

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT senantiasa penulis panjatkan atas segala kekuatan dan kemampuan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: "Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Dan *Customer Bonding* Terhadap Loyalitas Pasien Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pada Puskesmas Jelbuk Jember."

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Jember. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Dr. Budi Santoso, M.M, M.Akun selaku Kaprodi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Dr Amalina Maryam Zakiiyyah, SE, M.Si selaku dosen penguji yang berkenan memberikan bimbingan dan arahan.
5. Bapak Dr. Haris Hermawan, SE, MM selaku dosen pembimbing utama yang berkenan memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
6. Bapak Dr. Mohammad Thamrin, SE, MM selaku dosen pembimbing pendamping yang berkenan memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
7. Teman teman senasib seperjuangan di Puskesmas Jelbuk Jember yang selalu mendukung dengan semangat membawa dinamika dan arah pembaruan layanan.
8. Keluargaku yang tersayang, suami dan anak-anakku tercinta yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan kuliah dengan tepat waktu.
9. Teman teman Program Studi Magister Manajemen angkatan 2024 Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan masukan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan tesis ini. Semoga tesis ini bermanfaat bagi kita semua terutama bagi penulis. Aamiin.

Jember, 3 Juni 2025

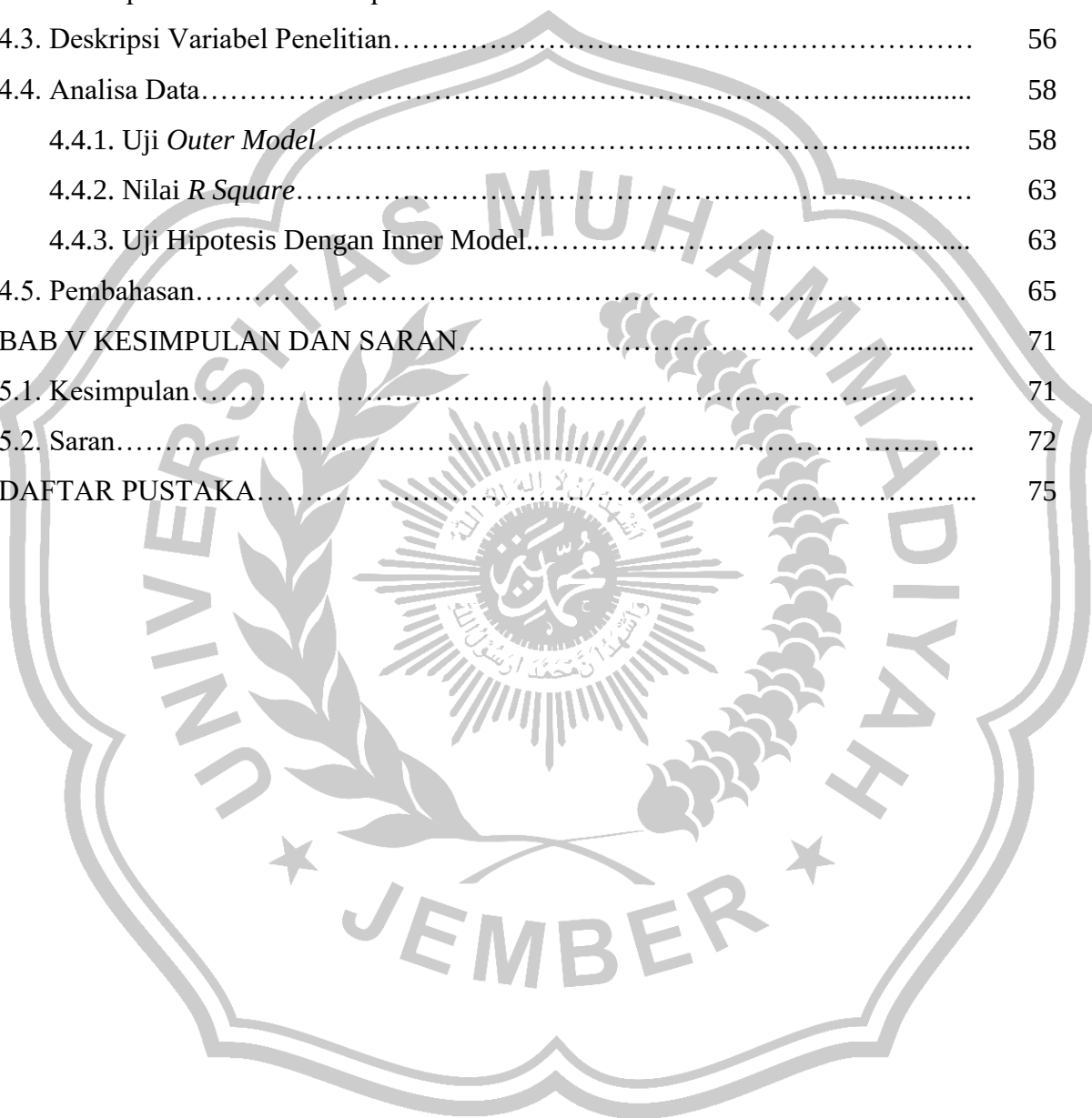
Reni Septa Anggraeni

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	8
2.1 <i>Grand Theory</i>	9
2.2 <i>Middle Theory</i>	10
2.3 <i>Applied Theory</i>	12
2.3.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	12
2.3.2 <i>Customer Bonding</i>	15
2.3.3 Kepuasan Pasien.....	17
2.3.4 Loyalitas Pasien.....	18
2.4 Penelitian Terdahulu.....	21
2.5 Kerangka Konseptual.....	30
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	30
2.6.1 CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.....	30
2.6.2 <i>Customer bonding</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien	30
2.6.3 CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien.....	31
2.6.4 <i>Customer bonding</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap	

loyalitas pasien	31
2.6.5 Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien	32
2.6.6 CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien.....	32
2.6.7. <i>Customer bonding</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pasien melalui kepuasan pasien	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Pendekatan Penelitian.....	34
3.2 Desain Penelitian.....	34
3.3 Identifikasi Variabel	34
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5 Prosedur Penelitian.....	38
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.7 Populasi Dan Sampel Penelitian.....	39
3.7.1 Populasi Penelitian.....	39
3.7.2 Sampel Penelitian.....	39
3.8 Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.9 Instrumen Pengumpulan Data.....	41
3.10 Teknik Analisis Data.....	41
3.10.1 Uji <i>Outer Model</i>	41
3.10.1.1 Uji Validitas.....	42
3.10.1.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.10.2 Uji <i>Inner Model</i>	42
3.10.2.1 Uji <i>Direct Effect</i>	43
3.10.2.2 Uji <i>Indirect Effect</i>	43
3.8.2.3 Uji <i>Total Effect</i>	44
3.8.2.4 Uji Efek Mediasi.....	44
3.8.2.5 Uji <i>r - squared</i> (r^2).....	44
3.8.2.6 Uji Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Data Objek Penelitian.....	46
4.1.1. Profil Puskesmas Jelbuk Jember.....	46

4.1.2. Wilayah Kerja.....	46
4.1.3. Visi dan Misi Puskesmas Jelbuk Jember.....	47
4.1.4. Tujuan dan Sasaran.....	47
4.1.5. Struktur Organisasi Puskesmas Jelbuk Jember.....	47
4.1.6. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab.....	48
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	55
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	56
4.4. Analisa Data.....	58
4.4.1. Uji <i>Outer Model</i>	58
4.4.2. Nilai <i>R Square</i>	63
4.4.3. Uji Hipotesis Dengan Inner Model.....	63
4.5. Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	75



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Survei Kepuasan Masyarakat Pada Puskesmas Jelbuk Jember Tahun 2022-2024.....	2
Tabel 1.2 Kriteria Penilaian Indeks Kepuasan Masyarakat	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2 Data Jumlah Pasien BPJS Yang Terdaftar Di Puskesmas Jelbuk.....	39
Tabel 3.3 Parameter Evaluasi Uji <i>Inner Model</i>	43
Tabel 4.1 Data Gender Responden.....	55
Tabel 4.2 Data Usia Responden.....	55
Tabel 4.3 Data Tingkat Pendidikan Responden.....	56
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap CRM.....	56
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap <i>Customer Bonding</i>	57
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Pasien.....	57
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Loyalitas Pasien.....	58
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel CRM.....	59
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel CRM Setelah Indikator Tidak Valid Dihapus.....	59
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel <i>Customer Bonding</i>	60
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Customer Bonding Setelah Indikator Tidak Valid Dihapus.....	60
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pasien.....	60
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pasien Setelah Indikator Tidak Valid Dihapus.....	61
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pasien.....	61
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pasien Setelah Indikator Tidak Valid Dihapus.....	61
Tabel 4.16 Perhitungan Nilai AVE.....	62
Tabel 4.17 Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.18 Hasil pengujian Hipotesis.....	64
Tabel 4.19 Analisis Jalur Pengaruh Tidak Langsung.....	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Grand Theory</i>	8
Gambar 2.2 Keterkaitan Teori.....	12
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Puskesmas Jelbuk Jember.....	48
Gambar 4.2 Model Pengujian SEM <i>Smart PLS 4.0</i>	63



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	81
Lampiran 2 Data Jawaban Responden.....	84
Lampiran 3 Hasil Analisis Data.....	86

