

BAB VI

RINGKASAN

Perubahan lingkungan yang cepat dan berkembang baik di tingkat lokal maupun global, mendorong rumah sakit untuk melaksanakan berbagai perubahan. Mengingat perubahan yang cenderung semakin cepat dengan munculnya berbagai kebijakan Pemerintah, teknologi, perekonomian, perilaku konsumen, pertumbuhan pasar, strategi pesaing dan faktor-faktor lain yang mengakibatkan situasi persaingan semakin tajam, maka dibutuhkan strategi yang tepat dalam mengelola pelayanan kesehatan di rumah sakit.

Penetapan strategi menuntut proses yang sistematis yaitu proses yang mempertimbangkan keterkaitan atau interaksi antara faktor-faktor internal, eksternal dan konsumen rumah sakit sehingga strategi ini perlu dikembangkan. Dalam hal ini diperlukan sebuah strategi secara terus menerus dan berkesinambungan untuk menggalikan kebutuhan dan harapan pasien.

Selama ini pelanggan loyal dimaknai sebagai pelanggan yang melakukan pembelian berulang (*repeat customer*). Padahal, bisa saja ia melakukan pembelian berulang itu karena tidak ada pilihan lain, bukan karena loyal. Karena itulah, definisi baru pelanggan loyal adalah pelanggan yang dengan antusias dan sukarela merekomendasikan produk suatu perusahaan baik berupa produk itu sendiri ataupun jasa yang diberikan kepada pelanggan, walaupun belum tentu ia masih menjadi pelanggan produk atau perusahaan tersebut.

Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien

Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa yaitu *Expected service* dan *Perceived service*. Apabila pelayanan jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan jasa tergantung pada penyedia pelayanan jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan dari pesaingnya. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan

Loyalitas merupakan pertahanan paling baik dalam melawan persaingan. Perusahaan yang berhasil menjaga agar pelanggannya selalu puas hampir tak terkalahkan. Para pelanggannya menjadi lebih setia atau memiliki loyalitas yang tinggi sehingga mereka lebih sering membeli, rela membayar lebih banyak dan tetap mau menjadi pelanggan meskipun perusahaan sedang mengalami kesulitan.

Loyalitas konsumen didefinisikan sebagai suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu merek produk atau merek jasa pada kurun waktu tertentu pada situasi dimana banyak pilihan produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelanggan memiliki kemampuan mendapatkannya.

Berdasarkan beberapa definisi loyalitas konsumen diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Adona. 2006. *Citra dan Kekerasan dalam Iklan Perusahaan di Televisi*. Padang: Andalas University Press.
- Anonim. 2004. *Keputusan Menteri Kesehatan RI No 1197/Menkes/SK/X/2004 Tentang Standar Pelayanan Farmasi Rumah Sakit*, Departemen Kesehatan RI, Jakarta.
- Anonim. 2009. *Undang-undang No. 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan*, Departemen Kesehatan RI, Jakarta.
- Arafah, Willy. 2004. Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Terhadap *Image* (Study pada Rumah Sakit Pemerintah “X” di Jakarta Selatan) *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. Volume 4. No.1. April:55-57
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi ke -3. Jakarta: Rineka Citra
- Azwar, S. 2008. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Bitner MJ. 1991. *The evolution of the services marketing mix and its relationship to service quality*. In SW Brown, E Gummesson, B Edvardsson, B Gustavsson (Ed.). *Service quality: A multidisciplinary and multinational perspective*. New York: Lexington Books.
- Bloemer J, de Ruyter K. 1998. On the relationship between store image, store satisfaction and store loyalty. *Europe Journal of Marketing*. 32(5/6): 499-513.
- Buttle F, Burton J. 2002. Does service failure influence customer loyalty? *Journal of Consumer Behavior*. 1(3): 217-227.
- Bollen, K. A. 1989. *Structural Equations with Latent Variables*. New York: Wiley.
- Boshoff C, Gray B. 2004. The relationships between service quality customer satisfaction and buying intentions in the private hospital industry. *African Journal of Business and Management*. 35(4): 27-37.
- Chen ML, Chen KJ. 2010. The relations of organizational characteristics, customer-oriented behavior and service quality. *African Journal of Business and Management*, 4(10): 2059-2074.

- Davies G, Chun R, Da Silva R, Roper S. 2003. *Corporate reputation and competitiveness*. London: Routledge.
- Da Silva RV, Alwi SFS. 2008. Online corporate brand image, satisfaction and loyalty. *Journal of Brand and Management*. 16(3): 119-144.
- Darden WR, Schwinghammer JKL. 1985. The influence of social characteristics on perceived quality in patronage choice behavior. *Olson (Ed). Perceived quality: How consumers view stores and merchandise*. Lexington: Lexington Books.
- Dep. Kes. RI. 2009. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor : 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit*. Departemen kesehatan Republik Indonesia. Jakarta.
- Dep. Kes. RI. 2004. *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor : 1197/Menkes/SK/X/2004 tentang Standar Pelayanan Farmasi di Rumah Sakit*, Direktorat Jenderal Pelayanan Kefarmasian dan Alat Kesehatan Departemen Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.
- Djati S Pantja, K Gunawan. 2011. Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol : (13) 32-39, Universitas Kristen Petra
- East R, Sinclair J, Gendall P. 2000. Loyalty: definition and explanation. *Proceedings ANZMAC 2000 visionary marketing for the 21st century: facing the challenge*, 286-290.
- Ferdinand Agusty, 2006. (*Structural Equation Modeling dalam Penelitian manajemen*), Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Griffin, Jill, 2005, *Costumer Loyalty*, Edisi Revisi, Jakarta : Erlangga (2000:429)
- Ghozali, Imam. 2013. Analisis Multivariate dengan SPSS, Edisi 4. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hekkert KD, Cihangir S, Kleefstra SM, van den Berg B. 2009. Patient satisfaction revisited: a multilevel approach. *Social Science and Medicine*, 69(1): 68-75
- Kim KH, Kim KS, Kim DY, Kim JH, Kang SH 2008. Brand equity inhospital marketing. *Journal of Business and Reseach.*, 61(1): 75-82.
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management, International Edition*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs. New York.

- Lee WI, Chen CW, Chen TH, Chen CY. 2010. The relationship between consumer orientation, service value, medical care service quality and patient satisfaction: The case of a medical center in Southern Taiwan. *African Journal of Business and Management*, 4(4): 448-458.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat Vol. 1 55-57
- Lytle RS, Mokva MP. 1992. Evaluating health care quality: the moderating role of outcomes. *Journal of Marketing*, 12(1): 460–469
- Sekaran, V. 2003. *Research Methods for Bussiness a Skill-Building Approach*, 4th ., John Wiley and Sons, New York
- Selnes F. 1993.” An Examination of the Effect of Product Performance On Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty”, *European Journal of Marketing* Vol.27,No.9.
- Shukla P. 2004. Effect of product usage, satisfaction and involvement on brand switching behaviour. *Asia Pacific Journal of Marketing*, 16(4): 82-104.
- Singh J, Sirdeshmukh D. 2000. Agency and trust mechanisms in consumer satisfaction and loyalty judgements. *Journal Academic of Marketing and Science*, 28(1): 150-167
- Sureshchander, G .S., Rajendran, C. & Anatharaman, R. N. 2002. The relationship between service quality and customer satisfaction: a factor specific approach. *Journal of Services Marketing*, 16(4), 363-379.
- Tan BI, Wong CH, Lam CH, Ooi KB, Ng FCY. 2010. Assessing the link between service quality dimensions and knowledge sharing: Student perspective. *African Journal of Business and Management*, 4(6): 1014-1022.
- Tjiptono F. 2002. *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.
- Umar, H. 2002. *Evaluasi Kinerja Perusahaan*. Jakarta : Gramedia.
- Woodside AG, Frey L, Daly RT 1989. *Linking service quality, custome satisfaction, and behavioral intension*. *Journal of Marketing*., 9(4): 5- 17.
- World Health Organization (WHO). 1999, “*Safe Management of Wastes from Healthcare Activities*”. WHO: Geneva

Yagci MI, Biswas A, Dutta S. 2009. Effects of comparative advertising format on consumer responses: the moderating effects of brand. New York., Vol 17, 130-134

Zeithaml VA (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal marketing* ., 52(3): 2-22.

Lampiran 1. Data skor Uji coba kuesioner *Hospital Brand Image*

Data Skor Uji Coba Kuesioner Hospital Brand Image					
Responden	Pertanyaan No				
	1	2	3	4	5
1	4	3	4	3	3
2	4	3	4	3	3
3	4	3	4	3	3
4	4	3	4	3	3
5	3	3	4	3	4
6	3	3	4	3	3
7	2	3	4	3	3
8	3	3	2	3	4
9	3	3	4	3	3
10	3	3	4	3	3
11	2	2	2	3	3
12	3	3	4	3	4
13	3	3	4	3	3
14	3	3	4	3	3
15	3	4	3	3	3
16	3	3	4	3	3
17	3	3	4	3	3
18	3	3	4	3	3
19	2	3	3	3	3
20	3	3	4	3	3
21	3	3	4	3	3
22	2	2	2	3	3
23	3	3	4	3	3
24	3	3	4	3	3
25	3	3	4	3	3
26	3	3	4	3	3
27	2	2	3	3	3
28	3	3	4	4	3
29	3	3	4	4	3
30	3	3	4	4	3
31	3	3	4	4	3
32	3	3	p4	4	3
33	3	3	4	4	4
34	3	3	4	4	4
35	3	3	3	4	4
36	3	3	3	4	4
37	3	3	3	4	4

38	3	3	3	4	4
39	4	3	3	4	4
40	4	3	3	4	4
41	4	3	3	4	4
42	4	3	3	4	2
43	4	3	3	4	2
44	3	3	3	4	2
45	3	3	3	2	2
46	3	2	3	2	1
47	3	2	3	3	3
48	4	3	3	3	3
49	4	3	3	3	3
50	4	3	3	3	3
51	4	3	3	3	3
52	3	3	3	3	3
53	2	3	3	3	3
54	3	3	4	3	3
55	2	1	3	3	3
56	3	2	2	3	3
57	3	3	2	3	3
58	3	3	3	3	3
59	3	3	2	3	3
60	3	4	3	3	3
61	3	4	3	3	3
62	3	4	3	3	3
63	3	3	3	3	3
64	3	4	3	3	3
65	3	4	3	3	3
66	3	2	2	3	3
67	3	4	3	3	3
68	3	4	3	3	3
69	2	3	3	3	3
70	3	4	3	3	3
71	3	4	3	3	3
72	4	4	3	3	3
73	4	4	3	3	3
74	4	4	3	3	3
75	2	2	3	3	3
76	3	4	3	3	3
77	3	3	3	3	3
78	3	4	3	3	3
79	3	4	3	3	3

80	3	4	3	3	3
81	3	2	3	2	3
82	3	3	3	3	3
83	3	4	4	3	3
84	3	3	4	3	3
85	3	4	4	3	3
86	3	4	4	3	3
87	3	4	4	3	3
88	3	4	4	3	3
89	2	2	2	3	4
90	4	4	4	4	4
91	4	4	4	3	4
92	4	4	4	3	4
93	4	3	3	3	4
94	4	3	4	3	4
95	3	3	3	3	4
96	3	3	4	3	4
97	3	3	4	4	3
98	3	3	4	4	3
99	3	4	3	4	3
100	3	3	2	4	3
101	2	2	1	2	3
102	2	3	3	2	3
103	3	3	3	3	4
104	2	3	3	3	3
105	2	2	2	3	3
106	3	3	2	3	3
107	3	3	3	3	3
108	3	3	3	3	2
109	1	2	2	3	3
110	2	2	2	3	3
111	2	3	3	3	3
112	4	4	4	4	3
113	3	3	2	3	3
114	4	3	3	3	3
115	3	3	3	3	3
116	3	3	3	3	3
117	3	3	3	3	3
118	3	3	2	3	3
119	2	3	2	3	3
120	3	3	3	3	3
121	3	3	3	3	3

122	3	3	3	3	3
123	3	3	3	3	3
124	3	3	4	3	3
125	3	3	3	3	4
126	3	3	3	3	3
127	2	3	4	3	3
128	3	3	2	3	4
129	3	3	3	3	3
130	3	3	4	3	3
131	2	2	3	3	3
132	3	3	4	3	4
133	3	3	4	3	3
134	3	3	3	3	3
135	3	4	3	3	3
136	3	3	4	3	3
137	3	3	4	3	3
138	3	3	4	3	3
139	2	3	3	3	3
140	3	3	4	3	3
141	3	3	4	3	3
142	3	3	3	3	3
143	3	3	4	3	3
144	3	3	4	3	3
145	3	3	3	3	3
146	3	3	4	3	3
147	3	3	3	3	3
148	3	3	4	4	3
149	3	3	4	4	3
150	3	3	3	3	3
151	3	3	3	3	3
152	3	3	3	3	3
153	3	3	4	4	4
154	3	3	4	4	4
155	3	3	3	4	4
156	3	3	3	4	4
157	3	3	3	4	4
158	3	3	3	4	4
159	4	3	3	4	4
160	4	3	3	4	4
161	4	3	3	4	4
162	4	3	3	4	3
163	4	3	3	4	3

164	3	3	3	4	3
165	3	3	3	2	3
166	3	2	3	2	3
167	3	2	3	3	3
168	4	3	3	3	3
169	4	3	3	3	3
170	4	3	3	3	3
171	4	3	3	3	3
172	3	3	3	3	3
173	2	3	3	3	3
174	3	3	4	3	3
175	2	1	3	3	3
176	3	2	2	3	3
177	3	3	2	3	3
178	3	3	3	3	3
179	3	3	2	3	3
180	3	4	3	3	3
181	3	4	3	3	3
182	3	4	3	3	3
183	3	3	3	3	3
184	3	4	3	3	3
185	3	4	3	3	3
186	3	2	2	3	3
187	3	4	3	3	3
188	3	4	3	3	3
189	2	3	3	3	3
190	3	3	3	3	3
191	3	3	3	3	3
192	4	3	3	3	3
193	4	3	3	3	3
194	4	4	3	3	3
195	2	2	3	3	3
196	3	4	3	3	3
197	3	3	3	3	3
198	3	3	3	3	3
199	3	3	3	3	3
200	3	3	3	3	3

Lampiran 2. Data Skor Uji Coba Kuesioner Kualitas Pelayanan

Data Skor Uji Coba Kuesioner Kualitas Pelayanan					
Responden	Pertanyaan No				
	1	2	3	4	5
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3
5	4	4	4	3	4
6	4	4	4	4	3
7	3	3	3	3	3
8	4	3	4	4	4
9	3	3	3	3	3
10	4	4	4	4	3
11	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	4
13	3	4	3	3	3
14	3	4	3	3	3
15	3	3	3	3	3
16	3	3	3	3	3
17	3	4	3	3	3
18	3	4	3	3	3
19	3	2	3	3	3
20	3	3	3	3	4
21	3	2	3	3	4
22	3	3	3	3	4
23	3	3	3	3	4
24	3	3	3	3	3
25	3	3	3	3	3
26	3	3	3	3	3
27	4	3	3	3	3
28	3	3	3	3	3
29	2	3	3	2	3
30	3	3	3	2	3
31	2	3	3	2	4
32	3	3	3	2	2
33	3	3	4	2	3
34	3	3	4	2	2
35	2	3	4	2	3
36	3	3	4	2	3

37	3	3	4	2	2
38	3	3	4	3	2
39	3	3	4	3	3
40	3	3	4	3	2
41	2	3	4	3	3
42	2	3	4	2	2
43	2	3	2	3	2
44	2	3	2	3	2
45	2	3	2	3	2
46	2	3	1	3	3
47	3	3	3	3	3
48	3	3	3	3	3
49	3	3	3	3	3
50	3	3	3	3	3
51	3	3	3	3	3
52	3	3	3	3	3
53	3	3	3	3	3
54	3	3	3	3	3
55	3	3	3	3	3
56	3	3	3	3	3
57	3	3	3	3	3
58	3	3	3	3	3
59	3	3	3	3	3
60	3	3	3	3	3
61	3	3	3	3	3
62	3	3	3	3	3
63	3	3	3	3	3
64	3	3	3	3	3
65	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3
67	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3
69	3	3	3	3	3
70	3	3	3	3	3
71	3	3	3	3	3
72	3	3	3	3	3
73	4	4	4	4	3
74	3	3	3	3	3
75	3	4	3	4	3
76	3	3	3	3	3
77	3	3	4	3	3
78	3	3	3	3	3

79	3	3	3	3	3
80	3	3	3	3	4
81	3	3	3	3	4
82	3	3	3	3	4
83	2	3	3	3	4
84	2	3	3	3	4
85	2	3	3	3	4
86	3	3	3	3	3
87	2	3	3	3	4
88	2	3	3	3	4
89	2	3	3	3	4
90	2	3	3	4	4
91	2	3	3	4	4
92	3	3	3	4	2
93	3	3	3	2	3
94	2	3	3	3	3
95	3	3	3	3	3
96	3	3	3	2	3
97	2	3	3	3	3
98	3	3	4	3	3
99	3	4	4	3	3
100	3	3	4	3	3
101	3	3	3	3	3
102	3	3	3	3	3
103	4	4	4	4	4
104	3	4	3	4	3
105	3	3	3	3	3
106	3	3	3	3	3
107	2	3	3	3	3
108	2	2	2	2	2
109	3	3	3	3	3
110	3	3	3	3	3
111	3	3	3	3	3
112	3	3	3	3	3
113	3	3	3	3	3
114	3	3	3	3	3
115	3	3	3	3	3
116	4	4	3	3	4
117	3	3	3	3	3
118	3	3	3	3	3
119	3	3	3	3	3
120	3	3	3	3	3

121	2	2	2	2	2
122	4	3	4	3	3
123	2	3	2	3	2
124	4	3	4	3	3
125	2	3	2	2	4
126	3	3	4	3	3
127	2	3	4	3	3
128	2	3	2	3	2
129	3	3	3	3	3
130	3	3	4	3	3
131	2	2	2	3	3
132	3	3	4	3	4
133	3	3	3	3	3
134	3	3	4	3	3
135	3	4	3	3	3
136	3	3	3	3	3
137	3	3	3	3	3
138	3	3	3	3	3
139	2	3	3	3	3
140	3	2	2	3	3
141	3	3	4	3	3
142	2	2	2	3	3
143	3	3	4	3	3
144	3	3	4	3	3
145	3	3	3	3	3
146	3	3	4	3	3
147	2	2	3	3	3
148	3	3	3	4	3
149	3	3	4	4	3
150	3	3	4	4	3
151	3	3	3	4	3
152	3	3	4	3	3
153	3	3	4	3	4
154	3	3	4	3	4
155	3	3	3	4	4
156	3	3	3	3	3
157	3	3	3	3	4
158	3	3	3	4	3
159	4	3	3	3	3
160	4	3	3	4	3
161	4	3	3	3	4
162	4	3	3	4	2

163	4	3	3	4	3
164	3	3	3	4	3
165	3	3	3	2	2
166	3	2	3	2	3
167	3	2	3	3	3
168	4	3	3	3	3
169	4	3	3	3	3
170	4	3	3	3	3
171	4	3	3	3	3
172	3	3	3	3	3
173	2	3	3	3	3
174	3	3	4	3	3
175	2	1	3	3	3
176	3	2	2	3	3
177	3	3	2	3	3
178	3	3	3	3	3
179	3	3	2	3	3
180	3	4	3	3	3
181	3	4	3	3	3
182	3	4	3	3	3
183	3	3	3	3	3
184	3	2	3	3	3
185	3	4	3	3	3
186	3	2	2	3	3
187	3	4	3	3	3
188	3	4	3	3	3
189	2	3	3	3	3
190	3	4	3	3	3
191	3	4	3	3	3
192	4	3	3	3	3
193	4	3	3	3	3
194	4	4	3	3	3
195	2	2	3	3	3
196	3	4	3	3	3
197	3	3	3	3	3
198	3	4	3	3	3
199	3	4	3	3	3
200	3	4	3	3	3

Lampiran 3. Data Skor Uji Coba Kuesioner Kepuasan Pasien

Data Skor Uji Coba Kuesioner Kepuasan Pasien					
Responden	Pertanyaan No				
	1	2	3	4	5
1	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3
5	3	3	3	3	3
6	3	2	3	2	3
7	2	3	3	3	3
8	2	3	3	2	3
9	3	3	4	3	3
10	2	3	3	3	3
11	3	4	4	4	3
12	3	2	2	2	3
13	3	3	4	4	3
14	3	2	2	2	2
15	3	3	3	3	3
16	3	3	3	3	3
17	2	2	2	2	2
18	3	3	4	4	3
19	3	3	3	3	3
20	3	4	3	4	3
21	4	4	3	3	3
22	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	3
24	3	3	3	3	3
25	3	4	3	4	4
26	2	2	4	4	2
27	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3
31	3	3	4	4	3
32	3	3	3	3	3
33	3	4	3	4	3
34	3	3	3	3	3
35	4	3	3	4	3
36	4	4	4	4	3
37	3	3	3	4	4

38	3	3	3	4	4
39	3	3	3	3	2
40	3	3	3	3	3
41	4	3	4	3	3
42	4	4	4	3	3
43	3	3	3	2	3
44	4	4	4	4	4
45	4	4	3	4	3
46	3	3	3	3	3
47	3	3	3	3	3
48	4	3	3	3	4
49	3	3	3	3	3
50	4	4	4	4	4
51	3	4	4	3	3
52	2	4	4	3	3
53	3	3	3	3	3
54	3	3	2	3	3
55	3	3	3	3	3
56	4	4	3	4	3
57	3	4	4	4	3
58	3	3	3	3	3
59	3	3	3	3	3
60	3	3	3	3	3
61	3	3	3	4	3
62	3	3	3	3	3
63	3	3	3	3	3
64	3	4	4	3	3
65	3	3	3	3	3
66	3	2	3	2	3
67	3	3	3	3	3
68	4	4	3	4	3
69	3	3	4	3	3
70	4	3	3	4	3
71	3	3	3	3	3
72	3	4	3	3	3
73	3	3	3	3	3
74	2	2	3	2	2
75	3	4	4	4	4
76	3	3	4	4	3
77	2	3	3	3	2
78	3	3	4	4	3
79	3	3	3	2	3

80	3	3	3	4	3
81	3	3	3	3	3
82	3	3	3	3	3
83	3	3	3	4	3
84	3	3	3	3	4
85	3	3	3	3	4
86	3	3	3	3	3
87	3	4	4	3	3
88	3	3	3	4	3
89	3	3	4	3	4
90	3	3	3	3	3
91	4	4	4	4	3
92	3	4	2	4	3
93	3	3	3	3	3
94	3	3	3	3	3
95	4	4	4	4	4
96	4	4	3	4	3
97	3	4	4	4	3
98	3	3	4	3	3
99	3	4	4	3	4
100	2	3	3	3	3
101	3	3	3	3	3
102	4	4	4	4	4
103	3	3	3	3	3
104	3	4	4	4	3
105	2	2	3	3	3
106	3	4	4	3	4
107	3	4	3	3	3
108	3	4	3	3	3
109	3	3	3	3	4
110	3	3	3	3	3
111	3	3	3	3	3
112	4	4	4	4	4
113	3	3	3	3	3
114	3	3	3	3	3
115	3	3	3	3	3
116	2	2	3	2	3
117	3	3	3	3	3
118	3	3	4	3	3
119	3	3	4	3	3
120	3	3	3	3	3
121	2	3	2	2	3

122	4	3	4	3	3
123	2	2	2	3	3
124	4	3	3	3	3
125	3	3	3	3	4
126	3	3	3	3	3
127	2	3	3	3	3
128	3	3	3	3	4
129	3	3	4	3	3
130	3	3	4	3	3
131	2	2	3	3	3
132	3	2	4	3	4
133	3	3	4	3	3
134	3	3	4	3	3
135	3	4	3	3	3
136	3	3	4	3	3
137	3	3	4	3	3
138	3	3	4	3	3
139	2	3	3	3	3
140	3	3	4	3	3
141	3	3	3	3	3
142	2	3	3	3	3
143	3	3	4	3	3
144	3	3	4	3	3
145	3	3	4	3	3
146	3	3	4	3	3
147	2	2	3	3	3
148	3	3	4	4	3
149	3	3	4	4	3
150	3	3	3	4	3
151	3	3	3	3	3
152	3	3	3	3	3
153	3	3	4	3	3
154	3	3	3	3	3
155	3	3	3	3	3
156	3	3	3	3	3
157	3	3	3	4	3
158	3	3	3	3	3
159	4	3	3	4	3
160	4	3	3	4	3
161	4	3	3	4	4
162	4	3	3	4	2
163	2	3	3	4	2

164	3	3	3	3	2
165	3	3	3	2	2
166	3	2	3	2	1
167	3	2	3	3	3
168	4	3	3	3	3
169	4	3	3	3	3
170	4	3	3	3	3
171	4	3	3	3	3
172	3	3	3	3	3
173	2	3	3	3	3
174	3	3	4	3	3
175	2	1	3	3	3
176	3	2	2	3	3
177	3	3	2	3	3
178	3	3	3	3	3
179	3	3	2	3	3
180	3	4	3	3	3
181	3	4	3	3	3
182	3	4	3	3	3
183	3	3	3	3	3
184	3	4	3	3	3
185	3	4	3	3	3
186	3	2	2	3	3
187	3	4	3	3	3
188	3	4	3	3	3
189	2	3	3	3	3
190	3	4	3	3	3
191	3	4	3	3	3
192	3	3	3	3	3
193	3	4	3	3	3
194	4	3	3	3	3
195	2	2	3	3	3
196	3	4	3	3	3
197	3	3	3	3	3
198	3	4	3	3	3
199	3	4	3	3	3
200	3	4	3	3	3

Lampiran 4. Data Skor Uji Coba Kuesioner Kepercayaan Pasien

Data Skor Uji Coba Kuesioner Kepercayaan Pasien					
Responden	Pertanyaan No				
	1	2	3	4	5
1	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3
9	4	4	4	4	4
10	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3
15	4	4	4	4	4
16	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	3
18	3	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3
20	4	3	3	3	3
21	4	3	3	3	3
22	3	3	3	3	3
23	4	4	3	3	3
24	3	3	3	3	3
25	3	3	4	3	3
26	3	4	4	3	3
27	3	3	3	4	3
28	4	3	4	3	3
29	3	3	3	3	3
30	4	3	3	3	3
31	3	4	3	3	3
32	3	4	4	4	4
33	3	4	3	3	4
34	3	4	3	4	4
35	3	4	4	3	4
36	3	4	4	3	4
37	3	3	4	3	4

38	3	3	4	3	3
39	3	3	3	3	3
40	3	3	4	3	3
41	3	3	4	3	3
42	3	3	4	3	3
43	3	3	3	3	3
44	3	3	3	3	3
45	3	3	3	3	4
46	3	3	3	3	3
47	4	3	3	3	4
48	4	3	3	3	4
49	4	3	3	3	3
50	4	3	3	3	2
51	3	3	3	3	2
52	3	3	3	3	2
53	3	3	3	3	2
54	3	3	3	3	2
55	3	3	3	3	2
56	3	3	3	3	3
57	3	4	4	3	3
58	3	4	4	3	3
59	3	3	4	3	3
60	3	3	3	3	3
61	2	3	3	3	3
62	2	3	3	3	3
63	2	3	3	3	3
64	3	3	3	3	3
65	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3
67	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3
69	3	3	3	3	3
70	3	3	3	3	3
71	3	3	3	3	3
72	3	3	3	3	3
73	3	3	3	3	3
74	2	3	3	3	3
75	2	3	3	3	3
76	2	3	3	3	3
77	3	3	3	3	3
78	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3

80	3	3	3	3	3
81	3	3	3	3	3
82	3	3	3	3	3
83	3	3	3	3	3
84	3	3	3	3	3
85	3	3	3	3	3
86	3	3	3	3	3
87	4	3	3	4	3
88	3	3	3	4	3
89	4	3	3	4	3
90	3	3	3	4	3
91	3	3	3	3	3
92	3	3	3	3	3
93	3	3	3	3	3
94	3	3	3	3	3
95	3	3	3	3	3
96	3	3	3	4	3
97	3	3	3	3	3
98	3	3	3	3	3
99	3	3	3	3	3
100	3	3	3	3	3
101	3	3	3	3	3
102	4	4	4	4	4
103	4	4	3	3	3
104	3	3	4	4	4
105	3	3	3	3	3
106	3	3	3	3	3
107	3	2	3	3	3
108	3	3	3	3	3
109	2	3	3	3	2
110	3	3	3	3	3
111	3	3	3	3	3
112	3	3	3	3	3
113	3	3	3	3	3
114	3	3	3	3	3
115	3	3	3	3	3
116	3	3	3	2	3
117	3	3	3	3	3
118	3	3	4	4	4
119	3	3	3	3	3
120	3	3	3	3	3
121	4	3	4	3	3

122	4	3	4	3	3
123	4	3	4	3	3
124	4	3	4	3	3
125	3	3	4	3	4
126	3	3	4	3	3
127	2	3	4	3	3
128	3	3	2	3	4
129	3	3	4	3	3
130	3	3	4	3	3
131	2	2	2	3	3
132	3	3	4	3	4
133	3	3	4	3	3
134	3	3	4	3	3
135	3	4	3	3	3
136	3	3	4	3	3
137	3	3	4	3	3
138	3	3	4	3	3
139	2	3	3	3	3
140	3	3	4	3	3
141	3	3	4	3	3
142	2	2	2	3	3
143	3	3	4	3	3
144	3	3	4	3	3
145	3	3	4	3	3
146	3	3	4	3	3
147	2	2	3	3	3
148	3	3	3	3	3
149	3	3	4	3	3
150	3	3	3	3	3
151	3	3	4	3	3
152	3	3	3	3	3
153	3	3	4	3	3
154	3	3	4	3	3
155	3	3	3	3	4
156	3	3	3	3	3
157	3	3	3	4	4
158	3	3	3	3	3
159	4	3	3	4	3
160	4	3	3	4	4
161	4	3	3	4	4
162	4	3	3	4	2
163	4	3	3	4	2

164	3	3	3	4	2
165	3	3	3	2	2
166	3	2	3	2	1
167	3	2	3	3	3
168	4	3	3	3	3
169	4	3	3	3	3
170	4	3	3	3	3
171	4	3	3	3	3
172	3	3	3	3	3
173	2	3	3	3	3
174	3	3	4	3	3
175	2	1	3	3	3
176	3	2	2	3	3
177	3	3	2	3	3
178	3	3	3	3	3
179	3	3	3	3	3
180	3	3	3	3	3
181	3	3	3	3	3
182	3	4	3	3	3
183	3	3	3	3	3
184	3	4	3	3	3
185	3	4	3	3	3
186	3	2	2	3	3
187	3	4	3	3	3
188	3	3	3	3	3
189	2	3	3	3	3
190	3	3	3	3	3
191	3	3	3	3	3
192	4	4	3	3	3
193	4	3	3	3	3
194	4	4	3	3	3
195	2	2	3	3	3
196	3	4	3	3	3
197	3	3	3	3	3
198	3	3	3	3	3
199	3	3	3	3	3
200	3	4	3	3	3

Lampiran 5. Data Skor Uji Coba Kuesioner Loyalitas

Data Skor Uji Coba Kuesioner Loyalitas				
Responden	Pertanyaan No			
	1	2	3	4
1	4	3	4	4
2	2	2	3	3
3	3	3	3	3
4	3	3	3	3
5	3	3	3	3
6	3	4	3	3
7	3	3	3	3
8	3	3	3	3
9	3	3	3	3
10	3	4	3	3
11	3	2	3	3
12	3	3	3	3
13	3	3	4	4
14	3	3	3	4
15	3	3	3	3
16	3	3	3	3
17	3	4	4	4
18	3	3	3	3
19	3	3	3	3
20	3	3	3	3
21	3	3	3	3
22	3	3	3	3
23	3	3	3	3
24	3	3	3	2
25	3	3	3	3
26	3	4	3	3
27	3	3	3	3
28	3	3	3	3
29	3	3	3	3
30	3	3	3	3
31	3	3	3	4
32	3	3	3	3
33	3	3	3	3
34	3	3	3	3
35	3	4	4	4
36	4	4	4	4
37	3	3	3	3

38	3	3	3	3
39	3	3	3	3
40	3	3	3	3
41	3	3	3	3
42	3	3	3	3
43	3	3	3	3
44	4	4	3	3
45	3	4	3	3
46	3	3	3	4
47	3	3	3	3
48	4	4	4	4
49	3	3	3	3
50	3	2	3	3
51	3	3	3	3
52	3	3	2	3
53	3	3	3	3
54	3	3	3	3
55	3	3	3	3
56	3	3	3	3
57	4	3	4	3
58	4	4	4	4
59	3	4	4	4
60	3	3	3	3
61	3	3	3	3
62	3	3	3	3
63	3	3	3	3
64	3	3	3	3
65	3	3	3	3
66	3	3	3	3
67	3	3	3	3
68	2	3	3	3
69	2	3	2	4
70	4	4	4	4
71	3	3	3	3
72	3	3	3	3
73	3	3	3	3
74	3	3	3	3
75	3	3	3	3
76	3	4	3	3
77	4	4	4	3
78	3	3	3	3
79	3	3	3	3

80	3	3	3	3
81	3	3	3	3
82	3	3	3	3
83	3	3	3	3
84	3	3	3	3
85	3	4	4	4
86	3	3	3	3
87	3	3	3	3
88	3	4	4	3
89	3	3	3	3
90	3	3	3	3
91	3	3	3	3
92	3	3	3	3
93	4	3	3	3
94	3	3	3	3
95	4	4	4	4
96	3	3	3	3
97	3	3	3	3
98	3	3	3	3
99	3	3	3	3
100	3	3	3	3
101	2	3	3	2
102	3	3	3	3
103	2	3	2	3
104	3	3	3	3
105	3	3	3	3
106	3	3	3	3
107	3	3	3	3
108	3	3	3	3
109	3	3	3	3
110	3	3	3	3
111	3	3	2	2
112	3	3	3	2
113	3	3	3	3
114	3	3	3	3
115	4	4	4	4
116	3	3	3	3
117	4	4	4	3
118	3	3	3	3
119	3	3	3	3
120	3	3	3	3
121	4	3	4	3

122	4	3	4	3
123	4	3	4	3
124	4	3	4	3
125	3	3	4	3
126	3	3	4	3
127	2	3	4	3
128	3	3	2	3
129	3	3	4	3
130	3	3	4	3
131	2	2	2	3
132	3	3	4	3
133	3	3	4	3
134	3	3	4	3
135	3	4	3	3
136	3	3	4	3
137	3	3	4	3
138	3	3	4	3
139	2	3	3	3
140	3	3	4	3
141	3	3	4	3
142	2	2	2	3
143	3	3	4	3
144	3	3	4	3
145	3	3	4	3
146	3	3	4	3
147	2	2	3	3
148	3	3	4	3
149	3	3	3	3
150	3	3	3	3
151	3	3	4	3
152	3	3	3	3
153	3	3	4	4
154	3	3	4	3
155	3	3	3	3
156	3	3	3	4
157	3	3	3	3
158	3	3	3	3
159	4	3	3	3
160	4	3	3	3
161	4	3	3	4
162	4	3	3	3
163	4	3	3	3

164	3	3	3	4
165	3	3	3	2
166	3	2	3	2
167	3	2	3	3
168	4	3	3	3
169	4	3	3	3
170	4	3	3	3
171	4	3	3	3
172	3	3	3	3
173	2	3	3	3
174	3	3	4	3
175	2	1	3	3
176	3	2	2	3
177	3	3	2	3
178	3	3	3	3
179	3	3	2	3
180	3	4	3	3
181	3	4	3	3
182	3	4	3	3
183	3	3	3	3
184	3	4	3	3
185	3	4	3	3
186	3	2	2	4
187	3	4	3	3
188	3	4	3	4
189	2	3	3	3
190	3	4	3	4
191	3	4	3	3
192	4	3	3	3
193	4	4	3	4
194	4	3	3	3
195	2	2	3	3
196	3	4	3	3
197	3	3	3	3
198	3	4	3	3
199	3	4	3	3
200	3	4	3	3

Lampiran 6. Data Hasil Karakteristik Responden**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	66	33.0	33.0	33.0
	perempuan	134	67.0	67.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	37	18.5	18.5	18.5
	SMP	37	18.5	18.5	37.0
	SMU	78	39.0	39.0	76.0
	D3	17	8.5	8.5	84.5
	S1	31	15.5	15.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-27 tahun	26	13.0	13.0	13.0
	28-39 tahun	107	53.5	53.5	66.5
	40-51 tahun	53	26.5	26.5	93.0
	52-62 tahun	14	7.0	7.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Lampiran 7. Data Hasil Statistik *Hospital Brand Image*, Kepuasan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Loyalitas

Statistics

		BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
N	Valid	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.42	3.34	3.51	3.43	3.42	3.42	3.47	3.43	3.35	3.38

BI1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	5.0	5.0	5.0
	3	96	48.0	48.0	53.0
	4	94	47.0	47.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

BI2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	15	7.5	7.5	7.5
	3	103	51.5	51.5	59.0
	4	82	41.0	41.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

BI3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	6.0	6.0	6.0
	3	75	37.5	37.5	43.5
	4	113	56.5	56.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

BI4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	5.0	5.0	5.0
	3	95	47.5	47.5	52.5
	4	95	47.5	47.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

BI5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	3.5	3.5	3.5
	3	103	51.5	51.5	55.0
	4	90	45.0	45.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

KP1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	16	8.0	8.0	8.0
	3	84	42.0	42.0	50.0
	4	100	50.0	50.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

KP2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	4.5	4.5	4.5
	3	89	44.5	44.5	49.0
	4	102	51.0	51.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

KP3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	14	7.0	7.0	7.0
	3	87	43.5	43.5	50.5
	4	99	49.5	49.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

KP4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	20	10.0	10.0	10.0
	3	90	45.0	45.0	55.0
	4	90	45.0	45.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

KP5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	15	7.5	7.5	7.5
	3	95	47.5	47.5	55.0
	4	90	45.0	45.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Statistics

		K1	K2	K3	K4	K5	KC1	KC2	KC3	KC4	KC5	L1	L2	L3	L4
N	Valid	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.36	3.40	3.38	3.37	3.30	3.49	3.47	3.46	3.46	3.47	3.41	3.44	3.47	3.46

K1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	21	10.5	10.5	10.5
	3	87	43.5	43.5	54.0
	4	92	46.0	46.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

K2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	17	8.5	8.5	8.5
	3	87	43.5	43.5	52.0
	4	96	48.0	48.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

K3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	6.0	6.0	6.0
	3	100	50.0	50.0	56.0
	4	88	44.0	44.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	
Total		200	100.0	100.0	

K5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	18	9.0	9.0	9.0
	3	105	52.5	52.5	61.5
	4	77	38.5	38.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

KC1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	2.5	2.5	2.5
3	92	46.0	46.0	48.5
4	103	51.5	51.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KC2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	1.5	1.5	1.5
3	101	50.5	50.5	52.0
4	96	48.0	48.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KC3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	3.5	3.5	3.5
3	95	47.5	47.5	51.0
4	98	49.0	49.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KC4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	2.5	2.5	2.5
3	98	49.0	49.0	51.5
4	97	48.5	48.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KC5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	1.0	1.0	1.0
3	103	51.5	51.5	52.5
4	95	47.5	47.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

L1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	4.0	4.0	4.0
3	102	51.0	51.0	55.0
4	90	45.0	45.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

L2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	4.0	4.0	4.0
3	96	48.0	48.0	52.0
4	96	48.0	48.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

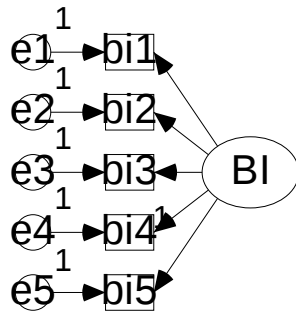
L3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	1.5	1.5	1.5
3	100	50.0	50.0	51.5
4	97	48.5	48.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

L4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	2.5	2.5	2.5
3	99	49.5	49.5	52.0
4	96	48.0	48.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

CFA Eksogen



Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

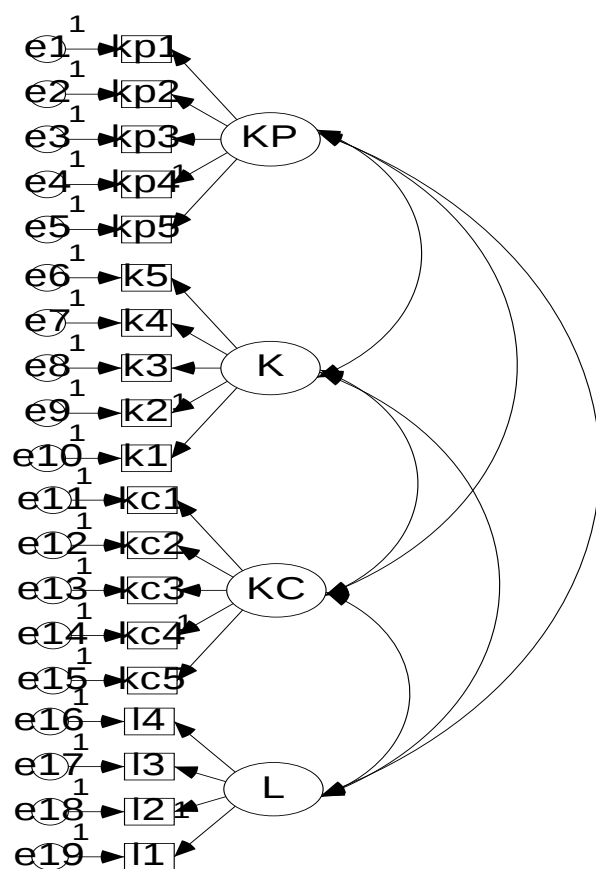
	Estimate
bi5 <--- Hospital Brand Image	.627
bi4 <--- Hospital Brand Image	.704
bi3 <--- Hospital Brand Image	.563
bi2 <--- Hospital Brand Image	.683
bi1 <--- Hospital Brand Image	.685

CFA Endoge

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
kp5 <--- Kualitas Pelayanan	.599
kp4 <--- Kualitas Pelayanan	.751
kp3 <--- Kualitas Pelayanan	.823
kp2 <--- Kualitas Pelayanan	.768
kp1 <--- Kualitas Pelayanan	.858
k1 <--- Kepuasan Pasien	.692
k2 <--- Kepuasan Pasien	.698
k3 <--- Kepuasan Pasien	.692
k4 <--- Kepuasan Pasien	.522
k5 <--- Kepuasan Pasien	.749
kc5 <--- Kepercayaan	.703
kc4 <--- Kepercayaan	.785
kc3 <--- Kepercayaan	.784
kc2 <--- Kepercayaan	.590
kc1 <--- Kepercayaan	.836
l1 <--- Loyalitas	.841
l2 <--- Loyalitas	.728

	Estimate
l3 <--- Loyalitas	.822
l4 <--- Loyalitas	.903



Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas

Hospital Brand Image	Loading (λ)	λ^2	$1 - \lambda^2$	CR
bi1	0.685	0.469225	0.530775	
bi2	0.683	0.466489	0.533511	
bi3	0.563	0.316969	0.683031	
bi4	0.704	0.495616	0.504384	
bi5	0.627	0.393129	0.606871	0.788242
Jumlah	3.262		2.858572	

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan	Loading (λ)	λ^2	$1 - \lambda^2$	CR
kp1	0.858	0.736164	0.263836	
kp2	0.768	0.589824	0.410176	
kp3	0.823	0.677329	0.322671	
kp4	0.751	0.564001	0.435999	
kp5	0.599	0.358801	0.641199	0.874358
Jumlah	3.799		2.073881	

Uji Reliabilitas Kepuasan Pasien

Kepuasan Pasien	Loading (λ)	λ^2	$1 - \lambda^2$	CR
k1	0.692	0.478864	0.521136	
k2	0.698	0.487204	0.512796	
k3	0.692	0.478864	0.521136	
k4	0.522	0.272484	0.727516	
k5	0.749	0.561001	0.438999	0.805103
Jumlah	3.353		2.721583	

Uji Reliabilitas Kepercayaan Pasien

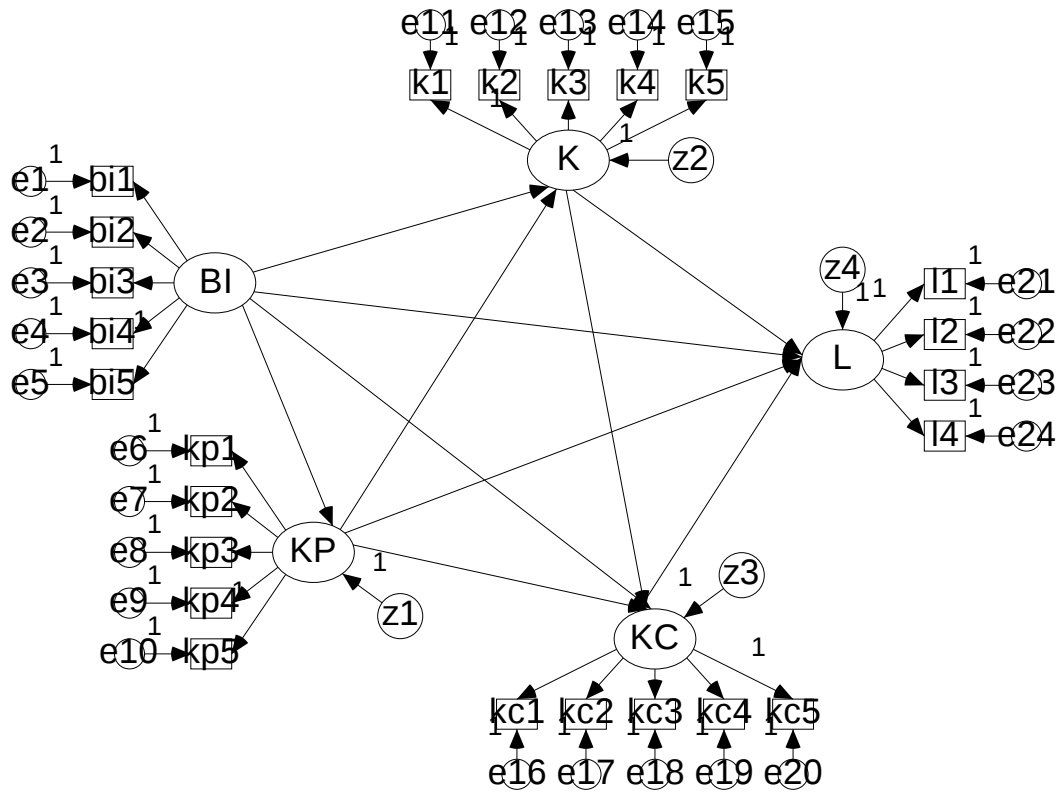
Kepercayaan Pasien	Loading (λ)	λ^2	$1 - \lambda^2$	CR
kc1	0.836	0.698896	0.301104	
kc2	0.59	0.348100	0.651900	
kc3	0.784	0.614656	0.385344	
kc4	0.785	0.616225	0.383775	
kc5	0.703	0.494209	0.505791	0.859907
Jumlah	3.698		2.227914	

Uji Reliabilitas Loyalitas

Loyalitas	Loading (λ)	λ^2	$1 - \lambda^2$	CR
l1	0.841	0.707281	0.292719	
l2	0.728	0.529984	0.470016	
l3	0.822	0.675684	0.324316	

I4	0.903	0.815409	0.184591	0.895097
Jumlah	3.294		1.271642	

Model



Lampiran 9. Hasil Uji Validitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
l4	2.000	4.000	-.282	-1.630	-1.022	-2.951
l3	2.000	4.000	-.186	-1.071	-1.296	-3.742
l2	2.000	4.000	-.408	-2.354	-.774	-2.233
l1	2.000	4.000	-.300	-1.734	-.809	-2.335
kc1	2.000	4.000	-.417	-2.408	-.948	-2.736
kc2	2.000	4.000	-.166	-.958	-1.301	-3.756
kc3	2.000	4.000	-.408	-2.358	-.820	-2.366
kc4	2.000	4.000	-.301	-1.740	-1.015	-2.929
kc5	2.000	4.000	-.075	-.434	-1.490	-4.302
k5	2.000	4.000	-.306	-1.769	-.660	-1.906
k4	2.000	4.000	-.400	-2.311	-.667	-1.924
k3	2.000	4.000	-.378	-2.185	-.683	-1.970
k2	2.000	4.000	-.578	-3.339	-.628	-1.812
k1	2.000	4.000	-.541	-3.121	-.714	-2.062
kp1	2.000	4.000	-.634	-3.662	-.576	-1.662
kp2	2.000	4.000	-.548	-3.166	-.649	-1.872
kp3	2.000	4.000	-.595	-3.437	-.584	-1.686
kp4	2.000	4.000	-.507	-2.928	-.706	-2.038
kp5	2.000	4.000	-.462	-2.669	-.657	-1.897
bi1	2.000	4.000	-.432	-2.495	-.701	-2.024
bi2	2.000	4.000	-.339	-1.959	-.662	-1.911
bi3	2.000	4.000	-.819	-4.728	-.325	-.939
bi4	2.000	4.000	-.450	-2.595	-.693	-2.001
bi5	2.000	4.000	-.262	-1.514	-.871	-2.514
Multivariate					24.248	4.853

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
39	45.944	.004	.594
153	44.669	.006	.364
177	43.467	.009	.258
196	43.115	.010	.130
86	43.008	.010	.050
135	41.570	.014	.071
166	41.218	.016	.040
43	39.047	.027	.176
50	38.713	.029	.135
106	38.296	.032	.116
197	37.175	.042	.223
137	36.539	.049	.269
154	36.424	.050	.202

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
35	36.332	.051	.144
104	35.795	.057	.178
175	35.597	.060	.149
26	35.510	.061	.108
187	35.262	.065	.098
31	34.886	.070	.110
55	34.853	.071	.074
103	34.423	.077	.096
184	34.331	.079	.072
49	34.320	.079	.046
185	33.990	.085	.054
81	33.958	.085	.036
161	33.708	.090	.037
139	33.608	.092	.028
38	33.458	.095	.024
160	32.793	.109	.066
107	32.236	.121	.129
42	32.084	.125	.121
108	32.051	.126	.091
156	31.443	.141	.194
21	31.162	.149	.230
59	31.090	.151	.198
122	31.082	.151	.152
95	30.876	.157	.164
99	30.750	.161	.155
159	30.733	.162	.119
172	30.563	.167	.123
190	30.528	.168	.097
63	30.264	.176	.124
149	30.244	.177	.095
144	30.109	.181	.093
88	30.000	.185	.087
115	29.694	.195	.125
105	29.445	.204	.157
83	29.383	.206	.136
165	29.355	.207	.110
82	29.338	.208	.085
131	29.111	.216	.106
85	29.004	.220	.102
117	28.920	.223	.092
114	28.686	.232	.119
189	28.678	.232	.092
74	28.666	.233	.070
183	28.603	.235	.061

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
162	28.564	.237	.049
89	28.536	.238	.038
76	28.399	.244	.040
121	28.324	.247	.036
72	28.288	.248	.028
98	28.175	.253	.028
57	28.123	.255	.023
84	28.016	.259	.023
80	27.994	.260	.017
32	27.903	.264	.016
194	27.747	.271	.019
91	27.663	.275	.017
33	27.368	.288	.032
102	27.039	.303	.064
163	26.911	.309	.069
192	26.899	.309	.053
169	26.883	.310	.041
176	26.716	.318	.050
198	26.696	.319	.039
191	26.603	.323	.038
14	26.511	.328	.037
34	26.422	.332	.036
68	26.320	.337	.037
58	26.221	.342	.037
112	26.200	.343	.029
44	25.808	.363	.074
8	25.780	.364	.060
78	25.416	.383	.128
13	25.261	.392	.150
138	25.151	.398	.157
134	25.139	.398	.129
17	25.123	.399	.106
167	24.782	.418	.196
54	24.745	.420	.174
168	24.724	.421	.147
127	24.631	.426	.149
11	24.622	.427	.121
46	24.471	.435	.142
193	24.385	.440	.141
110	24.329	.443	.130
140	24.281	.446	.117
25	24.224	.449	.107
73	24.125	.454	.111

Lampiran 10. Hasil Goodness of Fit Model**CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	58	397.333	242	.000	1.642
Saturated model	300	.000	0		
Independence model	24	2445.213	276	.000	8.859

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.020	.865	.832	.697
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.094	.347	.290	.319

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.838	.815	.929	.918	.928
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

RMSEA

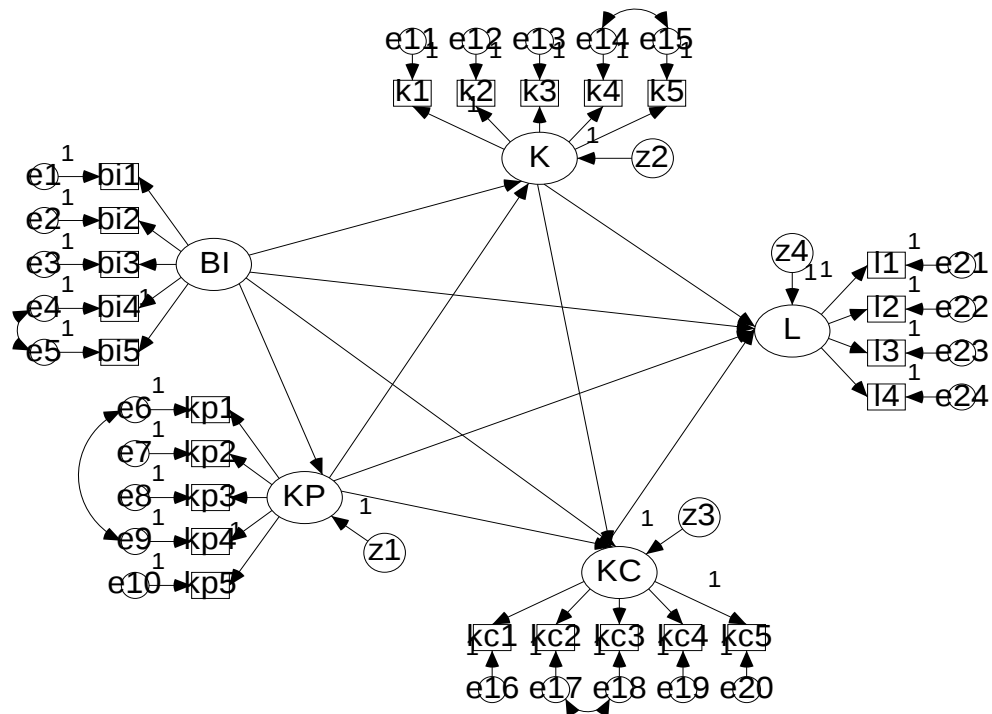
Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.057	.047	.067	.132
Independence model	.199	.192	.206	.000

Modification Indices (Group number 1 - Default model)**Covariances: (Group number 1 - Default model)**

	M.I.	Par Change
e17 <--> e16	6.401	.027
e18 <--> e17	17.895	-.051
e19 <--> z4	5.027	-.026
e19 <--> e18	5.253	.023
e20 <--> z2	5.704	.032
e20 <--> e17	4.007	.024
e20 <--> e19	6.841	-.027
e14 <--> e24	4.189	-.023

	M.I.	Par Change
e14 <--> e15	38.478	-.109
e13 <--> e17	7.927	.041
e13 <--> e14	7.597	.049
e12 <--> e24	4.822	-.024
e12 <--> e17	8.503	-.046
e12 <--> e14	10.645	.062
e11 <--> e15	7.281	.045
e11 <--> e13	8.159	-.048
e6 <--> Hospital Brand Image	8.018	-.030
e8 <--> Hospital Brand Image	6.268	.027
e8 <--> e13	4.437	.028
e8 <--> e7	5.278	.025
e9 <--> e13	6.332	-.039
e9 <--> e6	15.747	.050
e9 <--> e8	4.664	-.028
e10 <--> e14	4.181	.040
e1 <--> e11	4.231	.035
e2 <--> e21	4.857	-.026
e4 <--> e9	4.879	-.034
e5 <--> e21	4.137	.023
e5 <--> e10	6.488	.043
e5 <--> e1	5.644	-.036
e5 <--> e4	15.191	.060

Modifikasi



Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	62	263.037	238	.127	1.105
Saturated model	300	.000	0		
Independence model	24	2445.213	276	.000	8.859

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.019	.905	.880	.718
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.094	.347	.290	.319

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.892	.875	.989	.987	.988

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.023	.000	.038	1.000
Independence model	.199	.192	.206	.000

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kualitas Pelayanan	<---	Hospital Brand Image	.392	.125	3.126	.002	
Kepuasan Pasien	<---	Kualitas Pelayanan	.220	.097	2.259	.024	
Kepuasan Pasien	<---	Hospital Brand Image	.385	.141	2.726	.006	
Kepercayaan	<---	Hospital Brand Image	.264	.115	2.299	.022	
Kepercayaan	<---	Kepuasan Pasien	.196	.064	3.037	.002	
Kepercayaan	<---	Kualitas Pelayanan	.157	.079	1.980	.048	
Loyalitas	<---	Hospital Brand Image	.193	.139	1.394	.163	
Loyalitas	<---	Kepuasan Pasien	.217	.079	2.734	.006	
Loyalitas	<---	Kepercayaan	.427	.106	4.013	***	
Loyalitas	<---	Kualitas Pelayanan	.157	.097	1.612	.107	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
Kualitas Pelayanan	<---	Hospital Brand Image	.303
Kepuasan Pasien	<---	Kualitas Pelayanan	.184
Kepuasan Pasien	<---	Hospital Brand Image	.249
Kepercayaan	<---	Hospital Brand Image	.210
Kepercayaan	<---	Kepuasan Pasien	.240
Kepercayaan	<---	Kualitas Pelayanan	.161
Loyalitas	<---	Hospital Brand Image	.117
Loyalitas	<---	Kepuasan Pasien	.204
Loyalitas	<---	Kepercayaan	.327
Loyalitas	<---	Kualitas Pelayanan	.123

Lampiran 11. Data Hasil *Standardized Total Effects*

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	Hospital Brand Image	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pasien	Kepercayaan	Loyalitas
Kualitas Pelayanan	.303	.000	.000	.000	.000
Kepuasan Pasien	.305	.184	.000	.000	.000
Kepercayaan	.332	.205	.240	.000	.000
Loyalitas	.325	.228	.282	.327	.000

Lampiran 12. Data Hasil *Standardized Direct Effects*

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Hospital Brand Image	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pasien	Kepercayaan	Loyalitas
Kualitas Pelayanan	.303	.000	.000	.000	.000
Kepuasan Pasien	.249	.184	.000	.000	.000
Kepercayaan	.210	.161	.240	.000	.000
Loyalitas	.117	.123	.204	.327	.000

Lampiran 13. *Standardized Indirect Effects*

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Hospital Brand Image	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pasien	Kepercayaan	Loyalitas
Kualitas Pelayanan	.000	.000	.000	.000	.000
Kepuasan Pasien	.056	.000	.000	.000	.000
Kepercayaan	.122	.044	.000	.000	.000
Loyalitas	.208	.105	.078	.000	.000

KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Perkenankan saya meminta Anda menyisihkan waktu beberapa menit untuk mengisi kuesioner ini. Tujuan penyebaran kuesioner ini adalah untuk memperoleh data bagi penelitian dalam rangka penulisan Tesis di Program Pasca Sarjana Manajemen Farmasi Universitas Setia Budi. Dalam kuesioner ini jawaban Anda tidak akan dinilai benar atau salah, melainkan hanya untuk mengetahui pendapat Anda mengenai Keterkaitan Hospital Brand image, Kepuasan Pasien, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, terhadap Loyalitas di RSAL Jala Ammari, Makassar

Partisipasi Anda sangat saya harapkan, atas perhatian dan kesediaan Anda saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Synthia Dewi Lestari
SBF 101340247

Petunjuk pengisian kuesioner :

1. Bacalah instruksi umum yang diberikan di awal pertanyaan.
2. Jawablah seluruh pertanyaan, tanpa ada yang terlewat.
3. Mohon menjawab sesuai dengan apa yang anda alami.

**1. Identitas Responden**

Isilah jawaban anda dengan memberi tanda (✓) pada lingkaran jawaban yang Anda pilih.

1. Jenis Kelamin :

- ☐ Laki-laki
☐ Perempuan

2. Usia (tahun) :

- ☐ 17 – 30
☐ 30 – 40
☐ 40 – 50
☐ 50 – 60
☐ > 61

3. Pendidikan terakhir Anda (ijazah terakhir yang dimiliki) :

- ☐ SMP/Sederajat
☐ SMU/Sederajat

- ☐ Akademi/Diploma
- ☐ Sarjana (S1)
- ☐ Magister (S2)
- ☐ Doktor (S3)

4. Pekerjaan Anda saat ini :

- ☐ Pelajar/Mahasiswa
- ☐ Karyawan Swasta
- ☐ Wiraswasta
- ☐ TNI / POLRI
- ☐ PNS
- ☐ Lain – lain : (sebutkan)

5. Kunjungan Anda di RSAL Jala Ammari, Makassar saat ini adalah yang :

- ☐ Dua kali
- ☐ Tiga kali
- ☐ Lebih dari tiga kali

1. Pernyataan-pernyataan di bawah ini adalah untuk mengetahui pendapat anda tentang citra rumah sakit terhadap pelayanan di RSAL Jala Ammari, Makassar

Berilah tanda (√) pada jawaban yang anda pilih.

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

NO	PERNYATAAN	Skor			
		(STS) 1	(TS) 2	(S) 3	(SS) 4
	<i>Hospital brand image</i>				
1	Saya memilih RSAL Jala Ammari karena keahlian dokter yang baik dalam menangani pasien	☐	☐	☐	☐
2	Saya memilih RSAL Jala Ammari karena persepsi pasien lain yang baik yang pernah merasakan pelayanan dirumah sakit tersebut	☐	☐	☐	☐
3	Saya memilih RSAL Jala Ammari karena pencitraannya yang baik	☐	☐	☐	☐
4	Saya memilih RSAL Jala Ammari karena rumah sakit tersebut telah dikenal luas oleh masyarakat dari peran serta rumah sakit dalam berbagai kegiatan – kegiatan sosial yang positif	☐	☐	☐	☐
5	Saya memilih RSAL Jala Ammari, Makassar karena selalu menjaga tampilan gedung dengan baik dengan papan nama yang mudah terlihat oleh umum	☐	☐	☐	☐

Sumber : Keller, (2003). Selnes, (1993). Wu, (2011)

7. Pernyataan-pernyataan di bawah ini adalah untuk mengetahui pendapat anda mengenai kualitas pelayanan RSAL Ammari, Makassar. Berilah tanda (✓) pada kotak jawaban yang anda pilih.

NO	PERNYATAAN	Skor			
		(STS) 1	(TS) 2	(S) 3	(SS) 4
1	Fasilitas pendukung pelayanan RSAL Jala Ammari, Makassar secara keseluruhan sudah memadai.	☐	☐	☐	☐
2	Rumah sakit memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, misal Unit Gawat Darurat (UGD) yang siap melayani pasien selama 24 jam.	☐	☐	☐	☐
3	Pasien tidak perlu menunggu terlalu lama untuk memperoleh pelayanan dari rumah sakit..	☐	☐	☐	☐
4	Karyawan rumah sakit memiliki pengetahuan yang luas mengenai semua hal tentang rumah sakit seperti letak ruangan rawat inap, ruang dokter, dan pelayanan apa saja yang ada di rumah sakit.	☐	☐	☐	☐
5	Karyawan rumah sakit yang ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan kepada pasien..	☐	☐	☐	☐

Sumber : Patayawati *et al*, (2013). Wu, (2011). Kotler, (2000)

8. Pernyataan-pernyataan di bawah ini adalah untuk mengetahui kepuasan anda terhadap pelayanan di RSAL Jala Ammari, Makassar

Berilah tanda (√) pada kotak jawaban yang anda pilih.

No	Kepuasan	Skor			
		(STS) 1	(TS) 2	(S) 3	(SS) 4
1	Pelayanan kefarmasian yang diberikan RSAL Jala Ammari, Makassar sesuai dengan yang saya harapkan	☐	☐	☐	☐
2	Diagnosa dokter RSAL Jala Ammari, Makasar sesuai dan tepat dalam menangani pasien	☐	☐	☐	☐
3	Dokter RSAL Jala Ammari, Makasar sesuai dalam memberikan diagnosa dan pengobatan berdasarkan riwayat penyakit pasien	☐	☐	☐	☐
4	Secara keseluruhan pelayanan di RSAL Jala Ammari, Makassar sudah memuaskan	☐	☐	☐	☐
5	Informasi obat yang diberikan dari pihak farmasi di RSAL Jala Ammari, Makassar sesuai dengan yang saya harapkan	☐	☐	☐	☐

Sumber : Patayawati *et al.*, (2013). Djati *et al*, (2011). Selnes *et al*, (1993). Lestari, 2004

9. Pernyataan-pernyataan di bawah ini adalah untuk mengetahui kepercayaan pasien terhadap pelayanan di RSAL Jala Ammari, Makassar

Berilah tanda (✓) pada jawaban yang anda pilih

No	Kepercayaan	Skor			
		(STS) 1	(TS) 2	(S) 3	(TS) 4
1	Penjelasan dokter di RSAL Jala Ammari, Makasar jelas tentang penyakit dan keluhan saya	☒	☐	☐	☐
2	Saya percaya ketanggapan dokter di RSAL Jala Ammari terhadap penanganan pasien	☐	☐	☐	☐
3	Saya memilih RSAL Jala Ammari, Makassar karena kebaikannya dalam memberikan pelayanan kepada pasien	☐	☐	☐	☐
4	Rumah sakit menyediakan peralatan medis yang lengkap.	☐	☐	☐	☐
5	Saya percaya RSAL Jala Ammari, Makassar karena memiliki tanggung jawab yang tinggi dalam melakukan pelayanan kepada pasien	☐	☐	☐	☐

Sumber : Patayawati *et al*,(2013). Mayer *et al*, (2010)

10. Pernyataan-pernyataan di bawah ini adalah untuk mengetahui loyalitas anda terhadap pelayanan di RSAL Jala Ammari, Makassar

Berilah tanda (✓) pada jawaban yang anda pilih.

No	Loyalitas	Skor			
		(STS) 1	(TS) 2	(S) 3	(SS) 4
1	Saya akan merekomendasikan RSAL Jala Ammari kepada pasien lain	☐	☐	☐	☐
2	Saya lebih memilih membicarakan masalah yang terjadi kepada pihak Rumah Sakit dari pada Rumah Sakit yang lain	☐	☐	☐	☐
3	Saya percaya terhadap konsistensi pelayanan Rumah Sakit yang telah saya terima	☐	☐	☐	☐
4.	Keramahan para tenaga medis membuat pasien senang	☐	☐	☐	☐

Sumber : Patayawati *et al*, (2013). Djati *et al*, (2011). (Wu, 2011)



..... **Terima Kasih**



**PANGKALAN UTAMA TNI AL VI
RUMKITAL JALA AMMARI**



SURAT KETERANGAN
Nomor : Sket/ 154 /VIII/2014

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : Zulfitri, S Si, M. Kes
Pangkat/Korps/NRP : Mayor Laut (K) NRP 14105/P
J a b a t a n : Kabag Farmasi Rumkita Jala Ammari Lantamal VI

Menerangkan bahwa :

N a m a : Syinthia Dewi Lestari
Nim : SBF101340247
Alamat Kampus : Jl. Letjen Sutoyo Mojosongo Solo
Tlp/Fax : 0271-852518

Benar telah melakukan penelitian di Rumah Sakit Jala Ammari Makassar untuk menyusun Tesis dengan judul **Keterkaitan antara Hospital Brand Image, Kepuasan Pasien, kualitas Pelayanan, Kepercayaan terhadap Loyalitas (Study pada pasien rawat inap)** terhitung mulai tanggal **02 Juli 2014** sampai dengan **20 Agustus 2014**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk digunakan dalam rangka menyusun Tesis Program Pasca Sarjana Setia Budi Solo.

Makassar, 22 Agustus 2014

a.n. Karumkital Jala Ammari

Ka Diklat,

Zulfitri, S Si, M. Kes
Mayor Laut (K) NRP 14105/P