

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PASIEN RAWAT JALAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE* DI PUSKESMAS MUARA SATU KOTA LHOKSEUMAWE

Meilinda Dhika Putri¹, Bakhtiar^{2*}, Dan Amri³

Teknik Industri/Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Malikussaleh, Kota
Lhokseumawe, Indonesia
*Email: Bakhtiar@unimal.ac.id

Abstrak

Produk, layanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan terdiri dari keadaan dinamis yang dikenal sebagai kualitas layanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kepuasan pasien dengan kinerja kualitas pelayanan Puskesmas Muara Satu, serta untuk mengidentifikasi karakteristik yang harus diprioritaskan untuk peningkatan pelayanan dengan menggunakan metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan adalah pasien mengeluhkan pelayanan, termasuk ruang tunggu yang tidak menyenangkan dan kurangnya pengetahuan tentang penyakit yang diderita pasien. Ada lima kategori yang dikembangkan dari 17 atribut permintaan pasien di puskesmas dan disebar ke 58 sampel yang telah ditentukan. Kategori ini adalah *Tangible*, *Reliability*, *Responsive*, *Empathy*, *Assurance*. Berdasarkan temuan pengolahan data Puskesmas Muara Satu harus melaksanakan tujuh perintah prioritas peningkatan kualitas berdasarkan metode IPA dan PGCV, yaitu Staf Puskesmas memberikan informasi kepada pasien sebelum pemberian pelayanan, petugas bertindak cepat dan tepat bila diperlukan, serta memiliki ruang tunggu yang nyaman. Fasilitas Puskesmas memiliki peralatan yang lengkap. Dokter menjelaskan secara lengkap jenis penyakit, cara mengobatinya, dan cara minum obat. Selain itu, dokter memberikan waktu yang cukup untuk pemeriksaan pasien.

Kata kunci: *Importance Performance Analysis* (IPA), Kualitas Pelayanan, *Potential Gain in Customer Value* (PGCV).

Pengantar

Puskesmas yang merupakan salah satu organisasi pemerintah yang membantu masyarakat dalam memperoleh pelayanan kesehatan mempunyai tujuan untuk meningkatkan standar pelayanan. Pelayanan yang ditawarkan sekaligus dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan masyarakat. Untuk memberikan pelayanan harus direncanakan sesuai dengan standar industri, seperti *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati)[1].

Penyediaan layanan kesehatan yang bermutu merupakan salah satu inisiatif pengembangan bidang kesehatan di Puskesmas Muara Satu Kota Lhokseumawe. Namun hingga saat ini belum ada evaluasi kembali terhadap pelayanan yang diberikan oleh Puskesmas Muara Satu yang memegang akreditasi utama. Namun pihak pengelola Puskesmas Muara Satu berniat menyelesaikan sertifikasi tersebut hingga menjadi paripurna. Jika pasien menerima lebih dari yang diharapkan dari perawatan medis, akan merasa puas, namun hal ini tidak akan memberikan hasil terbaik. Berdasarkan data dari bulan Januari-September 2022 yang disampaikan oleh Puskesmas Muara Satu, pasien menyatakan ketidakpuasannya terhadap pelayanan yang diterima seperti media informasi kepada pasien kurang lengkap, kurangnya penjelasan mengenai penyakit pasien, petugas kurang merespon dengan

baik di bagian poli umum, petugas tidak menggunakan seragam sesuai jadwal yang telah di tentukan, pelayanan administrasi yang lebih dari 20 menit, ruang tunggu di apotek kurang nyaman, serta toilet yang kurang bersih. Permasalahan di atas membuat prosedur pelayanan masyarakat sulit berfungsi dengan baik.

Untuk menilai kualitas pelayanan yang diperlukan metode pengukuran yang dapat mengukur derajat kualitas pelayanan. Maertila dan James yang pertama kali menciptakan model teknik *Importance Performance Analysis*. Metode ini sering dikenal sebagai "*quadrant analysis*" mencoba mempelajari tujuan dari persepsi konsumen untuk meningkatkan kualitas barang dan jasa[2]. Perhitungan tingkat keselarasan antara kepentingan dan tingkat implementasi akan dilakukan berdasarkan temuan penilaian kepentingan dan temuan penilaian kerja. Selain itu, diantisipasi bahwa teknik *Potential Gain Costumer Value* (PGCV) akan menghasilkan informasi tentang kualitas yang perlu ditingkatkan untuk memuaskan pasien. PGCV adalah cara untuk menganalisis atribut yang diteliti dan merupakan suplemen untuk pendekatan IPA. Dengan menghitung tingkat kesesuaian dan diagram kartesius, hasil dari dua cara ini untuk mengidentifikasi sifat-sifat yang perlu diperbaiki tercapai. Mengurutkan atribut yang memerlukan perbaikan sambil memperlihatkan nilai PGCV[3].

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai pelayanan pasien yang diberikan oleh Puskesmas Muara Satu sehubungan dengan harapan dan kinerja, serta untuk mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan dengan metode IPA dan PGCV.

Metode

Jasa

Membedakan antara produk dan jasa mungkin sulit karena sering kali suatu jasa tertentu dibeli bersamaan dengan pembelian suatu barang dan sebaliknya, pembelian suatu jasa sering kali juga dikaitkan dengan komoditas tambahan. Segala tindakan atau perilaku yang mungkin dilakukan oleh pihak ketiga yang tidak berwujud dan tidak mengarah pada perolehan disebut sebagai jasa[4].

Pelayanan

Layanan mencakup setiap tindakan yang dilakukan oleh satu pihak atau lebih sehubungan dengan pihak ketiga dengan tujuan untuk memastikan bahwa pihak ketika tersebut puas dengan produk dan layanan yang diterima. Pelayanan menunjukkan hubungan dan saling membutuhkan antara dua komponen atau kelompok. Oleh karena itu tugas dan fungsi setiap elemen berbeda-beda[5].

Ciri-ciri pelayanan yang baik dapat dilihat sebagai berikut[6]:

1. Bertanggung jawab terhadap setiap klien atau pengunjung dari awal sampai akhir.
2. Mampu memberikan pelayanan yang cepat dan akurat.
3. Mampu berbicara.
4. Mampu menjamin privasi setiap transaksi.
5. Memiliki keterampilan dan informasi penting.
6. Berusaha memahami permintaan pelanggan atau pengunjung.
7. Mendapatkan kepercayaan dari klien atau tamu.

Kualitas Pelayanan

Menurut *Goetsh dan Davis*, kualitas adalah keadaan dinamis yang berkaitan dengan berbagai elemen termasuk manusia, proses, produk, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan. Pembeneran di atas mengarah pada kesimpulan bahwa kualitas layanan adalah keseimbangan antara penyampaian dan pengendalian yang sesuai yang mengutamakan kebutuhan, keinginan, dan ambisi klien[7].

Ada beberapa unsur penting dalam peningkatan kualitas adalah sebagai berikut[8]:

1. Fokus pertama suatu organisasi haruslah melayani pelanggannya. Pengguna jasa suatu organisasi sangat penting bagi kelangsungan hidupnya.
2. Pelanggan yang sering memanfaatkan penyedia jasa yang sama disebut sebagai konsumen jasa terpercaya. Mereka dianggap sebagai klien setia layanan tersebut. Penting untuk memastikan kebahagiaan pengguna jasa karena pelanggan yang puas dengan kualitas barang atau jasa yang mereka terima kemungkinan besar akan menggunakan perusahaan itu lagi.
3. Kita harus menghasilkan barang yang berkualitas tinggi untuk menjamin kesenangan pengguna jasa. Untuk menjaga kebahagiaan dan loyalitas pelanggan, kualitas harus selalu diperbarui karena berdampak pada kemajuan dan berkelanjutan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada lima faktor utama yang mempengaruhi kemampuan industri jasa memberikan layanan berkualitas tinggi, termasuk[9]:

1. Berwujud (*Tangibles*), seperti kemampuan perusahaan untuk membuktikan keberadaannya kepada pihak internal, serta infrastruktur fisik, kapabilitas, dan lingkungan di mana perusahaan beroperasi sebagai penyedia layanan.
2. Keandalan (*Reliability*), untuk memberikan layanan yang memenuhi harapan klien, perusahaan harus dapat diandalkan, atau memiliki kapasitas untuk memberikan layanan secara tepat dan dapat diandalkan seperti yang dijanjikan.
3. Daya Tangkap (*Responsiveness*), kemampuan untuk membantu klien dan menawarkan layanan yang cepat dan sesuai hukum dengan komunikasi yang transparan.
4. Jaminan (*Assurance*), atau kemampuan pelanggan suatu perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggannya terhadap perusahaan yang memberikan jasanya.
5. Empati (*Emphaty*), yaitu kebiasaan memberikan perhatian langsung kepada pelanggan sambil berusaha memahami kebutuhan mereka.

Metode Importance Performance Analysis (IPA)

Mengingat pentingnya pada kenyataannya, gagasan kualitas layanan, atau *Service Quality (Servqual)* adalah asal mula analisis kinerja. Ide ini mengubah keinginan konsumen menjadi apa yang harus dilakukan perusahaan untuk menyediakan barang berwujud dan tidak berwujud berkualitas tinggi[10].

Strategi ini berpendapat bahwa ekspektasi dan kinerja yang dirasakan mempunyai dampak signifikan terhadap dua kriteria yang menentukan kesenangan konsumen. Komoditas yang diinginkan diharapkan oleh pelanggan, oleh karena itu mereka mempunyai harapan. Harapan-harapan ini dipengaruhi oleh kebutuhan seseorang, pertemuan sebelumnya, rekomendasi dari orang lain, dan iklan. Kinerja yang dirasakan mengacu pada bagaimana konsumen menilai tampilan dan fungsionalitas suatu produk[11].

Untuk membandingkan ekspektasi dengan kinerja yang dirasakan (kinerja bisnis), analisis kinerja sangat penting karena mengevaluasi kemampuan perusahaan untuk memuaskan pelanggan. Konsekuensinya, X dan Y mewakili dua aspek, dengan X berarti tingkat kinerja bisnis yang dapat menghasilkan kepuasan pelanggan dan Y berarti volume minat konsumen.

Setiap aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan disederhanakan dengan:

1. Tingkat Kesesuaian
Tingkat kesesuaian dapat diperkirakan dengan menggunakan temuan penelitian tentang pentingnya dan tingkat kepuasan. Perbandingan kuantitas

nilai-nilai penting menghasilkan tingkat kesesuaian. Atribut yang perlu ditingkatkan akan diidentifikasi dengan tingkat kesesuaian ini[12].

Nilai tingkat kesesuaian adalah:

$$Tk_i = \frac{\sum Xi}{\sum Yi} \quad (1)$$

2. Diagram Kartesius

Rata-rata seluruh elemen atau derajat signifikasi kualitas dan tingkat penerapan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan diagram kartesius, yaitu bagan dengan empat bagian yang sama besar. Masing-masing bagian tersebut dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus titik-titik (\bar{X}, \bar{Y}) dimana \bar{X} mewakili rata-rata dari semua faktor atau tingkat kepentingan atribut dan \bar{Y} tingkat implementasi dalam hal kepuasan pelanggan[13].

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{K} \text{ dan } Y = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{K} \quad (2)$$

Metode *Potential Gain Customer Value (PGCV)*

Temuan analisis kepentingan dan kinerja diselesaikan dengan menggunakan teknik ini. Instrumen ini dimaksudkan untuk menentukan peringkat perbaikan yang diperlukan dalam urutan prioritas. Analisis kepentingan dan kinerja cenderung tidak menyarankan perubahan yang harus diberi prioritas tinggi. Membandingkan kepentingan dan kinerja dengan cara kuantitatif yang lebih ketat dan mendalam[14].

Indeks PGCV memiliki langkah-langkah berikut[14]:

1. *Achieve Customer Value (ACV)*

Dengan rumus:

$$ACV = \bar{X} \times \bar{Y} \quad (3)$$

2. *Ultimately Desire Customer Value (UDCV)*

Dengan rumus:

$$UDCV = \bar{Y} \times \bar{X} \text{ max} \quad (4)$$

3. Indeks PGCV

Dengan rumus:

$$\text{Indeks PGCV} = \text{UDCV} - \text{ACV} \quad (5)$$

Teknik Pengujian Instrument

Uji Validitas

Kesalahan (validitas) adalah sejauh mana instrumen dapat secara akurat mewakili subjek utama pengukuran yang dilakukan dengan instrumen[15]. Kuesioner dianggap sah jika pertanyaan tersebut dapat memperoleh data yang akan digunakan dalam penilaian. Uji korelasi Produk Momen *Pearson* digunakan dalam penelitian ini. Analisis perbedaan atribut digunakan untuk menentukan apakah setiap atribut telah mengungkapkan komponen yang perlu dipelajari.

Rumus korelasi produk momen *pearson* adalah:

$$\frac{N(\sum X.Y) - (\sum X.\sum Y)}{\sqrt{[N.\sum X^2 - (\sum X)^2] \times [N.\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (6)$$

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur (instrumen), dapat menunjukkan kestabilan atau kestabilan temuan pengamatan apabila diukur dengan alat tersebut dalam kondisi konstan, sehingga pada saat alat diukur tidak terjadi perubahan. Tes ini dimaksudkan untuk mengevaluasi konsistensi responden dalam menjawab seluruh pertanyaan[15]. Jika hasilnya tidak jauh berbeda dengan tanggapan responden pada umumnya, kualitas kuesioner dapat diandalkan ketika kuesioner tersebut diberikan kepada berbagai responden berkali-kali. Metode

analisis Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan metodologi uji reliabilitas *Cronbach Alpha*.

Rumus Perhitungan Uji reliabilitas:

$$r_{Cronbach\ Alpha} = \frac{M}{M-1} \left(1 - \frac{JK_x}{JK_y} \right) \quad (7)$$

Skala Likert

Skala Likert dapat digunakan untuk menilai sikap, sudut pandang, dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai gejala atau kejadian pendidikan[15]. Dalam survei, alat psikometri yang disebut skala likert sering digunakan.

Populasi Dan Sampel

Dilakukan survey dengan membagikan kuisoner kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang berkenaan dengan tingkat kinerja dan tingkat harapan pasien, dalam penelitian ini ada 136 orang populas dimana populasi ini akan dipersempit dengan menghitung sampel menggunakan metode slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad \dots \quad (8)$$

Keterangan :

n= Ukuran sampel/ jumlah responden

N= Ukuran Populasi

e= Presentase kelonggaran ketelitian = 10 %

Berdasarkan perhitungan sampel diperoleh responden dalam penelitian ini sebanyak 58 orang responden.

Tahapan Penelitian

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas Data
3. Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)
 - a. Menentukan tingkat kesesuaian responden.
 - b. Menentukan skor rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan.
 - c. Menentukan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja atas seluruh atribut dan rata-rata dari skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
 - d. Membuat diagram kartesius atribut-atribut tersebut ke dalam empat bagian.
4. Analisis *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)
 - a. *Achieve Customer Value* (ACV)
 - b. *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV)
 - c. Indeks PGCV

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Karakteristik responden berdasarkan penyebaran kuesioner yang berjumlah 58 responden, tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan 10% dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Profil Responden	Uraian	Jumlah
1	Jenis Kelamin	Pria	23
		Wanita	35
		17-30 Tahun	19
2	Usia	31-50 Tahun	26
		51-80 Tahun	13

1. Uji Validitas

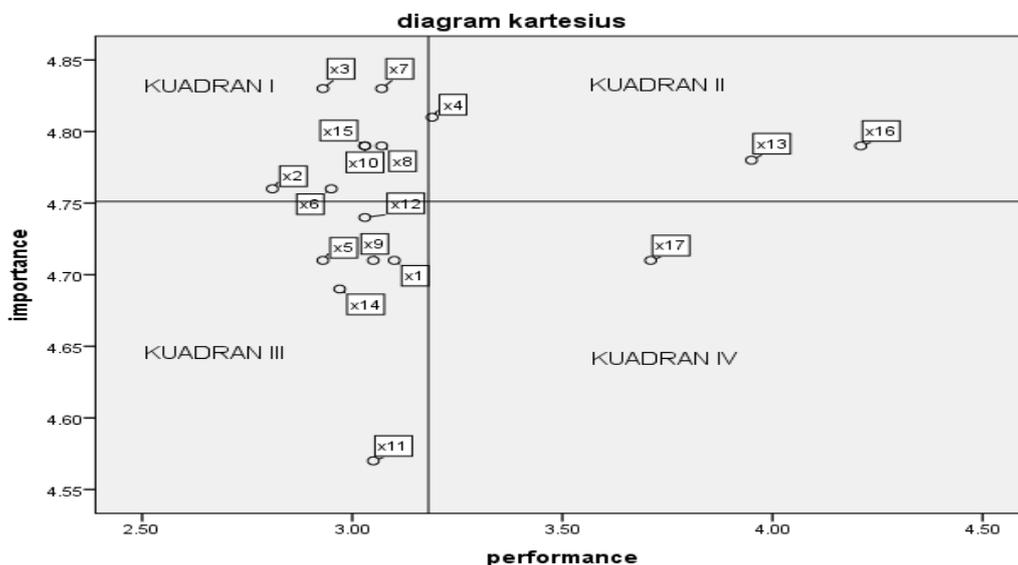
Setiap karakteristik pertanyaan kuesioner adalah valid, dibuktikan dengan nilai r tabel sebesar 0,2586, sesuai temuan rekapitulasi kuesioner responden melalui uji validitas. Berdasarkan perhitungan, dapat ditunjukkan bahwa semua karakteristik adalah valid karena total *pearson correlation* secara keseluruhan memiliki nilai r hitung > r tabel

2. Uji Reliabilitas

Batas 0,6 digunakan dalam perhitungan uji reliabilitas untuk tingkat kinerja dan tingkat harapan dalam pengambilan keputusan. Dapat dipercaya jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Dianggap dapat dipercaya karena hasil uji reliabilitas tingkat kinerja sebesar 0,806 dan tingkat harapan 0,758, menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

3. Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)

Tingkat kinerja rata-rata dan tingkat yang diharapkan digunakan dalam perhitungan. Diagram *Importance Performance Analysis* (IPA) dibuat dengan menggunakan nilai 0,93 untuk tingkat kinerja pada sumbu (X) dan nilai 1,39 untuk tingkat harapan pada sumbu (Y). Digunakan untuk menyusun diagram *Importance Performance Analysis* (IPA) seperti yang ditunjukkan pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Diagram Kartesius

4. Analisis *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)

Hasil perhitungan keseluruhan dari indeks PGCV dapat dilihat pada tabel 2 Sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Perhitungan Indeks PGCV

No	Atribut	Tingkat Kinerja (X)	Tingkat Harapan (Y)	Nilai ACV	Nilai UDCV	Indeks PGCV
1	X1	3,10	4,71	14,61	23,53	8,93
2	X2	2,81	4,76	13,37	23,79	10,42
3	X3	2,93	4,83	14,15	24,14	9,99
4	X4	3,19	4,81	15,34	24,05	8,71
5	X5	2,93	4,71	13,80	23,53	9,74
6	X6	2,95	4,76	14,03	23,79	9,76
7	X7	3,07	4,83	14,82	24,14	9,32
8	X8	3,07	4,79	14,71	23,97	9,26
9	X9	3,05	4,71	14,36	23,53	9,17
10	X10	3,03	4,79	14,54	23,97	9,42
11	X11	3,05	4,57	13,94	22,84	8,90
12	X12	3,03	4,74	14,39	23,71	9,32
13	X13	3,95	4,78	18,86	23,88	5,02
14	X14	2,97	4,69	13,91	23,45	9,54
15	X15	3,03	4,79	14,54	23,97	9,42
16	X16	4,21	4,79	20,16	23,97	3,80
17	X17	3,71	4,71	17,45	23,53	6,09

Pembahasan

Menurut gagasan diagram kartesius, sifat-sifat kuadran I yang perlu dikembangkan dan berdasarkan perhitungan PGCV dapat dilihat urutan prioritas berdasarkan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3 Urutan Prioritas Perbaikan Atribut-atribut Kuadran I Berdasarkan Perhitungan PGCV

Atribut	Pertanyaan	Nilai ACV	Nilai UDCV	Indeks PGCV
X2	Puskesmas memiliki ruang tunggu yang nyaman	13,37	23,79	10,42
X3	Puskesmas memiliki peralatan yang lengkap	14,15	24,14	9,99
X6	Petugas membantu jika ada permasalahan pasien	14,03	23,79	9,76
X10	Petugas melakukan tindakan secara cepat dan tepat	14,54	23,97	9,42
X15	Dokter memberikan waktu pemeriksaan yang cukup pada pasien	14,54	23,97	9,42
X7	Dokter memberitahu jenis penyakit secara lengkap, cara perawatan dan cara minum obat	14,82	24,14	9,32
X8	Petugas memberikan informasi kepada pasien sebelum pelayanan diberikan	14,71	23,97	9,26

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa atribut Puskesmas memiliki ruang tunggu yang nyaman (X2) memiliki nilai indeks PGCV tertinggi, sehingga melakukan perbaikan menjadi prioritas utama. Indeks PGCV digunakan untuk menentukan peringkat fitur dalam urutan prioritas untuk peningkatan layanan dengan mengidentifikasi fitur yang memiliki potensi tertinggi untuk menambah nilai atau manfaat bagi Puskesmas.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan perbincangan yang dilakukan, temuan penelitian dapat digunakan untuk menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pasien percaya bahwa kepuasan yang mereka peroleh dari kinerja Puskesmas jauh di bawah apa yang mereka harapkan, terlepas dari seberapa besar mereka menghargai dan puas dengan penyediaan layanan Puskesmas. Hal ini terlihat dari kualitas pelayanan yang jauh dari harapan mereka, hal ini terlihat dari kualitas pelayanan yang kurang memenuhi harapan pasien dan menyebabkan pasien tidak puas dengan pelayanan yang diterima di Puskesmas Muara Satu Kota Lhokseumawe.
2. Telah diketahui dengan baik bahwa membandingkan urutan prioritas peningkatan layanan berdasarkan tingkat kesesuaian dan potensi peningkatan nilai pelanggan, yang dikenal dengan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV), menghasilkan hasil yang sama seperti membandingkan tingkat kesesuaian dalam *Importance Performance Analysis* (IPA). Karena tingkat kinerja kualitas pada kuadran I rendah namun memiliki nilai yang signifikansi yang tinggi, maka tujuan utamanya adalah meningkatkan standar pelayanan puskesmas. Atribut pada kuadran I ini yaitu ruang tunggu Puskesmas yang nyaman (X2) dengan nilai indeks 10,42. Puskesmas memiliki peralatan yang lengkap (X3) mendapat nilai indeks 9,99. Petugas membantu bila ada masalah pasien (X6) dengan nilai indeks 9,76. Seluruh jenis penyakit, cara pengobatan, dan cara minum obat semuanya dijelaskan oleh dokter (X7) mempunyai nilai indeks 9,32. Petugas memberikan informasi kepada pasien sebelum pelayanan diberikan (X8) dengan nilai indeks 9,26. Petugas melakukan tindakan secara cepat dan tepat (X10) mendapat nilai indeks 9,42. Dan Dokter memberikan waktu yang cukup kepada pasien untuk melakukan pemeriksaan (X15) memiliki nilai indeks 9,42.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih penulis kepada Puskesmas Muara Satu Kota Lhokseumawe yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian sampai dengan selesai.

Daftar Pustaka

- [1] Ratminto, *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- [2] J. A. Martilla and J. C. James, "Importance-performance analysis," 1986.
- [3] A. Darmawan, M. Mulyadi, and N. K. Busri, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Purna Jual Avanza dengan Metode Servqual dan PGCV (Studi Kasus BPPT Hadji Kalla Cabang Urip Makassar)," *J. Eng. Manag. Ind. Syst.*, vol. 2, no. 2, 2014.
- [4] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- [5] F. Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- [6] Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- [7] F. Tjiptono, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset Majalah Info Bisnis, 2002.
- [8] F. Tjiptono, *Manajemen Jasa*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996.
- [9] Sunarto, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS Jogjakarta dan CV. Ngeksindo Utama, 2003.
- [10] Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Cetakan 4. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.
- [11] I. Muazansyah, I. Sudirman, and others, "Kualitas Pelayanan Rawat Jalan Puskesmas Tanjung Palas Berdasarkan Metode Importance Performance

- Analysis,” *JPSI (Journal Public Sect. Innov.*, vol. 3, no. 2, pp. 75–83, 2019.
- [12] R. Sukwadi and others, “Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan TransJakarta dengan Menggunakan Metode IPA-PGCV,” *J. Rekayasa Sist. Ind.*, vol. 4, no. 2, pp. 64–69, 2015.
- [13] S. J, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2001.
- [14] H. Rosyidah, T. Wuryandari, and A. Rusgiyono, “Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Fuzzy Servqual, Kuadran IPA, Dan Indeks Pgcv,” *J. Gaussian*, vol. 4, no. 4, pp. 885–894, 2015.
- [15] H. S, *Analisis Butiran Instrumen Angket, Tes dan Nilai Skala dengan Basica*. Yogyakarta, 1991.