

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
MEREK RUMAH SAKIT GIGI DAN MULUT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

TESIS



REGIA ARISTIYANTO

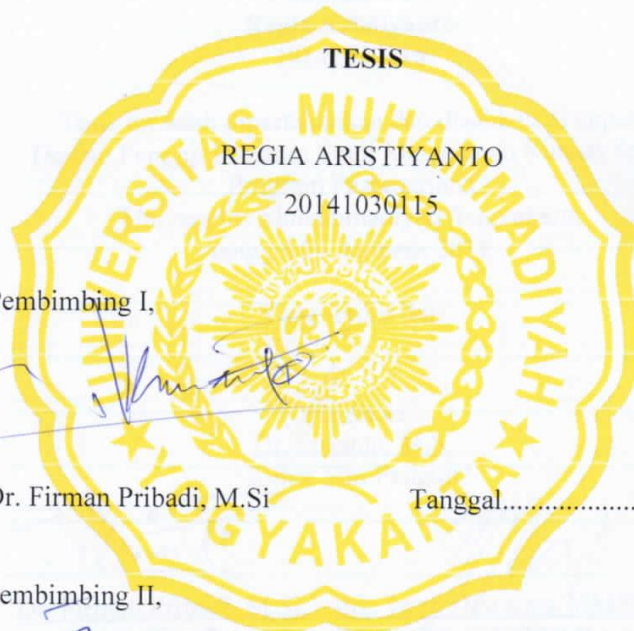
20141030115

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RUMAH SAKIT
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
MEREK RUMAH SAKIT GIGI DAN MULUT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA



TESIS

REGIA ARISTIYANTO

20141030115

Pembimbing I,

Dr. Firman Pribadi, M.Si

Tanggal.....

Pembimbing II,

drg. Iwan Dewanto, MMR

Tanggal.....


TESIS

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
MEREK RUMAH SAKIT GIGI DAN MULUT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**


Diajukan Oleh
Regia Aristiyanto
20141030115

Tesis ini telah dipertahankan dan disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Rumah Sakit
Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
tanggal 25 Agustus 2018


Yang terdiri dari



Dr. Susanto, M.S.
Ketua Tim Penguji

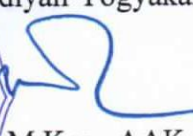


Dr. Firman Pribadi, M.Si.
Anggota Tim Penguji



drg. Iwan Dewanto, MMR., Ph.D.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Rumah Sakit
Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Dr. dr. Arlina Dewi, M.Kes., AAK.



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini adalah milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Yogyakarta, 03 September 2018

Yang Membuat Pernyataan:



REGIA ARISTIYANTO

20141030115

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala petunjuk dan pertolongan-Nya, tesis yang berjudul “Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Muhammadiyah Yogyakarta” dapat terselesaikan dengan baik.

Penulisan tesis ini adalah dalam rangka memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 2 pada Program Studi Manajemen Rumah Sakit Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Mengingat pentingnya citra merek dan loyalitas konsumen sebuah rumah sakit, maka tulisan ini diharapkan bermanfaat bagi Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada khususnya dan pelayanan kesehatan gigi dan mulut pada umumnya. Pasien yang merupakan prioritas pelayanan kesehatan adalah sumber *revenue* bagi rumah sakit, sehingga strategi pemasaran untuk memberikan gambaran citra yang baik dan meningkatkan loyalitas konsumen aspek yang penting untuk dikembangkan. Penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas merek.

Penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terimakasih kami sampaikan kepada:

1. Dr. dr. Arlina Dewi, AAK, M.Kes., selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Firman Pribadi, M.Si. dan drg. Iwan Dewanto, MMR, selaku pembimbing tesis.
3. Seluruh dosen Program Studi Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, atas seluruh ilmu yang dicurahkan kepada kami.
4. Direktur dan segenap karyawan Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan kesempatan yang sangat luas dalam penelitian ini.
5. Mareta Muliani Supriatry, Adzkia Taffana Aristaputri dan Alzhea Tavisha Aristaputri, atas doa, cinta, waktu dan semua pengorbanan yang diberikan.
6. Bapak Ramelan, Ibu Kartini, Bapak Dedi Supriadi dan Ibu Tri Rudfiani, atas doa, semangat, motivasi dan dukungan yang diberikan. Juga untuk Wawan, Arif, Fardian, Yuan, Nia, Yusi, Erdo dan Afkar untuk kebersamaan dan inspirasinya.
7. Rekan-rekan seperjuangan Program Studi Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Angkatan 10C atas semangat dan kebersamaannya.

8. Keluarga besar Program Studi Kedokteran Gigi Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan keluarga besar Klinik Family Dental Care atas motivasi, bimbingan, semangat dan suasana kekeluargaan.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu, yang telah berjasa hingga terselesaikannya tesis ini.

Besar harapan kami, tesis ini memberikan manfaat seluas-luasnya kepada seluruh pihak. Kami menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun kami harapkan demi kemajuan bersama.

Yogyakarta, 03 September 2018

Penulis

MOTTO

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai
kesanggupannya

(Q.S. Al Baqarah ayat 286)

Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya
kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri

(Q.S. Al Ankabut ayat 6)

Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan
Allah (HR. Turmudzi)

DAFTAR ISI

DAFTAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Telaah Pustaka.....	9
1. Merek.....	9
2. Citra merek.....	14
3. Loyalitas merek.....	23
4. Hubungan antara citra merek dan loyalitas merek..	30
5. Gambaran umum rumah sakit.....	32
B. Penelitian Pendahulu.....	40
C. Kerangka Teori.....	43
D. Kerangka Konsep.....	44
E. Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Rancangan Penelitian.....	46
B. Subyek dan Obyek Penelitian.....	46
C. Populasi, Sampel dan Sampling.....	47

D. Variabel Penelitian.....	50
E. Definisi Operasional.....	51
F. Instrumen Penelitian.....	54
G. Uji Validitas dan Reabilitas.....	55
H. Analisis Data.....	56
1. Analisis deskriptif.....	56
2. Uji asumsi klasik.....	57
3. Analisis regresi berganda.....	58
4. Uji hipotesis.....	59
I. Etika Penelitian.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian....	64
B. Analisis Deskriptif.....	65
C. Uji Asumsi Klasik.....	69
D. Analisis Regresi Berganda.....	72
E. Uji Hipotesis.....	74
F. Pembahasan.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	85
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	44
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Pasien Poli Gigi Umum dan Spesialis RSGM UMY Tahun 2013, 2014, 2015 dan 2016.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Pendahulu.....	40
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	52
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-Rata per Bulan.....	69
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinieritas.....	70
Tabel 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2	Data Hasil Penelitian.....	100
Lampiran 3	Data Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas.	106
Lampiran 4	Data Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	108
Lampiran 5	Data Hasil Uji Simultan (Uji F).....	109
Lampiran 6	Data Hasil Uji Parsial (Uji t).....	110

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK RUMAH SAKIT GIGI DAN MULUT UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Regia Aristiyanto, Firman Pribadi, Iwan Dewanto

Program Studi Manajemen Rumah Sakit, Program Pascasarjana,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

INTISARI

Latar Belakang: Perubahan citra rumah sakit menjadi organisasi sosio-ekonomis mengharuskan rumah sakit mampu membiayai operasional dan bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar. Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (RSGM UMY) merupakan rumah sakit khusus gigi dan mulut di Yogyakarta. Rumah sakit menggunakan berbagai strategi pemasaran untuk merebut dan mempertahankan konsumen, salah satunya dengan membentuk citra merek yang baik untuk mendapatkan loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek RSGM UMY. **Metode:** jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan penjelasan kausalitas dan deskriptif. Sampel yang digunakan adalah pasien poli gigi umum dan spesialis RSGM UMY yang telah melakukan kunjungan lebih dari satu kali teknik pengambilan sampel quota sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. **Hasil dan pembahasan:** didapatkan bahwa dimensi citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas merek. Keunggulan asosiasi merek dan keunikan asosiasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek, sedangkan kekuatan asosiasi merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas merek RSGM UMY. **Kesimpulan:** citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek RSGM UMY.

Kata Kunci: citra merek, kekuatan asosiasi merek, keunggulan asosiasi merek, keunikan asosiasi merek, loyalitas merek

ABSTRACT

Background: *The change of hospital image become socio-economic organizations requires hospital has to be able to finance its operations and compete to gain the market share. Dental Hospital of Univesitas Muhammadiyah Yogyakarta is hospital in Yogyakarta. Hospital uses various marketing strategies to seize and retain consumer. One of them is making good brand image to get consumer loyalty. The purpose of study was to determine the influence of brand image towards brand loyalty of Dental Hospital of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.* **Method:** *The type study was quantitative research with causality and descriptive explanation. The samples were dental specialist pastient of Dental Hospital of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta who had visited more than once with quota sampling technique. Data analysis was multiple regression analysis.* **Result and discussion:** *The results showed brand image dimensions had a positive and significant influence simulataneously towards consumer loyalty of Dental Hospital of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. The favorability of brand association and uniqueness of brand association had positive and significant influence towards brand loyalty, while the strength of brand association had positive and insignificant influence towards brand loyalty.* **Conclusion:** *The conclusion of the study showed brand image had a positive and significant influence towards brand loyalty of Dental Hospital of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.*

Keywords: *brand image, strength of brand association, favorability of brand association, uniqueness of brand association, brand loyalty*