

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG.....	1
1.2. PERTANYAAN PENELITIAN.....	14
1.3. TUJUAN PENELITIAN.....	15
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	16
1.5. SISTEMATIKA PENULISAN.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 DASAR TEORI.....	19
2.1.1. SERVICE MARKETING MIX.....	20
2.1.2. VARIABEL <i>PRODUCT</i>	25
2.1.3. VARIABEL <i>PLACE (LOCATION)</i>	26
2.1.4. VARIABEL <i>PROMOTION</i>	26
2.1.5. VARIABEL <i>PEOPLE</i>	27
2.1.6. VARIABEL <i>PROCESS</i>	28
2.1.7. VARIABEL <i>PRICE</i>	29
2.1.8. VARIABEL <i>PHYSICAL EVIDENCE / PHYSICAL ENVIRONMENT</i>	29
2.1.9. VARIABEL <i>PATIENT SATISFACTION</i>	30
2.1.10. VARIABEL <i>PATIENT LOYALTY</i>	34
2.2. PENGEMBANGAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	37
2.2.1. HUBUNGAN ANTARA <i>PRODUCT</i> DENGAN <i>PATIENT SATISFACTION</i>	38
2.2.2. HUBUNGAN ANTARA <i>PLACE</i> DENGAN <i>PATIENT SATISFACTION</i>	39
2.2.3. HUBUNAGN ANTARA <i>PROMOTION</i> DENGAN <i>PATIENT SATISFACTION</i>	40
2.2.4. HUBUNGAN ANTARA <i>PEOPLE</i> DENGAN <i>PATIENT SATISFACTION</i>	42
2.2.5. HUBUNGAN ANTARA <i>PROCESS</i> DENGAN <i>PATIENT SATISFACTION</i>	43
2.2.6. HUBUNGAN ANTARA <i>PRICE</i> DENGAN <i>PATIENT SATISFACTION</i>	44

2.2.7. HUBUNGAN ANTARA <i>PHYSICAL ENVIRONMENT</i> DENGAN <i>PATIENT SATISFACTION</i>	45
2.2.8. HUBUNGAN ANTARA <i>PATIENT SATISFACTION</i> DENGAN <i>PATIENT LOYALTY</i>	46
2.3. KERANGKA KONSEPTUAL.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	51
3.1. OBJEK PENELITIAN.....	51
3.2. UNIT ANALISIS.....	52
3.3. JENIS PENELITIAN.....	53
3.4. PENGUKURAN VARIABEL PENELITIAN.....	54
3.4.1. SKALA PENGUKURAN VARIABEL.....	55
3.4.2. DEFINISI KONSEPTUAL DAN OPERASIONALISASI VARIABEL.....	55
3.5. POPULASI DAN SAMPEL RESPONDEN.....	66
3.5.1. BESAR SAMPEL.....	67
3.5.2. METODE PENGAMBILAN SAMPEL.....	69
3.6. METODE PENGUMPULAN DATA.....	70
3.7. METODE ANALISIS DATA.....	71
3.7.1. ANALISIS SEM-PLS.....	73
3.7.1.1. <i>OUTER MODEL</i>	74
3.7.1.2. <i>INNER MODEL</i>	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	80
4.1. PROFIL DEMOGRAFI RESPONDEN.....	80
4.2. PROFIL KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	82
4.3. ANALISIS DESKRIPSI VARIABEL.....	84
4.3.1. ANALISIS DESKRIPSI VARIABEL INDEPENDEN.....	86
4.3.1.1. ANALISIS <i>PRODUCT</i>	87
4.3.1.2. ANALISIS <i>PLACE</i>	88
4.3.1.3. ANALISIS <i>PROMOTION</i>	89
4.3.1.4. ANALISIS <i>PEOPLE</i>	90
4.3.1.5. ANALISIS <i>PROCESS</i>	92
4.3.1.6. ANALISIS <i>PRICE</i>	94
4.3.1.7. ANALISIS <i>PHYSICAL ENVIRONMENT</i>	95
4.3.2. ANALISIS DESKRIPSI VARIABEL MEDIASI.....	97
4.3.3. ANALISIS DESKRIPSI VARIABEL DEPENDEN.....	98
4.4. ANALISIS INTERFERENSIAL.....	100
4.4.1. ANALISIS <i>OUTER MODEL</i> (Model Pengukuran).....	101
4.4.1.1. <i>INDICATOR REALIBILITY</i>	103
4.4.1.2. <i>CONSTRUCT REALIBILITY</i>	106
4.4.1.3. <i>CONSTRUCT VALIDITY</i>	108
4.4.1.4. <i>DISCRIMINANT VALIDITY</i>	109
4.4.2 ANALISIS INNER MODEL (MODEL STRUKTURAL).....	120
4.4.2.1. UJI MULTIKOLINIERITAS.....	123
4.4.2.2. KOEFISIEN DETERMINAN (R-SQUARED).....	126

4.4.2.3. EFFECT SIZE (f - Square / f^2).....	127
4.4.2.4. <i>PREDICTIVE ABILITY</i>	129
4.4.2.5. HASIL UJI HIPOTESIS.....	133
4.4.2.5.1. HASIL UJI HIPOTESIS VARIABEL INDEPENDEN (H1-H7).....	135
4.4.2.5.2. HASIL UJI HIPOTESIS VARIABEL DEPENDEN (H8).....	136
4.4.2.6. HASIL UJI ANALISIS MEDIASI.....	137
4.4.3. <i>ADVANCED ANALYTIC PLS-SEM</i>	139
4.4.3.1. ANALISIS PLS POS.....	140
4.4.3.2. ANALISIS <i>IMPORTANCE-PERFORMANCE-MAPPING</i> (IPMA).....	145
4.5 DISKUSI.....	156
4.5.1. DISKUSI VARIABEL <i>PRODUCT</i>	158
4.5.2. DISKUSI VARIABEL <i>PLACE</i>	159
4.5.3. DISKUSI VARIABEL <i>PROMOTION</i>	160
4.5.4 DISKUSI VARIABEL <i>PEOPLE</i>	161
4.5.5. DISKUSI VARIABEL <i>PROCESS</i>	162
4.5.6. DISKUSI VARIABEL <i>PRICE</i>	164
4.5.7. DISKUSI VARIABEL <i>PHYSICAL ENVIRONMENT</i>	165
4.5.8. DISKUSI VARIABEL <i>PATIENT SATISFACTION</i>	166
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	170
5.1. KESIMPULAN.....	170
5.2. IMPLIKASI MANAJERIAL.....	173
5.3. IMPLIKASI TEORITIS.....	176
5.4. KETERBATASAN DAN SARAN BAGI PENELITIAN SELANJUTNYA.....	176
DAFTAR PUSTAKA.....	178
LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN.....	183
LAMPIRAN 2. <i>OUTCOME DAN SETTING PLS-SEM</i>	188

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Modifikasi kerangka konsep <i>service marketing mix</i> dari 4Ps menjadi 7Ps oleh Booms and Bitner's (1981).....	22
Tabel 2.2 Kerangka <i>marketing mix</i> 4Ps.....	23
Tabel 2.3 Kerangka 7Ps dari <i>Service Marketing Mix</i>	24
 Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	56
 Tabel 4.1. Profil Demografi Responden.....	81
Tabel 4.2. Data Demografik Penelitian Terdahulu.....	82
Tabel 4.3. Profil Karakteristik Pasien.....	84
Tabel 4.4. Kategori Jawaban Responden.....	86
Tabel 4.5. Analisis Deskriptif <i>Product</i>	87
Tabel 4.6. Analisis Deskriptif <i>Place</i>	88
Tabel 4.7. Analisis Deskriptif <i>Promotion</i>	89
Tabel 4.8. Analisis Deskriptif <i>People</i>	90
Tabel 4.9. Analisis Deskriptif <i>Process</i>	92
Tabel 4.10. Analisis Deskriptif <i>Price</i>	94
Tabel 4.11. Analisis Deskriptif <i>Physical Environment</i>	95
Tabel 4.12. Deskripsi Variabel Mediasi.....	97
Tabel 4.13. Deskripsi Variabel Dependen.....	99
Tabel 4.14. Nilai <i>Outer Loading</i> I.....	103
Tabel 4.15. Nilai <i>Construct Reliability</i> I.....	107
Tabel 4.16. Nilai <i>Construct Validity</i> (AVE) I.....	108
Tabel 4.17. Nilai rasio <i>Heterotrait-Monotrait</i> (HTMT) I.....	110
Tabel 4.18. Nilai <i>Outer Loading</i> II.....	113
Tabel 4.19. Nilai <i>Construct Reliability</i> II.....	115
Tabel 4.20. Nilai <i>Construct Validity</i> (AVE) II.....	117
Tabel 4.21. Nilai rasio <i>Heterotrait-Monotrait</i> (HTMT) II.....	118
Tabel 4.22. Nilai <i>Inner Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	124
Tabel 4.23. Nilai <i>R-Squared</i>	126
Tabel 4.24. Nilai <i>f-Square</i> (f^2).....	128
Tabel 4.25. Nilai $Q^2_{predict}$	130
Tabel 4.26. Nilai <i>Cross Validated Predictive Ability Test</i> (CVPAT).....	132
Tabel 4.28. Hasil Uji Hipotesis.....	134
 Tabel 4.29. <i>Specific Indirect and Direct Effect</i>	138
Tabel 4.30. Nilai R^2 Analisis PLS-POS.....	141
Tabel 4.31. Nilai IPMA Konstruksi <i>Patient Satisfaction</i>	147

Tabel 4.32. IPMA Indikator..... 151



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rasio Jumlah Tempat Tidur Rumah Sakit per 1,000 Penduduk di Indonesia Tahun 2019 – 2023.....	5
Gambar 1.2 Perkembangan Jumlah Rumah Sakit Umum dan Rumah Sakit Khusus di Indonesia Tahun 2019 – 2023.....	9
Gambar 1.3 Jumlah Rumah Sakit Menurut Kelas Tahun 2023.....	10
Gambar 1.4 Hasil data <i>Patient Satisfactory Index</i> (PSI) dan Jumlah Kunjungan Pasien Rawat Jalan dan Rawat Inap di RS XYZ periode September 2023 – Maret 2024.....	12
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	49
Gambar 3.1 Perhitungan Jumlah Sampel Minimal dengan G*Power® 3.1.....	68
Gambar 4.1. <i>Outer Model I</i>	102
Gambar 4.2. <i>Outer Model II</i>	112
Gambar 4.3. <i>Inner Model – Bootstrapping</i>	122
Gambar 4.5. PLS-POS Segmen 1.....	142
Gambar 4.6. PLS-POS Segmen 2.....	144
Gambar 4.7. IPMA <i>Construct</i>	148
Gambar 4.8. IPMA <i>Indikator</i>	155

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN.....	183
LAMPIRAN 2. <i>OUTCOME DAN SETTING</i> PLS-SEM.....	188

