

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada ALLAH SWT atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis sebagai tugas akhir. Tesis dengan judul “**Analisis Pengaruh *Firm Generated Content, Electronic Word Of Mouth, Celebrity Endorsement, Harga dan Fasilitas* terhadap Keputusan Pelanggan dalam Memilih Klinik Gigi: Studi Kasus Klinik Gigi *Dentalosophy***” ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen dan Magister Administrasi Rumah Sakit pada Program Pascasarjana Universitas Pelita Harapan.

Dalam penulisan tesis ini, penulis menyadari bahwa besarnya dukungan, bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak sangat berperan penting dalam penyelesaian tesis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan tesis ini, yaitu:

1. Prof. Dr. Dr. dr. Eka Julianta. Wahjoepramono, SpBS., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Kedokteran Universitas Pelita Harapan
2. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Magister Administrasi Rumah Sakit Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Rosdiana Sijabat SE., M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis.
4. Bapak Dr. Tanggor Sihombing, BA., MBA dan Bapak Dr. dr. Ferdi Antonio, M.M., M.M.R.S. selaku Dewan Penguji yang telah memberikan kritik dan saran kepada penulis.

5. Segenap dosen yang telah memberikan pengajaran kepada penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
6. Seluruh staff dan karyawan Universitas Pelita Harapan
7. Orang tua penulis (Bapak Kresna Wasedanto dan Ibu Rika Mariana) yang terus memberikan semangat dan doa untuk menyelesaikan tesis ini.
8. Teman-teman Magister Manajemen UPH Batch 13 dan Magister Administrasi Rumah Sakit Batch 10, yang selalu memberikan dukungan dan bantuan.
9. Seluruh responden dan narasumber yang telah meluangkan waktu untuk memberikan pendapatnya dalam mengisi kuesioner yang penulis kirimkan.
10. Kepada para pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan tesis ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran membangun terhadap tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 10 Juli 2021

Vania Mariska Putri

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
BAB I.....	1
5.1. Latar Belakang Penelitian	1
5.2. Rumusan Masalah.....	18
5.3. Tujuan Penelitian	19
5.4. Kegunaan Penelitian	19
5.5. Sistematika Penulisan	20
BAB II	22
2.1. Konsep Konstruk/Variabel.....	22
2.1.1. Keputusan Pembelian	22
2.1.2. Sosial Media.....	32
2.1.3. Harga	47
2.1.4. Fasilitas	56
2.2. Hipotesis Penelitian	58
2.2.1. Hubungan antara <i>firm generated content</i> dengan keputusan pelanggan dalam memilih klinik gigi	58
2.2.2. Hubungan antara <i>electronic word of mouth</i> dengan keputusan pembelian layanan klinik gigi	59
2.2.3. Hubungan antara <i>celebrity endorsement</i> dengan keputusan pelanggan dalam memilih klinik gigi	61
2.2.4. Hubungan antara harga dengan keputusan pelanggan dalam memilih klinik gigi.....	62
2.2.5. Hubungan antara fasilitas dengan keputusan pelanggan dalam memilih klinik gigi.....	63
2.3. Model Penelitian.....	64
BAB III.....	69
3.1. Obyek Penelitian	69

3.2.	Unit Analisis	69
3.3.	Tipe Penelitian.....	69
3.4.	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	70
3.5.	Populasi dan Sampel	77
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	80
3.7.	Pengujian Instrumen Penelitian	81
3.7.1	Uji Validitas	81
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	83
3.8.	Hasil Uji Instrumen Pendahuluan.....	84
3.8.1	Hasil Uji Validitas	84
3.8.2	Hasil Uji Reliabilitas	86
3.9.	Metode Analisis Data	88
3.9.1	Analisis Statistik Deskriptif	88
3.9.2	Analisis Statistik Inferensial	89
3.10.	Teknik Analisis Data.....	89
3.10.1.	Uji Asumsi Klasik	89
3.10.2.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
3.10.3.	Uji Parsial (Uji t).....	94
3.10.4.	Uji F (Fisher-Test).....	96
3.10.5.	Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	98
BAB IV		100
4.1.	Profil Responden	100
4.1.1.	Jenis Kelamin	100
4.1.2.	Usia.....	101
4.1.3.	Pendidikan Terakhir	102
4.1.4.	Pekerjaan.....	103
4.2.	Analisis Statistik Deskriptif	103
4.2.1.	Firm Generated Content.....	104
4.2.2.	<i>Electronic Word of Mouth</i>	106
4.2.3.	<i>Celebrity Endorsement</i>	108
4.2.4.	Harga.....	109
4.2.5.	Fasilitas	111
4.2.6.	Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>).....	112
5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	114
5.3.1.	Uji Normalitas.....	114
5.3.2.	Uji Multikolinearitas.....	116
5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	117
5.3.4.	Uji Autokorelasi	118
5.4.	Hasil Analisis Penelitian.....	119
4.4.1.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	119
4.4.2.	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	119
4.4.3.	Hasil Uji F (<i>Fisher test</i>).....	123

4.4.4.	Hasil Koefisien Determinasi (Uji <i>R-Square</i>)	124
5.5.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	125
4.5.1.	Hasil pengujian Hipotesis 1	127
4.5.2.	Hasil pengujian Hipotesis 2	131
4.5.3.	Hasil pengujian Hipotesis 3	134
4.5.4.	Hasil pengujian Hipotesis 4	137
4.5.5.	Hasil pengujian Hipotesis 5	141
BAB V	146
5.1.	Kesimpulan.....	146
5.2.	Implikasi Manajerial.....	147
5.3.	Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	151
5.3.1.	Keterbatasan Penelitian.....	151
5.3.2.	Saran penelitian Selanjutnya.....	151
DAFTAR PUSTAKA.....		153
LAMPIRAN.....		166
Lampiran A-1. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Firm Generated Content</i>		166
Lampiran A-2. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> ..		166
Lampiran A-3. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>.....		167
Lampiran A-4. Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....		167
Lampiran A-5. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas		168
Lampiran A-6. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian		168
Lampiran B-1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Firm Generated Content</i> .		168
Lampiran B-2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>		169
Lampiran B-3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>		169
Lampiran B-4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....		169
Lampiran B-5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas.....		169
Lampiran B-6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian		169
Lampiran C-1. Hasil Uji Normalitas.....		170
Lampiran C-2. Hasil Uji Multikolinearitas		170
Lampiran C-3. Hasil Uji Heteroskedastisitas		170
Lampiran C-4. Hasil Uji Autokorelasi.....		171
Lampiran D-1. Uji Parsial (Uji <i>t</i>).....		171
Lampiran D-2. Hasil Uji Koefisien Simultan (Uji <i>F</i>).....		171
Lampiran D-3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....		171
Lampiran E-1 Butir Kuesioner		172

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survei Usia dan Jenis Kelamin Pengguna Sosial Media di Indonesia.....	7
Gambar 1.2 <i>Celebrity Endorsement</i> di Klinik Gigi Dentalosophy	9
Gambar 1.3 Contoh Program Potongan Harga Klinik Gigi Dentalosophy.....	16
Gambar 1.4 Hasil Survei Pasien Baru klinik gigi Dentalosophy Juni 2020 – Februari 2021	17
Gambar 2.1 <i>Firm Generated Content</i> Klinik Gigi Dentalosophy	37
Gambar 2.2 Contoh <i>Electronic Word of Mouth</i> pada Google Review	43
Gambar 2.3 <i>Celebrity Endorsement</i> di Klinik Gigi Dentalosophy	44
Gambar 2.4 Promo Akhir Tahun di Klinik Gigi Dentalosophy	49
Gambar 2.5 Skema Model Penelitian.....	68
Gambar 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	100
Gambar 4.2 Responden Menurut Usia.....	101
Gambar 4.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir	102
Gambar 4.4 Responden Menurut Pekerjaan	103
Gambar 4.5 Uji Normalitas P-P Plot	115
Gambar 4.6 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas.....	117
Gambar 4.7 Model Hasil Penelitian	145

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	71
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Pretest	85
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Pretest.....	87
Tabel 3.4 <i>Range Durbin Watson</i>	93
Tabel 3.5 Tingkat Kepercayaan.....	95
Tabel 4.1 Usia Pasien Dentalosophy.	101
Tabel 4.2 Kategori berdasarkan Nilai Rata-Rata.....	104
Tabel 4.3 Analisis Statistik Deskriptif Firm <i>Generated Content</i>	105
Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif <i>Electronic Word of Mouth</i>	106
Tabel 4.5 Analisis Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorsement</i>	108
Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif Harga	109
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif Fasilitas.....	111
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif <i>Purchase Decision</i>	112
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas dengan Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i>	114
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.	116
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi.....	118
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	120
Tabel 4.13 Hasil Uji Signifikan Simultan.....	124
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	125