

**PERAN MEDIASI KEPUASAN PASIEN: PENGARUH *TRUST* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PASIEN
(Studi Pada Pasien Rawat Jalan Rumkit Tk. III Baladhika Husada Jember)**

TESIS



Oleh :

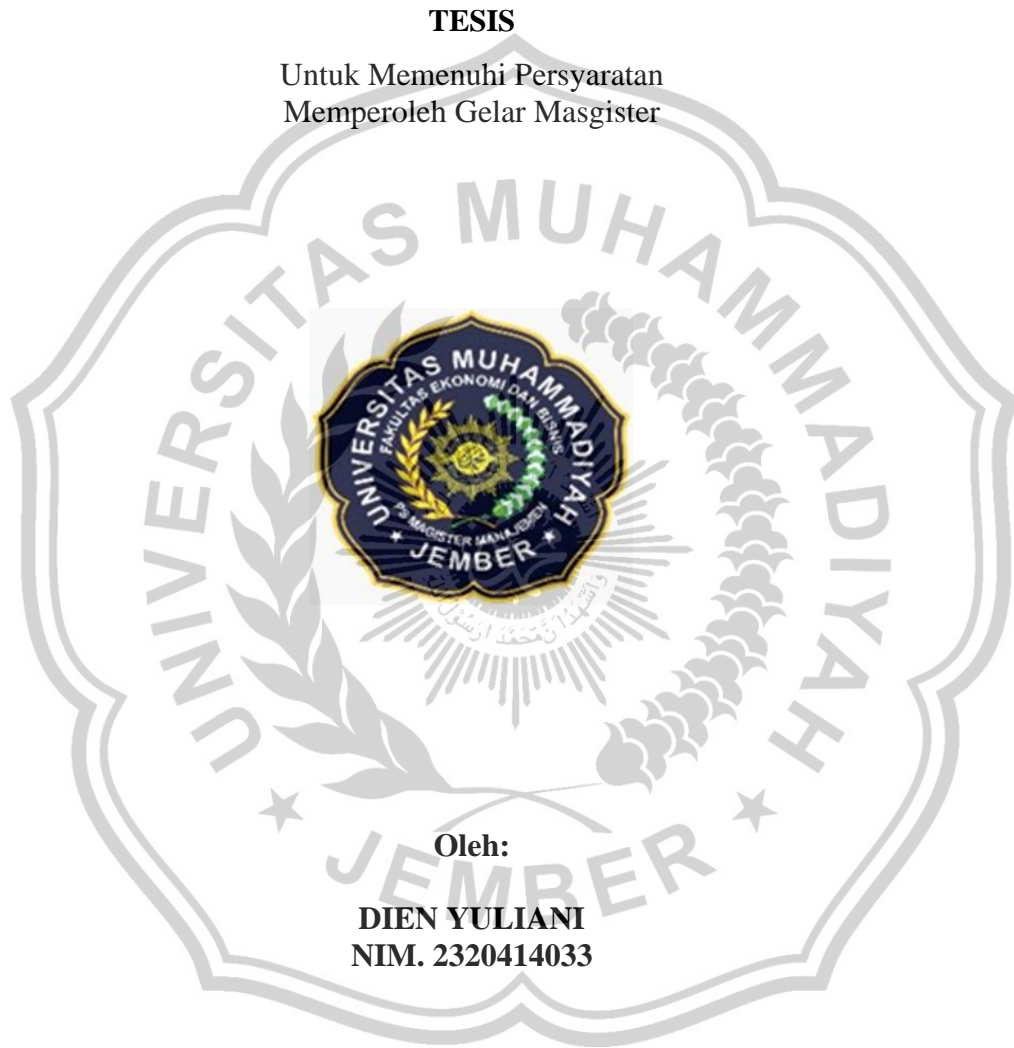
DIEN YULIANI
2320414033

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
JEMBER
2024**

**PERAN MEDIASI KEPUASAN PASIEN: PENGARUH *TRUST* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PASIEN
(Studi Pada Pasien Rawat Jalan Rumkit Tk. III Baladhika Husada Jember)**

TESIS

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Masgister



Oleh:

DIEN YULIANI
NIM. 2320414033

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul:


PERAN MEDIASI KEPUASAN PASIEN: PENGARUH *TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PASIEN
(Studi Pada Pasien Rawat Jalan Rumkit Tk. III Baladhika Husada Jember)

Yang disusun Dien Yuliani telah disetujui untuk dipertahankan di depan
Tim Penguji Pada tanggal 21 Nopember 2024

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota


Dr. Nurul Qomariah, M.M.
NPK. 1967081010603426


Dr. Nursaid, S.T., M.M.
NPK. 1969031211509701

PENGESAHAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul:

PERAN MEDIASI KEPUASAN PASIEN: PENGARUH *TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PASIEN
(Studi Pada Pasien Rawat Jalan Rumkit Tk. III Baladhika Husada Jember)

Yang disusun Dien Yuliani telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal , 21 Nopember 2024

TIM PENGUJI

Ketua



Dr. Dwi Cahyono, S.E., M.M.
NPK. 197011201990278

Anggota I



Dr. Nurul Qomariah, M.M.
NPK. 1967081010603426

Anggota II




Dr. Nursald, S.T., M.M.
NPK. 1969031211509701

Jember, 21 Nopember 2024



Ketua Program Studi



Dr. Budi Santosos, S.E., M.M, M Kun
NPK. 1978071810509478

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dien Yuliani

NIM : 2320414033

Prodi : Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa tesis yang berjudul Peran Mediasi Kepuasan Pasien: Pengaruh *Trust* dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Pasien (Studi Pada Pasien Rawat Jalan Rumkit Tk. III Baladhika Husada Jember) adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mempeoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari pernyataan ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 21 Nopember 2024

Yang menyatakan



Dien Yuliani
NIM: 2320414033

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk:

1. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Rumah Sakitku Rumkit Tk. III Baladhika Husada Jember
3. Unit Giziku yang telah berkontribusi atas kelancaran segala kegiatan dalam menempuh S2 Magister Manajemen.
4. Suami dan anakku tercinta yang telah memberikan ijin untuk menempuh S2 Magister Manajemen.
5. Diriku sendiri yang telah berjuang untuk kuat dan semangat menempuh S2 Magister Manajemen



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas pertolongan Allah SWT yang telah memberi kekuatan kepada saya dalam menyelesaikan Tesis ini. Segala hal yang telah diupayakan semoga bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca.

Puji syukur ke hadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul ” Peran Mediasi Kepuasan Pasien: Pengaruh *Trust* dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Pasien (Studi Pada Pasien Rawat Jalan Rumkit Tk. III Baladhika Husada Jember)”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata dua (S2) pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penyusunan tesis ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Hanafi, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Budi Santoso, SE, MM, M Kun , selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dr. Nurul Qomariah, S.E., MM, selaku Pembimbing Utama dan Dr. Nursaid, SE, MM, selaku Pembimbing Pendamping yang selalu berkontribusi memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penelitian ini berjalan sesuai dengan yang di harapkan.
5. Dr. Dwi Cahyono, MM selaku Ketua Tim Penguji.
6. Karumit dan staf Rumkit Tk. III Baladhika Husada Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
7. Civitas akademika Universitas Muhammadiyah Jember.
8. Teman-teman Unit Gizi dan AI yang selalu memberikan dukungan selama kuliah dan tugas akhir.

Mengingat keterbatasan sebagai manusia, penulis mengharapkan kritik yang konstruktif demi kesempurnaan tesis ini dan akhir kata semoga tesis ini berguna bagi

pembaca dan peneliti yang akan datang. Dengan penuh kesadaran penulis menyampaikan permohonan maaf atas kekurangan yang masih ada pada penulisan Tesis ini, semoga bisa menjadi koreksi bersama untuk perbaikan selanjutnya.

Jember, 21 Nopember 2024

Penulis
Dien Yuliani



DAFTAR ISI

1	TESIS	1
2	PERSETUJUAN PEMBIMBING	III
3	PENGESAHAN TESIS	IV
4	PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	V
5	HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
6	KATA PENGANTAR.....	VII
7	DAFTAR ISI	IX
8	DAFTAR TABEL	XII
9	DAFTAR GAMBAR.....	XIV
10	DAFTAR LAMPIRAN.....	XV
11	ABSTRAK	XVI
12	ABSTRACT.....	XVII
1	BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1	LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2	RUMUSAN MASALAH	9
1.3	TUJUAN PENELITIAN	10
1.4	MANFAAT PENELITIAN.....	11
1.5	MANFAAT TEORITIS	11
1.5.1	Manfaat Praktis.....	11
1.5.2	Manfaat Kebijakan	11
1.4.1	Manfaat Akademis	12
2	BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1	GRAND THEORY	13
2.2	KAJIAN TEORI	14
2.2.1	Pemasaran.....	14
2.2.1.1	Teori Pemasaran	15

2.2.1.2	Proses Pemasaran.....	15
2.2.2	Kepuasan Konsumen.....	21
2.2.3	Loyalitas	25
2.2.4	Trust.....	28
2.2.5	Brand Image.....	30
2.3	PENELITIAN TERDAHULU	32
2.4	KERANGKA KONSEPTUAL	77
2.5	PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	78
2.5.1	Pengaruh Trust terhadap Kepuasan Konsumen.....	78
2.5.2	Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen.....	80
2.5.3	Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Konsumen	81
2.5.4	Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen.....	83
2.5.5	Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen.....	84
2.5.6	Pengaruh Kepuasan konsumen sebagai variabel intervening antara Brand trust terhadap Loyalitas Konsumen	86
2.5.7	Pengaruh Kepuasan konsumen sebagai variabel intervening antara Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen	88
3	BAB 3 METODE PENELITIAN.....	91
3.1	DESAIN PENELITIAN.....	91
3.2	IDENTIFIKASI VARIABEL PENELITIAN.....	91
3.2.1	Variabel independen (X)	92
3.3	DEFINISI OPERASIONAL.....	92
3.3.1	Dimensionalisasi Variabel Trust (X1).....	93
3.3.2	Dimensionalisasi Variabel Brand Image (X2).....	93
3.3.3	Dimensionalisasi Variabel Kepuasan (Z).....	94
3.3.4	Dimensionalisasi Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	95
3.4	JENIS DAN SUMBER DATA	96
3.4.1	Data Primer.....	96
3.4.2	Data sekunder	97
3.4.3	Populasi dan Sampel	97
3.5	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	99
3.6	TEKNIK PENGOLAHAN DATA	100

3.7	ANALISIS DATA.....	101
3.7.1	Analisis Deskriptif	101
3.7.2	Uji Validasi.....	103
4	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	115
4.1	HASIL PENELITIAN	115
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	115
4.1.2	Visi dan Misi Rumah Sakit Tingkat III Baladhika Husada Jember	116
4.1.3	Struktur Organisasi Rumah Sakit Tingkat III Baladhika Husada Jember ..	117
4.1.4	Deskriptif Karakteristik Responden	118
4.1.5	Deskripsi Variabel Penelitian	119
4.2	HASIL ANALISA DATA	124
4.2.1	Evaluasi Outer Model.....	124
4.2.2	Evaluasi Inner Model	126
4.3	PEMBAHASAN.....	134
4.3.1	Pengaruh Trust terhadap Kepuasan Pasien	134
4.3.2	Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Pasien	135
4.3.3	Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Pasien	137
4.3.4	Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pasien	139
4.3.5	Pengaruh Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas Pasien.....	140
4.3.6	Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien	143
4.3.7	Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien	1453
5	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	147
5.1	KESIMPULAN.....	147
5.2	SARAN.....	147
6	DAFTAR PUSTAKA	149

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Frekuensi Kunjungan Pasien Instalasi Rawat Jalan Rumkit Tk. III Baladhika Husada Jember Tahun 2023- 2020.....	2
Tabel 2. 1 (Azizan & Yusr, 2019)	33
Tabel 2. 2 (Rather & Camilleri, 2019).....	34
Tabel 2. 3 (Altangerel & Munkhnasan, 2019).....	35
Tabel 2. 4 (Asnawi et al., 2019)	36
Tabel 2. 5 (Kwan Soo Shin et al., 2019).....	37
Tabel 2. 6 (Anaya-Sánchez et al., 2020).....	38
Tabel 2. 7 (Bimantaka & Muthohar, 2020)	39
Tabel 2. 8 (Durmuş & Akbolat, 2020).....	40
Tabel 2. 9 (Oktafiani & Cempena, 2021)	41
Tabel 2. 10 Liu, S., Li, G., Liu, N., & Hongwei, W. (2021).....	42
Tabel 2.11 (Prabjit, Cynthia Viorenza Salim, Annisya Kusumawardhani, 2021).....	43
Tabel 2. 12 (Gupta et al., 2021).....	44
Tabel 2. 13 (Nguyen & Tran, Khoa Nguyen, 2021).....	45
Tabel 2. 14 Jebbouri, A., Zhang, H., Imran, Z., Iqbal, J., & Bouchiba, N. (2022).....	46
Tabel 2. 15 (Febriani et al., 2022)	47
Tabel 2. 16 (Athallah Malik & Muthohar, 2023)	48
Tabel 2. 17 Liu, J., Leou, E. C., Chen, C., & Li, X. (2023).	49
Tabel 2. 18 Khanom, F., & Jan, M. T. (2023)	50
Tabel 2. 19 Apriansyah, A., & Muhmin, A. H. (2023)	51
Tabel 2. 20 Agarwal, R., & Dhingra, S. (2023).	52
Tabel 2. 21 (Ali Imron & Rizka Ariyanti, 2023).....	53
Tabel 2. 22 (Haryadi & Syharuddin, 2023)	54
Tabel 2. 23 (Sudarwati et al., 2023)	55
Tabel 2. 24 (Mbuwel et al., 2023)	56
Tabel 2. 25 (Sugeng ., & Achmadi, H. 2023).....	57
Tabel 2. 26 (Budiman & Achmadi, 2023).....	58
Tabel 2. 27 (Lubis & Sitorus, 2023).....	59
Tabel 2. 28 (Eftitah et al., 2023).....	60
Tabel 2. 29 (Sertan et al., 2023)	61
Tabel 2. 30 (Abdul Subhan et al., 2023).....	62
Tabel 2. 31 (Alimbel & Sutarso, 2023)	63
Tabel 2. 32 (Amin & Fauziah Novianti, 2023)	64
Tabel 2. 33 (Sasikirana, 2023).....	65
Tabel 2. 34 (Jalaludin et al., 2023)	66
Tabel 2. 35 (Sofia, 2023)	67
Tabel 2. 36 (Trisno & Berlianto, 2023)	68
Tabel 2. 37 (Fook et al., 2024)	69
Tabel 2. 38 (Selvia, 2024)	70

Tabel 2. 39 (Tirtayasa et al., 2024).....	71
Tabel 2. 40 (Supriyanto & Dahlan, 2024)	72
Tabel 2. 41 (Lim et al., 2024)	73
Tabel 2. 42 Cantona, C. F., & Alvita, M. (2024).	74
Tabel 2. 43 Osman, A. R., Joarder, M. H. R., Hoque, M. K., & Jakowan. (2024).	75
Tabel 2. 44 Zhao, X., Toonghai, S., Zhang, X., & Yujia, L. (2024).	76
Tabel 3. 1 Pemberian Skor (Penilaian).....	100
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Demografi Responden.....	119
Tabel 4.2 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel <i>Trust</i> (X1).....	120
Tabel 4.3 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	121
Tabel 4.4 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kepuasan Pasien (Z)	122
Tabel 4.5 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Loyalitas Pasien (Y).....	123
Tabel 4.6 <i>Combined Loadings and Cross-Loadings</i>	125
Tabel 4.7 Perbandingan Akar dari AVE dengan Korelasi antar Variable.....	125
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas.....	126
Tabel 4.9 Uji Model Penelitian	127
Tabel 4.10 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung	128
Tabel 4.11 Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung	131
Tabel 4.12 <i>Total Effects</i>	132
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi	133
Tabel 4.14 Rangkuman Uji Hipotesis	133



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Susunan Kerangka Teori.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	77
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rumah Sakit Tingkat III Baladhika Husada Jember	117
Gambar 4.2 Model Hipotesis.....	128



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Rekapitulasi Data Jawaban Responden

Lampiran 3 Statistik Deskriptif dan Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 4 Hasil Analisis SEM-PLS

