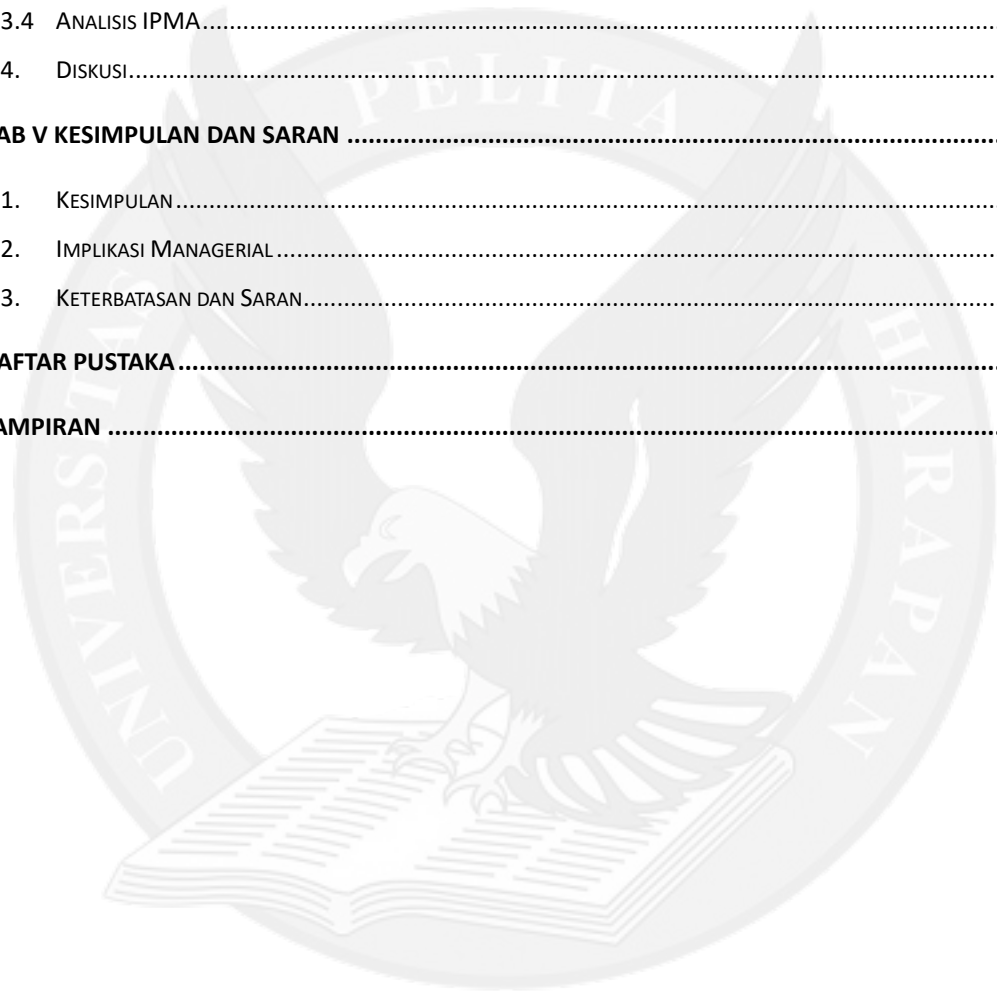


DAFTAR ISI

COVER	I
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	II
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	III
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	IV
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	V
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. PERTANYAAN PENELITIAN	3
1.3. TUJUAN PENELITIAN	4
1.5. SISTEMATIKA PENELITIAN.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. DASAR TEORI	7
2.1.1 <i>Expectation Confirmation Theory (ECT)</i>	7
2.1.2 <i>Price</i>	8
2.1.3 <i>Clinic Image</i>	9
2.1.4 <i>Social Media Engagement</i>	10
2.1.5 <i>Physician Behavior</i>	12
2.1.6 <i>Theory of Patient Satisfaction</i>	13
2.1.7 <i>Intention to Recommend</i>	14
2.2. HUBUNGAN ANTAR VARIABEL	16
2.2.2 <i>Hubungan antara Price dan Patient Satisfaction</i>	16

2.2.3.	<i>Hubungan antara Clinic image dan Patient Satisfaction</i>	16
2.2.4.	<i>Hubungan antara Social Media Engagement dan Patient Satisfaction</i>	17
2.2.5.	<i>Hubungan antara Physician behaviour dan Patient Satisfaction</i>	18
2.2.6.	<i>Perantara Patient Satisfaction dan Intention to Recommend</i>	18
2.3.	KERANGKA PENELITIAN	19
BAB III METODE PENELITIAN		21
3.1.	OBJEK PENELITIAN	21
3.2.	UNIT ANALISIS.....	21
3.3.	JENIS PENELITIAN	22
3.4.	PENGUKURAN VARIABEL.....	22
3.4.1.	<i>Skala Pengukuran Variabel</i>	23
3.4.2.	<i>Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel</i>	24
3.5.	POPULASI DAN SAMPEL	29
3.6.	PENGUMPULAN DATA	32
3.7.	METODE ANALISIS DATA.....	32
3.7.1.	<i>Analisis Model pada PLS-SEM</i>	33
3.7.2.	<i>Advance Analytic dengan PLS-SEM</i>	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		36
4.1	PROFIL RESPONDEN.....	36
4.2	ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL.....	37
4.3	ANALISIS INFERENSIAL.....	43
4.3.1	ANALISIS <i>OUTER MODEL</i>	46
4.3.1.1	<i>INDICATOR RELIABILITY</i>	51
4.3.1.2	<i>CONSTRUCT RELIABILITY</i>	54
4.3.1.3	<i>CONSTRUCT VALIDITY</i>	56
4.3.1.4	<i>DISCRIMINANT VALIDITY</i>	58
4.3.2	ANALISIS <i>INNER MODEL</i>	59
4.3.2.1	MULTIKOLINIERITAS	61
4.3.2.2	KOEFISIEN DETERMINAN (<i>R-SQUARED</i>)	63
4.3.2.3	PREDICTIVE RELEVANCE (<i>Q-SQUARED</i>)	65
4.3.2.4	HASIL UJI HIPOTESIS	68
4.3.2.4.1	PENGARUH PRICE TERHADAP PATIENT SATISFACTION.....	70

4.3.2.4.2 PENGARUH <i>CLINIC IMAGE</i> TERHADAP <i>PATIENT SATISFACTION</i>	71
4.3.2.4.3 PENGARUH <i>SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT</i> TERHADAP <i>PATIENT SATISFACTION</i>	73
4.3.2.4.4 PENGARUH <i>PHYSICIAN BEHAVIOUR</i> TERHADAP <i>PATIENT SATISFACTION</i>	74
4.3.2.4.5 PENGARUH <i>PATIENT SATISFACTION</i> TERHADAP <i>INTENTION TO RECOMMEND</i>	76
4.3.2.4.6 KESIMPULAN	77
4.3.2.5 ANALISIS MEDIASI	80
4.3.3 ANALISIS PLS-POS	83
4.3.4 ANALISIS IPMA.....	88
4.4. DISKUSI.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1. KESIMPULAN.....	95
5.2. IMPLIKASI MANAGERIAL.....	97
5.3. KETERBATASAN DAN SARAN.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN	110



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	24
Tabel 4. 1 Profil Demografi Responden	37
Tabel 4. 2 Kategori Jawaban Responden	38
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4. 4 Nilai Outer Loading.....	53
Tabel 4. 5 Construct Reliability	56
Tabel 4. 6 Nilai Construct Validity.....	58
Tabel 4. 7 Multikolinieritas	62
Tabel 4. 8 Nilai R-Squared	64
Tabel 4. 9 Nilai Q2predict.....	65
Tabel 4. 10 Hasil Cross Validated Prediction Ability Test (CVPAT).....	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis.....	69
Tabel 4. 12 Nilai Specific Indirect Effect.....	81
Tabel 4. 13 analisis koefisien segmen PLS POS.....	84
Tabel 4. 14 Analisis R-Squares PLS-POS.....	85
Tabel 4. 15 Nilai IPMA Variabel	90
Tabel 4. 16 Nilai IPMA Indikator	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	19
Gambar 3. 1 Perhitungan power analysis menggunakan aplikasi G*Power versi 3.1.....	31
Gambar 4. 1 Outer Model	49
Gambar 4. 2 Inner Model Penelitian	60
Gambar 4. 3 Segmen 1 Analisis PLS-POS	87
Gambar 4. 4 Segmen 2 analisis PLS-POS.....	88
Gambar 4. 5 Grafik Ipma Variabel	90
Gambar 4. 6 Grafik IPMA Indikator	91