

TESIS

**EXPERIENTIAL MARKETING UNTUK PENINGKATAN KUNJUNGAN
PASIEEN UMUM DAN ASURANSI NON BPJS DI POLI GIGI UMUM
RSU ANWAR MEDIKA SIDOARJO**



KCC FK
TKA. 05/20
Aib
e

**FAMA ALBURUDA
NIM 101714453001**

**UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN
SURABAYA
2019**

**EXPERIENTIAL MARKETINGUNTUK PENINGKATAN KUNJUNGAN
PASIEEN UMUM DAN ASURANSI NON BPJS DI POLI GIGI UMUM
RSU ANWAR MEDIKA SIDOARJO**

TESIS

**Untuk memperoleh gelar Magister Kesehatan
Minat Studi Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan
Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Airlangga**



Oleh:

**FAMA ALBURUDA
NIM 101714453001**

**UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN KESEHATAN
SURABAYA**

2019

PENGESAHAN

Di pertahankan di depan Tim Penguji Tesis
Minat Studi Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan
Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga
dan diterima untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar
Magister Kesehatan (M.Kes.)
Pada tanggal 27 Desember 2019

Mengesahkan

Universitas Airlangga
Fakultas Kesehatan Masyarakat

Dekan,



Prof. Dr. Tri Martiana, dr., M.S.
NIP 195603031987012001



Tim penguji:

- Ketua : Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS.
Anggota : 1. Dr. Nyoman Anita Damayanti, drg., M.S.
2. Dr. Taufan Bramantoro, drg., M.Kes.
3. Prof. Dr. S. Supriyanto, dr., M.S.
4. Nungky Taniasari, dr., M.Kes.
5. Dr. Desi Lusiana Wardani, S.KM., M.Kes.

PERSETUJUAN

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Kesehatan (M.Kes.)
Minat Studi Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan
Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Airlangga**

Oleh:

**FAMA ALBURUDA
NIM 101714453001**



**Menyetujui,
Surabaya, 27 Desember 2019**

Pembimbing Ketua

A handwritten signature in black ink, consisting of a vertical line with a small loop at the bottom.

**Dr. Nyoman Anita Damayanti, drg., M.S.
NIP 196202281989112001**

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, featuring a large, sweeping 'A' shape.

**Dr. Taufan Bramantoro, drg., M.Kes.
NIP 198406222008121004**

**Mengetahui,
Koordinator Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan**

A handwritten signature in blue ink, with a large, stylized 'J' and 'C'.

**Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS.
NIP 197111081998021001**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fama Alburuda
NIM : 101714453001
Program Studi : Administrasi dan Kebijakan Kesehatan
Minat Studi : Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan
Angkatan : 2017
Jenjang : Magister

menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan tesis saya yang berjudul:

***EXPERIENTIAL MARKETING* UNTUK PENINGKATAN KUNJUNGAN PASIEN UMUM DAN ASURANSI NON BPJS DI POLI GIGI UMUM
RSU ANWAR MEDIKA SIDOARJO**

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 27 Desember 2019



Fama Alburuda



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam atas kehendak dan izin-Nya tesis dengan judul **“EXPERIENTIAL MARKETING UNTUK PENINGKATAN KUNJUNGAN PASIEN UMUM DAN ASURANSI NON BPJS DI POLI GIGI UMUM RSU ANWAR MEDIKA SIDOARJO”** dapat terselesaikan.

Tesis ini berisikan penyusunan upaya peningkatan jumlah kunjungan pasien umum dan asuransi non BPJS melalui strategi *experiential marketing*.

Hanya terima kasih yang tulus yang bisa saya sampaikan atas kelulusan dan kesabaran bimbingan, semangat, dan dukungan Dr. Nyoman Anita D., drg., M.S., selaku pembimbing ketua dan Dr. Taufan Bramantoro, drg., M.Kes. selaku pembimbing kedua. Terima kasih tak terhingga juga saya sampaikan pada ibu Maya Sari Dewi, S.KM., M.Kes. atas kesabaran dan dukungan sebagai instruktur.

Terima kasih istimewa saya sampaikan atas terselesaikannya tesis ini kepada:

1. Rektor Universitas Airlangga, Prof. Dr. Mohammad Nasih, S.E., M.T., Ak.,
2. Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga, Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga, Prof. Dr. Tri Martiana, dr., M.S.,
3. Koordinator Program Studi Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS.,
4. Ketua Minat Studi Manajemen Pemasaran dan Keuangan Pelayanan Kesehatan, Dr. Ernawaty, drg., M.Kes., atas dukungan, motivasi, dan bantuan yang luar biasa,
5. Kedua orang tua saya, Drs. H. Sumarsono dan Hj. Fatma Rini, S.H., M.Kn., serta mertua saya Ir. H. Sadar Wahyudi, MT. dan Hj. Suparmiati, S.Sos atas doa dan dukungan yang tak pernah terputus.,
6. Istri saya tercinta, Hanifah Puspita Sari, S.Pn., M.A. atas doa, semangat, dukungan, dan motivasi yang tak terhingga,
7. Saudara kembar saya yang tersayang Fami Annajam, S.M. atas doa dan dukungannya,
8. Seluruh dewan dosen pembina mata kuliah dan tim pengelola Minat Studi MPKPK Program Magister Program Studi AKK FKM Universitas Airlangga,
9. Pimpinan dan karyawan Rumah Sakit Anwar Medika Sidoarjo yang tidak dapat saya sebutkan namanya,
10. Mas Kukuh, Mas Husni, dan Mbak Ade atas dukungan kelancaran administrasi,
11. Saudara-saudari saya di minat studi MPKPK angkatan 2017 atas suka dan duka yang selalu dibagi bersama,
12. Seluruh sahabat di Program Studi S2 AKK yang telah memberi warna dalam proses perkuliahan saya,

13. Para dewan penguji tesis, Prof. Dr. S. Supriyanto, dr., M.S., Dr. Djazuly Chalidyanto, S.KM., M.ARS., Nungky Taniasari, dr., M.Kes., dan Dr. Desi Lusiana Wardani, S.KM, M.Kes atas kesediaan menguji dan membimbing demi perbaikan tesis ini,
14. Seluruh pihak lain yang telah membantu proses penyelesaian tesis ini. Demikian dan semoga tesis ini dapat berkontribusi memberi manfaat yang luas.

Surabaya, 27 Desember 2019

Penulis



SUMMARY

**Experiential Marketing For Improving The Visit Of General Patients And
Non BPJS Insurance In General Dental Clinic
Anwar Medika Public Hospital Sidoarjo**

In the last 4 years there has been a decrease in the number of patients visiting Anwar Medika Public Hospital, Sidoarjo, which is an average of 30% decrease per year from 2015-2018. General dental patients are general patients and non BPJS insurance patients. This study aims to provide recommendations for increasing the number of general patient visits and non-BPJS insurance in the general dental clinic of Anwar Medika Public Hospital Sidoarjo.

Experiential Marketing (marketing based on experience) is a conceptual framework tool in managing the accumulation of customer experience for a company. The framework is divided into two approaches, namely: 1) Strategic Experiential Modules (SEMs), modules that contain five types of customer experience that form the foundation of strategic marketing based on experience and 2) Experience Providers (Expros), tactical tools to implement to customers.

This type of research is analytic. The design in this study was cross sectional. The location of the study was conducted at Anwar Medika Public Hospital Sidoarjo in March-July 2019. The population of this study were patients who had received oral health services in general dental clinics. The sample size was 90 patient respondents. The sampling technique uses random sampling. The variables measured in this study consisted of 3 factors. Internal factors consist of human resources in general dental poly. Patient factors in terms of patient characteristics and patient expectations (customer expectation). Patient experience is customer experience which includes sense (experience through the five senses), feel (experience of feelings and emotions that arise), think (experience encourages positive and creative thinking), act (experience interaction, expression, and lifestyle) and relate (experience to repeat and show the consumer social relations). Descriptive analysis was carried out to determine the frequency distribution of each variable and analytic analysis using the Simple Linear Regression test to analyze the effect of patient characteristics and patient expectations on customer experience.

The results showed that internal factors, namely the number of human resources of general dentists, did not meet the standards (2 general dentists) in accordance with Minister of Health Regulation number 56 of 2014 concerning licensing and classification of hospitals. This is in line with the results of the sense of experience that are felt by patients with general dental poly are less pleasant. This unpleasant feeling is mainly related to the presence of a doctor who is not according to poly service schedules. In another sense that is less pleasant is the calm, aroma, and completeness of the treatment room facilities and waiting rooms in public dental poly. Hospital management needs to make improvements to the sense that is less pleasant in general dental dentistry, so as to create a good relate in accordance with the research results sense affect relate. The improvement is by

making a joint commitment between doctors and management, where there is punishment and reward related to the presence of doctors on time according to poly service schedule. Provision of barrier divider in the general poly dental waiting room to another poly in order to provide a calm atmosphere. Transferring the location of public toilets which are adjacent to poly which causes noise and causes unpleasant scent. Procurement of newspaper and magazine facilities as a means of entertainment in the waiting room. and the procurement of a microphone and monitor queue so that patients can know the queue.

Improvements in sense will create patient satisfaction, and then will make patients become loyal to health services in general dental clinic. This will increase the number of patient visits at the Anwar Medika Public Hospital in Sidoarjo.



RINGKASAN

***Experiential Marketing* Untuk Peningkatan Kunjungan Pasien Umum dan
Asuransi Non BPJS di Poli Gigi Umum
RSU Anwar Medika Sidoarjo**

Dalam 4 tahun terakhir terjadi penurunan jumlah kunjungan pasien poli gigi umum RSU Anwar Medika Sidoarjo, yaitu rata-rata sebesar 30% penurunan per tahun dari tahun 2015-2018. Pasien poli gigi umum merupakan pasien umum dan pasien asuransi non BPJS. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun rekomendasi untuk peningkatan jumlah kunjungan pasien umum dan asuransi non BPJS di poli gigi umum RSU Anwar Medika Sidoarjo.

Experiential Marketing (pemasaran berdasarkan pengalaman) merupakan suatu alat kerangka kerja (*framework*) konseptual dalam mengelola akumulasi pengalaman pelanggan bagi suatu perusahaan. Kerangka kerja tersebut berisi dua pendekatan yaitu: 1) *Strategic Experiential Modules* (SEMs), modul yang berisi lima jenis pengalaman pelanggan yang membentuk fondasi strategis pemasaran berdasarkan pengalaman dan 2) *Experience Providers* (Expros), alat taktis untuk mengimplementasikan kepada pelanggan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah analitik. Rancang bangun pada penelitian ini adalah *cross sectional*. Lokasi penelitian dilakukan di RSU Anwar Medika Sidoarjo pada bulan Maret-Juli 2019. Populasi penelitian ini adalah pasien yang sudah mendapatkan pelayanan kesehatan gigi dan mulut di poli gigi umum. Besar sampel sebanyak 90 responden pasien. Teknik sampling menggunakan *random sampling*. Variabel yang diukur pada penelitian ini adalah terdiri dari 3 faktor. Faktor internal terdiri dari sumber daya manusia di poli gigi umum. Faktor pasien ditinjau dari karakteristik pasien dan harapan pasien (*customer expectation*). Pengalaman pasien yakni *customer experience* yang meliputi *sense* (pengalaman melalui panca indera), *feel* (pengalaman terhadap perasaan dan emosi yang timbul), *think* (pengalaman mendorong berpikir positif dan kreatif), *act* (pengalaman interaksi, ekspresi, dan gaya hidup) dan *relate* (pengalaman untuk mengulang dan menunjukkan terhadap hubungan sosial konsumen). Analisis secara deskriptif dilakukan untuk mengetahui distribusi frekuensi masing-masing variabel dan analisis analitik dengan menggunakan uji Regresi Linier Sederhana untuk menganalisis pengaruh karakteristik pasien dan harapan pasien (*customer expectation*) terhadap *customer experience*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yakni jumlah sumber daya manusia dokter gigi umum, belum memenuhi standar (2 dokter gigi umum) sesuai Peraturan Menteri Kesehatan nomor 56 tahun 2014 tentang perizinan dan klasifikasi rumah sakit. Hal tersebut sejalan dengan hasil pengalaman *sense* yang dirasa pasien poli gigi umum kurang menyenangkan. Perasaan tidak menyenangkan ini terutama terkait dengan kehadiran dokter yang tidak sesuai jadwal pelayanan poli. Pada *sense* lainnya yang kurang menyenangkan adalah pada ketenangan, aroma, dan kelengkapan fasilitas ruang perawatan dan ruang tunggu di poli gigi umum. Manajemen rumah sakit perlu melakukan perbaikan pada *sense* yang kurang menyenangkan di poli gigi umum,

agar tercipta *relate* yang baik sesuai dengan hasil penelitian *sense* mempengaruhi *relate*. Rekomendasi peneliti yakni dengan membuat komitmen bersama antara dokter dengan manajemen, dimana terdapat *punishment* dan *reward* terkait kehadiran dokter sesuai tepat waktu sesuai jadwal pelayanan poli. Pemberian sekat pembatas di ruang tunggu poli gigi umum menuju poli lain agar dapat memberikan suasana yang tenang. Pemindahan lokasi toilet umum yang berdekatan dengan poli yang mana menimbulkan kebisingan dan menyebabkan aroma kurang menyenangkan. Pengadaan fasilitas surat kabar dan majalah sebagai sarana hiburan di ruang tunggu. serta pengadaan *mikrofon* dan monitor antrian agar pasien dapat mengetahui antriannya.

Perbaikan pada *sense* akan menciptakan kepuasan pasien, kemudian akan membuat pasien menjadi loyal terhadap jasa pelayanan kesehatan di poli gigi umum. Hal ini akan dapat meningkatkan jumlah kunjungan pasien di poli gigi umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo.

ABSTRACT**Experiential Marketing For Improving The Visit Of General Patients And
Non BPJS Insurance In General Dental Clinic
Anwar Medika Sidoarjo General Hospital**

A background problem in this study is the reduction in the number of general dental clinic patient visits from 2015-2018 with an average of 30%. The reduction in the number of general dental patient visits can be caused by various factors. The purpose of this study is to develop an improvement effort. This research is a quantitative study using a cross-sectional design, and an observational analytic approach. Respondents in this study were patients of general dental clinic Anwar Medika Sidoarjo. The results show that internal factors do not meet the standards in the number of human resources of general dentists (2 general dentists), because they do not comply with the standards of the Minister of Health Regulation number 56 of 2014 concerning licensing and classification of hospitals. This is in line with the results of the experience of sense which assesses less pleasant in the presence of a doctor who is not in accordance with poly service schedules. Another sense that needs to be improved is the calmness, aroma, and completeness of the treatment room facilities and waiting rooms in public dental clinics. The researcher's recommendation is that hospital management needs to make improvements to the sense in general dental poly, so as to create a good relate in accordance with the research results sense affects the relate. Improved sense will increase the number of general dental poly patient visits.

Keywords: Experiential Marketing, Experience, Expectation, Sense, Feel, Think, Act, Relate,



ABSTRAK

***Experiential Marketing* Untuk Peningkatan Kunjungan Pasien Umum Dan Asuransi Non BPJS Di Poli Gigi Umum
RSU Anwar Medika Sidoarjo**

Masalah yang menjadi latar belakang dalam penelitian ini adalah penurunan jumlah kunjungan pasien poli gigi umum dari tahun 2015-2018 dengan rerata sebesar 30%. Penurunan jumlah kunjungan pasien poli gigi umum dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Tujuan penelitian ini adalah menyusun upaya peningkatan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan rancangan *crosssectional*, dan pendekatan analitik observasional. Responden dalam penelitian ini adalah pasien poli gigi umum RSU Anwar Medika Sidoarjo. Hasil menunjukkan bahwa faktor internal belum memenuhi standar pada jumlah sumber daya manusia dokter gigi umum (2 dokter gigi umum), karena tidak sesuai dengan standar Peraturan Menteri Kesehatan nomor 56 tahun 2014 tentang perizinan dan klasifikasi rumah sakit. Hal tersebut sejalan dengan hasil pengalaman *sense* yang menilai kurang menyenangkan pada kehadiran dokter yang tidak sesuai dengan jadwal pelayanan poli. Pada *sense* lainnya yang masih perlu peningkatan adalah pada ketenangan, aroma, dan kelengkapan fasilitas ruang perawatan dan ruang tunggu di poli gigi umum. Rekomendasi peneliti adalah manajemen rumah sakit perlu melakukan perbaikan pada *sense* di poli gigi umum, agar tercipta *relate* yang baik sesuai dengan hasil penelitian *sense* mempengaruhi *relate*. Perbaikan *sense* akan meningkatkan jumlah kunjungan pasien poli gigi umum.

Kata Kunci: *Experiential Marketing, Experience, Expectation, Sense, Feel, Think, Act, Relate*





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
SUMMARY	ix
RINGKASAN	xi
ABSTRACT.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
DAFTAR ARTI LAMBANG, SINGKATAN DAN ISTILAH.....	xxiv
 BAB 1 PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Kajian Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.4.1 Tujuan Umum.....	12
1.4.2 Tujuan Khusus.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2 Manfaat Praktis.....	13
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	 14
2.1 Konsep Pemasaran.....	14
2.2 <i>Experiential Marketing</i>	15
2.2.1 Definisi <i>Experiential Marketing</i>	16
2.2.2 Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	17
2.2.3 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	18
2.2.4 Strategi <i>Experiential Marketing</i>	20
2.2.5 <i>Strategic Experiential Modules (SEMs)</i>	20
2.2.6 <i>Experience Providers (ExPros)</i>	24
2.2.7 <i>Experiential Grid</i>	26
2.2.8 Langkah Menyusun Strategi <i>Experiential Marketing</i>	27
2.3 <i>Customer Experience</i>	28
2.3.1 Definisi <i>Customer Experience</i>	29
2.3.2 <i>Demand of Experience</i>	29

2.3.3 Dimensi <i>Customer Experience</i>	30
2.4 <i>Customer Expectation</i>	35
2.4.1 Definisi <i>Customer Expectation</i>	35
2.4.2 Tingkatan Ekspektasi	35
2.5 <i>Customer Satisfaction</i>	37
2.5.1 Definisi <i>Customer Satisfaction</i>	37
2.5.2 Ciri-ciri <i>Customer Satisfaction</i>	38
2.5.3 Hubungan Antara <i>Experiential Marketing</i> dan Kepuasan Konsumen	39
2.6 <i>Customer Loyalty</i>	41
2.6.1 Definisi <i>Customer Loyalty</i>	41
2.6.2 Manfaat <i>Customer Loyalty</i>	43
2.6.3 Tingkatan <i>Customer Loyalty</i>	43
2.6.4 Hubungan Antara <i>Experiential Marketing</i> dan Loyalitas Konsumen	45
BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN	47
3.1 Kerangka Konseptual Penelitian	47
3.2 Penjelasan Kerangka Konseptual	48
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.....	51
4.4.1 Populasi	51
4.4.2 Sampel.....	51
4.5 Kerangka Operasional.....	53
4.6. Definisi Operasional Variabel dan Cara Pengukuran	54
4.6.1 Variabel Penelitian.....	54
4.6.2 Definisi Operasional dan Cara Pengukuran	55
4.7 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	62
4.8 Pengolahan dan Analisis Data.....	62
4.8.1 Pengolahan Data	62
4.8.2 Analisis Data	63
BAB 5 HASIL DAN ANALISIS DATA	65
5.1 Gambaran Umum Rumah Sakit Anwar Medika Sidoarjo	65
5.1.1 Profil.....	65
5.1.2 Visi, Misi, dan Motto	67
5.1.3 Tujuan dan Sasaran Strategis.....	68
5.1.4 Gambaran Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo	68
5.1.5 Layanan Penunjang Kesehatan	71
5.1.6 Gambaran Umum Poli Gigi Umum	72
5.1.7 Profil Poli Gigi Umum.....	72
5.1.8 SDM di Poli Gigi Umum	73

5.2 Karakteristik Pasien	74
5.2.1 Jenis Kelamin	74
5.2.2 Usia	75
5.2.3 Pendidikan	76
5.2.4 Pekerjaan	77
5.2.5 Jarak Tempat Tinggal.....	78
5.2.6 Lama Bermukim	78
5.2.7 Pendapatan.....	79
5.2.8 Pengalaman Tempat Berobat.....	79
5.2.9 Frekuensi Berobat	80
5.2.10 Motivasi Berobat	81
5.2.11 Transportasi	81
5.2.12 Jenis Pembayaran.....	82
5.3 <i>Customer Expectation</i> di Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika.....	83
5.3.1 <i>Sense</i>	83
5.3.2 <i>Feel</i>	84
5.3.3 <i>Think</i>	85
5.3.4 <i>Act</i>	86
5.4 <i>Customer Experience</i> di Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika.....	87
5.4.1 <i>Sense</i>	88
5.4.2 <i>Feel</i>	89
5.4.3 <i>Think</i>	91
5.4.4 <i>Act</i>	92
5.4.5 <i>Relate</i>	93
5.5 Uji Pengaruh Analisis Karakteristik Pasien terhadap <i>Customer Experience</i>	94
5.5.1 Uji Pengaruh Analisis <i>Customer Expectation</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	98
5.6 Pengaruh Antar Variabel <i>Customer Experience</i>	100
5.7 Isu Strategis.....	101
5.8 Rekomendasi	103
 BAB 6 PEMBAHASAN.....	 108
6.1 Faktor Internal Poli Gigi	108
6.2 Karakteristik Pasien Poli Gigi Umum	109
6.3 Analisis Faktor Internal, Faktor Pasien, dan <i>Customer Experience</i> di Poli Gigi Umum	111
6.4 Rancangan <i>Strategic Experiential Modules</i> (SEMs).....	118
 BAB 7 PENUTUP	 120
7.1 Kesimpulan	120
7.2 Saran	121
7.2.1 Saran Bagi Penelitian Berikutnya.....	121
7.2.1 Saran Bagi Manajemen RSUD Anwar Medika Sidoarjo.....	122

DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN.....	127

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Pasien Umum dan Asuransi non BPJS di Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2012-2017.....	2
Tabel 1.2	Jenis Pasien di Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2012-2017.....	3
Tabel 4.1	Variabel Penelitian, Sub Variabel, Definisi Operasional, Alat Ukur, Katagori, dan Skala Data.....	55
Tabel 5.1	Gambaran Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	68
Tabel 5.2	Sumber Daya Manusia di Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2012-2018.....	73
Tabel 5.3	Jenis Kelamin Responden Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Pada Tahun 2019.....	75
Tabel 5.4	Usia Responden Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	75
Tabel 5.5	Pendidikan Responden Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	76
Tabel 5.6	Pekerjaan Responden Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	77
Tabel 5.7	Jarak Tempat Tinggal Responden Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	78
Tabel 5.8	Lama Bermukim Responden Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	78
Tabel 5.9	Pendapatan Responden Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	79
Tabel 5.10	Pengalaman Tempat Perawatan Berobat Responden Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019...	80
Tabel 5.11	Frekuensi Berobat Responden Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	80
Tabel 5.12	Motivasi Berobat Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	81
Tabel 5.13	Transportasi Responden Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	82
Tabel 5.14	Jenis Pembayaran Responden Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	82
Tabel 5.15	Harapan pasien terkait hal yang akan dialami pasien melalui panca indera (<i>Sense</i>).....	83
Tabel 5.16	Harapan pasien terkait hal yang akan dialami melalui dorongan emosional yang timbul (<i>Feel</i>).....	84
Tabel 5.17	Harapan pasien terkait hal yang akan dialami berdasarkan pikiran positif yang timbul (<i>Think</i>).....	86
Tabel 5.18	Harapan pasien terkait hal yang akan dialami	

	berdasarkan interaksi (<i>Act</i>)	87
Tabel 5.19	Pengalaman yang dialami pasien melalui panca indera (<i>Sense</i>).....	88
Tabel 5.20	Pengalaman yang dialami pasien melalui dorongan emosional yang timbul (<i>Feel</i>)	90
Tabel 5.21	Pengalaman yang diharapkan pasien berdasarkan pikiran positif yang timbul (<i>Think</i>).....	91
Tabel 5.22	Pengalaman yang diharapkan pasien berdasarkan interaksi (<i>Act</i>).....	92
Tabel 5.23	Pengalaman yang dialami pasien dalam mengulang pengalamannya (<i>Relate</i>).....	93
Tabel 5.24	Pengaruh Karakteristik Pasien dengan <i>Sense</i> pada <i>Customer Experience</i>	94
Tabel 5.25	Pengaruh Karakteristik Pasien dengan <i>Feel</i> pada <i>Customer Experience</i>	95
Tabel 5.26	Pengaruh Karakteristik Pasien dengan <i>Think</i> pada <i>Customer Experience</i>	96
Tabel 5.27	Pengaruh Karakteristik Pasien dengan <i>Act</i> pada <i>Customer Experience</i>	96
Tabel 5.28	Pengaruh Karakteristik Pasien dengan <i>Relate</i> pada <i>Customer Experience</i>	97
Tabel 5.29	Pengaruh harapan pasien (<i>Customer Expectation</i>) terhadap pengalaman melalui panca indera pada pelayanan kesehatan yang diterima (<i>Sense</i> pada <i>Customer Experience</i>)... ..	98
Tabel 5.30	Pengaruh harapan pasien (<i>Customer Expectation</i>) terhadap pengalaman emosional yang timbul pada pelayanan kesehatan yang diterima (<i>Feel</i> pada <i>Customer Experience</i>)... ..	98
Tabel 5.31	Pengaruh harapan pasien (<i>Customer Expectation</i>) terhadap pengalaman yang mendorong pikiran positif pada pelayanan kesehatan yang diterima (<i>Think</i> pada <i>Customer Experience</i>)... ..	99
Tabel 5.32	Pengaruh harapan pasien (<i>Customer Expectation</i>) terhadap pengalaman interaksi pada pelayanan kesehatan yang diterima (<i>Act</i> pada <i>Customer Experience</i>)... ..	99
Tabel 5.33	Pengaruh harapan pasien (<i>Customer Expectation</i>) terhadap pengalaman untuk mengulang pada pelayanan kesehatan yang diterima (<i>Relate</i> pada <i>Customer Experience</i>)... ..	100
Tabel 5.34	Hasil Pengaruh Antar Variabel <i>Customer Experience</i>	100
Tabel 5.35	Isu Strategis Berdasarkan Hasil Penelitian di Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	102

Tabel 5.36	Rekomendasi Berdasarkan Hasil Penelitian di Poli Gigi Umum RSUD Anwar Medika Sidoarjo Tahun 2019.....	104
-------------------	--	------------

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Kajian Masalah	9
Gambar 2.1	<i>Experiential Grid</i>	28
Gambar 3.1	Kerangka Konseptual Penelitian	47
Gambar 4.1	Kerangka Operasional Penelitian	53

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Penjelasan Sebelum Penelitian	127
Lampiran 2	<i>Informed Consent</i>	129
Lampiran 3	Instrumen Penelitian.....	130
Lampiran 4	Kuisisioner <i>Customer Expectation</i> dan <i>Customer Experience</i>	133
Lampiran 5	Uji Validitas dan Reabilitas <i>Customer Expectation</i>	136
Lampiran 6	Uji Validitas dan Reabilitas <i>Customer Experience</i>	137
Lampiran 7	Uji Kelayakan Etik	138
Lampiran 8	Hasil Regresi Pengaruh Karakteristik dengan <i>Customer Experience (sense)</i>	139
Lampiran 9	Hasil Regresi Pengaruh <i>Customer Expectation</i> dengan <i>Customer Experience</i>	140
Lampiran 10	Hasil Regresi Antar Variabel <i>Customer Experience</i>	142

DAFTAR ARTI LAMBANG, SINGKATAN DAN ISTILAH**Daftar Arti Lambang**

%	=	Perseratus
&	=	Dan
>	=	Lebih dari
<	=	Kurang dari
≥	=	Lebih dari sama dengan
≤	=	Kurang dari sama dengan
r	=	Koefisien Determinasi
p	=	Signifikansi

Daftar Singkatan

RS	=	Rumah Sakit
RSU	=	Rumah Sakit Umum
BPJS	=	Badan Penyelenggara Jaminan Sosial
PERMENKES	=	Peraturan Menteri Kesehatan
BNI	=	Bank Nasional Indonesia
JKN	=	Jaminan Kesehatan Nasional
SD	=	Sekolah Dasar
SMP	=	Sekolah Menengah Pertama
SMA	=	Sekolah Menengah Atas
SDM	=	Sumber Daya Manusia
SK	=	Surat Keputusan
SIP	=	Surat Ijin Praktek
SEMs	=	<i>Strategi Experiential Moduls</i>
ExPros	=	<i>Experience Provider</i>
SNARS	=	Standar Nasional Akreditasi Puskesmas
TC	=	Trauma Center
IGD	=	Instalasi Gawat Darurat
Menkes	=	Menteri Kesehatan