

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	vii
PRAKATA	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Keaslian Penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 8
A. Telaah Pustaka	8
1. Pemasaran	8
2. Bauran pemasaran	10
3. Perilaku pelanggan dan Pembuatan Keputusan Membeli	13
4. Faktor- faktor dalam bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pelanggan memilih rumah sakit	16
5. Perubahan perilaku pelanggan terkait wabah COVID-19	19
B. Kerangka Teori Penelitian	20
C. Kerangka Konsep	21
D. Pertanyaan Penelitian	22
 BAB III METODE PENELITIAN	 23
A. Jenis dan Desain Penelitian	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian	23
C. Subjek Penelitian	23
D. Definisi Operasional Variabel	24
E. Identifikasi Variabel Penelitian	26
F. Instrumen Penelitian	26
G. Cara Analisis Data	26
H. Etika Penelitian	27
I. Jalannya Penelitian	27
J. Keterbatasan Penelitian	28
K. Pelaksanaan Penelitian	29
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 30
A. Uji Instrumen Penelitian	30

1. Uji validitas kuesioner variabel produk.....	30
2. Uji validitas kuesioner variabel lokasi.....	30
3. Uji validitas kuesioner variabel dokter dan staf.....	31
4. Uji validitas kuesioner variabel promosi.....	31
5. Uji Validitas Kuesioner Variabel Biaya	32
6. Uji validitas kuesioner variabel proses	32
7. Uji validitas kuesioner variabel lingkungan fisik	32
8. Uji reliabilitas	33
B. Hasil Penelitian	34
1. Karakteristik responden	34
2. Rumah sakit pilihan responden	34
3. Rumah sakit pilihan pertama responden berdasarkan asal responden.....	35
4. Rumah sakit pilihan pertama responden berdasarkan usia responden	36
5. Rumah sakit pilihan responden dengan kecepatan pelayanan yang handal berdasarkan pekerjaan responden	36
6. Rumah sakit pilihan responden dengan kecepatan pelayanan yang handal berdasarkan pendidikan responden.....	37
7. Rumah sakit pilihan responden dengan biaya menarik berdasarkan pengeluaran responden	38
8. Rumah sakit pilihan responden dengan biaya menarik berdasarkan kepemilikan BPJS/JKN	38
9. Faktor-faktor dalam bauran pemasaran yang berpengaruh	39
10. Perbandingan komponen bauran pemasaran yang memilih dan tidak memilih RSJ Prof Dr Soerojo Magelang	41
C. Pembahasan.....	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA`	50
LAMPIRAN	54