

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *PATIENT SATISFACTION* DAN *PERCEIVED SERVICE QUALITY* PADA INSTALASI RAWAT JALAN RUMAH SAKIT SILOAM DI SURABAYA



OLEH:

VINCEN

3103013165

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *PATIENT SATISFACTION* DAN *PERCEIVED SERVICE QUALITY* PADA INSTALASI RAWAT JALAN RUMAH SAKIT SILOAM DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:

VINCEN

3103013165

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *PATIENT SATISFACTION* DAN *PERCEIVED SERVICE QUALITY* PADA INSTALASI RAWAT JALAN RUMAH SAKIT SILOAM DI SURABAYA

OLEH:

**VINCEN
3103013165**

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)
Tanggal: 26 / 5 / 2017

Pembimbing II,

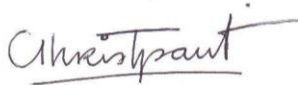


Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM
Tanggal: 2 / 6 / 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Vincen NRP 3103013165 Telah diuji pada Tanggal 5 Juli 2017 dan dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji

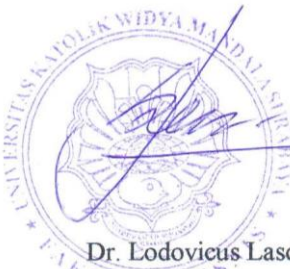



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)
NIK. 311.89.0163

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA

NIK.321.99.0370



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc.
NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Vincen

NRP : 3103013165

Judul Skripsi :

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI *PATIENT SATISFACTION* DAN *PERCEIVED SERVICE QUALITY* PADA INSTALASI RAWAT JALAN RUMAH SAKIT SILOAM DI SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di *internet* atau media lain (*Digital Library*) perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Juni 2017

Yang menyatakan,



(Vincen)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Brand Image* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Patient Satisfaction* dan *Perceived Service Quality* pada Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam Di Surabaya” untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak.,CA selaku Dekan dan Bapak Drs. Yulius Koesworo, Ec., MM selaku Wakil Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM (AP) selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, Khususnya Ibu Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CMP (AP), Ibu Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM, Ibu Maria Mia Kristianti, SE.,

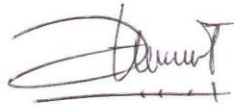
- MM, dan Bapak Hendro Susanto, SE., MM yang telah memberikan seluruh ilmu pemasaran yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini
5. Orang tua saya Papa Lai Tjai dan Mama Tjhai Hung, terima kasih banyak Papa Mama telah membesarkan saya dengan penuh cinta dan kasih sayang, sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini dengan baik dan menjadi seseorang yang berguna bagi keluarga dan sesama.
 6. Patricia Verina, terima kasih karena selalu menemani, mensupport dan membantu dalam pengerjaan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
 7. Teman – Teman Bigbos untuk Aldo Stevanio, Andrew Prasetya, Ardi, Andreas, Christianto Harijanto, Vincentius Devin, Indra Suwandi, Lauda Kertanugraha dan Vincent Rotanza, Terima kasih telah membantu dalam pengerjaan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
 8. Teman – teman Makantipis untuk Elizabeth Kusuma, Ferdy Liberty, Felix Liberty, Jaqualine, Jonny, Merry Pangestu, dan Ravensca Maria. Terima kasih telah membantu dalam pengerjaan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
 9. Teman – teman dari Papua, untuk Andrean, Bayu Ayomi, Daniel Lakshmana, Luis, Ricky dan Ryan Pradipto yang telah mensupport dalam pengerjaan skripsi ini.
 10. Terima kasih untuk semua teman – teman seperjuangan Fakultas Manajemen angkatan 2013 khususnya Manajemen Pemasaran.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kelemahan ataupun kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu, tenaga dan keterbatasan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini semakin baik lagi kedepannya. Akhir

kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang memerlukannya.

Surabaya, 19 Juni 2017

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Vincen', written over a horizontal line.

(Vincen)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN	
PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1. <i>Brand Image</i>	15
2.2.2. <i>Patient Satisfaction</i>	17
2.2.3. <i>Perceived Service Quality</i>	19
2.2.4. <i>Behavioral Intentions</i>	23

2.2.5 Pengaruh Antar Variabel.....	25
2.3 Model Penelitian	29
2.4 Hipotesis	30
BAB 3 METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain Penelitian.....	32
3.2 Identifikasi Variabel.....	32
3.3 Definisi Operasional.....	32
3.4 Skala Pengukuran Variabel	34
3.5 Jenis dan Sumber Data	35
3.6 Alat Dan Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7 Populasi Dan Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel....	36
3.8 Teknik Analisis Data.....	37
3.8.1. Uji Normalitas Data	38
3.8.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
3.8.3. Uji Kecocokan Keseluruhan Model	39
3.8.4. Uji Kecocokan Model Struktural	40
3.8.5. Uji Hipotesis	41
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Karakteristik Responden	42
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	44
4.3 Analisis Data	48
4.3.1. Uji Normalitas.....	48
4.3.2. Uji Validitas	49
4.3.3. Uji Reliabilitas	50
4.3.4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model	53
4.3.5. Uji Kecocokan Model Struktural	54
4.4 Uji Hipotesis	56
4.5 Pembahasan	58

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Simpulan	70
5.2 Saran	72
5.2.1. Saran Akademis	72
5.2.2. Saran Praktis	72
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Rumah Sakit Menurut Wilayah dan Tahun	2
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	13
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Usia.....	42
Tabel 4.3 Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Penilaian Rata – Rata Setiap Variabel	44
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	45
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Patient Satisfaction</i>	45
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Service Quality</i>	46
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Behavioral Intention</i>	47
Tabel 4.9 Pengujian Normalitas Univariat.....	48
Tabel 4.10 Pengujian Normalitas Multivariat.....	49
Tabel 4.11 Pengujian Validitas Indikator Penelitian	50
Tabel 4.12 Uji Realibilitas Variabel <i>Brand Image</i>	51
Tabel 4.13 Uji Realibilitas Variabel <i>Patient Satisfaction</i>	51
Tabel 4.14 Uji Realibilitas Variabel <i>Perceived Service Quality</i>	52
Tabel 4.15 Uji Realibilitas Variabel <i>Behavioral Intention</i>	52
Tabel 4.16 Pengujian Model Penelitian	53
Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis	56

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model Penelitian	29
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Uji Normalitas
- Lampiran 8. Uji SEM (*Structural Equation Modeling*)
- Lampiran 9. Gambar *Estimates*
- Lampiran 10. Gambar *Standardized Solution*
- Lampiran 11. Gambar *T-Values*
- Lampiran 12. Kuesioner Pendukung Hipotesis 8
- Lampiran 13 Hasil Kuesioner Pendukung Hipotesis 8

Pengaruh *Brand Image* terhadap *Behavioral Intention* melalui *Patient Satisfaction* dan *Perceived Service Quality* paada Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam di Surabaya

ABSTRAK

Dewasa ini pasar potensial industri kesehatan di Indonesia masih terus terbuka lebar. Hal ini membuat rumah sakit di Indonesia semakin berlomba-lomba memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik melalui teknologi kesehatan yang modern, dokter – dokter yang handal, dan sistem pelayanan yang cepat dan tanggap.

Penelitian ini ingin mengetahui dan menjelaskan pengaruh *brand image* terhadap *behavioral intention* melalui *patient satisfaction* dan *perceived service quality* pada instalasi rawat jalan rumah sakit siloam di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dan menggunakan program LISREL. Penelitian ini mengambil 150 responden sebagai sampelnya yang dalam 6 bulan terakhir pernah berobat di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Siloam di Surabaya, atas keputusan sendiri, belum memiliki asuransi, dan berusia minimal 20 tahun.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa dari sembilan hipotesis yang diajukan, semuanya berpengaruh positif dan signifikan, hanya hipotesis kedelapan menunjukkan pengaruh tetapi tidak signifikan, karena pasien rawat jalan tidak terlalu memperhatikan indikator dari *perceived service quality*.

Kata Kunci: *Brand Image, Behavioral Intentions, Patient Satisfaction, Perceived Service Quality.*

The effect of Brand Image on Behavioral Intention through Patient Satisfaction and Perceived Service Quality on Installation Outpatient of Siloam Hospital in Surabaya

ABSTRACT

Currently the potential market of health industry in Indonesia is still open wide. This makes hospitals in Indonesia increasingly competing to provide the best facilities and services through modern health technology, reliable doctors, and fast and responsive service system.

This research wanted to know and explain the influence of brand image toward behavioral intention through patient satisfaction and perceived service quality at outpatient installation of Hospital Siloam in Surabaya. Data analysis techniques used are SEM (Structural Equation Modeling) and use LISREL program. This study took 150 respondents as a sample who in the last 6 months had been treated at the Outpatient Installation Siloam Hospital in Surabaya, on his own decision, has no insurance, and aged at least 20 years.

The results of this study prove that of the nine hypotheses proposed, all have a positive and significant effect, only the eighth hypothesis shows the influence but not significant, because outpatients are not too concerned about indicators of perceived service quality.

Keywords: Brand Image, Behavioral Intentions, Patient Satisfaction, Perceived Service Quality.