



# Plagiarism Checker X Originality Report

**Similarity Found: 14%**

Date: Monday, August 12, 2019

Statistics: 352 words Plagiarized / 2473 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

---

Rosyida FN1, ), Putri MW2), Umami A3), Sudalhar4), Pemasaran Media Cetak Brosur dan Media Sosial Facebook 13 PENGARUH MEDIA CETAK BROSUR DAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP MINAT BELI PASIEN MENGGUNAKAN JASA RAWAT JALAN **DI RUMAH SAKIT IBNU SINA BOJONEGORO** Fathia Nur Rosyida1) Miara Widhia Putri2), Afriza Umami3), Sudalhar4) 1)Program Studi S1 Administrasi Rumah Sakit 2)Pemerintah Kabupaten Bojonegoro 3)Program Studi Diploma III Perekam dan Informasi Kesehatan Stikes Muhammadiyah Bojonegoro **ABSTRAK** Latar belakang: Perkembangan zaman yang semakin modern membuat pengelolaan rumah sakit salah satunya bidang pemasaran semakin mudah dilakukan.

Namun masih ada rumah sakit yang hanya consent memperbaiki kualitas pelayanan, sehingga mereka tidak begitu memperhatikan bagaimana akses pasien dalam mendapatkan informasi untuk mengetahui pelayanan yang tersedia. Secara tidak langsung akan mempengaruhi brand image produk jasa layanan rawat jalan rumah sakit tersebut. **Tujuan dari penelitian ini** yaitu mengetahui pengaruh pemasaran menggunakan media cetak brosur dan media sosial facebook terhadap minat **kunjungan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Ibnu Sina Bojonegoro**. Metode Penelitian: Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode eksperimen one shot case study.

Metode pengambilan **data yang digunakan dalam penelitian ini** dengan wawancara dan kuisisioner. Populasi dan sampel **dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan** pada bulan mei dan sampel yang digunakan adalah sebanyak 60 responden pasien rawat jalan. Hasil: Berdasarkan perhitungan analisis uji Man Whytney terdapat perbedaan pemasaran dengan menggunakan media cetak brosur dan media sosial facebook **dengan nilai sig sebesar** 0,000.

Kesimpulan: Dari hasil analisis data terdapat perbedaan pemasaran menggunakan media cetak brosur dan media sosial facebook terhadap minat kunjungan pasien rawat jalan di rumah sakit Ibnu Sina Bojonegoro. Kata Kunci : Media Cetak Brosur, Media Sosial Facebook, Minat Kunjungan. Korespondensi : Miara Widhia Putri. Program Studi Strata satu Administrasi Rumah Sakit, Stikes Muhammadiyah Bojonegoro. Jl. Ahmad Yani No. 14 Kapas Bojonegoro. Email: miarawidhiaputri@gmail.com.

Mobile: +628245165834. LATAR BELAKANG Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat (Permenkes No 56 tahun 2014) Saat ini pelayanan rawat jalan menjadi salah satu pelayanan rujukan yang dibutuhkan oleh masyarakat, sejumlah Rumah Sakit berlomba-lomba dalam memasarkan pelayanan rawat jalan yang dimiliki dengan memanfaatkan media yang ada mulai dari media cetak dan media sosial.

Jurnal Hospital Science (2018), 2(2): 9-15 ISSN: 2598-0122 (online) 14 Berdasarkan Data kunjungan rawat jalan di Rumah Sakit Ibnu Sina Bojonegoro yang didapatkan oleh peneliti, tingkat kunjungan selama 3 tahun terakhir mengalami fluktuatif dan berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti pada 30 subjek penelitian, menemukan hasil bahwa sebanyak 47% subjek penelitian memilih brosur sebagai media akses informasi dan 40% subjek penelitian memilih media facebook dan sisanya memilih instagram dan leaflet. METODE PENELITIAN 1.

Desain Penelitian Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode one shot case study. Menurut Sugiono (2009) Penelitian eksperimen merupakan penelitian yang dilakukan dengan melakukan perlakuan yang bertujuan untuk mengetahui akibat perlakuan terhadap perilaku individu yang diamati 2.

Populasi dan Sampel Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Accidental Sampling, yaitu pasien rawat jalan pada bulan mei sebanyak 60 responden dimana 30 responden media cetak brosur dan 30 responden untuk media sosial facebook. 3. Variabel Penelitian Variabel yang diteliti meliputi variabel x1 yaitu media cetak brosur, x2 media sosial facebook dan media y minat kunjungan pasien. 4.

Definisi Operasional Pemasaran media cetak brosur adalah Bentuk komunikasi dengan selembar kertas yang didesain dengan gambar, tulisan dan angka. pemasaran media sosial facebook adalah Iklan yang dilakukan dalam upaya untuk memasarkan produk dan jasa dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui internet. Minat kunjungan adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk

membeli atau menggunakan produk tertentu. 5.

Instrumen Penelitian Instrumen penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuisioner dan pedoman wawancara. 6. Analisis Data Sebelum data diolah menggunakan uji SPSS 24. Hasil kuisioner ditabulasikan atau dikelompokkan kedalam excel untuk memudahkan proses pengolahan data. 7. Etika Penelitian Etika penelitian meliputi informed consent (lembar persetujuan), anonimity (tanpa nama), confidentiality (kerahasiaan). HASIL 1.

Pemasaran Media Cetak Brosur Rumah Sakit Ibnu Sina Bojonegoro Berdasarkan Wawancara peneliti kepada salah satu karyawan bidang umum dan data alur pembuatan brosur dimulai dengan masing-masing poli rawat jalan di rumah sakit Ibnu Sina Bojonegoro mengajukan konsep informasi yang ingin di tampilkan dalam brosur dan diajukan pada bidang bagian umum, kemudian bidang umum dan data akan melakukan pemeriksaan dan mencak dalam bentuk brosur. 2.

Pemasaran Media Sosial Facebook Rumah Sakit Ibnu Sina Bojonegoro Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada karyawan bagian umum dan data mengenai gambaran pemasaran media sosial facebook adalah terdapat satu akun media facebook dengan alamat <https://www.facebook.com/rsibnusina.-bojonegoro> yang dibuat oleh seorang mahasiswa yang melakukan penelitian Rosyida FN1, ), Putri MW2), Umami A3), Sudalhar4) Pemasaran Media Cetak Brosur dan Media Sosial Facebook 15 beberapa tahun lalu sebagai media silaturahmi antar pegawai rumah sakit Ibnu Sina Bojonegoro. 3.

Minat Kunjungan Pasien rawat jalan setelah dilakukan pemasaran media cetak brosur dan media sosial facebook. Tabel 3 Karakteristik Minat Kunjungan Setelah dilakukan Pemasaran Media Sosial Facebook Berdasarkan tabel yang diperoleh pada tabel 3 dapat diinterpretasikan bahwa sesudah diberikan pemasaran menggunakan media cetak brosur hampir setengah subjek penelitian (40%) minat kunjungannya baik.

Tabel 4 Karakteristik Minat Kunjungan Setelah dilakukan Pemasaran Media Sosial Facebook No Minat kunjungan pemasaran media sosial facebook Media sosial facebook Frekuensi (f) Presentase (%) 1 Baik ( ) 28 93 2 Kurang (<40) 2 7 Jumlah 30 100 Berdasarkan tabel yang diperoleh pada tabel 4 dapat diinterpretasikan bahwa sesudah diberikan pemasaran menggunakan media sosial facebook hampir seluruh subjek penelitian (93%) minat kunjungannya baik 4.

Analisa Perbedaan Pemasaran Media Cetak Brosur Dan Media Sosial Facebook Terhadap Minat Kunjungan No Minat kunjungan pemasaran media cetak brosur Media cetak

brostur Frekuensi (f) Presentase (%) 1 Baik ( 12 40 2 Kurang (<37) 18 60 Jumlah 30 100  
Jurnal Hospital Science (2018), 2(2): 9-15 ISSN: 2598-0122 (online) 16 Tabel 4 Analisa  
Perbedaan Pemasaran Media Cetak Brosur Dan Media Sosial Facebook Terhadap Minat  
Kunjungan Tabel di atas menunjukkan nilai Mann- Whitney U Test sebesar 210 dan nilai  
Wilcoxon sebesar 675 dan nilai Z -4,345.

Nilai Sig atau P Value sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya terdapat perbedaan pemasaran  
menggunakan media cetak brosur dan media sosial facebook. PEMBAHASAN 1.  
Pemasaran Media Cetak Brosur di Rumah Sakit Ibnu Sina Bojonegoro. Berdasarkan  
Pedoman Etika Pemasaran Rumah Sakit, PERSI (2006) pemasaran rumah sakit baik  
menggunakan media cetak, media sosial dan lainnya harus bersifat Informatif , Edukatif,  
dan Preskriptif Hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terkait pemasaran  
menggunakan media cetak brosur di Rumah Sakit Ibnu Sina Bojonegoro yang dilihat  
dari sisi informatif masih kurang, belum tercantum jadwal praktek yang menjadi  
informasi yang dibutuhkan pasien.

Kemudian dari sisi edukatif sudah ada beberapa poli yang umembuat desain brosur  
yang memberikan edukasi terkait bahaya penyakit HIV. Sedangkan dari sisi Preskriptif  
sudah ada namun belum terlalu spesifik dan dari sisi Presparatif brosur yang disediakan  
belum membantu pasien dalam pengambilan keputusan dengan masih adanya  
beberapa pasien yang lebih memilih menanyakan beberapa pelayanan kepada pegawai  
bagian informasi dibandingkan melihat pada brosur yang disediakan.

2. Pemasaran Media Sosial Facebook Rumah Sakit Ibnu Sina Bojonegoro. Menurut  
Pedoman Etika Pemasaran Rumah Sakit, PERSI (2006) pemasaran rumah sakit yang salah  
satunya menggunakan media sosial facebook juga harus bersifat Informatif, Edukatif,  
Preskriptif dan Presparatif.

Hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terkait pemasaran menggunakan media  
cetak brosur di Rumah Sakit Ibnu Sina Bojonegoro dilihat dari keempat sisi meliputi  
informatif, edukatif, preskriptif dan presparatif belum ada karena pemasaran  
menggunakan media sosial facebook belum dilakukan. Dari hasil dan teori di atas dapat  
disimpulkan bahwa pemasaran menggunakan media sosial facebook belum mencakup  
keempat elemen minat kunjungan Mann-Whitney U 210,000 Wilcoxon W 675,000 Z  
-4,345 Asymp. Sig. (2-tailed) ,000 a.

Grouping Variable: jenis pemasaran Rosyida FN1, ), Putri MW2), Umami A3), Sudalhar4)  
Pemasaran Media Cetak Brosur dan Media Sosial Facebook 17 pedoman kode etik  
pemasaran rumah sakit. 3. Minat Kunjungan Pasien Rawat Jalan a. Media Cetak Brosur  
Dalam penelitian Stefani (2013) y judul"RPeng Terhadap Media Brosur Jatim Park 2

menunjukkan a informasi brosur dapat berhasil melekat dalam ingatan pengunjung, sehingga memberikan tanggapan yang positif terhadap jasa yang ditawarkan oleh Jatim Park 2 tersebut.

Hal ini disebabkan pemasaran media brosur dilakukan pada wahana permainan yang biasanya digunakan sebagai media tourguide manual yang berisi segala jenis permainan dan letak dari wahana tersebut agar pengunjung tidak bingung di dalam lingkungan Jatim Park 2. Brosur ini digunakan setelah pengunjung sudah memasuki wahana permainan dalam arti pengunjung tidak membutuhkan pencarian informasi sebelum memasuki wahana sedangkan pada rumah sakit sebelum melakukan kunjungan pasien akan mencari informasi dari beberapa rumah sakit sebelum akhirnya menentukan akan memilih kerumah sakit tersebut.

Apabila menggunakan media brosur pasien harus datang kerumah sakit terdahulu untuk mendapat informasi sedangkan hal ini akan menguras waktu dan tidak efisien. b. Media Sosial Facebook Pada hasil kuisisioner pemasaran dengan menggunakan media sosial facebook responden banyak yang setuju apabila media sosial facebook ini dijadikan sarana untuk menyampaikan kritik dan saran. Kemudian dari hal itu media sosial facebook juga memudahkan akses informasi.

Hal ini dapat dikatakan bahwa keberadaan media sosial facebook ini bisa membantu Rumah Sakit Ibnu Sina dalam melakukan pemasaran. Menurut penelitian Andreani (2013) ng rj Peruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli Samsung Berbasis Android Pada Mahasiswa UniverSa a" Memberikan hasil bahwa media facebook berpengaruh positif terhadap minat beli produk barang samsung sedangkan menurut penelitian Ekasari (2014) yang ber PenguhPr Berbasis Sosia Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT.

BFI Finance Jambi juga memberikan hasil bahwa media sosial facebook berpengaruh terhadap minat beli jasa pembiayaan di PT BFI Finance Jambi. Dari beberapa teori di atas memberikan kesimpulan bahwa pemasaran media sosial facebook bisa digunakan untuk memasarkan produk barang maupun jasa suatu instansi dan perusahaan, tentunya dengan biaya yang relatif terjangkau. 4.

Perbedaan Pemasaran Media Cetak Brosur Dan Media Sosial Facebook Dari hasil kuisisioner responden lebih menyukai apabila pencarian infomasi dilakukan dengan memanfaatkan media sosial facebook Jurnal Hospital Science (2018), 2(2): 9-15 ISSN: 2598-0122 (online) 18 . Akses yang mudah dibandingkan media cetak brosur menjadi pertimbangan. Menurut Ulum (2017) Brosur adalah materi cetak yang berisi informasi produk atau kegiatan organisasi yang di didesain sedemikian rupa dengan warna dan

foto-foto agar menarik untuk dibaca karena mewakili citra produk atau organisasi dengan biaya rendah hingga tinggi.

Adapun langkah- langkah yang harus dilakukan oleh dalam menyelesaikan perancangan penyusunan layout pada media brosur untuk promosi meliputi Konsep, Proses perancangan, Layout, Pengerjaan dan Hasil akhir Sahara (2017). Menurut Puntodi (2011) **Jejaring sosial facebook memberikan manfaat bagi manajemen perusahaan** meliputi yang pertama merupakan cara murah promosi dan identifikasi target pasar juga dapat dilakukan dengan mudah dengan bergabung ke grup-grup tertentu.

Situs **jejaring sosial facebook sangat bermanfaat bagi pegawai pemasaran karena menyediakan sejumlah layanan untuk berinteraksi dengan pelanggan, misalnya melalui plug-in application, group, dan halaman fan** Zarrella (2010). Pengguna facebook juga dapat **mengirim pesan ke teman-teman** hingga 20 pesan pada waktu yang sama Rudyanto (2018).

Dari **beberapa teori di atas** peneliti menyimpulkan perbedaan bisa dilihat beberapa segi yaitu : Tabel 5 Perbedaan Pemasaran Media Cetak Brosur dan Media Sosial Facebook. No Keterangan Media Cetak Facebook Media Sosial Brosur 1 Biaya Kecil Besar 2 Akses Informasi Mudah, kapanpun dan dimanapun Harus mengunjungi rumah sakit 3 Kecepatan Informasi Upload, share Pengumpulan informasi, Editing, cetak, lipat 4 Sumber Daya Manusia Cukup 1 orang Lebih dari 1 orang Rosyida FN1, ), Putri MW2), Umami A3), Sudalhar4) Pemasaran Media Cetak Brosur dan Media Sosial Facebook 19 DAFTAR PUSTAKA Ag 20? Pengaruh Media Elektronik **Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran** IPS Kelas IV di SD Negeri Kaliabang TengahV Bek .

Skripsi dipublikasikan, **Jurusan Pendidikan Guru Madarasah Ibtidaiyah, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.** Andr 20?, Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli Samsung Berbasis Android Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara ?. Skripsi dipublikasikan, **Universitas Sumatera Utara, Medan.** Arikunto. (2006) . **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : PT. Rineka Cipta.**

Astar 20) Studi Dampak Tayangan Televisi terhadap perkembangan pilu ' , Skripsi dipublikasikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. Astuti.(?, Hubungan Antara Dukungan Sosial Dengan Coping Strategy Pada Ibu Yang Memiliki Anak Tunagrahita di SLB-C YPLB Cipaganti ?, ipsi ikasikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.

Ekasar 20),,, **Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media** Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada BFFJambi?, skripsi dipublikasikan, Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Jambi. Kemp. 20) WARs?,  
<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview> , diakses 24  
Januari 2019 Mina tiwdkk.(16) Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap KepPembel ,  
skripsi dipublikasikan, Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Madiy.(?  
Pemanfaatan Whatsapp Messenger Infodalam Pemberian Informasi dan Peningkatan  
Kinerja PadaSub Bagian Program Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan',Tesis ublasik ,  
Program Pascasarjana Ilmu KomunikasiFakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
HasanuddinMakassar. Mohamad.

(2014) Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi  
Pajero di Masar , skripsi dipublikasikan, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis. Universitas Hassanudin Makasar. Oktavi 20) Pengaruh Pola Asuh Single Parent  
Terhadap Perilaku Ss anak emaja'. Skripsi dipublikasikan, Universitas Pendidikan  
Indonesia. Permenkes Nof. 56 (2014) Tentang Perizinan Rumah Sakit. Jakarta No.

24 (2016) Persyaratan Teknis Bangunan Dan Prasarana Rumah Sakit. Jakarta Persi (2006)  
Tentang Kode Etik Pemasaran Rumah Sakit. Perpres No. 77 (2015) Tentang Pedoman  
Organisasi Rumah Sakit. Jakarta Priansa Juni. (2017) Komunikasi Pemasaran Terpadu,  
Bandung : CV Pustaka Setia Puntoadi, Danis. (2011) Menciptakan Penjualan Melalui  
Sosial Media, Jakarta : PT Elex Komputindo. Jurnal Hospital Science (2018), 2(2): 9-15  
ISSN: 2598-0122 (online) 20 Puranti.(15?, Pengembangan Media Vidio Pembelajaran  
Matematika dengan odelAssur , Jurnal Kebijakan dan Pengembangan Pendidikan, Vol. 3  
No. 42-47, [http://ejournal.umm.ac.-id/index.php/jmkpp/download- /2194/2349](http://ejournal.umm.ac.-id/index.php/jmkpp/download-/2194/2349), di akses  
15 Januari 2019. Republik Indonesia. (2009). Undang- Undang RI Nomor 44 Tahun 2009  
tentang Rumah Sakit. Jakarta Ranto.(18? , Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan  
Keterkaitan Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen' , Jurnal Manajemen dan  
Pemasaran Jasa, Vol. 11 No. 177-200, [http://dx.doi.org/10.25105/- jmpj.v11i2.3126](http://dx.doi.org/10.25105/-jmpj.v11i2.3126) ,  
diakses 20 Januari 2019. Sar 2017) Pelaksanaan Promosi Media Cetak Brosur pada Objek  
Wisata Balai Kerapatan Tinggi KabupS' .

Skripsi dipublikasikan, Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Riau. S(13) Respon Pengunjung TerhadapRon ar . Skripsi dipublikasikan,  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya. Sugiyono. (2009)  
Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta. (2013) Statistika  
untuk penelitian, Bandung : Alfabeta. Swarjana.

(2016) Statistika Kesehatan, Yogyakarta : CV Andi Samsiy 20?, Pengaruh Media Leaflet  
Terhadap Perubahan Pengetahuan dan Intensi Pemberian ASI Eksklusif pada Ibu Hamil  
di Wilayah Puskesmas Kescamatan Pesanggrahan Jakarta Selatan Tah20 . Skripsi  
dipublikasikan, Program Studi Kesehatan Masyarakat Fakultas Kedokteran dan Ilmu

Kesehatan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Tr.(13) Media Iklan Banner Sebagai Kampanye Pemilu Legislatif 20' . Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

UI 2017) Pengaruh Iklan Media Cetak dan Online Terhadap Minat Memilih Perguruan Tinggi Ibi Darmajaya Pada Siswa/iKelas XII SMA Sederajat di Kota Terpadu Mandiri (KTM) Mesuji Timur ipsi ikasikan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung. Utami.(16) Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yar Skripsi dipublikasikan, Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

V 20?, Analisis Isi Pesan pada Spanduk Tertib Lalu Lintas SPolrAceh Besar Skripsi dipublikasikan, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. AG Eka, Wenats (2012). Success Story Intergrated Marketing Communication , Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

#### INTERNET SOURCES:

<1% -

<http://lecturer.ukdw.ac.id/katalog/index.php?dir=&file=Prodi%20Manajemen%202006-2008.xls>

<1% - [http://eprints.walisongo.ac.id/742/4/082411097\\_Bab3.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/742/4/082411097_Bab3.pdf)

<1% -

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/67443/Chapter%20III-VI.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

1% - <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1100>

1% -

<http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=download&sub=DownloadFile&act=view&typ=html&id=70066&ftyp=potongan&potongan=diploma-2014-313782-chapter1.pdf>

<1% -

[https://www.academia.edu/25901103/GAMBARAN\\_PELAKSANAAN\\_SISTEM\\_INFORMASI\\_RUMAH\\_SAKIT\\_DIBAGIAN\\_PENGOLAHAN\\_DATA\\_DAN\\_PELAPORAN\\_INSTALASI\\_REKAM\\_MEDIS\\_DI\\_RUMAH\\_SAKIT\\_ISLAM\\_IBNU\\_SINA\\_PEKANBARU\\_TAHUN\\_2014](https://www.academia.edu/25901103/GAMBARAN_PELAKSANAAN_SISTEM_INFORMASI_RUMAH_SAKIT_DIBAGIAN_PENGOLAHAN_DATA_DAN_PELAPORAN_INSTALASI_REKAM_MEDIS_DI_RUMAH_SAKIT_ISLAM_IBNU_SINA_PEKANBARU_TAHUN_2014)

<1% - <https://www.dedesuryadi.com/memilih-dan-memilah-asuransi-kesehatan/>

<1% - <http://digilib.unila.ac.id/13724/14/BAB%20III.pdf>

<1% - <https://sisilsisiliakasi.blogspot.com/2012/09/penelitian-eksperimen.html>

<1% -

<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/122864-S-5408-Analisis%20kualitatif-Metodologi.pdf>

<1% - <http://issn.pdii.lipi.go.id/issn.cgi?daftar&1380347664>

<1% - <https://blogger-viens.blogspot.com/2013/01/kualitas-produk.html>



<1% - <https://mantrinews.blogspot.com/2012/02/etika-penelitian.html>  
<1% -  
[https://fitrirosdiana.blogspot.com/2012/02/abstrak-kti-akademi-analis-farmasi-dan\\_07.html](https://fitrirosdiana.blogspot.com/2012/02/abstrak-kti-akademi-analis-farmasi-dan_07.html)  
<1% - <https://issuu.com/prasena/docs/haluanriau-2015-05-15>  
<1% -  
<https://wildanasudirman.blogspot.com/2011/11/terhadap-pelayanan-kesehatan-di.html>  
<1% - <https://id.scribd.com/doc/60408679/3>  
<1% - <https://docplayer.info/64704046-Jwm-jurnal-wawasan-manajemen.html>  
<1% -  
[https://www.academia.edu/33034855/Usulan\\_Proyek\\_Penelitian\\_Pengaruh\\_Pelayanan\\_Jasa\\_dan\\_Atribut\\_Produk\\_Terhadap\\_Kepuasan\\_Konsumen\\_pada\\_PT.Astra\\_International\\_Dai\\_hatsu\\_Cabang\\_Blitar\\_Halaman\\_Pengesahan](https://www.academia.edu/33034855/Usulan_Proyek_Penelitian_Pengaruh_Pelayanan_Jasa_dan_Atribut_Produk_Terhadap_Kepuasan_Konsumen_pada_PT.Astra_International_Dai_hatsu_Cabang_Blitar_Halaman_Pengesahan)  
<1% -  
[http://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/Pertemuan\\_12,\\_13\\_\\_Etika\\_Pemasaran\\_Rumah\\_Sakit.ppt](http://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/Pertemuan_12,_13__Etika_Pemasaran_Rumah_Sakit.ppt)  
<1% - <https://wanameru.blogspot.com/feeds/posts/default>  
<1% -  
<https://www.suara.com/news/2019/01/21/075736/terjebak-api-kebakaran-emak-emak-terwas-2-anaknya-terluka>  
<1% - <https://shintawilliani.blogspot.com/2011/11/makalah-mpk.html>  
<1% - <https://marketingrumahsakit.blogspot.com/>  
<1% - [https://www.academia.edu/28845053/KONSEP\\_PROMOSI\\_KESEHATAN](https://www.academia.edu/28845053/KONSEP_PROMOSI_KESEHATAN)  
<1% -  
[https://www.researchgate.net/publication/264167533\\_Status\\_of\\_the\\_Elderly\\_Health\\_Care\\_Costs](https://www.researchgate.net/publication/264167533_Status_of_the_Elderly_Health_Care_Costs)  
<1% -  
<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20308214-T%2031687-Analisis%20hubungan-full%20text.pdf>  
1% - <https://core.ac.uk/display/83129886>  
<1% - <https://gusasta.blogspot.com/2012/12/teori-pemasaran.html>  
2% - [https://www.academia.edu/5693476/Medi\\_sosial](https://www.academia.edu/5693476/Medi_sosial)  
<1% -  
<https://www.suara.com/tekno/2018/09/18/093423/lima-fitur-legendaris-path-pernah-coba-yang-mana>  
<1% - [https://www.academia.edu/8884335/PENERAPAN\\_E-GOVERNMENT](https://www.academia.edu/8884335/PENERAPAN_E-GOVERNMENT)  
<1% - <http://lib.unnes.ac.id/view/year/2012.html>  
1% -  
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/44513/1/ROBIATUL%20ADAWIAH-FITK.pdf>

1% -

<http://etd.repository.ugm.ac.id/downloadfile/103735/potongan/S2-2016-360560-bibliography.pdf>

<1% - <http://etheses.uin-malang.ac.id/827/10/11510087%20Daftar%20Pustaka.pdf>

<1% - <https://search.unikom.ac.id/index.php/jipsi/search/authors>

<1% - <https://trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/jasa/issue/view/468>

<1% - <https://eprints.uns.ac.id/view/year/2015.html>

1% - <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/>

<1% -

[https://mafiadoc.com/sugiyono-2010-metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-\\_59c80c811723dd11f81ddce9.html](https://mafiadoc.com/sugiyono-2010-metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-_59c80c811723dd11f81ddce9.html)

<1% - <http://repository.unair.ac.id/view/year/2011.html>

<1% - <http://eprints.ums.ac.id/62261/8/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>

1% - [https://www.academia.edu/35067404/Faktor\\_yang\\_mempengaruhi](https://www.academia.edu/35067404/Faktor_yang_mempengaruhi)

<1% - <http://eprints.walisongo.ac.id/4767/1/081211067.pdf>

<1% - <http://repository.unib.ac.id/view/year/2016.default.html>

<1% -

[https://www.academia.edu/786859/PENGARUH\\_BAURAN\\_PEMASARAN\\_TERHADAP\\_KEPOTUSAN\\_KONSUMEN\\_PENGGUNA\\_JASA\\_CATERING](https://www.academia.edu/786859/PENGARUH_BAURAN_PEMASARAN_TERHADAP_KEPOTUSAN_KONSUMEN_PENGGUNA_JASA_CATERING)

1% - [https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas\\_Negeri\\_Yogyakarta](https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas_Negeri_Yogyakarta)