

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	16
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
1.5 Sistematika Penelitian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Dasar Teori.....	20
2.1.1 Variabel <i>Perceived Value</i>	20
2.1.2 Variabel <i>Commitment</i>	22
2.1.3 Variabel <i>Trust</i>	25
2.1.4 Variabel <i>Satisfaction</i>	28
2.1.5 Variabel <i>Loyalty</i>	31
2.2 Pengembangan Hipotesis	34
2.2.1 Hubungan <i>Perceived Value</i> dan <i>Trust</i>	34

2.2.2 Hubungan <i>Perceived Value</i> dan <i>Satisfaction</i>	35
2.2.3 Hubungan <i>Trust</i> dan <i>Commitment</i>	37
2.2.4 Hubungan <i>Satisfaction</i> dan <i>Commitment</i>	38
2.2.5 Hubungan <i>Satisfaction</i> dan <i>Trust</i>	39
2.2.6 Hubungan <i>Commitment</i> dan <i>Loyalty</i>	41
2.2.7 Hubungan <i>Satisfaction</i> dan <i>Loyalty</i>	42
2.2.8 Hubungan <i>Perceived Value</i> dan <i>Loyalty</i>	44
2.2.9 Hubungan <i>Trust</i> dan <i>Loyalty</i>	45
2.3 Model Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Objek Penelitian	48
3.2 Unit Analisis	48
3.3 Tipe Penelitian	49
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	49
3.4.1 Pengukuran Variabel	50
3.4.2 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel	51
3.5 Populasi dan Sampel	54
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	54
3.5.2 Metode Pengambilan Sampel	55
3.6 Metode Pengumpulan Data	56
3.6.1 Data Primer.....	56
3.6.2 Data Sekunder	56
3.7 Metode Analisis Data.....	57
3.7.1 Analisis Model pada PLS-SEM.....	57
3.7.1.1 Outer Model.....	58
3.7.1.2 Inner Model	59
3.7.2 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Profil Demografi Responden	67

4.2 Analisis Deskriptif Responden	73
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif <i>Perceived Value</i>	74
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif <i>Trust</i>	76
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif <i>Commitment</i>	77
4.2.4 Analisis Statistik Deskriptif <i>Satisfaction</i>	78
4.2.5 Analisis Statistik Deskriptif <i>Loyalty</i>	79
4.3 Analisis Inferensial	80
4.3.1 <i>Outer Model</i>	81
4.3.1.1 <i>Indicator Reliability</i>	82
4.3.1.2 <i>Construct Reliability</i>	84
4.3.1.3 <i>Construct Validity</i>	86
4.3.1.4 <i>Discriminant Validity</i>	87
4.3.2 <i>Inner Model</i>	88
4.3.2.1 Multikolinearitas	89
4.3.2.2 Koefisien Determinan (<i>R-Square</i>)	90
4.3.2.3 <i>Effect Size (f-Square)</i>	91
4.3.2.4 Nilai <i>Predictive Relevance: The Stone-Geisser's Value</i> (<i>Q²</i>)	92
4.3.2.5 Hasil Uji Hipotesis	94
4.3.2.6 Hasil Uji Hipotesis <i>Specific Indirect Effect</i>	98
4.4 Pembahasan	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan Penelitian	106
5.2 Implikasi Teoritikal	108
5.3 Implikasi Manajerial	108
5.4 Keterbatasan dan Saran bagi Penelitian Berikutnya	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	A-1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kasus Baru dan Kasus Meninggal akibat COVID-19 per minggu.....	2
Gambar 1.2 Peningkatan Jumlah Rumah Sakit dan Jumlah Akreditasi Rumah Sakit Tahun 2015-2021	5
Gambar 2.1 Model Konseptual	47
Gambar 4.1 Jenis Kelamin	68
Gambar 4.2 Usia.....	69
Gambar 4.3 Tingkat Pendidikan Terakhir.....	70
Gambar 4.4 Pekerjaan	70
Gambar 4.5 Cara Pembayaran.....	71
Gambar 4.6 Jumlah Kunjungan dalam 1 Tahun.....	72
Gambar 4.7 Domisili.....	72
Gambar 4.8 Hasil <i>Outer Model</i> Penelitian.....	81
Gambar 4.9 Hasil Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	89
Gambar 4.10 Hasil Q kuadrat.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Ranking Web of World Hospitals</i>	7
Tabel 1.2 <i>Patient Satisfaction Index (PSI) dan Net Promoter Score (NPS)</i> Januari 2021 - Agustus 2022	9
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasionalisasi	52
Tabel 3.2 <i>Cronbach's Alpha Quality Value I</i>	60
Tabel 3.3 <i>r</i> hasil <i>Quality Value I</i>	61
Tabel 3.4 <i>Cronbach's Alpha Quality Value II</i>	61
Tabel 3.5 <i>r</i> hasil <i>Quality Value II</i>	61
Tabel 3.6 <i>Cronbach's Alpha Emotional Value</i>	62
Tabel 3.7 <i>r</i> hasil <i>Emotional Value</i>	62
Tabel 3.8 <i>Cronbach's Alpha Price Value</i>	62
Tabel 3.9 <i>r</i> hasil <i>Price Value</i>	63
Tabel 3.10 <i>Cronbach's Alpha Social Value</i>	63
Tabel 3.11 <i>r</i> hasil <i>Social Value</i>	63
Tabel 3.12 <i>Cronbach's Alpha Trust</i>	63
Tabel 3.13 <i>r</i> hasil <i>Trust</i>	64
Tabel 3.14 <i>Cronbach's Alpha Commitment</i>	64
Tabel 3.15 <i>r</i> hasil <i>Commitment</i>	64
Tabel 3.16 <i>Cronbach's Alpha Satisfaction</i>	65
Tabel 3.17 <i>r</i> hasil <i>Satisfaction</i>	65
Tabel 3.18 <i>Cronbach's Alpha Loyalty</i>	65
Tabel 3.19 <i>r</i> hasil <i>Loyalty</i>	66
Tabel 4.1 Profil Demografi Responden	67
Tabel 4.2 Kategori Jawaban	74
Tabel 4.3 Analisis Statistik Deskriptif <i>Perceived Value</i>	74
Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif <i>Trust</i>	76
Tabel 4.5 Analisis Statistik Deskriptif <i>Commitment</i>	77
Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif <i>Satisfaction</i>	78
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif <i>Loyalty</i>	79

Tabel 4.8 <i>Outer Loading</i> I.....	82
Tabel 4.9 <i>Outer Loading</i> II	83
Tabel 4.10 <i>Construct Reliability</i> I.....	85
Tabel 4.11 <i>Construct Reliability</i> II.....	85
Tabel 4.12 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> I.....	86
Tabel 4.13 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> II.....	86
Tabel 4.14 <i>Discriminant Validity – Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i> I.....	87
.....	87
Tabel 4.15 <i>Discriminant Validity – Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i> II.....	87
.....	87
Tabel 4.16 <i>Inner Variance Inflation Factor (VIF)</i>	90
Tabel 4.17 <i>R-Square</i>	90
Tabel 4.18 <i>f-Square</i>	92
Tabel 4.19 <i>Q-Square</i> dan <i>Q_predict</i>	93
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis	95
Tabel 4.21 <i>Specific Indirect Effect</i>	98

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Kuesioner Penelitian.....	A-1
LAMPIRAN B Hasil Pengolahan Data PLS-SEM	B-1
LAMPIRAN C Surat Izin Pengambilan Data Penelitian	C-1
LAMPIRAN D Hasil Uji Turnitin	D-1

