

**DAFTAR ISI**

	Halaman
SAMPUL DEPAN .....	i
SAMPUL DALAM .....	ii
HALAMAN PRASYARAT GELAR .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN .....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
<i>SUMMARY</i> .....	ix
RINGKASAN .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xx
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxi
DAFTAR ARTI LAMBANG, SINGKATAN DAN ISTILAH .....	xxii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Kajian Masalah .....	6
1.2.1 Faktor Masyarakat .....	7
1.2.2 Karakteristik Organisasi .....	10
1.2.3 Faktor Lingkungan .....	11
1.3 Rumusan Masalah .....	12
1.4 Tujuan .....	13
1.4.1 Tujuan Umum .....	13
1.4.2 Tujuan Khusus .....	13
1.5 Manfaat .....	14
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	14
1.5.2 Manfaat Praktis .....	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1 Puskesmas .....	15
2.1.1 Definisi Puskesmas .....	15
2.1.2 Visi dan Misi Puskesmas .....	16
2.1.3 Prinsip Penyelenggaraan Puskesmas .....	17
2.1.4 Tugas, Fungsi, dan Wewenang Puskesmas .....	18
2.2 <i>Antenatal Care</i> .....	20
2.2.1 Definisi .....	20
2.2.2 Tujuan <i>Antenatal Care</i> .....	20
2.2.3 Fungsi <i>Antenatal Care</i> .....	21
2.2.4 Standar Pelayanan <i>Antenatal Care</i> .....	22
2.2.5 Kepatuhan Terhadap Standar .....	26

2.3	<i>Citra merek</i> .....	32
2.3.1	Definsi <i>citra merek</i> .....	32
2.3.2	Komponen <i>Citra merek</i> .....	33
2.3.3	Faktor Pembentuk <i>Citra merek</i> .....	35
2.3.4	Cara Membangun Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) Berdasarkan Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> ) .....	35
2.3.5	Hubungan Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) dengan Nilai Pelanggan ( <i>Customer Value</i> ) .....	35
2.4	<i>Customer Value</i> .....	39
2.4.1	Definisi <i>Customer Value</i> .....	39
2.4.2	Faktor Penentu <i>Customer Value</i> .....	40
2.4.3	Pengaruh <i>Customer Value</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	44
2.5	Kepuasan Pelanggan .....	45
2.5.1	Definisi Kepuasan Pelanggan .....	45
2.5.2	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	46
2.5.3	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan .....	47
BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL.....		48
3.1	Kerangka Konseptual .....	48
3.2	Penjelasan Kerangka Konseptual .....	49
BAB 4 METODE PENELITIAN.....		50
4.1	Jenis Penelitian.....	50
4.2	Rancang Bangun Penelitian .....	50
4.3	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
4.4	Populasi dan Sampel .....	50
4.4.1	Populasi.....	50
4.4.2	Sampel .....	51
4.4.3	Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	51
4.5	Kerangka Operasional .....	52
4.6	Variabel Penelitian, Definisi Operasional, dan Cara Pengukuran Variabel .....	54
4.6.1	Variabel Penelitian.....	54
4.6.2	Definisi Operasional .....	55
4.7	Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data .....	62
4.7.1	Teknik Pengumpulan Data.....	62
4.7.2	Instrumen Pengumpulan Data.....	62
4.8	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	62
4.8.1	Validitas .....	63
4.8.2	Reliabilitas .....	63
4.9	Teknik Analisis Data.....	63
BAB 5 HASIL DAN ANALISIS DATA .....		65
5.1	Gambaran Umum Kabupaten Gresik .....	65

5.2	Gambaran Umum Dinas Kesehatan dan Puskesmas Kabupaten Gresik .....	65
5.3	Identifikasi Karakteristik Sosio-Demografi Ibu hamil .....	68
5.3.1	Umur Ibu hamil.....	68
5.3.2	Pendidikan Ibu hamil .....	70
5.3.3	Pendapatan Ibu hamil .....	70
5.3.4	Pekerjaan Ibu hamil .....	71
5.4	Riwayat Kehamilan .....	72
5.4.1	Riwayat Kehamilan.....	72
5.4.2	Riwayat Kehamilan pada Tempat ANC .....	72
5.4.3	Riwayat Kehamilan pada Penolong Persalinan .....	73
5.4.4	Riwayat Kehamilan pada Pemeriksaan Kehamilan .....	74
5.5	Jumlah Anak Ibu Hamil .....	75
5.6	Distribusi Jawaban Ibu hamil .....	75
5.6.1	Variabel Citra merek.....	75
5.6.2	Variabel Nilai Pelanggan .....	78
5.7	Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Nilai Pelanggan .....	82
5.8	Isu Strategis .....	82
<b>BAB 6 PEMBAHASAN .....</b>		<b>84</b>
6.1	Karakteristik Sosio-Demografi Pasien di Poli KIA Puskesmas Gending dan Puskesmas Duduk Sampeyan Gresik .....	84
6.2	Citra Merek di Poli KIA Puskesmas Gending dan Puskesmas Duduk Sampeyan Gresik .....	90
6.2.1	Atribut .....	90
6.2.2	Keuntungan .....	91
6.2.3	<i>Brand Attitude</i> .....	92
6.3	Nilai Pelanggan di Poli KIA Puskesmas Gending dan Puskesmas Duduk Sampeyan Gresik .....	93
6.3.1	Nilai Fungsional .....	93
6.3.2	Nilai Sosial .....	93
6.3.3	Nilai Emosional .....	94
6.3.4	Nilai Pengorbanan .....	95
6.4	Pengaruh Citra Merek Terhadap Nilai Pelanggan di Poli KIA Puskesmas Gending dan Puskesmas Duduk Sampeyan Gresik .....	96
6.5	Rekomendasi Upaya Meningkatkan Kunjungan K1-K4 Kunjungan Ibu Hamil di Puskesmas Gending dan Puskesmas Duduk Sampeyan Gresik Melalui Pendekatan Citra merek dan Nilai Pelanggan .....	97
<b>BAB 7 PENUTUP .....</b>		<b>99</b>
7.1	Kesimpulan .....	99
7.2	Saran.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>101</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>104</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan K1 dan K4 di Puskesmas Gending dan Puskesmas Duduk Sampeyan Kabupaten Gresik Tahun 2014 – 2016.....	5
Tabel 1.2	Jumlah Cakupan K1 dan K4 di Puskesmas Kabupaten Gresik Tahun 2014 – 2016.....	5
Tabel 4.1	Rata-rata Populasi tahun 2014-2016 .....	51
Tabel 4.2	Proporsi Besar Sampel .....	52
Tabel 4.3	Definisi Operasional dan Cara Pengukuran .....	56
Tabel 5.1	Data Umur Ibu Hamil di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan Tahun 2019 .....	69
Tabel 5.2	Data Pendidikan Ibu Hamil di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan Tahun 2019 .....	70
Tabel 5.3	Data Pendapatan Ibu Hamil di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan Tahun 2019 .....	70
Tabel 5.4	Data Pekerjaan Ibu Hamil di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan Tahun 2019 .....	71
Tabel 5.5	Data Riwayat Kehamilan Ibu Hamil di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan Tahun 2019 .....	72
Tabel 5.6	Data Tempat ANC Ibu Hamil di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan Tahun 2019 .....	73
Tabel 5.7	Data Penolong Persalinan di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan Tahun 2019 .....	73
Tabel 5.8	Data Pemeriksaan Kehamilan di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan Tahun 2019 .....	74
Tabel 5.9	Data Jumlah Anak Ibu Hamil di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan Tahun 2019 .....	75
Tabel 5.10	Distribusi Jawaban Tentang Atribut di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan .....	76
Tabel 5.11	Distribusi Jawaban Tentang Keuntungan di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan .....	76
Tabel 5.12	Distribusi Jawaban Tentang <i>Brand Attitude</i> di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan .....	77
Tabel 5.13	Distribusi Jawaban Tentang Citra Merek di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan .....	78
Tabel 5.14	Distribusi Jawaban Tentang Nilai Fungsional di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan.....	79
Tabel 5.15	Distribusi Jawaban Tentang Nilai Sosial di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan.....	79
Tabel 5.16	Distribusi Jawaban Tentang Nilai Emosional di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan.....	80
Tabel 5.17	Distribusi Jawaban Tentang Nilai Pengorbanan di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan.....	81

Tabel 5.18	Distribusi Jawaban Tentang Nilai Pelanggan di Puskesmas Gending dan Duduk Sampeyan.....	81
Tabel 5.19	Hasil Uji Regresi Citra Merek Terhadap Nilai Pelanggan .....	82
Tabel 5.20	Isu Strategis Hasil Penelitian di Puskesmas Gending dan Puskesmas Duduk Sampeyan Kabupaten Gresik .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Kajian Masalah.....	7
Gambar 2.1	Komponen Citra merek (Keller, 2003) .....	38
Gambar 2.2	Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	44
Gambar 3.1	Kerangka Konseptual .....	48
Gambar 4.1	Tahapan Pengambilan Sampel .....	53
Gambar 4.2	Kerangka Operasional .....	53
Gambar 5.1	Struktur Organisasi Dinas Kesehatan.....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Penjelasan Sebelum Persetujuan (PSP) Bagi Ibu Selaku Subjek...	104
Lampiran 2	Inform Consent.....	106
Lampiran 3	Lembar Kuesioner.....	107
Lampiran 4	Petunjuk Pengisian dan Penilaian Jawaban.....	109
Lampiran 5	Deskripsi Ibu Hamil.....	112
Lampiran 6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	119
Lampiran 7	Uji Regresi Linier Sederhana.....	121
Lampiran 8	Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Brand image</i> (X).....	122
Lampiran 9	Validitas Variabel Nilai Pelanggan (Y).....	123

## DAFTAR ARTI LAMBANG, SINGKATAN DAN ISTILAH

### Daftar Arti Lambang

%	= persen (1/100)
<	= kurang dari

### Daftar Singkatan

AKI	= Angka Kematian Ibu
ANC	= Antenatal Care
Depkes	= Departemen Kesehatan
DJJ	= Denyut Jantung Janin
DO	= Drop Out
KB	= Keluarga Berencana
Kemenkes	= Kementerian Kesehatan
KIA	= Kesehatan Ibu dan Anak
LiLA	= Lingkaran Lengan Atas
MPS	= <i>Making Pregnancy Safer</i>
PKP	= Penilaian Kinerja Puskesmas
PONED	= Pelayanan Obstetri Esensial Dasar
SMH	= <i>Safe Mother Hood</i>
TT	= Tetanus Toxoid
UKM	= Upaya Kesehatan Masyarakat
UKP	= Upaya Kesehatan Perorangan
WHO	= World Health Organization

### Daftar Istilah

Fe	= Zat besi
----	------------