

TESIS

**ANALISIS HUBUNGAN BRAND LOYALTY DENGAN KUALITAS
LAYANAN KEPERAWATAN DI RSI MASYITOH PASURUAN**



IMA RAHMAWATI

NIM. 201906025

**PROGRAM STUDI MAGISTER KEPERAWATAN
STIKES BINA SEHAT PPNI KAB. MOJOKERTO**

2021

**ANALISIS HUBUNGAN BRAND LOYALTY DENGAN KUALITAS
LAYANAN KEPERAWATAN DI RSI MASYITOH PASURUAN**

TESIS

Untuk Memperoleh Gelar Magister Keperawatan (M.Kep)
dalam Program Studi Magister Keperawatan
STIKes Bina Sehat PPNI Kab. Mojokerto



IMA RAHMAWATI

NIM. 201906025

**PROGRAM STUDI MAGISTER KEPERAWATAN
STIKES BINA SEHAT PPNI KAB. MOJOKERTO**

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Ima Rahmawati

NIM : 201906025

Tanda Tangan :

Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING TESIS

IMA RAHMAWATI
NIM. 201906025

TESIS INI TELAH DIUJI
PADA TANGGAL JUNI 2021

Oleh:

Pembimbing Ketua



Dr. Muhammad Sajidin, S.Kp., M.Kes.
NIK. 162 601 011

Pembimbing Kedua



Dr. Lilik Ma'rifatul Azizah., S.Kep.Ns.M.Kes.
NIK: 162 601 015

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Dr. Noer Saudah, S.Kep.Ns., M.Kes.
NIP. 162 601 010

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Ima Rahmawati
NIM : 201906025
Program Studi : Magister Keperawatan STIKes Bina Sehat PPNI Kab.
Mojokerto
Judul : Analisis Hubungan Brand Loyalty Dengan Kualitas Layanan
Keperawatan di Rumah Sakit Islam Masyitoh

Tesis ini telah diuji dan dinilai
Oleh panitia penguji pada
Program Studi Magister Keperawatan STIKes Bina Sehat PPNI Kab. Mojokerto
Pada Tanggal Maret 2021

Panitia Penguji,


Ketua : Dr. Abdul Muhith, S.Kep.Ns., M.Tr.Kep



Anggota : 1. Dr. Muhammad Sajidin, S.Kp., M.Kes.
NIK. 162 601 011



2. Dr. Lilik Ma'rifatul Azizah., S.Kep.Ns.M.Kes.
NIK. 162 601 015



Mengetahui,
Koordinator Program Studi



Dr. Noer Saudah, S.Kep.Ns., M.Kes.
NIP. 162 601 010

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan bimbingannya kami dapat menyelesaikan Tesis dengan judul” Analisis Hubungan Brand Loyalty Dengan Kualitas Layanan Keperawatan di Rumah Sakit Islam Masyitoh” dapat terselesaikan. Bersama ini perkenankanlah saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan hati yang tulus kepada:

1. Dr. Muhammad Sajidin., S.Kp.M.Kes, selaku Ketua STIKes yang telah menyediakan fasilitas kepada kami untuk mengikuti pendidikan di Program Studi Magister serta selaku Penguji Anggota yang telah membimbing dan memberi pengarahan dalam penyusunan tesis.
2. Dr. Noer Saudah, S.Kep. Ns., M.Kes, selaku Kaprodi Magister Keperawatan STIKes Bina Sehat PPNI Kab. Mojokerto.
3. Dr. Lilik Ma'rifatul Azizah., S.Kep.Ns.M.Kes selaku Pembimbing kedua yang telah membimbing dan memberi pengarahan dalam penyusunan tesis.
4. Direktur RSI Masyithoh Bangil, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf Program Studi Magister Keperawatan STIKes Bina Sehat PPNI Kab. Mojokerto.
6. Teman-teman magister keperawatan angkatan I yang telah saling memberi semangat untuk menyelesaikan pendidikan magister.
7. Responden penelitian yang telah membantu peneliti dari awal sampai akhir penelitian.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan.

Semoga Allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah memberi kesempatan, dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan tesis ini. Kami sadar bahwa tesis ini jauh dari kata sempurna, tetapi kami berharap tesis ini bermanfaat bagi pembaca dan bagi keperawatan.

Mojokerto, Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Sampul Depan	i
Sampul Dalam	ii
Halaman Prasyarat Gelar	iii
Halaman Pernyataan Orisinilitas	iv
Pengesahan Pembimbing Tesis	v
Lembar Pengesahan Tesis	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	xvi
Daftar Tabel	xx
Daftar Gambar	xxi
Daftar Singkatan	xxii
Daftar Lampiran	xxiii
BAB 1 PENDAHULUAN	xiii
1.1 Latar Belakang	xiii
1.2 Rumusan Masalah	xx
1.3 Tujuan	xx
1.3.1 Tujuan umum	xx
1.3.2 Tujuan Khusus	xx
1.4 Manfaat	xx
1.4.1 Teoritis	xx
1.4.2 Praktis	xxi
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Konsep Teori <i>Branding</i>	22
2.1.1 Definisi <i>Branding</i>	22
2.1.2 Tingkatan <i>Brand</i>	23
2.1.3 Manfaat Merek	27
2.1.4 Syarat-Syarat Memilih <i>Brand</i>	28
2.1.5 Strategi <i>Branding</i>	31
2.1.6 Theory Conceptual Model of Destination Branding	32
2.2 Brand Awareness	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengukuran <i>Brand Awareness</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 <i>Brand Awareness</i> Dalam Konsep Islam	Error! Bookmark not defined.
2.3 Brand Knowledge : Kognitif	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Definisi <i>Brand Knowledge</i> : Kognitif	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 <i>Brand Knowledge</i> : Kognitif Dalam Pandangan Islam	Error! Bookmark not defined.
2.4 Brand Knowledge : Afektif	Error! Bookmark not defined.

2.4.1	Definisi <i>Brand Knowledge</i> : Afektif.	Error! Bookmark not defined.
2.4.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.4.3	<i>Brand Knowledge</i> : Afektif Dalam Pandangan Islam	Error! Bookmark not defined.
2.5	Brand Trust	Error! Bookmark not defined.
2.5.1	Definisi <i>Brand Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5.2	<i>Brand Trust</i> dalam pandangan Islam	Error! Bookmark not defined.
2.6	Konsep Teori Brand Loyalty	33
2.6.1	Definisi Brand Loyalty	33
2.6.2	Tingkatan <i>Brand Loyalty</i>	36
2.6.3	Pengukuran Loyalitas Merek	38
2.6.4	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek.....	40
2.6.5	Strategi <i>Brand Loyalty</i>	43
2.6.6	Fungsi Brand Loyalty	44
2.6.7	Tahapan Loyalitas dan Kerentanan Untuk Berpindah Merek	45
2.6.8	Menciptakan Nilai, Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan.....	49
2.6.9	Loyalitas Konsumen dalam Pandangan Islam	50
2.7	Konsep Kualitas Layanan	52
BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS		73
3.1	Kerangka Konseptual.....	73
3.2	Hipotesis	75
BAB 4 METODE PENELITIAN		76
4.1	Desain Penelitian	76
4.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	76
4.2.1	Populasi.....	76
4.2.2	Teknik Sampling.....	76
4.2.3	Sampel.....	77
4.3	Variabel Penelitian.....	78
4.3.1	Identifikasi Variabel	78
4.3.2	Definisi Operasional	79
4.4	Instrumen Penelitian	80
4.4.1	Variabel Independen	80
4.4.2	Variabel Dependen	80
4.4.3	Uji Validitas dan Realibilitas	81
4.5	Lokasi dan waktu penelitian	83
4.6	Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data.....	83
4.7	Kerangka Operasional	Error! Bookmark not defined.
4.8	Analisis Data.....	85
4.9	Kerangka Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
4.10	Etik Penelitian.....	87
DAFTAR PUSTAKA		91

DAFTAR TABEL

1.1 Data BOR Pasien Pada Bulan Juni, Juli, Agustus dan September Tahun 2016-2017 di RSI Masyithoh Bangil	5
2.1 Jenis Tanggapan Afektif	27
2.2 Kategori Loyalitas Menurut (Dharmaesta & Hani 2008)	47
2.3 <i>Novelty</i> Penelitian.....	60
4.1 Jumlah Sampel Masing-masing Cluster.....	70
4.2 Variabel Penelitian	72
4.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kajian Masalah Analisis Hubungan Loyalitas Dengan Kualitas Layanan Keperawatan.....	7
Gambar 2.1 <i>A Conceptual Model of Destination Branding</i> (Hsu 2009)	21
Gambar 3.1 Kerangka Konsep	65
Gambar 4.1 Kerangka Operasional Penelitian	83
Gambar 4.2 Kerangka Analisis Penelitian	83

DAFTAR SINGKATAN

Depkes	: Departemen Kesehatan
FGD	: <i>Focus Group Discustion</i>
Permenkes	: Peraturan Menteri Kesehatan
PLS	: <i>Partial Least Square</i>
RI	: Republik Indonesia
RSI	: Rumah Sakit Islam
RS	: Rumah Sakit
SDM	: Sumber Daya Manusia