

KUALITAS PELAYANAN DITINJAU DARI INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT PADA POLIKLINIK YAZRI PT PUSRI, PALEMBANG

Muhammad Riska Maulana Effendi

Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
muhammadrizka@polsri.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Poliklinik Yazri PT Pusri (Persero) Palembang, untuk mengetahui indeks kepuasan pasien di klinik Yazri dengan menggunakan metode non probability sampling, instrumen penelitian berupa kuesioner dibagikan kepada para pasien sebagai respondennya ditentukan berdasarkan tehnik *purposive sampling*. Penentuan jumlah sampel berdasarkan perhitungan dari Roscoe. Alat bantu dalam melakukan analisis digunakan program *Microsoft Excel*, yang nantinya akan dikonversi kembali ke dalam indeks kepuasan layanan, dan hasilnya menunjukkan bahwa indeks skor kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan poliklinik Yazri berada pada skor 83 atau peringkat sangat baik.

Kata kunci: persepsi pasien, kualitas pelayanan, indeks kepuasan

Abstract

This research was conducted at the Polyclinic Pusri Yazri PT (Persero) Palembang, to determine patient satisfaction index in Yazri clinic. By using non-probability sampling method, the research instrument in the form of a questionnaire distributed to the patients as respondents determined by purposive sampling technique. Determination of the number of samples based on the calculation of Roscoe. As for the tools used in the analysis with Microsoft Excel, which will be converted back into service satisfaction index, and the results showed that the index patient satisfaction scores with service quality Yazri clinic located at 83 or excellent ratings.

Keywords: perception of patient, service quality, satisfaction indexes

1. Pendahuluan

Pelayanan yang berkualitas merupakan tuntutan yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan atau organisasi. Pelayanan jasa memegang peranan penting dan sangat berhubungan erat dengan perusahaan atau organisasi pelayanan jasa yang terkait dengan kliennya, termasuk pelayanan klinik pengobatan terhadap pasiennya. Klinik pengobatan harus dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap pasien-pasiennya sehingga dapat memberikan suatu dampak yang positif terhadap klinik pengobatan itu sendiri, apabila pelanggan tidak mendapatkan pelayanan yang diharapkan

mereka cenderung tidak akan melakukan kunjungan ulang terhadap klinik tersebut. Hal ini akan berdampak terhadap perkembangan klinik tersebut.

Klinik Yazri merupakan salah satu klinik pengobatan yang ada di kota Palembang yang beralamat di jalan Mayor Zen Komplek PT SAK Palembang. Klinik ini merupakan klinik pengobatan yang berada di bawah binaan Yayasan Amil Zakat PT Pusri. Klinik ini berperan memberikan layanan kepada masyarakat di wilayah Sungai Selayur, Mata Merah dan sekitarnya. Ada dua pelayanan kesehatan yang dapat diberikan yaitu

pelayanan kesehatan umum dan kebidanan. Pertumbuhan dan perkembangan Klinik Yazri tidak terlepas dari kepercayaan masyarakat umum terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh klinik ini.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 177), kepuasan pelayanan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang difikirkan terhadap hasil yang diharapkan. Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan pasien adalah pelayanan yang terdiri dari unsur-unsur perilaku karyawan, kondisi rumah sakit yang baik dan sarana yang memadai.

Mengingat pentingnya informasi tentang seberapa besar performa kualitas layanan yang telah dilakukan selama ini, maka perlu ada suatu penelitian untuk mencari tahu tentang performa kualitas layanan tersebut. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “seberapa besar performa indeks kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Poliklinik Yazri PT Pusri (Persero) Palembang?”

Jasa adalah suatu perbuatan yang baik atau berguna dan bernilai bagi orang lain, Negara, instansi dan sebagainya (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2011:569), sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009:36), jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud. Lain halnya dengan Lovelock et.al (2012:16), jasa diartikan sebagai suatu aktivitas ekonomi antara dua pihak atau lebih yang

menekankan terjadinya pertukaran nilai antara penjual dan pembeli dipasar. Dari berbagai definisi di atas, tampak bahwa didalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen sebagai pembeli dan pemberi jasa sebagai penjual. Jasa juga bukan merupakan barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas tersebut tidak berwujud. Penawaran suatu perusahaan kepada pasar biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Komponen jasa ini dapat merupakan bagian kecil ataupun bagian utama/pokok dari keseluruhan penawaran tersebut. Pada kenyataannya, penawaran dapat bervariasi dari dua kutub ekstrim, yaitu murni barang pada satu sisi dan jasa murni dibedakan menjadi lima kategori, seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, (2009:34), yaitu:

1. Produk fisik murni
Penawaran semata-mata hanya terdiri atas produk fisik, misalnya sabun mandi, pasta gigi, atau sabun cuci, tanpa adanya jasa pelayanan yang menyertai produk.
2. Produk fisik dengan jasa pendukung
Pada kategori ini, penawaran terdiri atas suatu produk fisik yang disertai dengan satu atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik pada konsumennya. Dalam kategori ini, jasa dapat pula didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya.
3. *Hybrid*
Penawaran terdiri dari barang dan jasa yang sama besar porsinya.
4. Jasa utama yang didukung dengan barang dan jasa minor
Penawaran terdiri atas suatu jasa pokok bersama-sama dengan jasa tambahan (pelengkap) dan/atau barang-barang pendukung. Contohnya penumpang pesawat yang membeli jasa transportasi.

5. Jasa murni

Penawaran hampir seluruhnya berupa jasa. Misalnya, fisioterapi konsultasi, psikologi, pemijatan dan lain-lain.

Bauran jasa menurut Lovelock et, al (2012:24), terdiri dari: adanya produk yang ditawarkan, adanya harga, tempat atau lokasi, komunikasi pemaasaran atau promosi, adanya proses, lingkungan fisik yang mendukung dan adanya manusia sebagai inti penyampai jasa tersebut.

Griffin dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2008:6) menyebutkan ada beberapa karakteristik dari jasa, yaitu:

1. *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.
2. *Unstorability* (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga inseparability (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. *Customization* (kustomisasi). Jasa ini sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Lovelock *et al.*: (2012:45) ada tujuh kriteria dari klasifikasi suatu jasa, antara lain:

1. Segmen Pasar
2. Tingkat keberwujudan (*tangibility*)
3. Keterampilan penyedia jasa
4. Tujuan organisasi jasa
5. Regulasi
6. Tingkat intensitas karyawan
7. Tingkat kontak penyedia dan pelanggan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2011:797), yang dimaksud dengan pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan yang dipersepsikan. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf dan mutu (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2011:744). Menurut Collier dalam Yamit (2001:22) mendefinisikan “kualitas pelayanan jasa adalah cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen dan sistem kinerja cara pelayanan”. Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Wyckof dalam Nasution, 2004:47).

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas

pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan manajemen perusahaan, Maine dalam Nasution (2004:101) memberikan beberapa definisi tentang pelanggan yaitu:

1. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya
2. Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada apa yang diinginkan
3. Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan
4. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dihapuskan

Tjiptono (2002:4) mengungkapkan pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu

rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kepuasan diartikan upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu menjadi memadai. (Tjiptono, et.al, 2011: 292). Kotler (2008:177) berpendapat bahwa, Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan *kinerja* (hasil) produk yang dipikirkan terhadap *kinerja* (atau hasil) yang diharapkan. Berarti kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya ini menunjukkan tujuan pengukuran kepuasan pelanggan adalah untuk memberikan informasi supaya pelanggan menjadi loyal dan dapat meningkatkan kinerja keseluruhan suatu perusahaan.

Sabarguna (2004:13), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan pada dasarnya dibedakan menjadi dua faktor yaitu faktor yang berasal dari individu/pasien dan faktor dari luar individu/pasien. Faktor yang berasal dari individu berpengaruh terhadap bagaimana pasien mempersepsikan lingkungan. Faktor luar individu mencakup bagaimana pelayanan rumah sakit dan fasilitas lain yang diberikan kepada pasien.

2. Metode Penelitian

Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, maka dapat dirumuskan suatu model kerangka konseptual penelitian berikut:

Kualitas Layanan Poliklinik
Yazri



Indeks Kepuasan Masyarakat

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Sampel Penelitian

Penarikan sampel dilakukan dengan metoda *Nonprobability Sampling*, dengan tehnik *Purposive Sampling*. Besaran sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan tehnik penarikan sampel dari Roscoe (Sekaran, 2006:252), dimana hasil perhitungan menunjukkan sampel penelitian ini yang diambil sebanyak 110 responden, dengan perhitungan:

$$\text{Rumus: } n = (Vy + Vx) \times 10$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

Vx = Jumlah variabel x

Vy = Jumlah indikator variabel y

Perhitungan:

$$\text{Jumlah sampel} = (10 + 1) \times 10 = 110$$

Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu, dimana kuesioner tersebut menggunakan pengukuran dengan menggunakan skala linkert dengan bobot sebagai berikut: Jawaban sangat baik 4, Jawaban baik 3, Jawaban tidak baik 2 dan Jawaban sangat tidak baik 1.

Untuk menganalisis hasil jawaban dari responden, maka akan dihitung dengan mencari nilai rata-rata tertimbangnya, kemudian total dari nilai persepsi akan dibagi dengan total jawaban yang dinilai dan dikali dengan nilai penimbangannya. Setelah itu akan dikonversi ke dalam satuan nilai hasil dari kualitas pelayanan yang dicapai. Nilai konversi tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Nilai Kinerja Kualitas Pelayanan

| Persepsi | Interval | Interval konversi | Mutu pelayanan | Keterangan |
|----------|-----------|-------------------|----------------|-------------------|
| 1 | 1,00-1,75 | 25,00-43,75 | D | Sangat tidak baik |
| 2 | 1,76-2,50 | 43,76-62,50 | C | Tidak baik |
| 3 | 2,51-3,25 | 62,51-81,25 | B | Baik |
| 4 | 3,26-4,00 | 81,26-100,0 | A | Sangat baik |

Definisi Operasionalisasi

Definisi operasionalisasi dari Variabel Kualitas Pelayanan diukur dengan menggunakan Indeks Kepuasan Masyarakat (Kepmenpan no. 63 tahun 2003), yaitu:

1. Kesederhanaan, yaitu prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit, mudah difahami dan mudah untuk dilaksanakan
2. Kejelasan, dimana jelas persyaratan teknis, kewenangan dan rincian biaya pelayanan publik serta tatacara pembayarannya

3. Kepastian waktu, dimana pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan
4. Akurasi, artinya produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat dan sah
5. Keamanan, dimana proses penyampaian jasa memberikan rasa aman dan kepastian hukum
6. Tanggung jawab, artinya pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian

- keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan
7. Kelengkapan sarana dan prasarana, yaitu tersedianya sarana dan prasarana, termasuk peralatan kerja yang memadai termasuk teknologi telekomunikasi dan informatika.
 8. Kemudahan akses, artinya tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat dan dapat memanfaatkan telekomunikasi dan informatika
 9. Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan, dimana pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah serta memberikan pelayanan dengan ikhlas
 10. Kenyamanan, dimana lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.

3. Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Lokasi Penelitian

Poliklinik Yayasan Amil Zakat Pusri (YAZRI) didirikan pada tanggal 26 Agustus 2004, dengan tujuan memberikan bantuan pelayanan kesehatan berupa pengobatan gratis kepada para dhuafa yang telah memenuhi persyaratan sebagai anggota dan telah dilakukan survey kelayakan oleh yayasan. Klinik Yazri merupakan salah satu program penyaluran dana zakat yang dikelola oleh yayasan amil zakat Pusri (YAZRI), yang bergerak dibidang sosial kemasyarakatan untuk menyalurkan dana

pemberi zakat atau donatur kepada yang berhak menerimanya. Selain itu klinik Yazri membuka pelayanan umum dengan dikenakan biaya sebagai bentuk usaha pengembangan kemandirian klinik.

Pada tahun 2008 klinik Yazri menambah pelayanan kesehatan berupa kebidanan (konsultasi dan layanan KB), pelayanan penunjang berupa EKG (Elektro Kardiografi) dan laboratorium sederhana. Klinik Yazri mempunyai tenaga kerja sebanyak 4 orang dokter umum, 4 orang perawat, 1 orang bidan, 1 orang asisten apoteker dan 1 orang analis, serta dibantu tenaga administrasi dan pembantu umum. Pelayanan Klinik Yazri dimulai pukul 08.00 s.d. 16.00, setiap hari Senin-Sabtu kecuali hari libur.

Selain pelayanan tindakan umum, klinik Yazri juga melayani pengobatan lainnya seperti kebidanan dan penunjang diagnosis, seperti laboratorium dan *Elektro Kardiografi* (EKG). Pelayanan kebidanan berupa pemeriksaan kehamilan, konsultasi kebidanan dan pelayanan KB. Klinik Yazri juga memberikan pengobatan di Pulau Kemaro yang diadakan setiap akhir bulannya. Klinik Yazri bekerjasama dengan Yayasan Amil Zakat Pusri dan Bina Lingkungan setiap tahunnya mengadakan sunat masal untuk anak-anak kurang mampu sebanyak 500 orang anak. Selain itu juga diadakan kegiatan pengobatan gratis secara insidental pada kondisi tertentu pada daerah yang terkena bencana di wilayah Kota Palembang dan sekitarnya, adapun jumlah tenaga medis dan operasional Poliklinik Yazri sebanyak 13 orang, seperti yang terdapat pada tabel 2.

Tabel 2. Data Tenaga Medis

| No | Jabatan | Jumlah |
|----|---------|---------|
| 1 | Dokter | 4 orang |

| No | Jabatan | Jumlah |
|--------|------------------|----------|
| 2 | Bidan | 1 orang |
| 3 | Perawat | 4 orang |
| 4 | Asisten Apoteker | 1 orang |
| 5 | Analisis | 1 orang |
| 6 | Administrasi | 1 orang |
| 7 | Pembantu Umum | 1 orang |
| Jumlah | | 13 orang |

Sumber: Klinik Yazri, 2020

Profil Responden

Responden dalam penelitian ini tersebar ke dalam beberapa profesi dalam masyarakat, seperti buruh, ibu rumah tangga, karyawan swasta, pedagang dan para pensiunan. Dari kelima tipe responden tersebut data di

ambil dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disebar dengan menggunakan tehnik purposive sampling kepada 110 orang responden, seperti yang terlihat pada tabel 3.

Tabel 3. Profil Responden

| No | Pekerjaan | Purposive Sampling |
|--------|------------------|--------------------|
| 1 | Buruh | 23 orang |
| 2 | Ibu Rumah Tangga | 39 orang |
| 3 | Karyawan Swasta | 17 orang |
| 4 | Pedagang | 20 orang |
| 5 | Pensiunan | 11 orang |
| Jumlah | | 110 orang |

Sumber: Data diolah, 2014

Pembahasan

Kuesioner yang dibagikan kepada responden sebanyak 110 orang, merupakan pasien yang berkunjung pada poliklinik tersebut untuk memenuhi

kriteria ataupun syarat penetapan tehnik purposive sampling. Hasil rekapitulasi dari penyebaran kuesioner tersebut dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Aspek Pengukuran Kepuasan Pasien Klinik Yazri Palembang

| Dimensi | Unsur Pelayanan | Nilai Unsur rata-rata |
|---|-----------------|-----------------------|
| Kejelasan prosedur pelayanan | 367 | 3,33 |
| Kesedarhanaan prosedur pelayanan | 388 | 3,52 |
| Kepastian waktu pelayanan | 323 | 2,93 |
| Akurasi produk layanan | 412 | 3,74 |
| Keamanan produk layanan | 346 | 3,14 |
| Tanggung jawab | 449 | 4,08 |
| Kelengkapan sarana dan prasarana | 376 | 3,41 |
| Kemudahan akses pelayanan | 301 | 2,73 |
| Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan petugas | 355 | 3,22 |
| Kenyamanan lokasi | 341 | 3,10 |

Sumber: Data diolah. 2020

Apabila dilihat nilai unsur pelayanan yang diperoleh, rata-rata di atas 2,50. Dimana nilai tertinggi diperoleh dari dimensi tanggung jawab yang dimiliki oleh petugas poliklinik dan nilai terendah berada pada dimensi kemudahan akses pelayanan.

Konversi Nilai Indeks Kepuasan

Konversi nilai indeks kepuasan merupakan hasil akhir yang dapat dibandingkan untuk mengetahui kualitas ataupun nilai kinerja yang diperoleh oleh Poliklinik Yazri Palembang, seperti yang terdapat dalam perhitungan tabel 5.

Tabel 5. Perhitungan Nilai Indeks Kepuasan

| Interval Konversi | Mutu Pelayanan | Keterangan | Perhitungan dan Konversi |
|-------------------|----------------|-------------------|---|
| 25,00-43,75 | D | Sangat tidak baik | Perhitungan: $(3,33 \times 0,1) + (3,52 \times 0,1) + (2,93 \times 0,1) + (3,74 \times 0,1) + (3,14 \times 0,1) + (4,08 \times 0,1) + (3,41 \times 0,1) + (2,73 \times 0,1) + (3,22 \times 0,1) + (3,10 \times 0,1) = \text{Nilai Indeks } 3,32$ Konversi: Nilai Indeks x Nilai Dasar = Nilai Konversi $3,32 \times 25 = \text{Nilai Konversi } 83 \text{ point}$ |
| 43,76-62,50 | C | Tidak baik | |
| 62,51-81,25 | B | Baik | |
| 81,26-100,0 | A | Sangat baik | |

Sumber: Data diolah, 2020

Hasil perhitungan pada tabel 5 menunjukkan total nilai indeks kepuasan adalah sebesar 3,32 point, dengan demikian hasil akhir score mutu pelayanan dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Nilai Indeks Kepuasan Masyarakat setelah dikonversi hasilnya adalah = Nilai Indeks x Nilai Dasar = $3,32 \times 25 = 83$
2. Sehingga mutu pelayanan pada Poliklinik Yazri PT Pusri Palembang berada pada ranking 81,26-100,0 atau dengan predikat sangat baik (A)

4. Kesimpulan

Kualitas pelayanan yang telah dilakukan pada Poliklinik Yazri PT Pusri Palembang, dinilai sangat baik atau dengan mutu pelayanan "A" oleh masyarakat, dimana hasil perhitungan menunjukkan nilai mutu pelayanan berada pada kisaran 81,26-100,0 atau 83.

Dalam mewujudkan visi dan misi Poliklinik Yazri PT Pusri Palembang, dihadapkan pada perbaikan mutu pelayanan yang mempunyai nilai paling rendah, yaitu "kemudahan akses layanan". Kemudahan akses layanan sangat erat kaitannya dengan keberadaan ataupun lokasi poliklinik itu sendiri, sehingga salah satu solusinya adalah dengan membentuk Poliklinik berjalan, dengan menggunakan mobil kesehatan keliling. Unsur pelayanan yang sudah cukup tinggi harus terus dipertahankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman.1991. *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan*. Jakarta: PT Pertija.
- Chaplin, J.P. 1999. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Ginting, Nembah F.Hartimbul. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya

- Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat. 2011. Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Lovelock, Cristopher. Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. 2012. *Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi, Perpektif Indonesia*. Jakarta: Penerbit Airlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mursid, M. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Pass, Christoper dan Bryan Lowes. 2011. *Kamus Lengkap Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sabarguna, B. 2004. *Pemasaran Rumah Sakit Cetakan Pertama*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis*, edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Supranto, Johanes. 2006 *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- www.menpan.go.id. Diakses 10 Juli 2014. Kepmenpan No.63. Tahun 2003. Pedoman Pelayanan Publik.