

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Identifikasi Masalah.....	6
Pembatasan Masalah	7
Perumusan Masalah	7
Tujuan Penelitian	7
1.1 Manfaat Penelitian	8
1.1.1 Bagi Peneliti	8
1.1.2 Bagi Tempat Penelitian	8
1.1.3 Bagi Institusi Pendidikan.....	8
1.1.4 Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya	8
BAB 2 KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Deskripsi Teoretis	9
2.1.1 Pemasaran dan Promosi Kesehatan	9
2.1.2 Pemasaran dan Promosi Kesehatan Profit Oriented	10
2.1.3 Brand Equity.....	11
2.1.4 Keputusan Pembelian	21
2.1.5 Hubungan Brand Equity dengan Keputusan Pembelian	26
2.1.6 Rumah Sakit	29
2.1.7 Sistem Rujukan.....	32
2.1.8 Jenis-jenis pasien di Rumah Sakit	32
2.2 Kerangka Berfikir	33
2.3 Kerangka Konsep.....	34
2.4 Hipotesis	35
2.5 Penelitian Terdahulu	36

BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
3.2 Jenis Penelitian.....	38
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.3.1 Besar Sampel	41
3.3.2 Teknis Sampling.....	43
3.4 Pengumpulan Data	43
3.4.1 Sumber Data.....	43
3.4.2 Instrumen Penelitian.....	44
3.4.3 Cara Pengumpulan Data.....	44
3.4.4 Uji Kuesioner	45
3.5 Variabel Peneliitian.....	46
3.6 Pengolahan Analisis Data	47
3.6.1 Pengolahan Data.....	47
3.6.2 Analisa Data	49
3.7 Definisi Operasional	51
3.8 Hipotesis Statistik	53
 BAB IV HASIL PENELITIAN.....	 54
4.1 Hasil Uji Validitas Reliabilitas	55
4.2 Analisa Univariat	56
4.3 Analisis Bivariat.....	58
 BAB V PEMBAHASAN	 60
5.1 Pembahasan Analisa Univariat	60
5.1.1 Gambaran Umum Responden	60
5.1.2 <i>Brand Equity</i> Terhadap Keputusan.....	61
5.2 Pembahasan Analisa Bivariat.....	61
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	 63
6.1 Kesimpulan	63
6.2 Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA