

# DAFTAR ISI

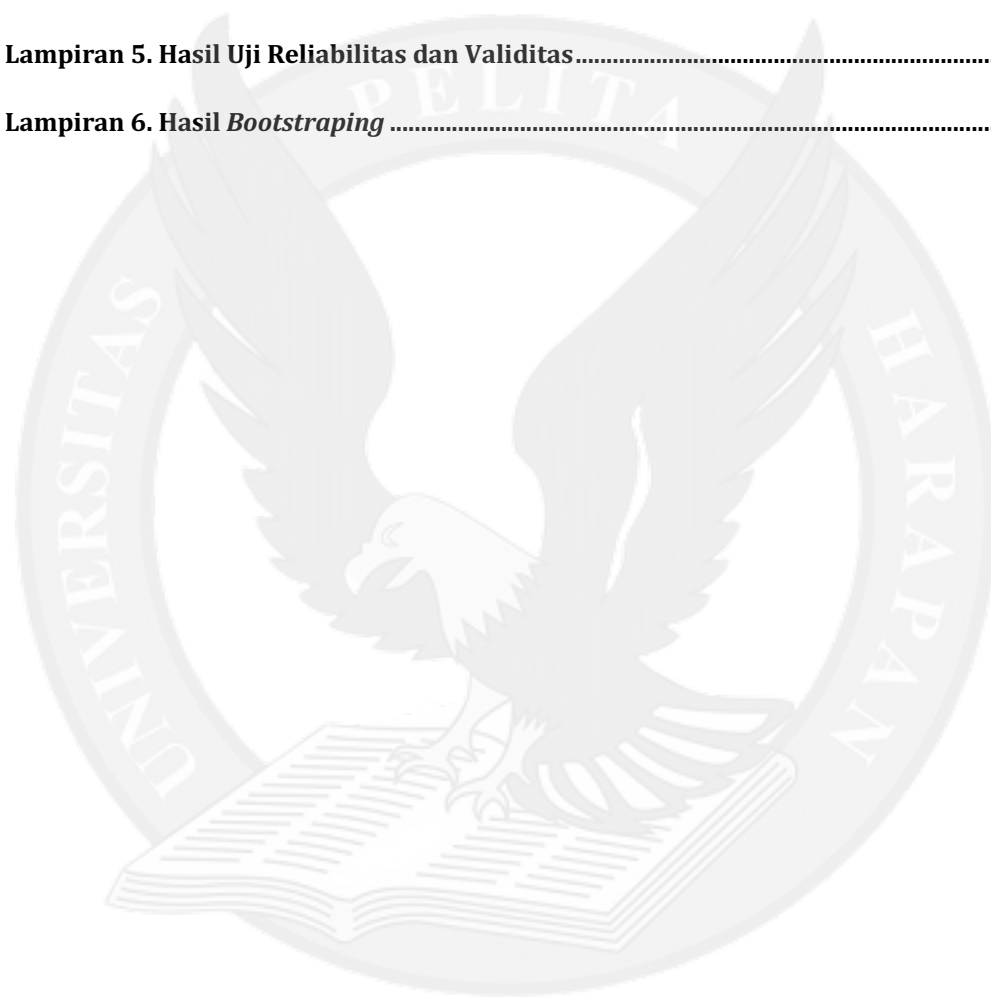
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 <i>Latar Belakang</i> .....	1
1.2 <i>Rumusan Masalah</i> .....	8
1.3 <i>Tujuan Penelitian</i> .....	8
1.4 <i>Manfaat Penelitian</i> .....	9
1.4.1 <i>Manfaat Praktis</i> .....	9
1.4.2 <i>Manfaat Teoritis</i> .....	9
1.5 <i>Sistematika Penelitian</i> .....	10
<b>BAB II .....</b>	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 <i>Kualitas Pelayanan (Service Quality)</i> .....	12
2.2 <i>Kepercayaan Konsumen</i> .....	15

2.3 Nilai Konsumen.....	18
2.3.1 Manfaat Nilai Konsumen .....	23
2.3.2 Tingkat Nilai Konsumen .....	24
2.4 Loyalitas Konsumen.....	26
2.4.1 Proses Penciptaan Loyalitas .....	27
2.4.2 Tahap Pembentukan Loyalitas.....	29
2.4.3 Indikator Loyalitas Konsumen.....	30
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	32
2.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	32
2.5.1.1 Pengaruh kualitas interaksi terhadap kepercayaan konsumen .....	35
2.5.1.2 Pengaruh Kualitas Lingkungan Terhadap Kepercayaan Konsumen .....	37
2.5.1.3 Pengaruh Kualitas Hasil Terhadap Kepercayaan Konsumen .....	39
2.5.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Nilai Konsumen .....	40
2.5.3 Pengaruh Nilai Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	45
2.6 Model Penelitian.....	49
<b>BAB III.....</b>	<b>52</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
3.1 Objek Penelitian.....	52
3.2 Unit Analisis.....	52
3.3 Tipe Penelitian .....	53
3.4 Operasional Variabel Penelitian .....	54
3.4.1 Definisi Variabel.....	54
3.4.2 Operasional Variabel Penelitian.....	55
3.4.3 Skala Pengukuran.....	58
3.5 Populasi dan Sampel .....	59
3.5.1 Populasi .....	59

3.5.2 Sampel .....	59
3.6 Metode Pengambilan Data .....	61
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	61
3.7.1 Data Primer .....	62
3.7.2 Data Sekunder .....	63
3.8 Metode Analisis Data.....	63
3.8.1 Analisis Model pada PLS-SEM .....	64
3.8.1.1 Outer Model.....	65
3.8.1.2 Inner Model .....	66
<b>BAB IV .....</b>	<b>69</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	69
4.1.1 Profil Responden .....	69
4.1.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.1.1.2 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	70
4.1.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	72
4.1.1.4 Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Per Bulan....	73
4.1.1.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	74
4.1.1.6 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Jumlah Kunjungan Per Tahun.....	75
4.1.1.7 Profil Responden Berdasarkan Fasilitas Medis yang Dikunjungi .....	77
4.1.1.8 Profil Responden Berdasarkan Jaminan .....	78
4.1.2 Analisa Statistik Deskriptif Konstruk Penelitian .....	79
4.1.2.1 Kualitas Interaksi .....	80
4.1.2.2 Kualitas Lingkungan .....	82
4.1.2.3 Kualitas Hasil .....	84
4.1.2.4 Kepercayaan Konsumen .....	86

4.1.2.5 Nilai Konsumen.....	88
4.1.2.6 Loyalitas Konsumen.....	90
4.1.3 Analisa Data Inferensial.....	92
4.1.3.1 Outer Model.....	93
4.1.3.1.2 Uji Reliabilitas ( <i>Indicator Reliability</i> ).....	94
4.1.3.1.3 Uji Reliabilitas ( <i>Construct Reliability</i> ).....	96
4.1.3.1.4 Uji Validitas ( <i>Convergent Validity</i> ).....	97
4.1.3.1.5 Uji Validitas ( <i>Discriminant Validity</i> ).....	98
4.1.3.1.6 Inner Model.....	100
4.1.3.1.7 Multikolinearitas.....	101
4.1.3.1.7 Koefisien Determinasi ( <i>R-Squared</i> ).....	103
4.1.3.1.7 Nilai Effect Size ( <i>f-Squared</i> ).....	104
4.1.3.1.8 Nilai <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ dan $Q^2_{predict}$ ).....	106
4.1.3.1.9 Hasil Uji Hipotesis.....	107
4.1.3.1.9.1 Pengaruh Kualitas Interaksi terhadap Kepercayaan Konsumen .....	108
4.1.3.1.9.2 Pengaruh Kualitas Lingkungan terhadap Kepercayaan Konsumen .....	109
4.1.3.1.9.3 Pengaruh Kualitas Hasil terhadap Kepercayaan Konsumen.....	111
4.1.3.1.9.4 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Nilai Konsumen..	112
4.1.3.1.9.5 Pengaruh Nilai Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	114
4.1.3.1.10 Uji <i>Specific Indirect Effect</i> .....	115
4.1.3.1.10 Analisis Importance Performance Map Analysis (IPMA).....	117
4.2 Diskusi.....	123
<b>BAB V.....</b>	<b>127</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>127</b>
5.1 Kesimpulan.....	127
5.2 Implikasi Manajerial.....	129

5.3 Keterbatasan dan Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	132
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>138</b>
<b>Lampiran 1. Kuesioner .....</b>	<b>154</b>
<b>Lampiran 2. Laporan Data PLS-SEM .....</b>	<b>155</b>
<b>Lampiran 3. Gambar <i>Outer Model</i> PLS-SEM .....</b>	<b>156</b>
<b>Lampiran 4. Gambar <i>Inner Model</i> PLS-SEM .....</b>	<b>157</b>
<b>Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas .....</b>	<b>158</b>
<b>Lampiran 6. Hasil <i>Bootstrapping</i> .....</b>	<b>159</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi operasional variabel.....	56
Tabel 4.1 Kategori Berdasarkan dari Nilai Rata-Rata .....	80
Tabel 4.2 Analisa Statistik Deskriptif Kualitas Interaksi .....	81
Tabel 4.3 Analisa Statistik Deskriptif Kualitas Lingkungan.....	82
Tabel 4.4. Analisa Statistik Deskriptif Kualitas Hasil.....	84
Tabel 4.5 Analisa Statistik Deskriptif Kepercayaan Konsumen.....	86
Tabel 4.6 Analisa Statistik Deskriptif Nilai Konsumen .....	88
Tabel 4.7 Analisa Statistik Deskriptif Loyalitas Konsumen .....	90
Tabel 4.8 Nilai Outer Loading .....	94
Tabel 4.9 Nilai Construct Reliability .....	96
Tabel 4.10 Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	97
Tabel 4.11 Kriteria Fornell-Lacker .....	98
Tabel 4.12 Inner Variance Inflation Factor (VIF) .....	102
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi (R-Squared).....	103
Tabel 4.14 Nilai Effect Size (f-Squared).....	104
Tabel 4.15 Nilai <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ dan $Q^2_{predict}$ ) .....	106
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis .....	107
Tabel 4.17 Hasil Uji Specific Indirect Effect.....	116
Tabel 4.18 Hasil Importance Performance Map Analysis (IPMA) - <i>Construct</i> .....	117
Tabel 4.19 Hasil Importance Performance Map Analysis (IPMA) - <i>Indicator</i> .....	120

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	50
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	70
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	72
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Per Bulan.....	73
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	74
Gambar 4.6 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke RS Siloam Lippo Village Per Tahun .....	75
Gambar 4.7. Profil Responden Berdasarkan Fasilitas yang Dikunjungi.....	77
Gambar 4.8 Profil Responden Berdasarkan Jaminan.....	78
Gambar 4.9 Outer Model.....	93
Gambar 4.10 Inner Model.....	101
Gambar 4.11 IPMA Map – <i>Construct</i> .....	118
Gambar 4.11 IPMA Map – <i>Indicator</i> .....	121
Gambar 4.12 Model Penelitian.....	125