

## DAFTAR ISI

TESIS.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2    Pertanyaan Penelitian .....	13
1.3    Tujuan Penelitian .....	14
1.4    Manfaat Penelitian .....	16
1.5    Sistematika Penulisan.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	19
2.1    Landasan Teori.....	19
2.1.1 <i>Customer delight</i> .....	19
2.1.2 <i>Revisit Intention</i> .....	20
2.1.3 <i>Willingness to Share and Post on social media</i> .....	20
2.1.4 <i>Staff Responsiveness</i> .....	21
2.1.5 <i>Staff Appearance</i> .....	21
2.1.6 <i>Information Clarity</i> .....	22
2.1.7 <i>Lab Staff Attitude</i> .....	22
2.1.8 <i>Lab Ambience</i> .....	23
2.1.9 <i>Lab Technology</i> .....	24
2.1.10 <i>Phlebotomy Process</i> .....	24

2.1.11	<i>Report Result</i> .....	25
2.1.12	<i>Patient Experience</i> .....	25
2.1.13	<i>Agreeableness</i> .....	28
2.1.14	<i>Openness</i> .....	28
2.2	Hubungan Antar Variabel.....	29
2.2.1	Pengaruh <i>Staff Responsiveness</i> Terhadap <i>Patient Experience</i>	29
2.2.2	Pengaruh <i>Staff Appearance</i> Terhadap <i>Patient Experience</i> .....	30
2.2.3	Pengaruh <i>Information Clarity</i> Terhadap <i>Patient Experience</i> .....	30
2.2.4	Pengaruh <i>Lab Staff Attitude</i> Terhadap <i>Patient Experience</i> .....	31
2.2.5	Pengaruh <i>Lab Ambiance</i> Terhadap <i>Patient Experience</i> .....	31
2.2.6	Pengaruh <i>Lab Technology</i> Terhadap <i>Patient Experience</i> .....	32
2.2.7	Pengaruh <i>Phlebotomy Process</i> Terhadap <i>Patient Experience</i> .....	33
2.2.8	Pengaruh <i>Report Result</i> Terhadap <i>Patient Experience</i> .....	34
2.2.9	Pengaruh <i>Patient Experience</i> Terhadap <i>Customer Delight</i> .....	35
2.2.10	Pengaruh <i>Customer Delight</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> 35	
2.2.11	Pengaruh <i>Customer Delight</i> Terhadap <i>Willingness To Share And Post On social media</i> .....	36
2.2.12	Pengaruh <i>Customer Delight</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> di Moderasi oleh <i>Agreeableness</i> .....	37
2.2.13	Pengaruh <i>Customer Delight</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> di Moderasi oleh <i>Openness</i> .....	37
2.2.14	Pengaruh <i>Customer Delight</i> Terhadap <i>Willingness To Share And Post On social media</i> di Moderasi oleh <i>Agreeableness</i> .....	38
2.2.15	Pengaruh <i>Customer Delight</i> Terhadap <i>Willingness To Share And Post On social media</i> di Moderasi oleh <i>Openness</i>	39
2.3	Kerangka Berpikir.....	40
BAB III METODE PENELITIAN .....		41
3.1	Objek Penelitian.....	41
3.2	Unit Analisis .....	41
3.3	Tipe Penelitian .....	42
3.4	Pengukuran Variabel Penelitian.....	43

3.4.1	Skala Pengukuran Variabel .....	44
3.4.2	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	45
3.5	Populasi dan Sampel .....	51
3.5.1	Besar Sampel .....	51
3.5.2	Metode Pengambilan Sampel .....	53
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	54
3.6.1	Data Primer.....	54
3.6.2	Data Sekunder.....	54
3.7	Metode Analisis Data .....	54
3.7.1	Analisis Model pada PLS – SEM .....	55
3.7.2	Outer Model.....	56
3.7.3	Inner Model .....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>59</b>
4.1	Profil Demografi Responden .....	59
4.2	Profil Perilaku Responden .....	61
4.3	Analisis Deskriptif .....	63
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Independen .....	64
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Dependen.....	68
4.4	Analisis Inferensial.....	69
4.4.1	Hasil <i>Outer Model</i> .....	70
4.4.2	Hasil Inner Model (Model Struktural) .....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>122</b>
5.1	Kesimpulan Penelitian.....	122
5.2	Implikasi Manajerial .....	125
5.3	Keterbatasan dan Saran bagi Penelitian Selanjutnya .....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>129</b>
<b>LAMPIRAN 1 .....</b>		<b>143</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>		<b>153</b>
<b>LAMPIRAN 3.....</b>		<b>154</b>
<b>LAMPIRAN 4.....</b>		<b>155</b>
<b>LAMPIRAN 5.....</b>		<b>156</b>

LAMPIRAN 6.....	157
LAMPIRAN 7.....	158
LAMPIRAN 8.....	159
LAMPIRAN 9.....	160
LAMPIRAN 10.....	162
LAMPIRAN 11.....	164



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Jumlah Laboratorium Klinik di Indonesia.....	4
Tabel 1. 2 Patient satisfaction Laboratorium Diagnos <sup>TM</sup> Tahun 2021 .....	6
Tabel 1. 3 NPS Pasien Laboratorium Diagnos <sup>TM</sup> Tahun 2022.....	8
Tabel 3. 1 Skor Jawaban Responden .....	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	45
Tabel 4. 1 Profil Demografi Responden .....	59
Tabel 4. 2 Profil Perilaku Responden.....	61
Tabel 4. 3 Kategori Jawaban Responden .....	64
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Independen.....	65
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Dependen .....	68
Tabel 4. 6 Nilai Outer Loading.....	72
Tabel 4. 7 Nilai Cronbach Alpha dan Composite Reliability .....	73
Tabel 4. 8 Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	75
Tabel 4. 9 Nilai Heterotrait/Monotrait Ratio.....	76
Tabel 4. 10 Nilai Inner VIF Value.....	79
Tabel 4. 11 Nilai R-Square.....	81
Tabel 4. 12 Nilai f-square.....	83
Tabel 4. 13 Nilai Q-Squared Predict.....	87
Tabel 4. 14 Nilai Q-Squared Predict Indikator.....	87
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis .....	89
Tabel 4. 16 Nilai Specific Indirect Effect .....	106
Tabel 4. 17 Nilai Importance dan Performance Konstruk .....	110
Tabel 4. 18 Nilai Importance dan Performance Indikator .....	111

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Tren Kunjungan Pasien Laboratorium Diagnos™ Tahun 2022 .....	5
Grafik 4. 1 Simple Slope Analysis .....	103
Grafik 4. 2 Hasil IPMA Konstruk.....	109
Grafik 4. 3 Hasil IPMA Indikator.....	112



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	40
Gambar 4. 1 Hasil Outer Model .....	71
Gambar 4. 2 Hasil Inner Model .....	78
Gambar 4. 3 Model Hasil (Empirical Model) .....	114

