



**PENGARUH KEPERCAYAAN PASIEN TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN MEDIASI *BRAND
EQUITY* DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* PADA
POLI RAWAT JALAN EKSEKUTIF RS. JANTUNG HARAPAN
KITA SAAT PANDEMI COVID-19**

TESIS

**UNIVERSITAS
MASTARI
55119110100
MERCU BUANA**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN
2021**



**PENGARUH KEPERCAYAAN PASIEN TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN MEDIASI *BRAND
EQUITY* DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* PADA
POLI RAWAT JALAN EKSEKUTIF RS. JANTUNG HARAPAN
KITA SAAT PANDEMI COVID-19**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

MASTARI

55119110100

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

TAHUN

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kepercayaan Pasien Terhadap Niat Berkunjung Kembali Dengan Mediasi Brand Equity dan Perceived Behavioral Control Pada Poli Rawat Jalan Eksekutif RS. Jantung Harapan Kita Saat Pandemi Covid-19

Bentuk Tesis : Penelitian Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Mastari

NIM : 55119110100

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Dosen Pembimbing



Dr. Rina Astini, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister

Manajemen



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si)



(Dr. Indra Siswanti, SE, MM)

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Kepercayaan Pasien Terhadap Niat Berkunjung Kembali Dengan Mediasi Brand Equity dan Perceived Behavioral Control Pada Poli Rawat Jalan Eksekutif RS. Jantung Harapan Kita Saat Pandemi Covid-19

Bentuk Tesis : Penelitian Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Mastari

NIM : 55119110100

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan hasil karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 24 Agustus 2021



LEMBAR PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Mastari
NIM : 55119110100
Program Studi : Pasca Sarjana

dengan judul

“ Pengaruh Kepercayaan Pasien Terhadap Niat Berkunjung Kembali dengan Mediasi *Brand Equity* dan *Perceived Behavioral Control* ”

telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 03 Agustus 2021, didapatkan nilai persentase sebesar 21 %.

Jakarta, 03 Agustus 2021

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Arie Pangudi, A.Md

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan pasien terhadap niat berkunjung kembali baik secara langsung maupun melalui mediasi brand equity dan perceived behavioral control. Pasien pada Poli Rawat Jalan Eksekutif Rs. Jantung Harapan Kita saat pandemi covid-19 menjadi populasi penelitian, dan pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 110 pasien. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang diukur dengan skala likert. Analisis data menggunakan metode Partial Least Squares melalui bantuan program SmartPLS versi 3.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) Kepercayaan pasien secara signifikan dapat meningkatkan brand equity, perceived behavioral control dan niat berkunjung kembali ke Poli Rawat Jalan Eksekutif Rs. Jantung Harapan Kita saat pandemi covid-19, (2) Brand equity dan perceived behavioral control masing-masing dapat meningkatkan niat berkunjung kembali secara signifikan ke Poli Rawat Jalan Eksekutif Rs. Jantung Harapan Kita saat pandemi covid-19, dan (3) Brand equity dan perceived behavioral control mampu menjadi mediasi dari pengaruh kepercayaan pasien terhadap niat berkunjung kembali ke Poli Rawat Jalan Eksekutif Rs. Jantung Harapan Kita saat pandemi covid-19.

Kata Kunci: Kepercayaan, Brand Equity, Perceived Behavioral Control, Niat Berkunjung Kembali.

V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of patient trust on revisit intentions either directly or through mediation of brand equity and perceived behavioral control. Patients at the Executive Outpatient Clinic Hospital The Heart of Harapan Kita during the covid-19 pandemic became the research population, and sampling was carried out using a purposive sampling technique so that a sample of 110 patients was obtained. Data were collected through the distribution of questionnaires measured by a Likert scale. Data analysis used the Partial Least Square method with the help of the SmartPLS version 3.0 program. The results of the analysis show that: (1) Patient trust can significantly increase brand equity, perceived behavioral control and intention to return to the Executive Outpatient Clinic of Hospital The heart of Harapan Kita during the covid-19 pandemic, (2) Brand equity and perceived behavioral control each can significantly increase the intention to return to the Executive Outpatient Clinic of Hospital The Heart of Harapan Kita during the covid-19 pandemic, and (3) Brand equity and perceived behavioral control are able to mediate the influence of patient trust on the intention to return to the Executive Outpatient Clinic of Hospital The Heart of Our Hope during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Trust, Brand Equity, Perceived Behavioral Control, Revisit Intention.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “PENGARUH KEPERCAYAAN PASIEN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN MEDIASI *BRAND EQUITY* DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* PADA POLI RAWAT JALAN EKSEKUTIF RS. JANTUNG HARAPAN KITA SAAT PANDEMI COVID-19”. Tesis ini disusun untuk memenuhi dan melengkapi persyaratan mencapai gelar Magister di Universitas Mercu Buana, Jakarta. Penyusunan tesis ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Penulis juga menyadari bahwa keberhasilan dalam menyusun tesis ini tidak lepas dari dukungan doa, materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung.

Adapun pihak-pihak yang ingin penulis sampaikan ucapan terima kasih adalah :

1. Dr. Rina Astini, MM selaku dosen pembimbing Tesis
2. Dr. Indra Siswanti, MM selaku kepala program studi magister manajemen
3. (alm) H. Selih Sanif dan (almarhuma) Hj. Masiah Kedua Orang tua tercinta yang selalu mendukung serta mendoakan
4. Keluarga tercinta istri dan anak yang selalu mendukung serta mendoakan

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tesis ini masih terdapat terdapat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Namun, penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukan dan penulis terbuka untuk seluruh kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tesis ini.

Jakarta, 24 Agustus 2021



A handwritten signature in black ink, appearing to be the name 'Mastari'.

Mastari

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Kontribusi Penelitian.....	13
1.5.1 Kontribusi Teoritis.....	13
1.5.2 Kontribusi Praktis.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Theory of Planned Behavior.....	15
2.1.2 Niat Berkunjung Kembali.....	17
2.1.3 Brand Equity	21
2.1.4 Perceived Behavioral Control.....	24
2.1.4.1 Definisi Perceived Behavioral Control	24
2.1.4.2 Dimensi dan Indikator Perceived Behavioral Control ...	26
2.1.5 Trust.....	27

2.1.5.1	Definisi Trust	27
2.1.5.2	Konsep Trust Menurut Barnes	28
2.1.5.3	Dimensi dan Indikator Trust	29
2.1.6	Penelitian Terdahulu	30
2.2	Kerangka Pemikiran	36
2.3	Pengembangan Hipotesis	37
2.3.1	Pengaruh Kepercayaan Pasien Terhadap Brand Equity	37
2.3.2	Pengaruh Kepercayaan Pasien Terhadap Perceived Behavioral Control	37
2.3.3	Pengaruh Kepercayaan Pasien Terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	38
2.3.4	Pengaruh Brand Equity Terhadap Niat Berkunjung Kembali ...	38
2.3.5	Pengaruh Perceived Behavioral Control Terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	39
2.3.6	Pengaruh Kepercayaan Pasien Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Mediasi Brand Equity	40
2.3.7	Pengaruh Kepercayaan Pasien Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Mediasi Perceived behavioral control	40
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	41
3.1.1	Waktu Penelitian.....	41
3.1.2	Tempat Penelitian	41
3.2	Jenis Penelitian.....	41
3.3	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	42
3.3.1	Variabel Penelitian.....	42
3.3.2	Operasional Variabel	43
3.4	Populasi dan Sampel	45
3.4.1	Populasi.....	45
3.4.2	Sampel	45
3.5	Metode Pengumpulan Data	46

3.6	Metode Analisis Data	47
3.6.1	Outer Model	48
3.6.2	Inner Model	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Hasil Penelitian	51
4.1.1	Gambaran Responden Penelitian	51
4.1.2	Gambaran Data Penelitian	54
4.1.3	Analisis Partial Least Square	58
4.2	Pembahasan	66
4.2.1	Pengaruh Kepercayaan Pasien terhadap Brand Equity	66
4.2.2	Pengaruh Kepercayaan Pasien terhadap Perceived Behavioral Control	67
4.2.3	Pengaruh Kepercayaan Pasien terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	67
4.2.4	Pengaruh Brand Equity terhadap Niat Berkunjung Kembali	68
4.2.5	Pengaruh Perceived Behavioral Control terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	69
4.2.6	Pengaruh Kepercayaan Pasien terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Mediasi Brand Equity	69
4.2.7	Pengaruh Kepercayaan Pasien terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Mediasi Perceived Behavioral Control.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Simpulan.....	71
5.2	Saran.....	72
5.2.1	Saran Manajerial (RS. Jantung Harapan Kita Jakarta)	72
5.2.2	Saran Penelitian Selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN		79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Kunjungan Pasien Poli Rawat Jalan Eksekutif.....	4
Tabel 1.2	Survey Pra Penelitian Di Poli Rawat Jalan Eksekutif RS. Jantung	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Waktu Penelitian.....	40
Tabel 3.2	Operasional Variabel Kepercayaan Pasien	42
Tabel 3.3	Operasional Variabel <i>BrandEquity</i>	42
Tabel 3.4	Operasional Variabel <i>Perceived Behavioral Controlt</i>	43
Tabel 3.5	Operasional Variabel Niat Berkunjung Kembali.....	44
Tabel 4.1	Deskripsi Data Kepercayaan Pasien	53
Tabel 4.2	Deskripsi Data <i>Brand Equity</i>	54
Tabel 4.3	Deskripsi Data <i>Perceived Behavioral Control</i>	55
Tabel 4.4	Deskripsi Data Niat Berkunjung Kembali	56
Tabel 4.5	Uji Validitas Konvergen	59
Tabel 4.6	Uji Validitas Diskriminan.....	60
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.8	Evaluasi Inner Model Menurut R Square	61
Tabel 4.9	Interpretasi Hasil Penelitian.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Rumah Sakit.....	3
Gambar 2.1	Theory of Planned Behavior Model	15
Gambar 2.2	Model Perilaku Konsumen	17
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual	35
Gambar 4.1	Deskripsi Responden Menurut Usia	50
Gambar 4.2	Deskripsi Responden Menurut Gender	51
Gambar 4.3	Deskripsi Responden Menurut Pendidikan	52
Gambar 4.4	Deskripsi Responden Menurut Pendidikan	52
Gambar 4.5	Rancangan Analisis PLS	57
Gambar 4.6	Output Model PLS Algorithm	58
Gambar 4.7	Output Model PLS Bootstrapping	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2	Tabulasi Data Penelitian.....	82
Lampiran 3	Hasil Olah Data	92

