

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN	i
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I	1
Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.4.1 Tujuan Umum	8
1.4.2 Tujuan Khusus	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Bagi Penulis	10
1.5.2 Bagi Universitas Esa Unggul	10
1.6 Ruang Lingkup	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Konsep Loyalitas	12
2.1.1 Definisi Loyalitas	12
2.2.2 Dimensi Loyalitas	13
2.2.3 Tahapan Loyalitas	16
2.2.4 Faktor-faktor dan Manfaat Loyalitas	18
2.2 Bauran Pemasaran	20
2.2.1 Definisi Pemasaran.....	20
2.2.2 Pemasaran Jasa.....	20
2.2.3 Konsep Pemasaran di Rumah Sakit	22
2.3 Bauran pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) 7P.....	23
2.3.1 Bauran pemasaran <i>product</i> (produk)	24
2.3.2 Bauran Pemasaran <i>Price</i> (Harga)	28

2.3.3	Bauran pemasaran <i>Promotion</i> (promosi)	32
2.3.4	Bauran Pemasaran <i>Place</i> (Tempat)	34
2.3.5	Bauran Pemasaran <i>Process</i> (Proses)	37
2.3.6	Bauran Pemasaran <i>People</i> (Orang)	38
2.3.7	Bauran Pemasaran <i>Physical Evidance</i> (Bukti Fisik)	40
2.4	Kerangka Teori	42
2.5	Penelitian Terkait	44
BAB 3	50
METODE PENELITIAN	50
3.1	Kerangka Konsep Penelitian	50
3.2	Definisi Operasional	51
3.3	Hipotesis Penelitian	53
3.4	Waktu dan Tempat Penelitian	54
3.4.1	Waktu Penelitian	54
3.4.2	Tempat Penelitian.....	54
3.5	Jenis Penelitian	54
3.6	Pengumpulan Data	54
3.7	Populasi dan Sample	55
3.7.1	Populasi.....	55
3.7.2	Kriteria Pengambilan Sampel	55
3.7.3	Sampel.....	56
3.7.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	57
3.8	Instrumen Penelitian.....	57
3.8.1	Loyalitas Pasien	57
3.8.2	Bauran Pemasaran (<i>Mareting Mix</i>) 7P.....	58
a.	<i>Marketing mix</i> 7P	58
b.	<i>Product</i>	58
c.	<i>Price</i>	59
d.	<i>Promotion</i>	59
e.	<i>Place</i>	60
f.	<i>Process</i>	60
g.	<i>People</i>	61
h.	<i>Pysical evidance</i>	61
3.9	Uji Validitas dan Uji Realibilitas	62

3.9.1	Uji Validitas	62
3.9.2	Uji Reliabilitas	68
3.10	Uji Normalitas	68
3.11	Pengolahan Data.....	69
3.12	Analisis Data	70
3.12.1	Analisi Univariat	70
3.12.2	Analisi Bivariat	70
BAB IV	72
HASIL PENELITIAN	72
4.1	Hasil Univariat	72
4.1.1	Gambaran Loyalitas Pasien Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	72
4.1.2	Gambaran Bauran <i>Marketing Mix</i> 7P di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.	72
4.1.3	Gambaran Bauran <i>Product</i> di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	73
4.1.4	Gambaran Bauran <i>Price</i> di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	73
4.1.5	Gambaran Bauran <i>Promotion</i> di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	74
4.1.6	Gambaran Bauran <i>Place</i> di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	74
4.1.7	Gambaran Bauran <i>Process</i> di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	75
4.1.8	Gambaran Bauran <i>People</i> di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	75
4.1.9	Gambaran Bauran <i>Physical Evidance</i> di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.	76
4.2	Analisi Bivariat.....	76
4.2.1	Hubungan <i>Marketing Mix</i> 7P dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	77
4.2.2	Hubungan Bauran <i>Product</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	77
4.1.2	Hubungan Bauran <i>Price</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	78
4.1.3	Hubungan Bauran <i>Promotion</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.	79

4.1.4	Hubungan Bauran <i>Place</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	80
4.1.5	Hubungan Bauran <i>Process</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	81
4.1.6	Hubungan Bauran <i>People</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	82
4.1.7	Hubungan Bauran <i>Physical Evidance</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.	83
BAB V	85
PEMBAHASAN	85
5.1	Keterbatasan penelitian	85
5.2	Analisis Univariat.....	85
5.2.1	Gambaran Loyalitas pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	85
5.2.2	Gambaran Bauran <i>Marketing mix</i> 7P pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	87
5.2.3	Gambaran Bauran <i>Product</i> pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	89
5.2.4	Gambaran Bauran <i>Price</i> pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	91
5.2.5	Gambaran Bauran <i>Promotion</i> pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	92
5.2.6	Gambaran Bauran <i>Place</i> pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	93
5.2.7	Gambaran Bauran <i>Process</i> pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	94
5.2.8	Gambaran Bauran <i>People</i> pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	95
5.2.9	Gambaran Bauran <i>Physical Evidance</i> pasien di Unit Rawat Jalan Rs St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	96
5.3.1	Hubungan Bauran <i>Marketing Mix</i> 7P dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.	97
5.3.2	Hubungan Bauran <i>Product</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	99
5.3.3	Hubungan Bauran <i>Price</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	100
5.3.4	Hubungan Bauran <i>Promotion</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	101

5.3.5	Hubungan Bauran <i>Place</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	103
5.3.6	Hubungan Bauran <i>Process</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	104
5.3.7	Hubungan Bauran <i>People</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	105
5.3.8	Hubungan Bauran <i>Physical Evidence</i> dengan Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	107
BAB VI	109
KESIMPULAN DAN SARAN	109
6.1	Kesimpulan.....	109
6.2	Saran.....	110
Daftar Pustaka	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Kerangka Teori.....	43
Gambar 3. 1 Kerangka Konsep	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terkait	44
Tabel 3 1 Definisi Oprasional	51
Tabel 3 2 Hasil Uji Validitas pada Variabel Loyalitas	62
Tabel 3 3 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Product</i>	63
Tabel 3 4 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Price</i>	64
Tabel 3 5 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Promotion</i>	64
Tabel 3 6 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Process</i>	65
Tabel 3 7 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Place</i>	66
Tabel 3 8 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>People</i>	66
Tabel 3 9 Hasil Uji Validitas pada Variabel <i>Physical Evidance</i>	67
Tabel 3 10 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 3 11 Hasil Normalitas	69
Tabel 4 1 Distribusi Frekuensi Loyalitas pasien rawat jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	72
Tabel 4 2 Distribusi Frekuensi marketing mix 7P rawat jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	73
Tabel 4 3 Distribusi Frekuensi bauran product rawat jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	73
Tabel 4 4 Distribusi Frekuensi bauran price rawat jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	74
Tabel 4 5 Distribusi Frekuensi bauran promotion rawat jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	74
Tabel 4 6 Distribusi Frekuensi bauran process rawat jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	75
Tabel 4 7 Distribusi Frekuensi bauran place rawat jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	75

Tabel 4 8 Distribusi Frekuensi bauran people rawat jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	76
Tabel 4 9 Distribusi Frekuensi bauran physical evidance rawat jalan RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	76
Tabel 4 10 Hubungan bauran <i>marketing mix</i> 7P dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	77
Tabel 4 11 Hubungan bauran <i>product</i> dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	78
Tabel 4 12 Hubungan bauran <i>price</i> dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	79
Tabel 4 13 Hubungan bauran <i>promotion</i> dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021.....	80
Tabel 4 14 Hubungan bauran <i>place</i> dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	81
Tabel 4 15 Hubungan bauran <i>process</i> dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	82
Tabel 4 16 Hubungan bauran <i>people</i> dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	83
Tabel 4 17 Hubungan bauran physical evidance dengan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di RS St. Carolus Summarecon Serpong Tahun 2021	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	117
Lampiran 2	118
Lampiran 3	119
Lampiran 4	120
Lampiran 5	122
Lampiran 6	127