

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>19</b>
2.1 Konsep Konstruk.....	19
2.1.1 Kualitas Pelayanan ( <i>Service Quality</i> ) .....	19
2.1.1.1 Reliabilitas ( <i>reliability</i> ) dalam SERVQUAL.....	20
2.1.1.2 Keyakinan ( <i>assurance</i> ) dalam SERVQUAL.....	20
2.1.1.3 Empati ( <i>empathy</i> ) dalam SERVQUAL.....	21
2.1.1.4 Respons ( <i>responsiveness</i> ) dalam SERVQUAL.....	22
2.1.1.5 Fasilitas rumah sakit ( <i>tangibles</i> ) dalam SERVQUAL... ..	22
2.1.2 Kepercayaan pasien ( <i>patient trust</i> ) .....	23
2.1.3 Komunikasi Pasien dan Rumah Sakit ( <i>Patient-Hospital Communication</i> ).....	23
2.1.4 Nama Baik Rumah Sakit ( <i>Hospital Image</i> ) .....	24
2.1.5 Marketing Media Sosial ( <i>Social Media Marketing</i> ) .....	25
2.1.6 Kepuasan Pasien ( <i>Patient Satisfaction</i> ) .....	26
2.1.7 Loyalitas Pasien ( <i>Patient Loyalty</i> ) .....	26
2.2 Pengajuan Hipotesis.....	27
2.2.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Patient Satisfaction</i> .....	27

2.2.2	Pengaruh <i>Patient Trust</i> terhadap <i>Patient Satisfaction</i> .....	28
2.2.3	Pengaruh <i>Patient Hospital Communication</i> terhadap <i>Patient Satisfaction</i> .....	29
2.2.4	Pengaruh <i>Hospital Image</i> terhadap <i>Patient Satisfaction</i> .....	30
2.2.5	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Patient Satisfaction</i> .....	30
2.2.6	Pengaruh <i>Patient Satisfaction</i> terhadap <i>Patient Loyalty</i> .....	31
2.3	Rerangka Konseptual.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>35</b>
3.1	Pendekatan Penelitian.....	35
3.2	Objek Penelitian.....	35
3.3	Unit Analisis.....	36
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	36
3.5	Populasi dan Sampel.....	43
3.5.1	Penentuan Jumlah Sampel.....	43
3.5.2	Metode Penarikan Sampel.....	44
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.7	Metode Analisis Data.....	44
3.7.1	Analisis Multivariat.....	44
3.7.2	Analisis Model dalam PLS-SEM.....	45
3.7.2.1	<i>Outer Model</i> .....	45
3.7.2.2	<i>Inner Model</i> .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>47</b>
4.1	Profil Demografi Responden.....	47
4.2	Analisis Perilaku Responden.....	50
4.3	Analisis Deskriptif Responden.....	51
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	51
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Patient Trust</i> .....	57
4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>Patient-Hospital Communication</i> ..	58
4.3.4	Analisis Deskriptif Variabel <i>Hospital Image</i> .....	60
4.3.5	Analisis Deskriptif Variabel <i>Social Media Marketing</i> .....	61
4.3.6	Analisis Deskriptif Variabel <i>Patient Satisfaction</i> .....	63
4.3.6	Analisis Deskriptif Variabel <i>Patient Loyalty</i> .....	64
4.4	Analisis Inferensial.....	66
4.4.1	<i>Outer Model</i> .....	66
4.4.2	<i>Outer Loading</i> .....	68
4.4.3	<i>Construct Reliability and Validity</i> .....	72
4.4.4	<i>Convergent Validity</i> .....	73

4.4.5	<i>Discriminant Validity</i> .....	73
4.4.6	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	74
4.4.7	<i>Inner VIF</i> .....	76
4.4.8	<i>Coefficient of Determinant (R-Square)</i> .....	76
4.4.9	<i>Effect Size (f<sup>2</sup>)</i> .....	77
4.4.10	Nilai <i>Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)</i> .....	78
4.4.11	<i>PLS Predict</i> .....	79
4.4.12	Uji Hipotesis.....	80
	4.4.12.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Patient Satisfaction</i> .....	80
	4.4.12.2 Pengaruh <i>Patient Trust</i> terhadap <i>Patient Satisfaction</i> ....	81
	4.4.12.3 Pengaruh <i>Patient- Hospital Communication</i> terhadap <i>Patient Satisfaction</i> .....	82
	4.4.12.4 Pengaruh <i>Hospital Image</i> terhadap <i>Patient Satisfaction</i> ..	83
	4.4.12.5 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Patient Satisfaction</i> .....	84
	4.4.12.6 Pengaruh <i>Patient Satisfaction</i> terhadap <i>Patient Loyalty</i> ..	85
4.4.13	<i>Specific Indirect</i> .....	86
4.4.14	<i>Importance Performance Map (IPMA)</i> .....	87
4.5	Pembahasan.....	88
 <b>BAB V KESIMPULAN</b>		
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Implikasi Teoritis.....	91
5.3	Implikasi Manajerial.....	92
5.4	Keterbatasan dan Saran.....	94
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>96</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Presentase Rumah Sakit yang Dikunjungi Responden.....	48
Gambar 4.2 Presentase Dokter Spesialis Penanggungjawab Selama Perawatan...	49
Gambar 4.3 Presentase Penghasilan Responden Per Bulan.....	51
Gambar 4.4 Hasil <i>Outer Model Penelitian</i> .....	67
Gambar 4.5 Hasil <i>Inner Model Penelitian</i> .....	75
Gambar 4.6 <i>Importance – Performance Map</i> .....	87
Gambar 4.7 <i>New Empirical Model</i> .....	90



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peningkatan Jumlah Rumah Sakit di Indonesia dalam periode 2010 – 2022.....	1
Tabel 1.2 Peningkatan Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia tahun 2022.....	4
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	37
Tabel 4.1 Profil Responden Sebagai Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Swasta.....	47
Tabel 4.2 Profil Demografi Responden.....	50
Tabel 4.3 Kategori Jawaban Skala Likert.....	51
Tabel 4.4 Analisa Deskriptif Variabel <i>Reliability</i> dalam <i>Service Quality</i> .....	52
Tabel 4.5 Analisa Deskriptif Variabel <i>Assurance</i> dalam <i>Service Quality</i> .....	53
Tabel 4.6 Analisa Deskriptif Variabel <i>Tangible</i> dalam <i>Service Quality</i> .....	54
Tabel 4.7 Analisa Deskriptif Variabel <i>Responsiveness</i> dalam <i>Service Quality</i> ..	55
Tabel 4.8 Analisa Deskriptif Variabel <i>Empathy</i> dalam <i>Service Quality</i> .....	56
Tabel 4.9 Analisa Deskriptif Variabel <i>Patient Trust</i> .....	57
Tabel 4.10 Analisa Deskriptif Variabel <i>Patient – Hospital Communciation</i> .....	59
Tabel 4.11 Analisa Deskriptif Variabel <i>Hospital Image</i> .....	60
Tabel 4.12 Analisa Deskriptif Variabel <i>Entertainment</i> dalam <i>Social Media Marketing</i> .....	62
Tabel 4.13 Analisa Deskriptif Variabel <i>Entertainment</i> dalam <i>Patient Satisfaction</i> .....	64
Tabel 4.14 Analisa Deskriptif Variabel <i>Entertainment</i> dalam <i>Patient Loyalty</i> ...	65
Tabel 4.15 Nilai <i>Outer Loading</i> .....	71
Tabel 4.16 Nilai <i>Construct Reliability</i> .....	72
Tabel 4.17 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	73
Tabel 4.18 Rasio <i>Heterotrait / Monotrait</i> .....	74
Tabel 4.19 <i>Inner Variance Inflation Factor (VIF)</i> .....	76

Tabel 4.20 <i>Coefficient of Determinant</i> (R square) .....	76
Tabel 4.21 Nilai <i>Effect Size</i> ( <i>f squared</i> ) .....	77
Tabel 4.22 <i>Predictive Relevant</i> $Q^2$ .....	79
Tabel 4.23 Nilai Q predict indicator.....	79
Tabel 4.24 Uji Hipotesis.....	80
Tabel 4.25 <i>Speficic Indirect</i> .....	86



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran A. Kuesioner.....</b>	<b>A-1</b>
<b>Lampiran B. Pengolahan Data Smart PLS.....</b>	<b>B-1</b>

