

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN DENGAN KEPUTUSAN
BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA INSTALASI
RAWAT JALAN DI KLINIK KHADIJAH PKU MUHAMMADIYAH MUNCAR**

TESIS

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen (S2) dan memperoleh gelar Magister Manajemen



**INDAH KURNIAWATI
2320412018**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2026**

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN DENGAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA INSTALASI RAWAT JALAN DI KLINIK KHADIJAH PKU MUHAMMADIYAH MUNCAR

TESIS

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen (S2) dan memperoleh gelar Magister Manajemen



Oleh :

Indah Kurniawati

2320412018

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

2026

Tesis

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul:

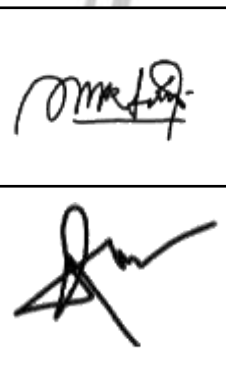
**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN DENGAN KEPUTUSAN
BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA INSTALASI
RAWAT JALAN DI KLINIK KHADIJAH PKU MUHAMMADIYAH MUNCAR**

**INDAH KURNIAWATI
2320412018**

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Ni Nyoman Putu Martini G, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing Pendamping : Dr. Toni Herlambang, S.E., M.M



PENGESAHAN TESIS

Tesis berjudul : Pengaruh *Customer Relationship Management* Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Instalasi Rawat Jalan Di Klinik Khadijah Pku Muhammadiyah Muncar

Hari : Sabtu

Tanggal : 24 Januari 2026

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Ketua


Dr. Budi Santoso,SE.,M.M.,M.Akun

NPK : 197310091113934

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. Ni Nyoman Putu Martini,SE.,MM

NPK : 1967030810203499


Dr. Toni Herlambang,SE.,MM

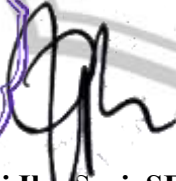
NPK : 196902010603425

Mengesahkan :

Dekan

Kaprodi




Maheni Ika Sari, SE, MM

NIP : 197708112005012001


Dr. Budi Santoso,SE.,M.M.,M.Akun

NPK : 197310091113934

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : INDAH KURNIAWATI
NIM : 2320412018
PRODI : MAGISTER MANAJEMEN

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa tesis yang berjudul: *Pengaruh Customer Relationship Management Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Instalasi Rawat Jalan Di Klinik Khadijah Pku Muhammadiyah Muncar* adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam instusi 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 adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar

Jember, 24 Januari 2026



Indah Kurniawati

2320412018

MOTTO

“Tidak ada perjalanan ilmu tanpa ujian, namun Allah menjanjikan bahwa setiap kesulitan selalu membawa kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 6)



KATA PENGANTAR

Syukur *Alhamdulillah* saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan tepat waktu. Dalam proses penyusunan tesis ini penulis telah memperoleh bimbingan, dukungan dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Hanafi, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maharani Ikasari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
3. Dr. Budi Santoso, SE., MM. M selaku Kaprodi sekaligus ketua penguji Tesis Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dr. Ni Nyoman Putu Martini, G, SE, MM selaku pembimbing utama yang selalu berkontribusi memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penelitian ini berjalan sesuai dengan yang diharapkan.
5. Dr. Toni Herlambang, SE., MM. selaku dosen pembimbing pendamping yang berkenan memberikan ilmu dan pengarahan kepada penulis.
6. Seluruh dosen dan bagian pengajaran Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
7. Pasien rawat jalan instalasi rawat jalan di Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar yang telah bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan tesis.
8. Teman teman se angkatan tahun 2025 di Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.

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.

Jember, 24 Januari 2026

Indah Kurniawati

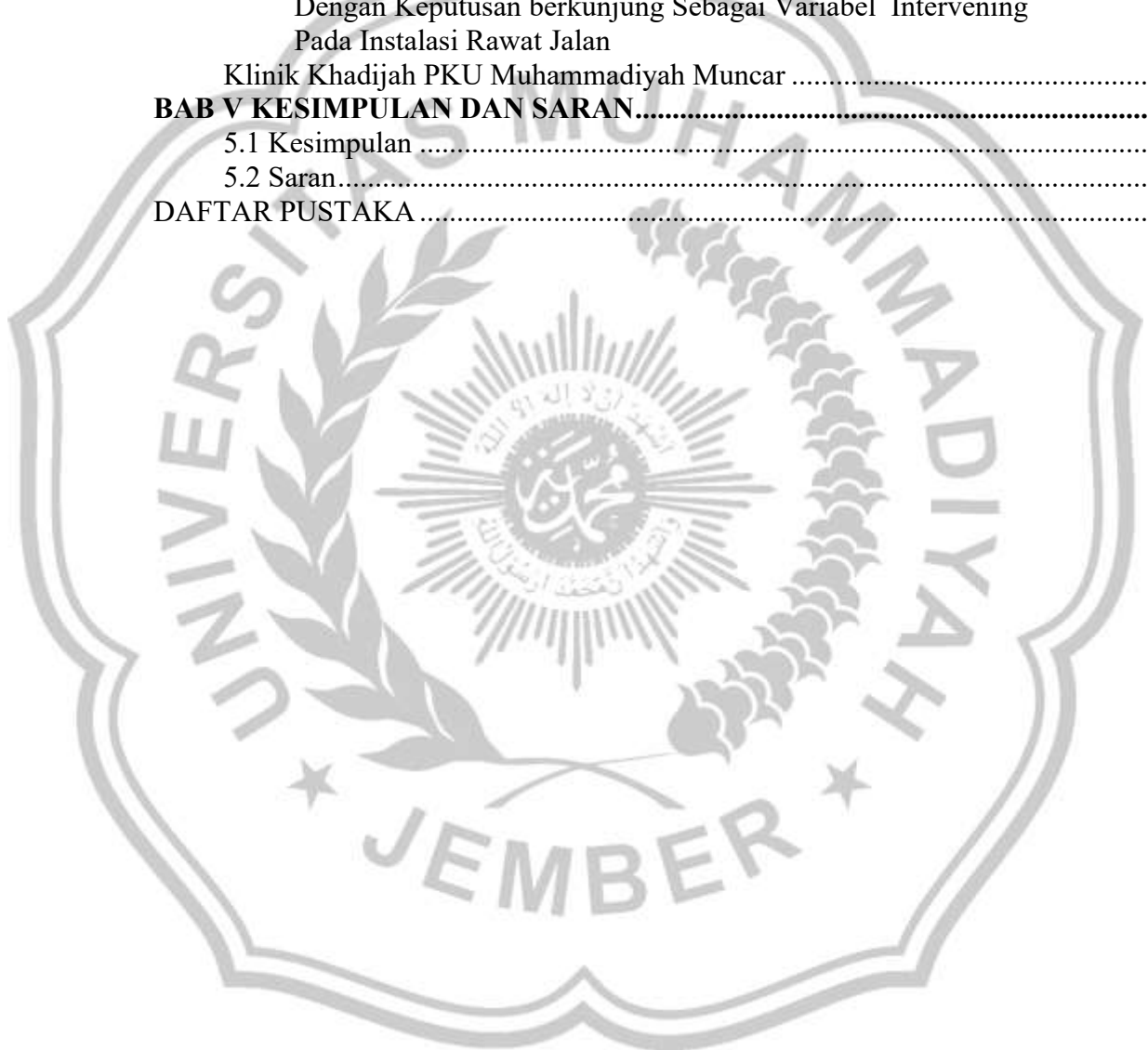
NIM 2320412018

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DEPAN	1
HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
PENGESAHAN TESIS.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Grand Teori Kepuasan	13
2.1.2 <i>Middle Theory</i>	18
2.1.3 <i>Applied Theory</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Konseptual	40
2.4 Pengembangan Hipotesis	41
2.4.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Instalasi Rawat Jalan di Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar	41
2.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Instalasi Rawat Jalan di Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar	42
2.4.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kepuasan Pasien Pada Instalasi Rawat Jalan di Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar.....	42
2.4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> Rumah Sakit Terhadap Kepuasan Pasien Pada Instalasi Rawat Jalan di Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar.....	43
2.4.5 Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Pasien Pada Instalasi Rawat Jalan di Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar.....	44
2.4.6 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kepuasan Pasien Pada Instalasi Rawat Jalan di Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar.....	44
2.4.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> Rumah Sakit Terhadap Kepuasan Pasien Melalui Keputusan Berkunjung Pada Instalasi Rawat Jalan di	

Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Rancangan Penelitian	47
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	47
3.3 Definisi Operasional Variabel	47
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	48
3.4.1 Populasi.....	48
3.4.2 Sampel	48
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.6 Sumber Data	50
3.7 Teknik Pengumpulan Data	50
3.8 Teknik Analisis Data	51
3.9 Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Data Penelitian	54
4.1.1 Gambaran Umum Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar	54
4.1.2 Karakteristik Responden.....	56
4.2 Analisis Data	58
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	58
4.3 Pengujian Data	61
4.3.1 Uji Outer Model	61
4.3.2 Uji <i>Inner Model</i>	67
4.4 Uji Hipotesis.....	70
4.4.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Keputusan berkunjung	71
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	72
4.4.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kepuasan pasien	72
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pasien	72
4.4.5 Pengaruh Keputusan berkunjung Terhadap Kepuasan Pasien	73
4.4.6 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kepuasan Pasien Melalui Keputusan berkunjung	73
4.4.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pasien Melalui Keputusan berkunjung	73
4.5 Pembahasan.....	75
4.5.1 <i>Customer Relationship Management</i> Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar	75
4.5.2 <i>Brand Image</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar	76
4.5.3 <i>Customer Relationship Management</i> Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar.....	77
4.5.4 <i>Brand Image</i> Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Instalasi Rawat Jalan Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar.....	77

4.5.5 Keputusan Berkunjung Berpengaruh Positif Dan Signifikan Pada Kepuasan Pasien Instalasi Rawat Jalan Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar.....	78
4.5.6 <i>Customer Relationship Management</i> Berpengaruh Positif Dan Signifikan Pada Kepuasan Pasien Dengan Keputusan berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Instalasi Rawat Jalan Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar.....	79
4.5.7 <i>Brand Image</i> Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pasien Dengan Keputusan berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Instalasi Rawat Jalan Klinik Khadijah PKU Muhammadiyah Muncar	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 (Nurul Qomariah)	21
Tabel 2. 2 (Mega Restria Nindya Mesti).....	22
Tabel 2. 3 (Aris Hadi Martanto, Barkah, Rudi Mardiansyah).....	23
Tabel 2. 4 (Titik Krismiyati).....	24
Tabel 2. 5 (Christ Windereis)	25
Tabel 2. 6 (Karmita, Arman, Muh Khidri Alwi).....	26
Tabel 2. 7 (Ageng Mahendra Assidiq, Dea Oktaviani, Rifqi Arya Sandhi).....	27
Tabel 2. 8 (I Gede Suasnawa Dan A.A.N. Eddy Supriyadinata Gorda).....	28
Tabel 2. 9 (Kristin V Pasaribu dan Yuliawati)	29
Tabel 2. 10 (Faizah, Wahono Sumaryono, Derriawan)	30
Tabel 2. 11 (Rizka Nuraini Suparjo Dan Putu Nina Madiawati).....	31
Tabel 2. 12 (Annisah Syairah Ferianda, Danang Indrajaya, Abdul Haris Muchtar).....	32
Tabel 2. 13 (Meutia Arifka Tahajani Husen, Andry, Reza Hilmy)	33
Tabel 2. 14 (Diah Pranitasari, Singse Sihotang, Dodi Prastuti, Pristina Hermastuti, Enung Siti Saodah, Sri Harini).....	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	41
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia Responden	52
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan Responden.....	52
Tabel 4. 4 Jenis Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4. 5 Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Pasien.....	54
Tabel 4. 6 Penilaian Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	55
Tabel 4. 7 Penilaian Responden Terhadap Keputusan Berkunjung	56
Tabel 4. 8 Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Pasien.....	57
Tabel 4. 9 <i>Convergent Validity</i> Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	58
Tabel 4. 10 <i>Convergent Validity</i> Variabel <i>Brand Image</i>	59
Tabel 4. 11 <i>Convergent Validity</i> Variabel Keputusan Berkunjung.....	59
Tabel 4. 12 <i>Convergent Validity</i> Variabel Kepuasan Pasien	60
Tabel 4. 13 diskriminan Validity Dengan <i>Combined Loadings And Cross-Loadings</i>	61
Tabel 4. 14 Normalized Pattern Loadings And Cross-Loadings.....	62
Tabel 4. 15 Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 16 Uji Pengaruh Tidak Langsung	65
Tabel 4. 17 Uji Pengaruh Total	66
Tabel 4. 18 Uji Efek Mediasi	67
Tabel 4. 19 Uji R Square	67
Tabel 4. 20 <i>Model fit and quality indices</i>	68
Tabel 4. 21 Hasil pengujian Hipotesis	69
Tabel 4. 22 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kajian Teori.....	10
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	38
Gambar 4. 1 Model Pengujian <i>Structural Equation Modelling</i> Warp Pls 5.0.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	89
Lampiran 2 Data Jawaban Responden.....	93
Lampiran 3 <i>General Sem Analysis Results</i>	95

