

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di UPTD Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat**

**Sheline Nurpadila Julipani<sup>1\*</sup>, Zahwa Aulia Syafitri<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Politeknik Piksi Ganesha, Indonesia

\*e-mail: [shelinenurpadila06@gmail.com](mailto:shelinenurpadila06@gmail.com)

---

**Abstract :** This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at the UPTD Health Laboratory of West Java Province. The research method used is a quantitative research method with data collection techniques through observation, interviews, distributing questionnaires and conducting literature studies related to the subject matter. Based on the results of the research, the correlation value (R) of 0.693 means that the influence of Service Quality (variable X) on Customer Satisfaction (variable Y) at the UPTD Health Laboratory of West Java Province can be categorized as strong because it is in the range (0.600-0.799). The results of the simple linear regression analysis show that the coefficient of determination (R Square) is 0.481 or 48.1%, which means that customer satisfaction at the UPTD Health Laboratory of West Java Province is influenced by service quality by 48.1%. While the remaining 51.9% is influenced by other variables or factors outside of service quality.

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Health Laboratory

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di UPTD Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kegiatan observasi, wawancara, penyebaran kuesioner dan melakukan studi pustaka yang terkait dengan pokok permasalahan. Berdasarkan hasil penelitian nilai korelasi (R) sebesar 0,693 maka pengaruh Kualitas Pelayanan (variabel X) terhadap Kepuasan Pelanggan (variabel Y) di UPTD Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat dapat dikategorikan kuat karena berada pada rentang (0,600-0,799). Hasil uji analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,481 atau 48,1%, memiliki arti bahwa Kepuasan Pelanggan di UPTD Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan sebesar 48,1%. Sedangkan sisanya sebesar 51,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel atau faktor-faktor yang lain diluar dari kualitas pelayanan.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Laboratorium Kesehatan

---

Copyright (c) 2021 The Authors. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

---

### **PENDAHULUAN**

Suatu perusahaan akan memberikan kualitas pelayanan agar memberikan dorongan bagi pelanggan untuk menjalin ikatan yang saling menguntungkan bagi perusahaan dalam jangka panjang. Dengan ikatan emosional memungkinkan

perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggan secara terperinci.

Harapan konsumen saat ini adalah mendapatkan pelayanan yang baik dan berkualitas dari perusahaan atau penyedia jasa. Jika pelayanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan, maka dapat dikatakan pelayanan yang diberikan berkualitas tinggi atau memuaskan. Jika pelanggan tidak puas dengan layanan yang diberikan, itu berarti kualitas layanan masih rendah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan suatu perusahaan sangat penting, sehingga perusahaan harus selalu memperhatikan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2000), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Dalam hal ini, kepuasan pelanggan merupakan persepsi masyarakat terhadap kenyataan yang ada, yang dibandingkan dengan harapan-harapan yang ada pada diri mereka. Atau konsumen memiliki ekspektasi yang berbeda terhadap layanan yang diberikan oleh penyedia layanan.

Pembeli produk (termasuk barang dan jasa) biasanya tidak memiliki informasi yang lengkap tentang detail produk atau komponen layanan yang dibeli. Tindakan membandingkannya secara tidak langsung mungkin menjadi satu-satunya dasar bagi pembeli untuk membandingkan produk satu merek dengan merek lainnya. Jika dicermati, misalnya, jarang sekali bisa mengamati secara langsung keawetan suatu produk, tetapi biasanya harus disimpulkan dari aspek *tangible* dan *intangibile* dari berbagai produk yang ada. Pelanggan saat ini memiliki banyak pilihan barang dan jasa yang dapat dibeli. Pelanggan dapat membuat pilihan berdasarkan persepsi mereka tentang kualitas produk, layanan yang diberikan, dan nilai harga produk. Dalam hal ini, tentunya perusahaan harus memahami dengan jelas faktor penentu nilai dan kepuasan pelanggan untuk meraih sukses. Misalnya, untuk mengetahui kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara melakukan penelitian dengan metode survey pelanggan yang didasarkan pada dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang berkaitan erat dengan aspek kebutuhan pelanggan.

Kualitas atau mutu sering dimaknai sebagai segala sesuatu yang memuaskan pelanggan atau segala sesuatu yang sesuai dengan syarat atau kebutuhan. Pelayanan

dikatakan berkualitas dan memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat, apabila masyarakat tidak puas terhadap suatu pelayanan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak berkualitas atau tidak efisien. Sehingga kualitas pelayanan sangat penting dan selalu fokus kepada kepuasan pelanggan. Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2008) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan jasa dapat dilihat dari lima dimensi antara lain *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (keadaan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empati*.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan dibandingkan harapannya. Menurut Park (dalam Hasan, 2009: 57)

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap segala sesuatu yang ia dapat. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima itu harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya. Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono (2012) memberikan pengertian kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Irawan (2008) menyatakan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu *Price* (Harga), *Service Quality* (Kualitas Layanan), *Product Quality* (Kualitas Produk), *Emotional Factor*, *Efficiency* (Kemudahan).

UPTD Laboratorium Kesehatan merupakan salah satu Laboratorium milik pemerintah yang menyediakan jasa analisis di Kota Bandung. Di masa pandemi ini, UPTD Laboratorium Kesehatan menjadi salah satu Laboratorium yang ditunjuk oleh pemerintah untuk memeriksa pasien yang diindikasikan terserang Covid-19. Di UPTD Laboratorium Kesehatan, kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat diutamakan dan diperhatikan karena kepuasan pelanggan dapat menjadi salah satu tolak ukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh tenaga profesional atau non profesional di UPTD Laboratorium Kesehatan.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dan menyajikannya dalam suatu kerangka ilmiah yang akan

dijelaskan lebih detail dengan mengangkat judul “Pengaruh Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Pelanggan di UPTD Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat”

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah suatu proses untuk menemukan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan tentang apayang ingin diketahui, dan bertujuan untuk mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuisisioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang berkunjung ke Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat. Teknik pengambilan sampel yang penulis gunakan yaitu teknik simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Berdasarkan teknik pengambilan sampel tersebut maka jumlah responden dalam penelitian ini 50 orang pelanggan. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, koefisiswn korelasi, koefisien determinasi, uji hipotesis dengan uji t dan f.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Pada bagian ini akan disajikan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, informasi mengenai tanggapan responden terhadap pengaruh kualitas pelayanan publik terhadap kepuasan pelanggan di UPTD Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat.

### **Uji Validitas**

**Tabel 1**  
**Uji Validitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)**

| <b>Pertanyaan</b> | <b>R Tabel</b> | <b>R Hitung</b> | <b>Hasil</b> |
|-------------------|----------------|-----------------|--------------|
| X1                | 0,344          | 0,401           | valid        |
| X2                | 0,344          | 0,307           | valid        |
| X3                | 0,344          | 0,562           | valid        |
| X4                | 0,344          | 0,356           | valid        |
| X5                | 0,344          | 0,441           | valid        |
| X6                | 0,344          | 0,457           | valid        |
| X7                | 0,344          | 0,592           | valid        |

|     |       |       |       |
|-----|-------|-------|-------|
| X8  | 0,344 | 0,681 | valid |
| X9  | 0,344 | 0,654 | valid |
| X10 | 0,344 | 0,572 | valid |

Sumber: Hasil Pengolahan data 2021 dengan spss V25.0 for windows

**Tabel 2**  
**Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)**

| Pertanyaan | R Tabel | R Hitung | Hasil |
|------------|---------|----------|-------|
| Y1         | 0,344   | 0,740    | valid |
| Y2         | 0,344   | 0,347    | valid |
| Y3         | 0,344   | 0,633    | valid |
| Y4         | 0,344   | 0,523    | valid |
| Y5         | 0,344   | 0,591    | valid |

Sumber: Hasil Pengolahan data 2021 dengan spss V25.0 for windows

Berdasarkan tabel 2 dan 3 diatas semua item pernyataan kuesioner yang terdapat pada Variabel X dan Y dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$ .

### Uji Reliabilitas

**Tabel 3**  
**Uji Realibilitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)**

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .732                   | 10         |

Sumber: Hasil Pengolahan data 2021 dengan spss V25.0 for windows

**Tabel 4**  
**Uji Realibilitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)**

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .654                   | 5          |

Sumber: Hasil Pengolahan data 2021 dengan spss V25.0 for windows

Pada pengujian realibilitas didapatkan bahwa nilai Cronbanch's Alpha untuk Variabel X (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,732 dan untuk Variabel Y sebesar 0,654, sehingga dapat dinyatakan semua pertanyaan dalam kuesioner variabel X dan variabel Y reliabel atau konsisten. Hal ini diketahui karena hasil dari *Cronbach's Alpha* (0,6) untuk kedua variabel memiliki nilai  $> 0,6$ .

### Uji Koefisien Korelasi dan Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 5**

**Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .693 <sup>a</sup> | .481     | .470              | 2.458                      |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber: Hasil Pengolahan data 2021 dengan spss V25.0 for windows

Berdasarkan tabel 5 didapatkan nilai korelasi sebesar 0,693 jika mengacu pada pedoman Sugiyono (2014;250), maka pengaruh Kualitas Pelayanan (variabel X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Variabel Y) di UPTD Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat dapat dikategorikan kuat karena berada pada rentang (0,600-0,799).

Tabel 5 diatas juga memperlihatkan hasil uji koefisien determinasi. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,481 atau 48,1%, memiliki arti bahwa Kepuasan Pelanggan di UPTD Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan sebesar 48,1%. Sedangkan sisanya sebesar 51,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel atau faktor-faktor yang lain diluar dari kualitas pelayanan.

**Uji Hipotesis (Uji Significant T dan Uji Significant F)****Uji Significant T**

**Tabel 6**  
**Uji Significant T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized | t     | Sig. |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|--------------|-------|------|
|       |                  | B                           | Std. Error | Coefficients |       |      |
| 1     | (Constant)       | 3.885                       | 1.984      |              | 1.958 | .056 |
|       | Kualitas Layanan | .367                        | .055       | .693         | 6.664 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan data 2021 dengan spss V25.0 for windows

Berdasarkan tabel 7 Uji t hitung tersebut sebesar 6,664 untuk variabel Kualitas Pelayanan, untuk tingkat kepercayaan 0,05 dan derajat kebebasan =  $n - 2 = 48$  diperoleh T tabel sebesar 2,010 untuk menarik sebuah keputusan maka harus dilakukan perbandingan antara besarnya T hitung dan T tabel. Besarnya T hitung Kualitas Pelayanan sebesar 6,664 lebih besar dari T tabel 2,010. Dengan demikian

H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di UPTD Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat

### Uji Significant F

Tabel 7  
Uji Significant F  
ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 268.417        | 1  | 268.417     | 44.415 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 290.083        | 48 | 6.043       |        |                   |
|       | Total      | 558.500        | 49 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber: Hasil Pengolahan data 2021 dengan spss V25.0 for windows

Berdasarkan tabel 13 Uji Significant F diperoleh nilai f-tabel untuk  $n = 50$  adalah 4,034 dan f hitungnya sebesar 44,415 atau  $44,415 < 4,034$ , maka pada tingkat kekeliruan 5% ( diputuskan untuk menolak H0 dan menerima H1).

### Pembahasan

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan adalah apakah perusahaan tersebut memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen untuk mencapai kepuasan (Haryanto, 2013). Kualitas layanan berkaitan dengan seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan terkait layanan dibutuhkan (Anggriana et al., 2017). Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh pihak manapun kepada pihak lain, tidak berwujud dan tidak mengarah pada kepemilikan apapun (Gultom et al., 2014). Menurut Lupiyoadi dan Hamdan dalam Anggriana (2017) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan suatu perusahaan, yaitu harapan pelanggan dan persepsi konsumen terhadap kinerja perusahaan. Jika pelayanan yang diterima perusahaan melebihi harapan konsumen maka kualitas pelayanan perusahaan dianggap baik dan memuaskan, jika pelayanan

yang diterima perusahaan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan perusahaan dianggap buruk. Secara umum, standar layanan yang tinggi akan membawa kepuasan yang tinggi dan pembelian berulang yang sering.

Kepuasan pelanggan tergantung pada persepsi pelanggan terhadap kinerja produk atau jasa dalam memenuhi harapan mereka. Jika setelah pelanggan menggunakan produk/jasa, apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan dapat terpenuhi atau bahkan melebihi harapannya, maka kepuasan pelanggan akan tercapai. Ada lima aspek utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: kualitas produk, kualitas layanan, harga, faktor emosional, dan sulitnya memperoleh produk atau jasa (Permana, 2013). Selain itu kemampuan sosial dan teknis berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas pelayanan, yaitu semakin baik kemampuan sosial dan teknis maka kualitas pelayanan semakin baik. Hal ini sejalan dengan Vieira (2003) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan akan sangat dipengaruhi oleh faktor kecepatan dalam melayani pelanggan. Faktor utama dalam menjaga kualitas layanan adalah meningkatkan daya tanggap agar kepuasan pelanggan terpenuhi sesuai dengan harapan yang diinginkan (Jatra & Utami, 2015).

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi tingkat kepuasan konsumen (Mardikawati, 2013). Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan sehingga kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas sehingga akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk sehingga akan berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan konsumen yang secara tidak langsung hal ini menyebabkan menurunnya loyalitas pada perusahaan.

## **KESIMPULAN**

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian nilai korelasi ( $R$ ) sebesar 0,693 maka pengaruh Kualitas Pelayanan (variabel  $X$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (variabel  $Y$ ) di UPTD Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat dapat dikategorikan kuat karena berada pada rentang (0,600-0,799). Hasil uji analisis regresi linier sederhana



menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,481 atau 48,1%, memiliki arti bahwa Kepuasan Pelanggan di UPTD Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan sebesar 48,1%. Sedangkan sisanya sebesar 51,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel atau faktor-faktor yang lain diluar dari kualitas pelayanan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Azis, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 25.
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember. *JSMBI ( Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia )*, 7 no 2(2), 137–156.
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, B. K. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Manajemen Dan Bisnis*, 14(01), 21–33.
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonaldâ€™s Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1465–1473. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2923>
- Handi, I. D. (2008). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.
- Jatra, I. M., & Utami, S. I. A. I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Restoran Baruna Sarnur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 7, 2015 : 1984-2000, 4(7), 1984–2000.
- Mardikawati, W. (2013). PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN, MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN BUS EFISIENSI (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 64–75. <https://doi.org/10.14710/jab.v2i1.5355>

- Nurhadi, N., & Azis, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kesetiaan Konsumen. *Jurnal Economia*, 14(1), 89.  
<https://doi.org/10.21831/economia.v14i1.13130>
- Permana, M. V. (2013). PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 115–131.
- Rahman, A. (2017). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, M. (2021). Hubungan Antara Kepercayaan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Terhadap Online Shop. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 2(1), 83–88.
- Vieira, V. (2003). Managing services marketing: text and readings. *Revista de Administração Contemporânea*, 7(2), 215–218.  
<https://doi.org/10.1590/s1415-65552003000200015>