DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI i

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI ii

ABSTRAK..... iii

ABSTRACT iv

MOTO DAN PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR TABEL xivv

DAFTAR GAMBAR xvv

DAFTAR LAMPIRAN xx

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 8

1.3.1.1 Tujuan Penelitian 8

1.3.1.2 Kegunaan Penelitian 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 11

2.1 Landasan Teori 11

2.1.1 Rumah Sakit 11

2.1.2 Brand Image 16

2.1.3 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) 17

2.1.4 Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) 19

2.1.5 Loyalitas Pelanggan 22

2.1.6 Hubungan *Hospital Brand Image* dengan *Service Quality* 23
2.1.7 Hubungan *Hospital Brand Image* dengan *Customer Satisfaction*... 23
2.1.8 Hubungan *Hospital Brand Image* dengan *Re-visit Intention* 24
2.1.9 Hubungan *Service Quality* dengan *Customer Satisfaction* 24
2.1.10 Hubungan *Service Quality* dengan *Loyalty Re-visit Intention* 25
2.1.11 Hubungan *Customer Satisfaction* dengan *Re-visit Intention* 26
2.2 Model Penelitian dan Hipoesis 27
2.3 Rangkuman Hipotesis 27
2.4 Dimensi Oprasional Variabel 28
BAB III METODE PENELITIAN 31
3.1 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel 31
3.1.1 Variabel Penelitian 31
3.1.2 Definisi Operasional Variabel 32
3.2 Populasi dan Sempel Penelitian..... 35
3.2.1 Populasi 35
3.2.2 Sempel Penelitian 35
3.3 Jenis Data dan Sumber Data 36
3.3.1 Data Primer 36
3.3.2 Data Sekunder 37
3.4 Metode Pengumpulan Data 37
3.5 Metode Analisis Data 38
3.5.1 Analisis Kuantitatif 38
3.5.1.1 Uji Validitas 39

3.5.1.2 Uji Reliabilitas 39
3.5.2 Uji Asumsi Klasik 39
3.5.2.1 Uji Normalitas..... 40
3.5.2.2 Uji Multikolerasi 41
3.5.2.3 Uji Heterokedastitas 41
3.5.3 Analisis Regresi Berganda 42
3.5.4 Uji Godness of Fit..... 44
3.5.4.1 Koefisien Determinasi (2) 44
3.5.4.2 Uji Simultan (Uji F) 44
3.5.4.3 Uji Parsial (Uji t) 45
3.5.5 Uji Intervening (Uji Sobel) 46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 47
4.2 Gambaran Umum Responden 47
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Tabulasi Silang antara Kategori Usia dan Jenis Kelamin Responden 48
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Tabulasi Silang antara Kategori Pekerjaan dan Jenis Kelamin Responden..... 50
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tabulasi Silang antara Pendapatan per Bulan den Pekerjaan Responden 52
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Tabulasi Silang antara Kategori Jumlah Kunjungan ke RS Permata Medika dan Jenis Kelamin Responden .. 54
4.3 Hasil Analisis Penelitian 56

4.3.1 Uji Validitas dan Reabilitas 56
4.3.1.1 Uji Validitas 56
4.3.1.2 Uji Reabilitas 58
4.3.2 Asumsi Klasik 59
4.3.2.1 Uji Normalitas..... 59
4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas 65
4.3.2.3 Uji Multikolinieritas 69
4.3.3 Uji Regresi Linear Berganda 71
4.3.4 Uji Goodness of Fit 77
4.3.4.1 Uji Parsial (Uji Statistik t) 77
4.3.4.2 Uji Kelayakan Modal (Uji Statistik F) 81
4.3.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 85
4.3.5 Uji Sobel 90
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian..... 91
4.4.1 Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Service Quality* 91
4.4.2 Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Customer Satisfaction* 92
4.4.3 Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Loyalty Re-visit Intention* 93
4.4.4 Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* 94
4.4.5 Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Loyalty Re-visit Intention* 95
4.4.6 Pengaruh *Customer Satisfaction* Terhadap *Re-visit Intention*..... 95
BAB V PENUTUP 97
5.1 Kesimpulan..... 97
5.2 Implikasi Teori 99

5.3 Keterbatasan Penelitian 101

5.4 Saran Penelitiaan Selanjutnya..... 101

Daftar Pustaka..... 102