

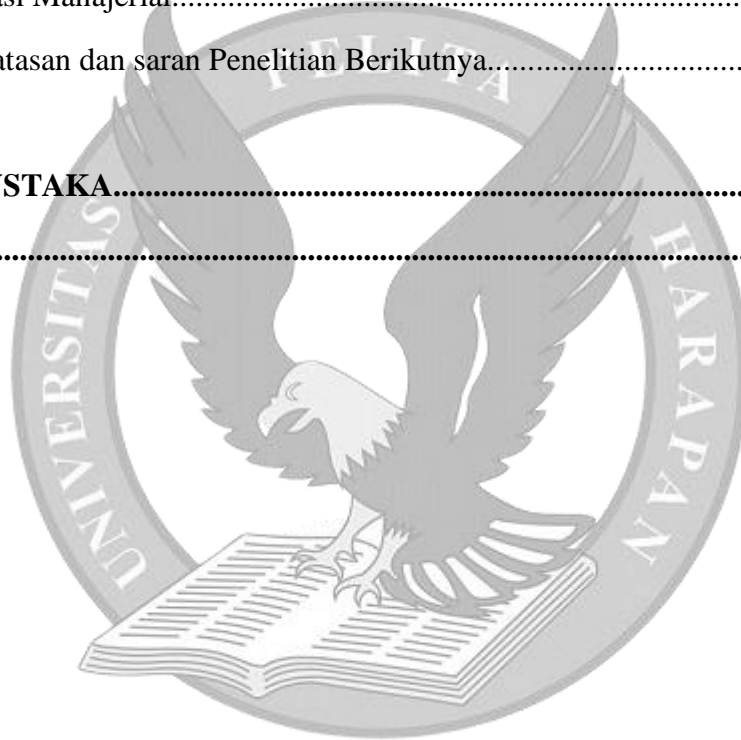
# DAFTAR ISI

	halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penelitian.....	7
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 <i>Service Marketing Mix</i> .....	9
2.2 <i>Service</i> .....	10
2.3 <i>Process</i> .....	11
2.4 <i>Physical Evidence</i> .....	13
2.5 <i>Place</i> .....	14
2.6 <i>Price</i> .....	15

2.7 <i>Promotion</i> .....	16
2.8 <i>People</i> .....	17
2.9 Kepuasan Pasien .....	18
2.10 <i>Word of Mouth</i> .....	20
2.11 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.11.1 Hubungan Service terhadap Kepuasan Pasien.....	22
2.11.2 Pengaruh Process terhadap Kepuasan Pasien.....	23
2.11.3 Pengaruh Physical Evidence terhadap Kepuasan Pasien.....	23
2.11.4 Pengaruh Place terhadap Kepuasan Pasien.....	24
2.11.5 Pengaruh price terhadap Kepuasan Pasien.....	24
2.11.6 Pengaruh Promotion terhadap Kepuasan Pasien.....	25
2.11.7 Pengaruh People terhadap Kepuasan Pasien.....	26
2.11.8 Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Word of Mouth.....	26
2.12 Model Penelitian.....	28
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Obyek Penelitian.....	29
3.2 Unit Analisis.....	30
3.3 Jenis Penelitian.....	31
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	31
3.4.1 Pengukuran Variabel.....	32
3.4.2 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	33
3.5 Populasi dan Sampel.....	38
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	39
3.5.2 Metode Penarikan Sampel.....	39
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.7 Metode Analisis Data.....	40
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	42

3.8.1 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan .....	43
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Profil Demografi Responden.....	54
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	55
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	56
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	58
4.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	59
4.2.1 Statistik Deskriptif variable <i>Service marketing mix</i> .....	60
4.2.1.1 Statistik Deskriptif variable <i>Service</i> .....	60
4.2.1.2 Statistik Deskriptif variable <i>Process</i> .....	61
4.2.1.3 Statistik Deskriptif variable <i>Physical Evidence</i> .....	62
4.2.1.4 Statistik Deskriptif variable <i>Place</i> .....	63
4.2.1.5 Statistik Deskriptif variable <i>Price</i> .....	64
4.2.1.6 Statistik Deskriptif variable <i>Promotion</i> .....	65
4.2.1.7 Statistik Deskriptif variable <i>People</i> .....	66
4.2.1.8 Statistik Deskriptif variable Kepuasan Pasien.....	67
4.2.1.9 Statistik Deskriptif variable <i>Word of Mouth</i> .....	68
4.3 Analisis Statistik Inferensial .....	69
4.3.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	70
4.3.1.1 Uji Validitas Konvergen.....	71
4.3.1.2 Uji Validitas Diskriminan.....	73
4.3.1.3 Uji Realibilitas.....	74
4.3.2 Model Struktural.....	75
4.3.2.1 Multikolinieritas.....	78
4.3.2.2 Koefisien Determinasi ( <i>R-squared</i> ).....	79

4.3.2.3 Nilai <i>Effect Size (F-Squared)</i> .....	80
4.3.2.4 Nilai <i>Predictive Relevance (Q-Squared)</i> .....	81
4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	82
4.5 Analisis <i>Importance Performance (IPMA)</i> .....	86
4.6 Pembahasan.....	88
<b>BAB V. KESIMPULAN</b> .....	<b>94</b>
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Implikasi Manajerial.....	95
5.3 Keterbatasan dan saran Penelitian Berikutnya.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>105</b>



## DAFTAR GAMBAR

	<b>halaman</b>
Gambar 2.1 Service Marketing Mix.....	10
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	28
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	56
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	57
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	58
Gambar 4.6 Hasil Model Pengukuran ( <i>outer model</i> ).....	70
Gambar 4.7 Hasil Model Struktural ( <i>inner model</i> ).....	77
Gambar 4.8 <i>Importance-Performance Map</i> (IPMA) .....	87



## DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1.1 Presentase Peningkatan Angka Kunjungan Pasien Rawat Jalan Tahun 2020-2022 di Klinik Gigi Kania.....	2
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	33
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Konvergen dan Realibilitas Pendahuluan Variabel Service, Process, Physical Evidence, Place, Price, Promotion, People, Kepuasan Pasien, Word of Mouth I.....	43
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Diskriminan Pendahuluan HTMT I.....	44
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Konvergen dan Realibilitas Pendahuluan Variabel Service, Process, Physical Evidence, Place, Price, Promotion, People, Kepuasan Pasien, Word of Mouth II.....	45
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Diskriminan Pendahuluan HTMT II.....	52
Tabel 4.1 Profil Demografi Responden.....	54
Tabel 4.2 Kategori Jawaban.....	59
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service</i> .....	60
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Process</i> .....	61
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Physical Evidence</i> .....	62
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Place</i> .....	63
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price</i> .....	64
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Promotion</i> .....	65
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>People</i> .....	66
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pasien.....	67
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Diskriminan Kriteria HTMT.....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Realibilitas.....	74
Tabel 4.15 Nilai <i>Variance inflation Factor</i> (VIF).....	78
Tabel 4.16 Nilai <i>R-Squared</i> .....	79
Tabel 4.17 Nilai <i>F-Squared</i> .....	80

Tabel 4.18 Nilai <i>Q-Squared</i> .....	81
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis.....	82
Tabel 4.20 Importance-Performance dari Konstruk Kepuasan Pasien.....	86

