

DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani, F. S. (2016). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7p (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Di Cherryka Bakery*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Albach, H., Meffert, H., Pinkwart, A., Reichwld, R., & Eiff, W. v. (2016). *Boundaryless Hospital Rethink and Redefine Health Care Management*. New York: Springer.
- Badan Pusat Statistik. (2019, December 2). *Indikator Kesehatan 1995-2018*. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/statictable/2009/03/10/1559/indikator-kesehatan-1995-2018.html>
- Churchill, G. A., & Iacobucci, D. (2002). *Marketing Research: Methodological Foundations*. London: South Western Educational Publishing.
- CNN Indonesia. (2019, Desember 2). *Catatan Kesehatan Indonesia Sepanjang 2018*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20181217130400-255-354250/catatan-kesehatan-indonesia-sepanjang-2018>
- Edi, P. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pasien Rawat Jalan Dalam Memilih Rumah Sakit Dengan Menggunakan Algoritma Chaid*. Depok: Universitas Indonesia.
- Guerra, I. R., Molina, V., & Quesada, J. M. (2018). Multidimensional research about oleotourism attraction from the demand point of view. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 114-128.
- Haimowitz, I. J. (2011). *Healthcare Relationship Marketing : Strategy, Design and Measurement*. London: Gower Publishing Limited.
- Hair, J. F., William, B. C., Barry, B. J., & Rolph, A. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Hutapea, T. P. (2009). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan (Demand) Masyarakat Terhadap Pemilihan Kelas Perawatan Pada Rumah Sakit. *Manajemen Pelayanan Kesehatan*, 94-101.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2019, December 3). *Moto*. Retrieved from Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI): <https://kbbi.web.id/moto>

- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2019, March 18). *Dinas PM & PTSP Provinsi DKI Jakarta*. Retrieved from Pelayanan Jakarta: <http://pelayanan.jakarta.go.id/download/regulasi/peraturan-menteri-kesehatan-nomor-340-tentang-klasifikasi-rumah-sakit.pdf>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2019, March 18). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 56 Tahun 2014*. Retrieved from Kementrian Kesehatan Republik Indonesia: <http://www.yankes.kemkes.go.id/assets/downloads/PMK%20No.%2056%20ttg%20Klasifikasi%20dan%20Perizinan%20Rumah%20Sakit.pdf>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Global Edition) 15th*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Shalowitz, J., & Stevens, R. J. (2008). *Strategic Marketing for Health Care Organizations: Building a Customer-Driven Health System*. San Francisco: Jossey-Bass A Wiley Imprint.
- Lovelock, C., & Gummesson, E. (2011). Whither Services Marketing?: In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. *Journal of Service Research*, 20-41.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N. K. (2010). *Riset Pemasaran Jilid 1 Edisi Keempat Diterjemahkan Oleh: Soleh Rusyadi Maryam*. Jakarta: PT Indeks.
- Marcinko, D. E., & Hectico, H. R. (2013). *Hospitals & Health Care Organizations: Management Strategies, Operational Techniques, Tools, Templates, and Case*. New York: Boca raton: CRC Press.
- Niculescu, M. (2006). Strategy Positioning in Romanian Higher Education. *Journal of Organizational Change Management*, Vol.19 Iss 6, 725-737.
- Noviana. (2018). *Analisis Positioning TK Telkom Buah Batu Berdasarkan Perceptual Mapping Dengan Metode Multidimensional Scaling*. Bandung: Telkom University.
- Rajshekhhar, G., Javalgi, W., William, R. B., & Gombeski. (1995). Positioning your service to target key buying influences: the case of referring physicians and hospitals. *Journal of Services Marketing*, 42-52.

- Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung. (2019, March 20). *Sekapur Sirih*. Retrieved from Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung: <http://www.rsmb.co.id/sejarah/>
- Sari, A. P. (2017). *Perancangan Positioning Calysta Skin Care Clinic Berdasarkan Perceptual Mapping Dengan Metode Multidimensional Scaling*. Bandung: Telkom University.
- Sharabi, M. (2017). The meaning of work dimensions according to organizational status: does gender matter? *Employee Relations*, 643-659.
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2019, March 20). *Positioning*. Retrieved from Bilson Simamora Marketing and Research Center: <https://www.bilsonsiamamora.com/positioning/>
- Sinulingga, S. (2011). *Metode penelitian*. Jakarta: USU Press.
- Sudjana, N. (2004). *Dasar-dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algensido Offset.
- Sugiyono. (2006). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV ALFABETA.
- Suharja, H. M. (2016). *Analisis Positioning Program Studi Reguler Magister Teknik Elektro Telkom University Berdasarkan Perceptual Mapping Dengan Metode Multidimensional Scaling*. Bandung: Telkom University.
- Sumarwan, U. (2013). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Supriyanto, S., & Ernawati. (2010). *Pemasaran Industri Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Thomas, R. K. (2005). *Marketing health services*. Chicago: Library of Congress Cataloging.
- Tim Redaksi Citra Umbara. (2015). *Undang-Undang Ri No 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan & Undang-Undang Ri No 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit*. Bandung: Citra Umbara.
- Utama, P. Y. (2013). Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang Dilihat Dari Dimensi Kualitas Pelayanan. *Social and Politic*, 1-9.

Wahdi, M. (2011). *Riset Pemasaran Teori dan Aplikasi Untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CAPS.