

DAFTAR ISI

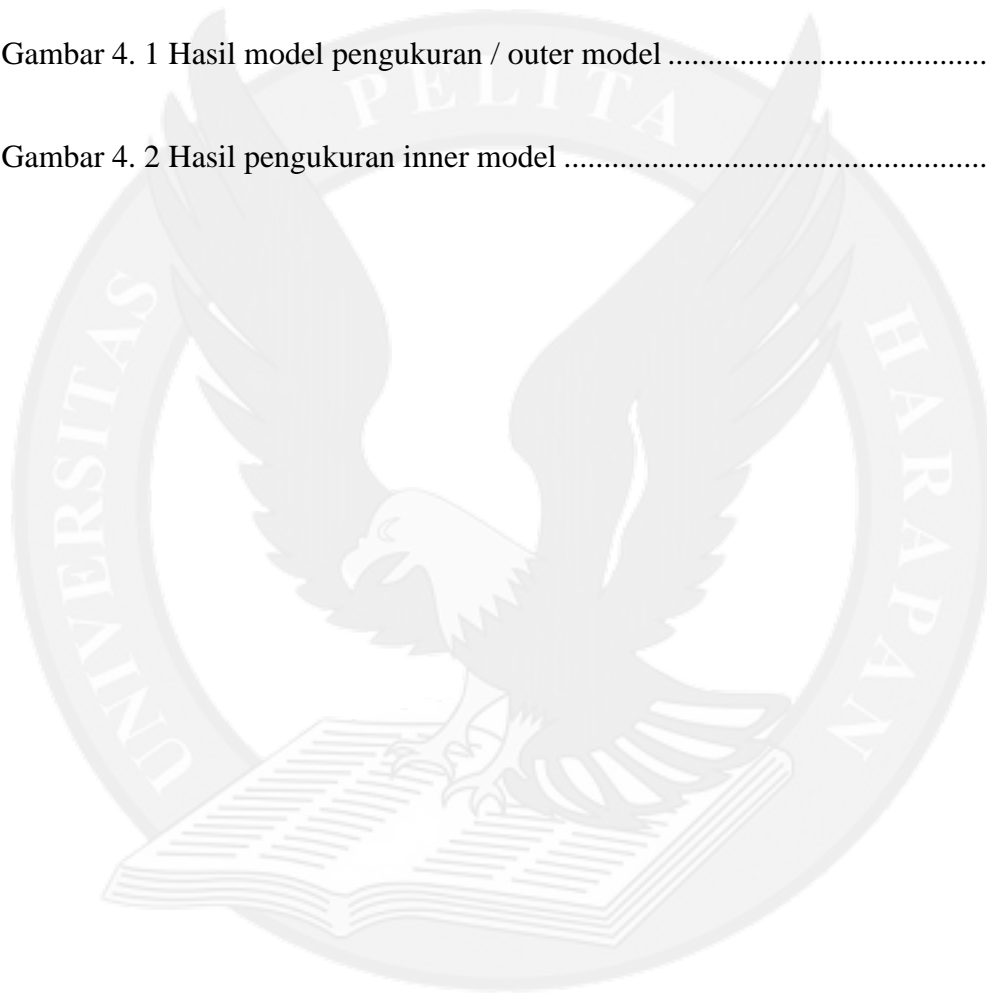
	halaman
HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Definisi dan Konsep <i>Physical Environment</i>	8
2.2 Definisi dan Konsep <i>Interpersonal Care Activity</i>	9
2.3 Definisi dan Konsep <i>Technical Process</i>	10
2.4 Definisi dan Konsep <i>Administrative Process</i>	10
2.5 Definisi dan Konsep <i>Core Services</i>	11
2.6 Definisi dan Konsep <i>Service Communication</i>	11
2.7 Definisi dan Konsep <i>Access Convenience</i>	12
2.8 Definisi dan Konsep <i>Customer Experience</i>	12
2.9 Definisi dan Konsep <i>Customer Based Brand Equity</i>	13
2.10 Penelitian Terdahulu	14
2.11 Pengembangan Hipotesis	16
2.11.1 Hubungan <i>Physical Environment</i> dengan <i>Customer</i>	

<i>Experience</i>	16
2.11.2 Hubungan <i>Interpersonal Care Activity</i> dengan <i>Customer Experience</i>	17
2.11.3 Hubungan <i>Technical Process</i> dengan <i>Customer Experience</i>	17
2.11.4 Hubungan <i>Administrative Process</i> dengan <i>Customer Experience</i>	18
2.11.5 Hubungan <i>Core Services</i> dengan <i>Customer Experience</i> ...	19
2.11.6 Hubungan <i>Service Communication</i> dengan <i>Customer Experience</i>	19
2.11.7 Hubungan <i>Access Convenience</i> dengan <i>Customer Experience</i>	20
2.11.8 Hubungan <i>Customer Experience</i> dengan <i>Customer Based Brand Equity</i>	20
2.12 Model Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Objek Penelitian.....	23
3.2. Unit Analisis	23
3.3. Tipe Penelitian	24
3.4. Operasional Variabel Penelitian	24
3.4.1 <i>Pengukuran Variabel</i>	25
3.4.2 <i>Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel</i>	26
3.5 Populasi dan Sampel	32
3.5.1 <i>Jumlah Sampel</i>	33
3.5.2 <i>Metode Pengumpulan Sampel</i>	33
3.6 Metode Pengumpulan Data	34
3.6.1 <i>Data Primer</i>	34
3.6.2 <i>Data Sekunder</i>	35
3.7 Metode Analisis Data.....	35
3.7.1 <i>Outer Model</i>	36
3.7.2 <i>Inner Model</i>	37
3.7.3 <i>Hasil Uji Instrumen Pendahuluan</i>	38

3.7.4	<i>Pengujian Hipotesis</i>	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Hasil Penelitian	40
4.1.1	<i>Gambaran Umum RS Seto Hasbadi</i>	40
4.1.2	<i>Profil Demografi Responden</i>	41
4.1.3	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	43
4.1.4	<i>Analisis Statistik Inferensial</i>	57
4.2	Hasil Uji Hipotesis.....	68
4.2.1	<i>Hasil Uji Spesifik Indirect Effect</i>	71
4.3	Pembahasan	72
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1	<i>Kesimpulan</i>	82
5.2	Implikasi Manajerial.....	82
5.3	Implikasi Teoritis.....	86
5.4	Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya ..	86
DAFTAR PUSTAKA	88
DAFTAR LAMPIRAN	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah rumah sakit di Kota Bekasi tahun 2012-2020.....	2
Gambar 1.2 Pelayanan Pasien BPJS di RS Seto Hasbadi tahun 2017-2021	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian	22
Gambar 4. 1 Hasil model pengukuran / outer model	58
Gambar 4. 2 Hasil pengukuran inner model	64



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	26
Tabel 4. 1 Demografi Responden RS Seto Hasbadi	41
Tabel 4. 2 Ketegori Jawaban.....	43
Tabel 4. 3 Distribusi Nilai Mean Physical Environment	44
Tabel 4. 4 Distribusi Nilai Mean Interpersonal Care Activity	47
Tabel 4. 5 Distribusi Nilai Mean Technical Process.....	48
Tabel 4. 6 Distribusi Nilai Mean Administrative Process.....	50
Tabel 4. 7 Distribusi Nilai Mean Core Service	52
Tabel 4. 8 Distribusi Nilai Mean Service Communication	53
Tabel 4. 9 Distribusi Nilai Mean Access Convenience.....	54
Tabel 4. 10 Distribusi Nilai Mean Customer Experience	55
Tabel 4. 11 Distribusi Nilai Mean Customer Based Brand Equity	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Diskriminan Kriteria HTMT	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas RS Seto Hasbadi.....	63
Tabel 4. 15 Nilai Variance Inflation Factor (VIF).....	65
Tabel 4. 16 Nilai R-Squared RS Seto Hasbadi	66
Tabel 4. 17 Nilai f-squared (f^2)	67
Tabel 4. 18 Nilai Q-Squared (Q^2)	68
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis.....	68
Tabel 4. 20 Hasil Uji Indirect Effect.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Responden RS Seto Hasbadi.....	98
-------------------------------------------------------	----

