

## DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono, Sugiyono, and Puji Lestari. *"Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)."* (2021).
- Gunawan, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien BPJS Terhadap Citra Klinik Pratama Universitas Riau Sehati I. Jurnal EMT KITA*, 6(2), 197-208.
- Wiliana, E., Erdawati, L., & Meitry, Y. (2019). *Pengaruh Reputasi, Kualitas Relasional Dan Kepercayaan Pasien Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien (Studi Kasus pada Pasien Rawat Jalan BPJS di Rumah Sakit Swasta Kota Tangerang). E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 20 (2), 96-108.
- Andrianto, A., Sasmito, C., & Indragunawan, C. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Kepuasan Pasien Terhadap Citra Klinik "X" di Tuban. Peduli: Jurnal Ilmiah Ilmu Kesehatan*, 8 (2), 206-221.
- Anfal, A. L. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Umum Sundari Medan Tahun 2018. Excellent Midwifery Journal*, 3(2), 1-19.
- Poetra, R. P., Nuryadin, A. A., & Kalsum, U. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Umum Rawat Inap Terhadap Citra Rsud Lanto Dg. Pasewang Kabupaten Jeneponto. Jurnal Kesehatan Delima Pelamonia*, 5(2), 1-5.
- Keller, KL, & Kotler, P. (2015). *Pemasaran holistik: perspektif yang luas dan terpadu untuk manajemen pemasaran. Dalam Apakah Pemasaran Membutuhkan Reformasi?: Perspektif Baru tentang Masa Depan* (hlm. 308-313). Routledge.
- Warda, A., Junaid, J., & Fachlevy, A. F. (2016). *Hubungan persepsi mutu pelayanan dengan tingkat kepuasan pasien Puskesmas Perumnas di Kota Kendari tahun 2016* (Doctoral dissertation, Haluoleo University).

- Bateson, J. E., & Hoffman, K. G. (2002). *Essential of service marketing: Concepts, strategy, and cases*. Harcourt, 19(4), 491-504.
- Lau, GT, & Lee, SH (1999). *Kepercayaan konsumen pada suatu merek dan hubungannya dengan loyalitas merek*. *Jurnal Manajemen Berfokus Pasar* , 4 , 341-370.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Instrumen Pengendalian Moneter: Operasi Pasar Terbuka* (Vol. 10). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Nazari, M., Hosseini, MAS, & Kalejahi, SVT (2014). *Dampak Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Harga, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Pasar Telekomunikasi Iran (Kasus: Perusahaan Mtn Irancell)*. *Jurnal Riset Asia dalam Pemasaran* , 3 (1), 131-144.
- Amin, M., & Isa, Z. (2008). *Pemeriksaan hubungan antara persepsi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan: Sebuah pendekatan SEM terhadap perbankan Islam Malaysia*. *Jurnal Internasional Keuangan dan Manajemen Islam dan Timur Tengah* .
- Ir D Agung Krisprimandoyo, MM *Strategi Pemasaran Melalui Corporate Rebranding* . Penerbitan Jakad Media.
- Argenti, PA, & Druckenmiller, B. (2004). *Reputasi dan merek perusahaan*. *Tinjauan reputasi perusahaan* , 6 , 368-374.
- Peraturan Menteri Kesehatan, *Undang-undang Nomor 4 Tahun 2018 Tentang Kewajiban Rumah Sakit Dan Kewajiban Pasien*
- Pratiwi, H. D. (2013). *Pengaruh reputasi perusahaan dan kualitas website terhadap tingkat kepercayaan konsumen dalam bertransaksi secara online (studi pada konsumen Ongisnadestore. com)*. *Fakultas Psikologi Universitas Brawijaya: Malang*.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
- Jao, R., Ng, S., Holly, A., Rotty, M. A., & Agustuty, L. (2023). Peran Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan serta Dampaknya Terhadap Stock Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 14-29.

- Setiawan, H., & Sayuti, A. J. (2017). Effects of Service Quality, Customer Trust and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty: An Assessment of Travel Agencies Customer in South Sumatra Indonesia. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(05), 31–40. <https://doi.org/10.9790/487x-1905033140>
- Yunus, M., Ibrahim, M., & Amir, F. (2018). The Role of Customer Satisfaction and Trust as Mediation on The Influence of Service Quality and Corporate Image to Customer Loyalty. *European Journal of Business and Management*, 10(15), 121–129
- Purwanto, E., Deviny, J., & Mutahar, A. M. (2020). The Mediating Role of Trust in the Relationship between Corporate Image, Security, Word of Mouth and Loyalty in M-Banking Using among the Millennial Generation in Indonesia. *Management and Marketing*, 15(2), 255–274. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2020-0016>
- Seo, E.-J., & Park, J.-W. (2018). A Study on the Influence of the Information Characteristics of Airline Social Media on e-WOM, Brand Equity and Trust. *The Open Transportation Journal*, 12(1), 289–300. <https://doi.org/10.2174/1874447801812010289>
- Sallam, M. A. (2016). An Investigation of Corporate Image Effect on WOM: The Role of Customer Satisfaction and Trust. *International Journal of Business Administration*, 7(3), 27–35. <https://doi.org/10.5430/ijba.v7n3p27>
- Abiyoso, A., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan PT Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 8 Surabaya Gubeng yang Menggunakan Kereta Eksekutif “Bangunkarta” dengan Tujuan Surabaya Gubeng Menuju Jakarta Gambir* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).  
<https://radarmalang.jawapos.com/>, 31 Maret 2023  
<https://www.rsuimadinah.com>, 31 Maret 2023  
<https://malangkab.bps.go.id/>, 31 Maret 2023