

**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN *BRAND EQUITY*
RUMAH SAKIT PKU MUHAMMADIYAH GOMBONG**

TESIS

Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2

Program Studi Magister Manajemen
Konsentrasi Manajemen Rumah Sakit



Diajukan Oleh :
DIANA ASTUTI
20091021014

Kepada
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2011

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

" Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan Hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap "
(QS. Alam Nasyrah/6-8)

"Nasib baik adalah titik temu antara do 'a dan usaha"
(Buchari Alma)

"Setiap orang wajib menjalani perannya sampai akhir, tak ada mundur, tak ada protes, senaas apapun kartu nasibnya yang telah diterimanya dari Sang Pembagi"
(Rakadi Mohammad)

PERSEMBAHAN

Semoga tesis ini menjadi bagian dari tanda bakti kepada;

Ibu dan bapakku tercinta yang tiada pernah lelah mengajarkan beragam cara berlari di jalan suci dan berbagai upaya mencuci hati

Kakak- kakakku yang senantiasa memberikan warna dan semangat dalam hidupku

dan

Teruntuk seseorang yang telah dijanjikan-Nya untukku

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan 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, Juli 2011

Yang Membuat Pernyataan :



DIANA ASTUTI
20091021014

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diana Astuti

NPM : 20091021014

Program Studi : Magister Manajemen Rumah Sakit

Jenis karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Analisis Elemen-Elemen *Brand Equity* Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gombong”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : Juli 2011

Yang menyatakan

(Diana Astuti)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul “Analisis Elemen-Elemen *Brand Equity* Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gombong”. Penyusunan tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat sarjana S-2 pada Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada penyusunan Tesis ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu selama proses pendidikan dan penyusunan tesis ini.
2. dr. Arlina Dewi, M.Kes., selaku Pengelola Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membimbing selama proses pendidikan dan memberi pengarahan dalam penyusunan tesis ini.
3. Dr. Siti Dyah Handayani, M.M, selaku Pembimbing Tesis I yang telah membimbing dan memberikan pengarahan terhadap penyusunan tesis ini.
4. Dra. Hasnah Rimiyati, M.Si selaku Pembimbing Tesis II yang telah memberikan kesempatan dan waktunya untuk membimbing penulis sejak awal hingga terselesainya penulisan tesis ini.
5. dr. H. Monte Selvanus Luigi Kusuma, selaku Direktur Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Bantul yang telah memberikan ijin penelitian bagi penulis
6. dr. Rahmawati, selaku pembimbing residensi Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gombong yang telah memberikan pengarahan dan masukan bagi penulisan tesis ini.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah

memberikan ilmu yang berharga bagi penulis dan membantu dalam menyelesaikan tesis ini.

8. Teman-teman Residensi di RS PKU Muhammadiyah Gombong (dr.Vitri Wulansari, dr.Lesdi Mayangsari, dr.Aninditya Mesaurina, dr. Riska Fakhriani, dr.Fadli Robby) terimakasih atas tim yang solid dan kerjasamanya selama kita mengikuti residensi.
9. Teman-teman sejawatku dr.Sari, dr.Nina, dr.Aspie, dr.Arif, dr.Dina, dr. Sheria, Nadia, Ratih, Sabrina, Lita, Desy, Wenita, Indah dan teruntuk seorang Abdi Mandaraka trimakasih atas semangat dan dukungannya selama pembuatan tesis ini.
10. Rekan – rekan Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk kebersamaan dan bantuan dari awal kuliah hingga akhir.

Penulis berharap semoga Tesis ini bermanfaat dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gombong secara khusus dan kualitas pelayanan kesehatan masyarakat secara umum.

Yogyakarta, Juli 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan Orisinalitas	iv
Halaman Persetujuan.....	v
Halaman Motto dan Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Intisari	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Keaslian Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Telaah Pustaka.....	13
1. Kerangka Teori.....	13
a. Merek (<i>Brand</i>)	13
b. Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	14
c. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	17
d. Asosiasi Merek (<i>Brand Associations</i>).....	20
e. Persepsi Kualitas Merek (<i>Perceived Quality</i>).....	26
f. Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	32
g. Aset Merek Lainnya(<i>Other Proprietary Brand Assets</i>).....	35
2. Kerangka Konsep Penelitian	36
B. Landasan Teori	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Desain Penelitian.....	40
B. Subyek Penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel	40
D. Cara Pengambilan Sampel	42

E. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	42
F. Instrumen Penelitian dan Uji Instrumen Penelitian.....	49
G. Analisis Data	53
H. Jalannya Penelitian.....	61
I. Etika Penelitian	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
B. Karakteristik Subyek Penelitian.....	65
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	69
D. Hasil Penelitian	73
1. Analisis <i>Brand Awareness</i>	73
a. Analisis <i>Top of Mind</i>	73
b. Analisis <i>Brand Recall</i>	75
c. Analisis <i>Brand Recognition</i>	77
d. <i>Unware of Brand</i> RS PKU Muhammadiyah Gombong.....	77
2. Analisis <i>Brand Association</i>	77
3. Analisis <i>Perceived Quality</i>	84
4. Analisis <i>Brand Loyalty</i>	90
a. Analisis <i>Switcher</i>	90
b. Analisis <i>Habitual Buyer</i>	92
c. Analisis <i>Satisfied Buyer</i>	93
d. Analisis <i>Liking the Brand</i>	94
e. Analisis <i>Committed Buyer</i>	95
E. Pembahasan.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	104
C. Keterbatasan Penelitian	105
Daftar Pustaka	106
Lampiran	109

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Hasil <i>Brand Recall</i> RS di wilayah Gombang 76
Tabel 4.2	Hasil Perhitungan Uji <i>Cochran</i> pada <i>Brand Association</i> RS PKU Muhammadiyah Gombang 79
Tabel 4.3	Nilai Rata-rata Atribut <i>Perceived Quality</i> RS PKU Muhammadiyah Gombang 85
Tabel 4.4	Rangkuman Hasil Observasi <i>Performance-Importance</i> 87
Tabel 4.5	Hasil Perhitungan <i>Switcher</i> RS PKU Muhammadiyah Gombang 91
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan <i>Habitual Buyer</i> RS PKU Muhammadiyah Gombang 92
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan <i>Satisfied Buyer</i> RS PKU Muhammadiyah Gombang 93
Tabel 4.8	Hasil Perhitungan <i>Liking The Brand</i> RS PKU Muhammadiyah Gombang 94
Tabel 4.9	Hasil Perhitungan <i>Committed Buyer</i> RS PKU Muhammadiyah Gombang 95

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 1.1	Visualisasi Kunjungan Pasien Rawat Jalan RS PKU Muhammadiyah Gombong Tahun 2008 – 2009	5
Gambar 1.2	Visualisasi Kunjungan Pasien Rawat Jalan Berdasarkan Jumlah Pasien Baru dan Lama Tahun 2008-2009	6
Gambar 2.1	Konsep <i>Brand Equity</i>	15
Gambar 2.2	Piramida <i>Brand Awareness</i>	18
Gambar 2.3	Nilai <i>Brand Association</i>	22
Gambar 2.4	Nilai <i>Perceived Quality</i>	29
Gambar 2.5	Piramida <i>Brand Loyalty</i>	34
Gambar 2.6	Piramida <i>Brand Loyalty</i> dengan <i>Brand Equity</i> Kuat	35
Gambar 2.7	Kerangka Konsep Penelitian.....	38
Gambar 3.1	Diagram Kartesius	59
Gambar 3.2	Contoh Aplikasi Diagram Kartesius	61
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	66
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	67
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	68
Gambar 4.7	Visualisasi <i>Top of Mind</i> RS di Wilayah Gombong.....	74
Gambar 4.8	Visualisasi <i>Brand Recall</i> RS di Wilayah Gombong	76
Gambar 4.9	Visualisasi <i>Brand Recognition</i> RS PKU Muhammadiyah Gombong	77
Gambar 4.10	Grafik <i>Semantik Differensial</i>	87
Gambar 4.11	Diagram Kartesius <i>Performance VS Importance</i>	88

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1	Instrumen Penelitian	109
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Brand Association</i>	114
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas <i>Brand Association</i>	115
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Association</i>	116
Lampiran 5	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Perceived Quality</i>	118
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas <i>Perceived Quality</i>	119
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas <i>Perceived Quality</i>	120
Lampiran 8	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Brand Loyalty</i>	121
Lampiran 9	Hasil Uji Validitas <i>Brand Loyalty</i>	122
Lampiran 10	Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Loyalty</i>	123
Lampiran 11	Tabulasi Data <i>Brand Awareness</i> Tingkat <i>Top Of Mind</i>	124
Lampiran 12	Tabulasi Data <i>Brand Awareness</i> Tingkat <i>Brand Recall</i>	125
Lampiran 13	Tabulasi Data <i>Brand Awareness</i> Tingkat <i>Brand Recognition</i>	128
Lampiran 14	Tabulasi Data <i>Brand Association</i>	129
Lampiran 15	Hasil Perhitungan Uji <i>Cochran</i> Pada <i>Brand association</i>	131
Lampiran 16	Tabulasi Data <i>Perceived Quality</i>	133
Lampiran 17	Tabulasi Data <i>Brand Loyalty</i>	137