Behavioral Intentions: An Investigation on Private Healthcare in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 141–148.
- Alrubaiee, L. & Alkaa'ida, F. (2011). The mediating effect of patient satisfaction in the patients' perceptions of healthcare quality – Patient trust relationship. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1), pp. 103-127. <https://doi.org/10.5539/ijms.v3n1p103>
- Alrubaiee, L., & Alkaa'ida, F. (2011). The mediating effect of patient satisfaction in the patients' perceptions of healthcare quality – patient trust relationship. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1). <https://doi.org/10.5539/ijms.v3n1p103>
- Alsharif, A., Khaliq, A. & Ameen, K. (2018). The Role of Financial Affordability on Patients' Satisfaction in Healthcare. *Journal of Health Management*, 20(4), pp. 425-437.
- Andaleeb, S. S. (2001). Service quality perceptions and patient satisfaction: a study of hospitals in a developing country. *Social science & medicine*, 52(9), 1359-1370. [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(00\)00235-5](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(00)00235-5)
- Arab, M., Tabatabaei, S.M.G., Rashidian, A., Forushani, A.R., Zarei, E., 2012. The Effect of Service Quality on Patient Loyalty: A Study of Private Hospitals in Tehran, Iran. *Iran Journal Public Heal*, 41, 71–77.
- Arshad, M. & Jameel, A. (2018). Functional and Psychological Acceptance in Healthcare Services. *International Journal of Health Sciences*, 12(2), pp. 128-139.
- Asnawi, A. A., & Awang, Z. 2018. Influence of hospital image and service quality on patients' satisfaction and their loyalty intention. *International Journal of Accounting, Finance and Business*, 3(11), 105-118.
- Awad, A. I., Aboshaiqah, A. E., & Al-Surimi, K. (2021). "The impact of patient satisfaction on patient loyalty with the moderating role of cultural competence", *Journal of Patient Experience*, 8, pp. 1-10.

- Bai, Y. & Ritchie, J.R.B. (2017). Patient Loyalty in the Healthcare Context: The Role of Brand Awareness and Service Quality. *Journal of Service Management*, 28(4), pp. 713-728.
- Bai, Y. & Ritchie, J.R.B. (2017). The Role of Affordability in Patient Loyalty and Behavioral Intention. *International Journal of Health Economics and Management*, 17(2), pp. 215-229.
- Berry, L. L., & Bendapudi, N. (2007). "Health Care: A Fertile Field for Service Research". *Journal of Service Research*.
- Bleich, S.N., Ozaltin, E. & Murray, C.J.L. (2009). How does satisfaction with the health-care system relate to patient experience? *Bulletin of the World Health Organization*, 87(4), pp. 271-278.
- Bleustein, C., Rothschild, D. B., Valen, A., Valatis, E., Schweitzer, L., & Jones, R. (2014). Wait times, patient satisfaction scores, and the perception of care. *The American journal of managed care*, 20(5), 393–400.
- Bowen, J.T. & Chen, S.L. (2001) 'The relationship between customer loyalty and customer satisfaction', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(5), pp. 213-217.
- Bowers, M. R., Swan, J. E., & Koehler, W. F. (1994). "What Attributes Determine Quality and Satisfaction with Health Care Delivery?". *Health Care Management Review*
- Brouard, J. & Laroche, M. (2010). The Impact of Patient Knowledge on Behavioral Intentions in Health Care. *Journal of Health Care Marketing*, 29(1), pp. 45-57.
- Butkouskaya, V., Llonch-Andreu, J., & Alarcón-del-Amo, M.-C. (2021). The impact of customer performance on IMC outcomes: firm size moderation in the inter-country context. *Journal of Economics, Finance, and Administrative Science*, 26(52), 358–375. <https://doi.org/10.1108/jefas-10-2021-0207>
- Chahal, H., & Mehta, S. 2013. Modeling Patient Satisfaction Construct in the Indian Healthcare Context. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 7(1), 75–92.
- Chang, H. H., Wang, Y. H., & Yang, W. Y. 2009. The Impact of E-Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty on E-Marketing: Moderating Effect of Perceived Value. *Total Quality Management and Business Excellence*, 20(4), 423–443.

- Chen, S. C., & Quester, P. G. 2006. Modeling Store Loyalty: Perceived Value in Market Orientation Practice. *Journal of Services Marketing*, 20(3), 188-198.
- Chen, S.-C., & Quester, P. G. 2009. A Value-Based Perspective of Market Orientation and Customer Service. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16, 197–206.
- Crittenden, V. L., Crittenden, W. F., Ferrell, L. K., Ferrell, O. C., & Pinney, C. C. 2011. Market-Oriented Sustainability: A Conceptual Framework and Propositions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 71-85.
- Dadzie, K. Q., Amponsah, D. K., Dadzie, C. A., & Winston, E. M. (2017). How firms implement marketing strategies in emerging markets: An empirical assessment of the 4A marketing mix framework. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 25(3), 234–256. <https://doi.org/10.1080/10696679.2017.1311220>
- Dagger, T. S., Sweeney, J. C., & Johnson, L. W. (2007). A hierarchical model of health service quality: Scale development and investigation of an integrated model. *Journal of Service Research*, 10(2), 123-142.
- Data Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. bpsdmk.kemkes.go.id. Diarsipkan dari versi asli tanggal 2021-06-02. Diakses tanggal 2021-06-28.
- Data Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. 2008. bpsdmk.kemkes.go.id. Diarsipkan dari versi asli tanggal 2021-06-02. Diakses tanggal 2021-06-28.
- Deng, Z., Lu, Y., Wei, K. K., & Zhang, J. 2010. Understanding Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study of Mobile Instant Messages in China. *International Journal of Information Management*, 30(4), 289-300.
- Dhingra, S., Dhingra, T., & Kapoor, P. (2020). "Influence of patient satisfaction on revisit intention: A study in India", *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 33(4), pp. 279-292.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). "Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations". *Journal of Marketing Research*.
- Duggirala, M., Rajendran, C., & Anantharaman, R. N. (2021). "Patient perceived dimensions of total quality service in healthcare", *Benchmarking: An International Journal*, 28(3), pp. 909-933.
- Elhadi, M.K.A.T. (2019). Patient experience in hospitals and its effect on satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Patient Experience*, 6(4), pp. 207-218.

- Fatima, T., Malik, S. A., & Shabbir, A. (2018). Hospital healthcare service quality, patient satisfaction and loyalty: An investigation in context of private healthcare systems. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35(6), 1195–1214. <https://doi.org/10.1108/ijqrm-02-2017-0031>
- Fatima, T., Malik, S. A., & Shabbir, A. (2018). Hospital healthcare service quality, patient satisfaction and loyalty: An investigation in context of private healthcare systems. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35(6), 1195–1214. <https://doi.org/10.1108/ijqrm-02-2017-0031>
- Fatima, T., Malik, S. A., & Shabbir, A. 2018. Hospital Healthcare Service Quality, Patient Satisfaction and Loyalty: An Investigation in Context of Private Healthcare Systems. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 35(6), 1195–1214.
- Feldstein, P. J. (2011). "Health Policy Issues: An Economic Perspective". Health Administration Press.
- Frida EM dkk. 2022. Gambaran Kepuasan Keluarga Pasien Tentang Mutu Pelayanan Keperawatan Di Ruang Icu Rsia Stella Maris Medan. *J. Darma Agung Husada*, Volume 9(1), 7-13
- Gonzalez, A.M. & Bello, L. (2002). The Effect of Price on Patient Choice of Hospital. *Journal of Marketing Research*, 39(4), pp. 345-350.
- Guspianto, G., Mutmainnah, M., & Aurora, W. I. D. 2023. How Can Service Quality, Patient Value, and Patient Satisfaction Increase Hospital Patient Loyalty?. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 9(3), 1726-1736.
- Hemadeh, R., Hammoud, R., Kdouh, O., Jaber, T., & Ammar, L. 2018. Patient Satisfaction with Primary Healthcare Services in Lebanon. *International Journal of Health Planning and Management*, 34(1), 423–435.
- Hossain, M.A. & Fadlalla, A. (2020). The Impact of Service Quality on Patients' Behavioral Intentions in Hospitals. *Journal of Health Management*, 22(1), pp. 25-36.
- Huang, J. A., Lai, C. S., Hu, J. S., & Weng, R. H. 2014. The impact of market orientation on patient loyalty: the mediation of relationship quality. *Service Business*, 8, 499-515.
- Huang, J.-A., Weng, R.-H., Lai, C.-S., & Hu, J.-S. 2013. Perceptual Market Orientation Gap and Its Impact on Relationship Quality and Loyalty: The Role of Internal Marketing. *Evaluation & the Health Professions*, 36, 204–227.

- Huang, Y. & Sarigöllü, E. (2014). The Impact of Service Convenience on Behavioral Intentions of Patients. *Journal of Health Services Research & Policy, 19(4), pp. 222-231.
- Ismail, A., & Yunan, Y. M. 2016. Service Quality as A Predictor of Customer Satisfaction and Customer Loyalty. LogForum, 12(4), 269-283
- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1993). Market orientation: Antecedents and consequences. *Journal of Marketing, 57(3), 53.* <https://doi.org/10.2307/1251854>
- Jones, M.A. & Taylor, V.A. (2007) 'The conceptual domain of service loyalty: How many dimensions?', *Journal of Services Marketing, 21(1), pp. 36-51.*
- Journal of Rural and Industrial Development, 6(1),4-8*
- Juhana, D., Manik, E., Febrinella, C., & Sidharta, I. (2015). Empirical study on patient satisfaction and patient loyalty on public hospital in Bandung, Indonesia. *International Journal of Applied Business and Economic Research, 13(6), 4305-4326.*
- Karatepe, O. M., Yavas, U., & Babakus, E. (2005). Measuring service quality of banks: Scale development and validation. *Journal of Retailing and Consumer Services, 12(5), 373–383.* <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2005.01.001>
- Keller, K. L. (1993). "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity". *Journal of Marketing.*
- Khan, M., & Ghouri, A. M. 2018. Enhancing Customer Satisfaction and Loyalty through Customer-Defined Market Orientation and Customer Inspiration: A Critical Literature Review. *International Business Education Journal, 11(1), 25-39.*
- Kondasani, R. K. R., & Panda, R. K. 2015. Customer Perceived Service Quality, Satisfaction and Loyalty in Indian Private Healthcare. *International Journal of Health Care Quality Assurance, 28(5), 452–467.*
- Korzh, O., Department of General Practice-Family Medicine, Kharkiv Medical Academy of Postgraduate Education, Ukraine, Tsodikova, O., & Department of General Practice-Family Medicine, Kharkiv Medical Academy of Postgraduate Education, Ukraine. (2019). Improving doctor-patient communication in a primary care setting. *Practica Medicală, 14(1), 12–16.* <https://doi.org/10.37897/rjimp.2019.1.2>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., Agnihotri, P. Y., & Haque, E. 2011. *Principles of Marketing: A South Asian perspective.* New Delhi, India: Pearson Education

- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. 2019. Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit. In: Kompella, K. (eds) Marketing Wisdom. Management for Professionals. Springer, Singapore.
- Kripanithi R, Ramachander A. (2018). 4 'A's The Key Drivers of Rural Marketing
- Kulsum, U., & Syah, T. Y. R. 2017. The Effect of Service Quality on Loyalty with Mediation of Patient Satisfaction. *International Journal of Business and Management Invention*, 6(3), 41-50.
- Kumar, S. & Kumar, V. (2017). Understanding Patients' Acceptability of Telemedicine Services. *Journal of Telemedicine and Telecare*, 23(6), pp. 709-718.
- Lacap, J. P., & Alfonso, K. J. 2022. The Mediating Role of Patient Loyalty on the Relationship Between Satisfaction on Physical Environment and Intention to Recommend. *Asia-Pacific Social Science Review*, 22(2).
- Lee, S. Y., & Kim, J. H. 2014. Effects of Servicescape on Perceived Service Quality, Satisfaction and Behavioral Outcomes in Public Service Facilities. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 13(1), 125–131.
- Lee, S.S.L. & Choi, K.H. (2020). Factors influencing patient satisfaction and their implications on the intention to recommend. *Journal of Health Care Quality Assurance*, 33(2), pp. 167-178.
- Lee, So Young. Kim, Jun Ha. 2014. Effects of Servicescape on Perceived Service Quality, Satisfaction and Behavioral Outcomes in Public Service Facilities. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 13(1), 125–131.
- Lee, T. H., & Shin, H. J. (2023). "The influence of healthcare service quality on revisit intention: Focusing on medical tourism in Korea", *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 24(2), pp. 1-23.
- Lim, J., Lim, K., Heinrichs, J. H., Al-Aali, K., Aamir, A., & Qureshi, M. I. (2018). The role of hospital service quality in developing the satisfaction of the patients and hospital performance. *Management Science Letters*, 1353-1362. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.9.004>
- MacStravic, R. S. (2000). *Patient satisfaction: Understanding and managing the experience of care*. Health Administration Press.
- McCarthy, J. & Johnson, M. (2013). Understanding Patients' Perceptions of Cost and Their Behavioral Intentions. *Journal of Health Care Finance*, 40(2), pp. 45-56.

- Mulyana, A. & Mardani, R. (2020). The Impact of Accessibility on Patient Satisfaction in Public Hospitals. *International Journal of Public Health Science*, 9(1), pp. 1-10.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20. <https://doi.org/10.2307/1251757>
- Nasution, N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Management)*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Oliver, R. L. (1999). "Whence Consumer Loyalty?". *Journal of Marketing*.
- Otani, K., Herrmann, P. A., & Kurz, R. S. (2011). "Improving patient satisfaction in hospital care settings", *Health Services Management Research*, 24(4), pp. 163-169.
- Padma, P., Rajendran, C., & Sai Lokachari, P. (2010). Service quality and its impact on customer satisfaction in Indian hospitals: Perspectives of patients and their attendants. *Benchmarking An International Journal*, 17(6), 807–841. <https://doi.org/10.1108/14635771011089746>
- Pantouvakis, A. (2014). Market orientation and service quality: opponents or colleagues. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 6(2/3), 98–111. <https://doi.org/10.1108/ijqss-02-2014-0014>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1988. SERVQUAL Instrument. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Peer, M., & Mpinganjira, M. 2011. Understanding Service Quality and Patient Satisfaction in Private Medical Practice: A Case Study. *African Journal of Business Management*, 5(9), 3690–3698.
- Rao, K. & Murtaza, M. (2017). Economic Factors Influencing Patients' Behavioral Intentions in Healthcare. *Health Economics Review*, 7(2), pp. 1-12.
- Ratnawati, A., Mislana Cokrohadisumarto, W. B., & Kholis, N. 2021. Improving the Satisfaction and Loyalty of BPJS Healthcare in Indonesia: A Sharia perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1316-1338.
- Rencana Bisnis dan Strategi RS UNHAS, 2022.
- Rosenbaum, M. S., & Massiah, C. (2011). "An Expanded Servicescape Perspective". *Journal of Service Management*.

- Rusmahafi, F. A., & Wulandari, R. (2020). The effect of brand image, service quality, and customer value on customer satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 10(4), 68–77. <https://doi.org/10.32479/irmm.9939>
- Ryu, K., & Jang, S. 2008. DINESCAPE: A Scale for Customers' Perception of Dining Environments. *Journal of Foodservice Business Research*, 11(1), 2-22.
- Sekaran, U., Bougie, R. 2013. *Research Methods for Business: In A Skill-Building Approach*. Chichester: Wiley.
- Shabbir, A., Malik, S. A., & Malik, S. A. (2016). Measuring patients' healthcare service quality perceptions, satisfaction, and loyalty in public and private sector hospitals in Pakistan. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 33(5). <https://doi.org/10.1108/ijqrm-06-2014-0074>
- Shin, S.-H., & Shin, J.-I. 2021. The Relationships Among CEO's Role, Internal Marketing, Market Orientation, Patient Satisfaction, and Hospital Image. *Journal of the Korea Society of Computer and Information*, 26(1), 189–199.
- Sufian, M.A., Rahman, M. & Haque, A. (2018). Patient Satisfaction and Accessibility to Healthcare Services. *Journal of Health Policy and Management*, 3(1), pp. 39-50.
- Sugiyono, S. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyowati, W. 2018. *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Umsida Press, 1-182.
- Suriadi, S., Abadi, I., Jasiyah, R., Hardin, H., Dahniar, N., Jusni, J., & Alputila, M. J. 2019. The Consciousness of Excellent Quality Service to Improve Effectiveness of TQM and Kaizen-PDCA Quality Management. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 343(1), 1–5.
- Tarigan, P. B. (2013) 'Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Loyalitas Pasien Di Unit Rawat Jalan Rsud Kota Makassar', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699.
- Tjiptono, F., Chandra, G. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Andi Offset. Yogyakarta.
- van der Westhuizen, B.J.E. (2015). The relationship between patient satisfaction and the intention to recommend the hospital. *Journal of Patient Experience*, 2(3), pp. 123-131.

- Weng, H. C. 2009. A Multisource and Repeated Measure Approach to Assessing Patient–physician Relationship and Patient Satisfaction. *Evaluation & the Health Professions*, 32, 128–143.
- Zeithaml, V. A. (1988). "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence". *Journal of Marketing*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). "Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm". McGraw-Hill.
- Zhao, J. & Wu, C. (2015). Impact of Brand Awareness on Patients' Behavioral Intentions in Healthcare. *Journal of Brand Management*, 22(5), pp. 411-428.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

FORMULIR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :

Tanggal lahir/umur :

Alamat :

No. HP :

Setelah mendengar/membaca dan memahami penjelasan yang diberikan mengenai apa yang dilakukan pada penelitian dengan judul “**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap RevisitIntention Melalui Kepuasan Pasien Di Instalasi Rawat Jalan Rs Unhas**” maka saya menyatakan bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini.

Kesediaan saya menjadi responden bukan karena paksaan dari pihak lain dan saya akan menjawab pertanyaan maupun pernyataan yang diberikan oleh peneliti dengan sejujur-jurunya. Saya percaya bahwa keamanan dan kerahasiaan data yang diperoleh dari saya sebagai responden akan terjamin dan dengan ini saya menyetujui semua informasi dari saya yang dihasilkan pada penelitian ini dapat dipublikasikan dalam bentuk lisan maupun tulisan dengan tidak mencantumkan nama.

Makassar, 2024

Responden

(_____)

Penanggung Jawab Penelitian :

Nama : Nurunnisa Yustikarini

Alamat: Jl.Perintis Kemerdekaan Unhas Kampus Tamalanrea

Tlp/H : 087758479205

Email : nurunnisayr141099@gmail.com

KUESIONER PENELITIAN

Nama : Nurunnisa Yustikarini

Nim : K022221034

Program Studi : **Administrasi Rumah Sakit**
Fakultas : **Kesehatan Masyarakat**
Universitas : **Universitas Hasanuddin**

A. Identitas Responden

Nama	:	
Jenis Kelamin	:	
Usia	:	
Pekerjaan	:	
Pendidikan Terakhir	:	
Jumlah Kunjungan ke RS	:	
Poli Tujuan	:	
Pendapatan Perbulan	:	

B. Penjelasan Singkat

Penelitian ini dilakukan untuk menyelidiki pengaruh Marketing Mix terhadap Behavioral Intention melalui kepuasan pasien di Instalasi Rawat Jalan RS Unhas.

1. Bauran Pemasaran/ *Marketing Mix*

- a. *Awareness* adalah kondisi pasien yang menerima informasi mengenai karakteristik layanan dan mengarahkan untuk mencoba layanan serta mengingatkan kembali untuk mencoba layanan tersebut meliputi pengetahuan produk dan kesadaran akan brand (Sheth & Sisodia,2012; Prahalad,2012, Kamande & Jarhult,2013)
- b. *Acceptability* adalah kondisi produk yang mampu memenuhi atau melampaui kebutuhan pasien yang meliputi penerimaan fungsional dan psikologis. (Sheth & Sisodia,2012; Prahalad,2012, Kamande & Jarhult,2013)
- c. *Affordability* adalah kondisi pasien sebagai target pasar yang dapat melakukan pembiayaan sesuai dengan kondisi ekonomi dan psikologi dalam membayar harga dari layanan. (Sheth & Sisodia,2012; Prahalad,2012, Kamande & Jarhult,2013)

- d. *Accessibility* adalah kondisi pasien yang dapat dengan mudah memperoleh dan menggunakan layanan. (Sheth & Sisodia,2012; Prahalad,2012, Kamande & Jarhult,2013)

2. Kepuasan Pasien

Mengacu pada kepuasan pasien atas layanan yang mereka terima dari layanan kesehatan, misalnya pemberian layanan kesehatan berkualitas, layanan tepat waktu serta terorganisir dengan baik, dan berpusat pada pasien (Bluestein et al, 2014; Rusmahafi, F. A., & Wulandari, R, 2020)

3. Revisit Intention

Mengacu pada Niat perilaku dapat diartikan sebagai indikator yang menunjukkan apakah pasien akan tetap berada dalam hubungan dengan penyedia layanan atau memutuskan untuk keluar. Hal ini mencerminkan rencana atau kemauan individu untuk melakukan perilaku tertentu, sebagaimana dijelaskan oleh Zeithaml dkk. (1996) dan Ajzen (1991).

C. Pernyataan Kuesioner

Isilah pernyataan berikut dengan baik dan benar sesuai dengan kondisi sebenarnya. Berilah tanda centang (√) pada salah satu jawaban yang menurut anda benar.

Keterangan

1. Sangat Setuju (SS) : bobot 4
2. Sangat Setuju (S) : bobot 3
3. Tidak Setuju (TS) : bobot 2
4. Sangat Tidak Setuju (STS) : bobot 1

No	Bauran Pemasaran	STS	TS	S	SS
Dimensi Kesadaran/ Awareness					
Product Knowledge					
1.	Saya tertarik dengan layanan rawat jalan yang ditawarkan oleh RS UNHAS				
2.	Saya telah mengetahui dan memahami seluruh jenis pemeriksaan yang terdapat di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				
3.	Jenis layanan di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS sesuai dengan jenis pemeriksaan yang saya butuhkan.				
4.	Saya merasa terlibat dalam pengambilan keputusan mengenai perawatan saya di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				
Brand Awareness					
1.	Saya merasa pelayanan di Instalasi Rawat Jalan Unhas sesuai dengan informasi yang tersebar di media				
2.	Saya percaya bahwa rumah sakit ini memiliki reputasi tinggi dalam memberikan pelayanan medis.				
3.	Saya menilai media social RS UNHAS sudah menampilkan secara lengkap layanan yang saya butuhkan di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				
4.	Menurut saya layanan rawat jalan yang ditawarkan RS UNHAS menarik.				
No	Dimensi Penerimaan/ Acceptability	STS	TS	S	SS
Functional Acceptability					

1.	Gambaran saya mengenai layanan Instalasi Rawat Jalan Unhas sesuai dengan persepsi saya sebelumnya				
2.	Saya merasa alur proses sejak mendaftar sampai pelayanan selesai di rawat jalan berjalan lancar (tidak ada antrian lama dalam tiap proses)				
3.	Saya merasa mudah dalam mengakses Perawatan di rawat jalan RS UNHAS				
4.	Saya merasa kualitas di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS dapat saya terima dengan baik				
5.	Saya merasa cepat dilayani (maks 1 jam) di pelayanan Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				
Psychological Acceptability					
1.	Saya merasa pelayanan di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS professional				
2.	Saya merasa staff di Instalasi Rawat Jalan UNHAS ramah dan sangat membantu dalam memberikan pelayanan				
3.	Staff Instalasi Rawat Jalan Unhas selalu bersedia dalam membantu saya Ketika menghadapi kesulitan atau masalah				
4.	Saya merasa yakin dengan kualitas pelayanan di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				
5.	Saya memilih Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS dari sumber informasi yang terpercaya (dari ex pasien maupun testimoni)				
No	Dimensi Affordability/ Keterjangkauan	STS	TS	S	SS
Economic Affordability					
1.	Tarif pelayanan di instalasi rawat jalan RS UNHAS terjangkau				
2.	Saya bersedia membayar lebih tarif pelayanan kesehatan di instalasi rawat jalan unhas karena pelayanan yang diberikan melebihi harapan saya				
3.	Saya merasa metode pembiayaan di pelayanan instalasi rawat jalan RS UNHAS mudah dilakukan				
4.	Saya bersedia membayar tarif pelayanan karena sesuai dengan rencana biaya yang telah saya perkirakan				
Psychological Affordability					

1.	Saya merasa tarif yang diberikan sesuai dengan layanan yang saya terima selama perawatan di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				
2.	Saya merasa tarif di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS sudah cukup adil/sesuai dengan pelayanan yang saya terima				
3.	Saya merasa taris di instalasi rawat jalan RS UNHAS lebih terjangkau disbanding RS lain yang memberikan pelayanan yang sama.				
No	Dimensi Accessibilty/ Akses	STS	TS	S	SS
Availability					
1.	Semua pelayanan yang saya butuhkan tersedia di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				
2.	Pelayanan RS UNHAS sesuai dengan yang tertera di website/media social				
3.	Saya mudah mendapatkan info terkait lokasi pelayanan rawat jalan di RS UNHAS				
Convenience					
1.	Saya tidak memrlukan banyak waktu dan usaha untuk bisa mencapai pelayanan rawat jalan di RS UNHAS				
2.	Saya mudah mendaftar online atau secara langsung pada di Instalasi Rawat RS UNHAS				
3.	Saya mudah menemukan lokasi pemeriksaan Kesehatan di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				
No	Kepuasan Pasien	STS	TS	S	SS
1.	Saya puas dengan kualitas pelayanan di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				
2.	Saya puas dengan kecepatan layanan di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				
3.	Saya puas dengan kepercayaan layanan di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				
4.	Saya puas dengan layanan yang terjangkau di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				

5.	Saya puas dengan kemudahan layanan di Instalasi Rawat Jalan RS UNHAS				
No	Revisit Intention	STS	TS	S	SS
1.	Saya akan memberikan word of mouth secara positif kepada orang lain				
2.	Saya akan menggambarkan pengalaman yang positif selama perawatan				
3.	Saya akan melakukan kunjungan kembali dikemudian hari				
4.	Saya tidak akan berpindah pada penyedia pelayanan kesehatan yang lain				
5.	Saya akan memberikan rekomendasi pada keluarga, kerabat atau teman				

Lampiran 2. Dokumen Rekomendasi Persetujuan Etik Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
Jln.Perintis Kemerdekaan Km.10 Makassar 90245, Telp.(0411) 585658,
E-mail : fk.unhas@gmail.com, website: <https://fk.unhas.ac.id/>

REKOMENDASI PERSETUJUAN ETIK

Nomor : 1215/UN4.14.1/TP.01.02/2024

Tanggal: 16 Mei 2024

Dengan ini Menyatakan bahwa Protokol dan Dokumen yang Berhubungan dengan Protokol berikut ini telah mendapatkan Persetujuan Etik :

No. Protokol	6524052143	No. Sponsor Protokol	
Peneliti Utama	Nurunnisa Yustikarini	Sponsor	Pribadi
Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap <i>Behavioural Intention</i> Melalui Kepuasan Pasien di Instalasi Rawat Jalan RS Unhas			
No.Versi Protokol	1	Tanggal Versi	06 Mei 2024
No.Versi PSP	1	Tanggal Versi	06 Mei 2024
Tempat Penelitian	RS UNHAS		
Judul Review	<input type="checkbox"/> Exempted <input checked="" type="checkbox"/> Expedited <input type="checkbox"/> Fullboard	Masa Berlaku 16 Mei 2024 Sampai 16 Mei 2025	Frekuensi review lanjutan
Ketua Komisi Etik Penelitian	Nama : Prof.dr.Veni Hadju,M.Sc,Ph.D	Tanda tangan	Tanggal 16 Mei 2024
Sekretaris komisi Etik Penelitian	Nama : Dr. Wahiduddin, SKM.,M.Kes	Tanda tangan	Tanggal 16 Mei 2024


Kewajiban Peneliti Utama :

1. Menyerahkan Amandemen Protokol untuk persetujuan sebelum di implementasikan
2. Menyerahkan Laporan SAE ke Komisi Etik dalam 24 Jam dan dilengkapi dalam 7 hari dan Laporan SUSAR dalam 72 Jam setelah Peneliti Utama menerima laporan
3. Menyerahkan Laporan Kemajuan (progress report) setiap 6 bulan untuk penelitian resiko tinggi dan setiap setahun untuk penelitian resiko rendah
4. Menyerahkan laporan akhir setelah Penelitian berakhir
5. Melaporakan penyimpangan dari protocol yang disetujui (protocol deviation/violation)
6. Mematuhi semua peraturan yang ditentukan

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian dari Fakultas

	<p>KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS HASANUDDIN FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT</p> <p>Jl. Perintis Kemerdekaan Km.10 Makassar 90245, Telp.(0411) 585658, e-mail : fkm.unhas@gmail.com, website: https://fkm.unhas.ac.id/</p>	
<p>Nomor : 05050/UN4.14.1/PT.01.04/2024 Lampiran : - Hal : Permohonan Izin Penelitian</p>	<p>10 Juni 2024</p>	
<p>Yth. Direktur Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Makassar</p>		
<p>Dengan hormat kami sampaikan bahwa mahasiswa Program Studi Magister Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Hasanuddin yang tersebut dibawah ini:</p> <p>Nama : Nurunnisa Yustikarini Nomor Pokok : K022221034 Program Pendidikan : S2 (Magister) Program Studi : Administrasi Rumah Sakit</p> <p>Bermaksud melakukan penelitian dalam rangka persiapan penulisan tesis dengan judul PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION MELALUI KEPUASAN PASIEN DI INSTALASI RAWAT JALAN RUMAH SAKIT UNIVERSITAS HASANUDDIN</p> <p>Pembimbing : 1. Dr. dr. Noer Bahry Noor, M.Sc 2. Dr. Syahrir A. Pasinringi, MS.</p> <p>Lokasi Penelitian : Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Waktu Penelitian : Juni - Juli 2024</p> <p>Sehubungan dengan hal tersebut, kiranya yang bersangkutan dapat diizinkan melakukan penelitian dan pengambilan data sesuai dengan judul penelitiannya.</p> <p>Demikian permintaan izin ini. Atas bantuan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.</p>		
<p>a.n. Dekan Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan,</p>  <p>Dr. Wahiduddin, SKM.,M.Kes. NIP. 197604072005011004</p>		
<p>Tembusan Kepada Yth.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dekan FKM Unhas (Sebagai laporan) 2. Ketua Program Studi Administrasi Rumah Sakit FKM-UNHAS 3. Nurunnisa Yustikarini 4. Pertiagal 		
	<p><small>Catatan :</small></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah." 2. Dokumen ini telah didaftarkan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR. 	

Lampiran 4. Surat Izin Penelitian dari DPMPPTSP

 <p>PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936 Website : http://simap-new.sulselprov.go.id Email : ptsp@sulselprov.go.id Makassar 90231</p>			
Nomor	: 15504/S.01/PTSP/2024	Kepada Yth.	Rektor Univ. Hasanuddin Makassar
Lampiran	: -		
Perihal	: <u>izin penelitian</u>		
di-			
Tempat			
<p>Berdasarkan surat Dekan Fak. Kesehatan Masyarakat Univ. Hasanuddin Makassar Nomor : 05050/UN4.14.1/PT.01.04/2024 tanggal 10 Juni 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:</p>			
N a m a	: NURUNNISA YUSTIKARINI		
Nomor Pokok	: K022221034		
Program Studi	: Administrasi Rumah Sakit		
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S2)		
Alamat	: Jl. P. Kemerdekaan Km 10, Makassar		
 <p>PROVINSI SULAWESI SELATAN</p>			
<p>Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun Tesis, dengan judul :</p>			
<p>" PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION MELALUI KEPUASAN PASIEN DI INSTALASI RAWAT JALAN RUMAH SAKIT UNIVERSITAS HASANUDDIN "</p>			
<p>Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 14 Juni s/d 31 Juli 2024</p>			
<p>Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami <i>menyetujui</i> kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.</p>			
<p>Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.</p>			
<p>Diterbitkan di Makassar Pada Tanggal 14 Juni 2024</p>			
<p>KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN</p>			
			<p>ASRUL SANI, S.H., M.Si. Pangkat : PEMBINA TINGKAT I Nip : 19750321 200312 1 008</p>
<p>Tembusan Yth</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dekan Fak. Kesehatan Masyarakat Univ. Hasanuddin Makassar di Makassar; 2. <i>Pertinggal.</i> 			

Lampiran 5. Pengisian Kuisoner

