

DAFTAR ISI

TESIS	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	18
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4. Manfaat Penelitian	20
1.5. Sistemika Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1. Dasar Teori.....	23
2.1.1 Variabel <i>Patient Loyalty</i>	30
2.1.2 Variabel <i>Patient Experiential Satisfaction</i>	32
2.1.3 Variabel <i>Maternity Care by Doctor</i>	33
2.1.4 Variabel <i>Maternity Care by Nurse</i>	34
2.1.5 Variabel <i>Hospital Ambience</i>	35
2.1.7 Variabel <i>Waiting Time</i>	37
2.1.8 Variabel <i>Patient Safety</i>	39
2.1.9 Variabel <i>Social Media Engagement</i>	40

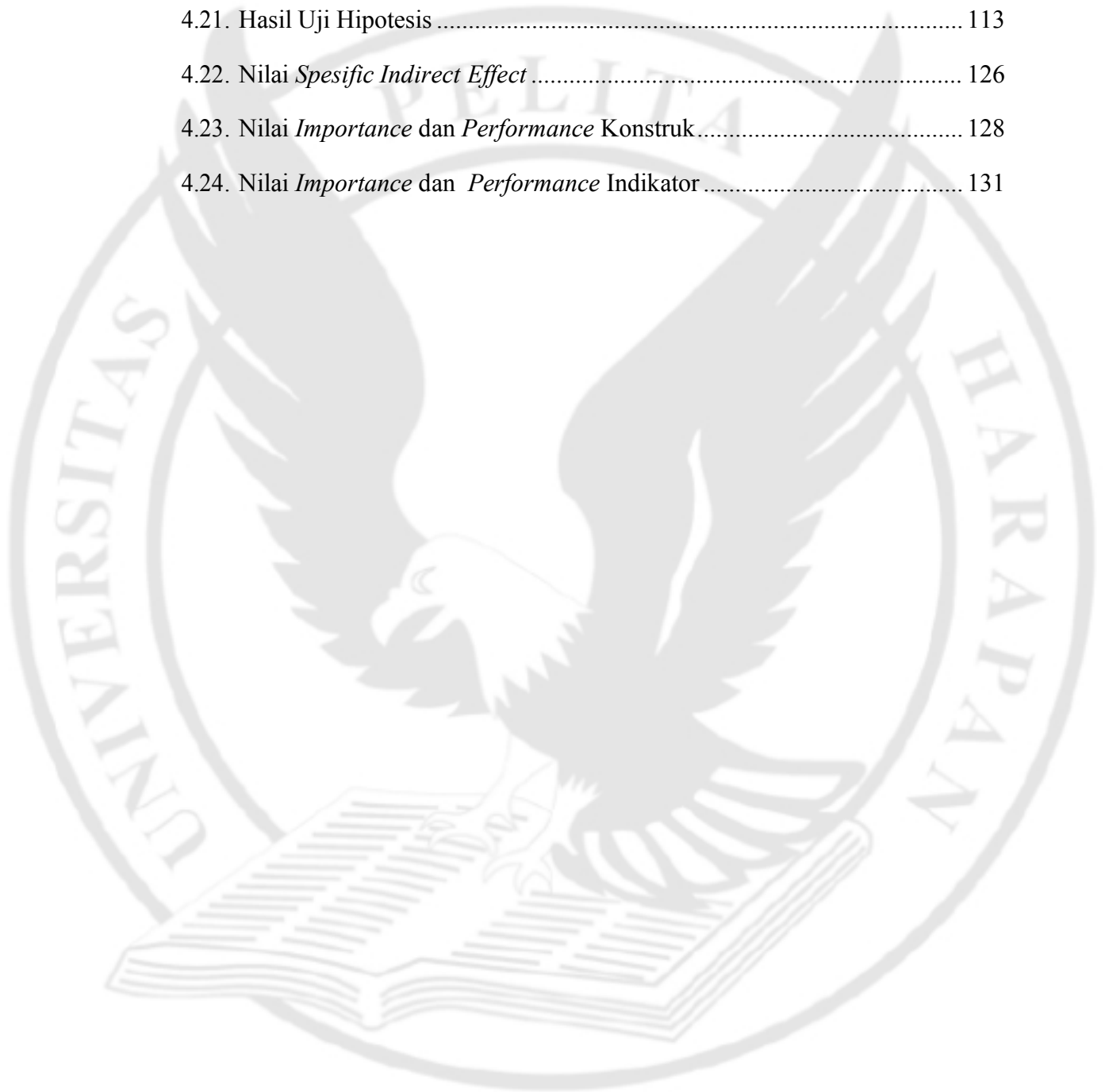
2.2. Pengembangan Hipotesis	42
2.2.1 Kaitan antara <i>Maternity Care by Doctor</i> dengan <i>Patient Experiential Satisfaction</i>	42
2.2.2 Kaitan antara <i>Maternity Care by Nurse</i> dengan <i>Patient Experiential Satisfaction</i>	43
2.2.3 Kaitan antara <i>Hospital Ambience</i> dengan <i>Patient Experiential Satisfaction</i>	44
2.2.4. Kaitan antara <i>Hospital Reputation</i> dengan <i>Patient Experiential Satisfaction</i>	45
225 Kaitan antara <i>Waiting Time</i> dengan <i>Patient Experiential Satisfaction</i> .	46
226 Kaitan antara <i>Patient Safety</i> dengan <i>Patient Experiential Satisfaction</i>	46
227 Kaitan antara Pemoderasi <i>Social Media Engagement</i> pada hubungan antara <i>Patient Experiential Satisfaction</i> terhadap <i>Patient Loyalty</i>	47
228 Kaitan antara <i>Patient Experiential Satisfaction</i> terhadap <i>Patient Loyalty</i> .	48
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian	48
BAB III	50
METODOLOGI PENELITIAN.....	50
3.1. Objek Penelitian	50
3.2. Unit Analisis.....	51
3.3. Tipe Penelitian	52
3.4. Pengukuran Variabel Penelitian.....	53
3.4.1 Skala Pengukuran Variabel	54
3.4.2 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	54
3.5. Populasi dan Sampel	57
3.5.1. Besar Sampel.....	58
3.5.2. Metode Pengambilan Sampel.....	60
3.6. Metode Pengumpulan Data	61
3.6.1 Data Primer	61
3.6.2 Data Sekunder	61
3.7. Metode Analisis Data.....	61
3.7.1 Analisis Model pada PLS-SEM	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Profil Demografi Responden.....	68
4.2 Profil Perilaku Responden.....	70

4.3 Analisis Deskriptif	75
4.3.1 Variabel <i>Maternity Care by Doctor</i>	77
4.3.2 Variabel <i>Maternity Care by Nurse</i>	78
4.3.3 Variabel <i>Hospital Ambience</i>	80
4.3.4 Variabel <i>Hospital Reputation</i>	81
4.3.5 Variabel <i>Waiting Time</i>	83
4.3.6 Variabel <i>Patient Safety</i>	84
4.3.8 Variabel <i>Social Media Engagement</i>	87
4.3.9 Variabel <i>Patient Loyalty</i>	88
4.4 Analisis Inferensial	90
4.4.1 Hasil <i>Outer Model</i>	91
4.4.2 Hasil <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	99
4.5 Diskusi	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	140
5.1 Kesimpulan Penelitian	140
5.2 Implikasi Manajerial	142
5.3 Keterbatasan dan Saran bagi Penelitian Selanjutnya	146
DAFTAR PUSTAKA	149
LAMPIRAN 1	159
LAMPIRAN 2	164
LAMPIRAN 3	165
LAMPIRAN 4	166
LAMPIRAN 5	167
LAMPIRAN 7	168
LAMPIRAN 6	169
LAMPIRAN 8	170
LAMPIRAN 9. Hasil Turnitin	171

DAFTAR TABEL

1.1 Tingkat Kepuasan Pasien RSIA XYX Tahun 2020.....	77
1.2. Tingkat Kepatuhan Kunjungan <i>Antenatal Care</i> RSIA XYX Tahun 2020 ...	11
1.3. Tingkat <i>Bed Occupation Ratio</i> RSIA XYX Tahun 2020	12
3.1. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	55
4.1. Profil Demografi Responden.....	69
4.2. Kategori Jawaban Responden	76
4.3. Deskripsi Variabel <i>Maternity Care by Doctor</i>	77
4.4. Deskripsi Variabel <i>Maternity Care by Nurse</i>	79
4.5. Deskripsi Variabel <i>Hospital Ambience</i>	80
4.6. Deskripsi Variabel <i>Hospital Reputation</i>	80
4.7. Deskripsi Variabel <i>Waiting Time</i>	81
4.8. Deskripsi Variabel <i>Patient Safety</i>	83
4.9. Deskripsi Variabel <i>Patient Experiential Satisfaction</i>	84
4.10. Deskripsi Variabel <i>Social Media Engagement</i>	87
4.11. Deskripsi Variabel <i>Patient Loyalty</i>	89
4.12. Nilai <i>Outer Loading</i>	94
4.13. Nilai <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	95
4.14. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	97
4.15. Nilai <i>Heterotrait/Monotrait Ratio (HT-MT)</i>	98
4.16. Nilai <i>Inner VIF Value</i>	103
4.17. Nilai <i>R-Squared</i>	104
4.18. Nilai <i>f-Squared</i>	106

4.19. Nilai <i>Q-Squared</i> dan <i>Q-Squared Predict</i>	110
4.20. Nilai <i>Q-Squared Predict</i> Indikator	111
4.21. Hasil Uji Hipotesis	113
4.22. Nilai <i>Specific Indirect Effect</i>	126
4.23. Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> Konstruk	128
4.24. Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> Indikator	131



DAFTAR GRAFIK

4.1. Frekuensi Kunjungan ke RSIA XYZ dalam 1 tahun terakhir	77
4.2. Jenis Pelayanan yang pernah diterima di RSIA XYZ.....	78
4.3. Metode Pembayaran pada RSIA XYZ.....	73
4.4. Kehamilan saat mendapat Layanan di RSIA XYZ	74
4.5. Sumber Informasi Pertama tentang RSIA XYZ.....	75
4.6. <i>Simple Store Analysis</i>	123
4.7. Hasil IPMA Konstruk	129
4.8. Hasil IPMA Indikator.....	133

DAFTAR GAMBAR

2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	49
4.1. Hasil <i>Outer Model</i>	92
4.2. Hasil <i>Inner Model</i>	101
4.3. Hasil Uji <i>Q-Squared</i>	109
4.4. Model Hasil.....	134

