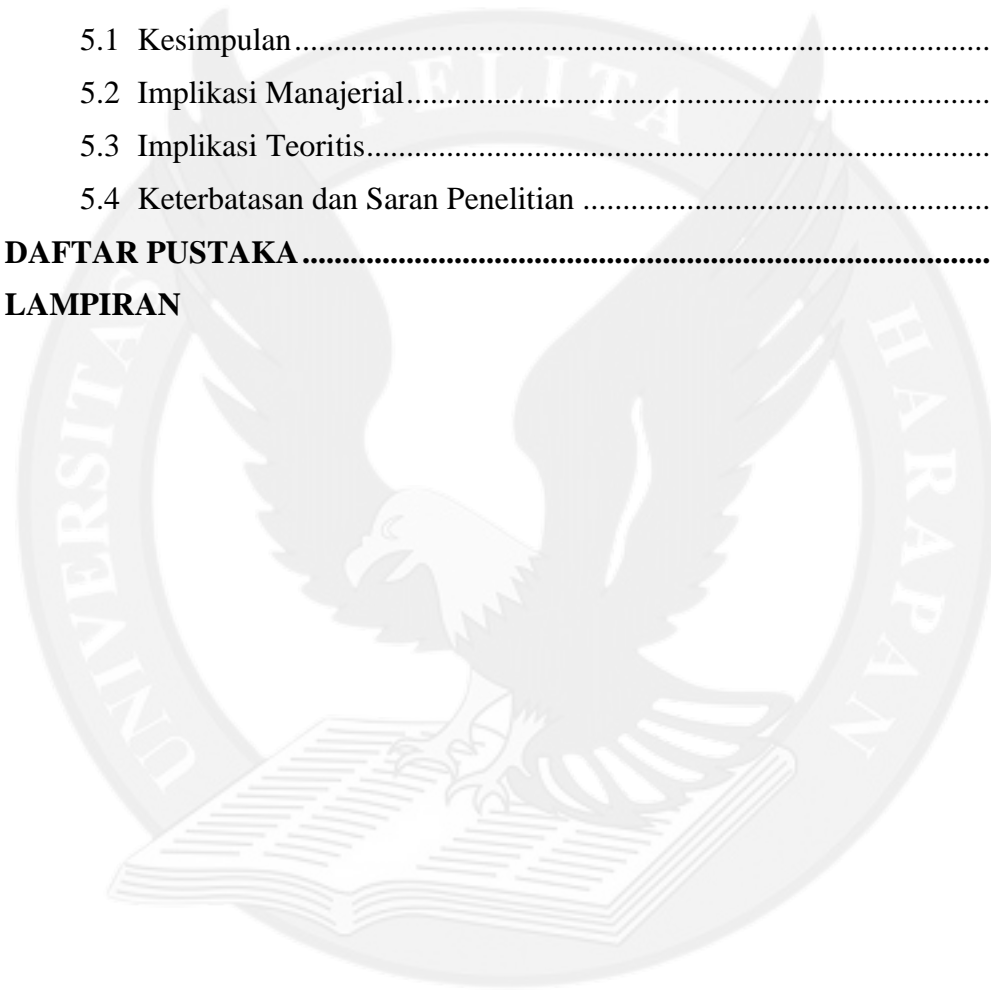


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 <i>Brand Image</i>	15
2.1.1 Teori <i>Brand Image</i>	15
2.1.2 Faktor-faktor <i>Brand Image</i>	16
2.1.3 Indikator <i>Brand Image</i>	16
2.2 <i>Satisfaction</i>	17
2.2.1 Teori <i>Satisfaction</i>	17
2.2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	20
2.2.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	24
2.2.4 Manfaat Kepuasan Pelanggan	25
2.2.5 Partisipasi Pelanggan.....	26

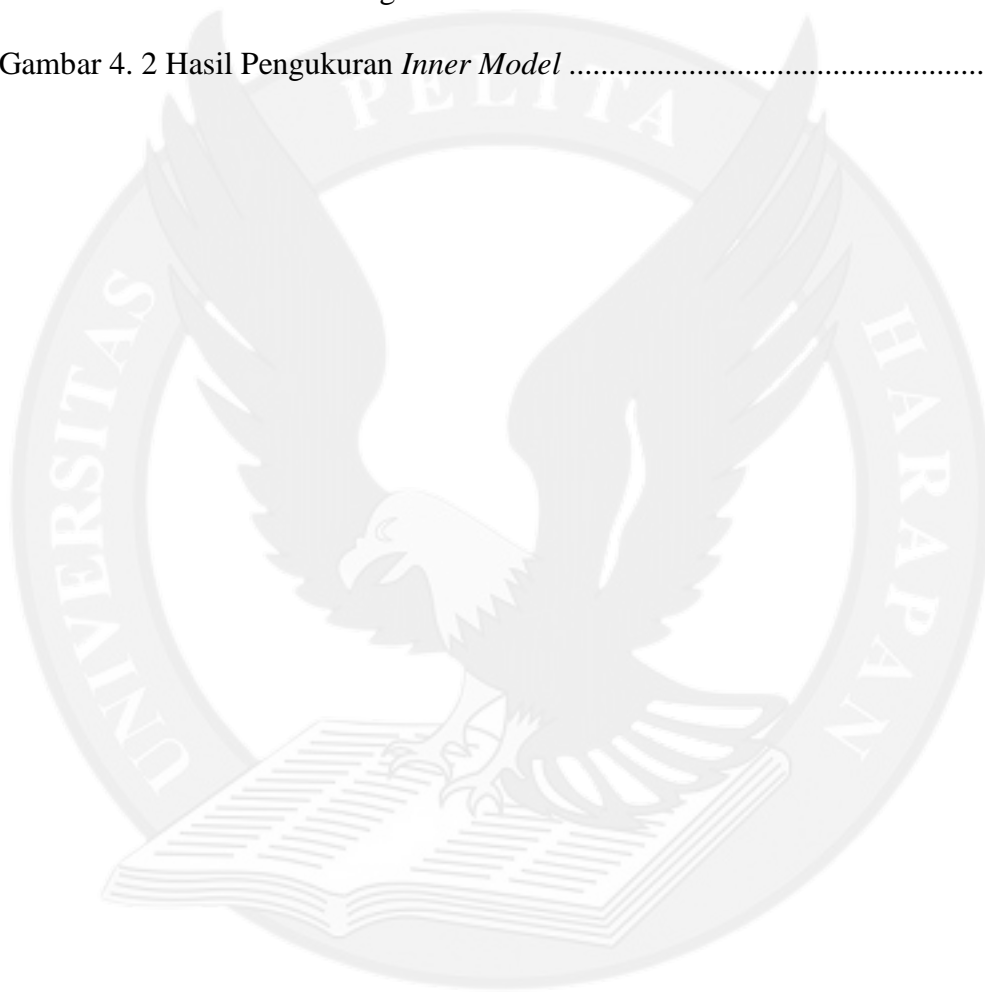
2.3	<i>Perceived Quality</i>	26
2.4	<i>Brand Loyalty</i>	30
2.4.1	Teori <i>Brand Loyalty</i>	30
2.4.2	Pengukuran <i>Brand Loyalty</i>	31
2.5	<i>Brand Equity</i>	32
2.5.1	Teori <i>Brand Equity</i>	32
2.5.2	Elemen-Elemen <i>Brand Equity</i>	33
2.6	Pengembangan Hipotesis	37
2.6.1	<i>Brand Image</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	37
2.6.2	<i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	38
2.6.3	<i>Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	39
2.6.4	<i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Equity</i>	40
2.6.5	<i>Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Equity</i>	41
2.6.6	<i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Brand Equity</i>	41
2.6.7	<i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Brand Equity</i>	42
2.7	Kerangka Konseptual	43
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Objek Penelitian	44
3.2	Unit Analisis	44
3.3	Tipe Penelitian	45
3.4	Variabel Penelitian	46
3.4.1	Pengukuran Variabel	46
3.4.2	Konseptual dan Operasional Variabel	47
3.5	Populasi dan Sampel	49
3.5.1	Penentuan Jumlah Sampel	50
3.5.2	Metode Pengambilan Sampel	50
3.6	Metode Pengumpulan Data	51
3.6.1	Data Primer	51
3.6.2	Data Sekunder	51
3.7	Metode Analisis Data	52
3.7.1	<i>Outer Model</i>	53
3.7.2	<i>Inner Model</i>	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Hasil Penelitian	57

4.1.1	Gambaran Umum Puskesmas Kelapa Gading.....	57
4.1.2	Profil Demografi Responden.....	59
4.1.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	61
4.1.4	Analisis Statistik Inferensial.....	67
4.2	Hasil Uji Hipotesis	76
4.2.1	Hasil Uji Spesifik <i>Indirect Effect</i>	79
4.3	Pembahasan	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Implikasi Manajerial.....	88
5.3	Implikasi Teoritis.....	93
5.4	Keterbatasan dan Saran Penelitian	94
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Trend Kunjungan Pasien di Puskesmas Kecamatan Kelapa Gading Tahun 2017-2022.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	43
Gambar 4. 1 Hasil Model Pengukuran <i>Outer Model</i>	68
Gambar 4. 2 Hasil Pengukuran <i>Inner Model</i>	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Pasien di Puskesmas Kecamatan Kelapa Gading Tahun 2017-2022.....	4
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	47
Tabel 4. 1 Demografi Responden.....	59
Tabel 4. 2 Kategori Jawaban.....	61
Tabel 4. 3 Distribusi Nilai <i>Mean</i> Variabel <i>Perceived of Quality</i>	62
Tabel 4. 4 Distribusi Nilai <i>Mean</i> Variabel <i>Brand Image</i>	64
Tabel 4. 5 Distibusi Nilai <i>Mean</i> Variabel <i>Satisfaction</i>	65
Tabel 4. 6 Distribusi Nilai <i>Mean</i> Variabel <i>Brand Loyalty</i>	66
Tabel 4. 7 Distribusi Nilai <i>Mean</i> Variabel <i>Brand Equity</i>	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	69
Tabel 4. 9 Uji Validitas Diskriminan Metode <i>Fornell-Kacker Criterion</i>	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4. 11 Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF).	73
Tabel 4. 12 Nilai <i>R-Squared</i>	74
Tabel 4. 13 Nilai <i>F-Squared</i> (F^2).....	75
Tabel 4. 14 Nilai <i>Q-Squared</i> (Q^2).....	76
Tabel 4. 1 Hasil Uji Hipotesis.....	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Indirect Effect</i>	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian	A-1
Lampiran B Surat Izin Penelitian	B-1
Lampiran C Setting SmartPLS SEM-PLS Algorithm.....	C-1
Lampiran D Setting SmartPLS SEM-PLS Bootstrapping	D-1
Lampiran E Gambar Outer Model SEM-PLS	E-1
Lampiran F Gambar Inner Model SEM-PLS	F-1
Lampiran G Hasil Uji Bootstrapping (Direct Effect).....	G-1
Lampiran H Hasil Uji Bootstrapping (Indirect Effect)	H-1

