

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DEPAN	i
SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PRASYARAT GELAR	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
<i>SUMMARY</i>	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
DAFTAR ARTI LAMBANG, SINGKATAN, DAN ISTILAH	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Kajian Masalah	6
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
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Klinik	14
2.1.1 Pengertian Klinik	14
2.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Klinik Pratama	14
2.2 Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut	15
2.3 Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan	16
2.4 Perilaku Konsumen	17
2.4.1 Proses Pengambilan Keputusan	18
2.5 Pemasaran	25
2.5.1 Definisi Pemasaran	25
2.5.2 Tujuan Pemasaran	26
2.5.3 Komponen Pemasaran	26
2.6 <i>Positioning-Differentiation-Brand Triangle</i>	27
2.6.1 Segmentasi (<i>segmentation</i>)	30
2.6.2 <i>Targeting</i>	32
2.6.3 <i>Positioning</i>	32
2.6.4 Keunikan (<i>Differentiation</i>)	37
2.6.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	38

2.6.6	Tranksaksi (<i>Selling</i>).....	39
2.6.7	Merek (<i>Brand</i>).....	40
2.6.8	Pelayanan (<i>Service</i>).....	43
2.6.9	Proses (<i>Process</i>).....	44
2.7	Kualitas Jasa.....	44
2.8	<i>Secure Customer</i>	46
2.9	Hukum Pareto.....	48
BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL		
3.1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	49
3.2	Penjelasan Kerangka Konseptual Penelitian.....	50
BAB 4 METODE PENELITIAN		
4.1	Jenis dan Rancang Bangun Penelitian.....	53
4.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	53
4.3	Populasi dan Sampel.....	53
4.3.1	Populasi.....	53
4.3.2	Sampel.....	53
4.4	Kerangka Operasional Penelitian.....	54
4.5	Variabel dan Definisi Operasional Penelitian.....	56
4.6	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	63
4.7	Pengolahan dan Analisis Data Hasil Penelitian.....	64
BAB 5 HASIL DAN ANALISIS DATA		
5.1	Gambaran Umum KRMS.....	67
5.1.1	Profil Klinik Redemptor Mundi Surabaya.....	67
5.1.2	Visi dan Misi KRMS.....	67
5.1.3	Jenis Pelayanan di KRMS.....	67
5.1.4	Alur Pelayanan Pasien di KRMS.....	68
5.2	Poli Gigi Klinik Redemptor Mundi (PGKRM).....	70
5.2.1	Profil PGKRM.....	70
5.2.2	<i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> di PGKRM ...	71
5.2.3	Fasilitas di PGKRM.....	71
5.2.4	Sumber Daya Manusia di PGKRM.....	72
5.3	Karakteristik Pasien di PGKRM.....	72
5.4	<i>Positioning</i> di PGKRM.....	79
5.5	<i>Differentiation</i> di PGKRM.....	81
5.6	<i>Brand Value</i> di PGKRM.....	86
5.7	Isu Strategis.....	90
5.8	Upaya Peningkatan dan Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut di PGKRM berdasarkan <i>Positioning-Differentiation-Brand Triangle</i>	92

BAB 6 PEMBAHASAN	
6.1	Karakteristik Pasien di PGKRM 93
6.2	<i>Positioning</i> di PGKRM 95
6.3	<i>Differentiation</i> di PGKRM 96
6.3.1	<i>Process Differentiation</i> 97
6.3.2	<i>People Differentiation</i> 104
6.3.3	<i>Infrastructure Differentiation</i> 106
6.4	Brand Value di PGKRM 108
6.4.1	<i>Functional Benefit</i> 108
6.4.2	<i>Emotional Benefit</i> 110
6.4.3	<i>Financial Benefit</i> 111
6.5	Keterbatasan Penelitian 121
BAB 7 PENUTUP	
7.1	Kesimpulan 122
7.2	Saran 125
DAFTAR PUSTAKA 126
LAMPIRAN 131

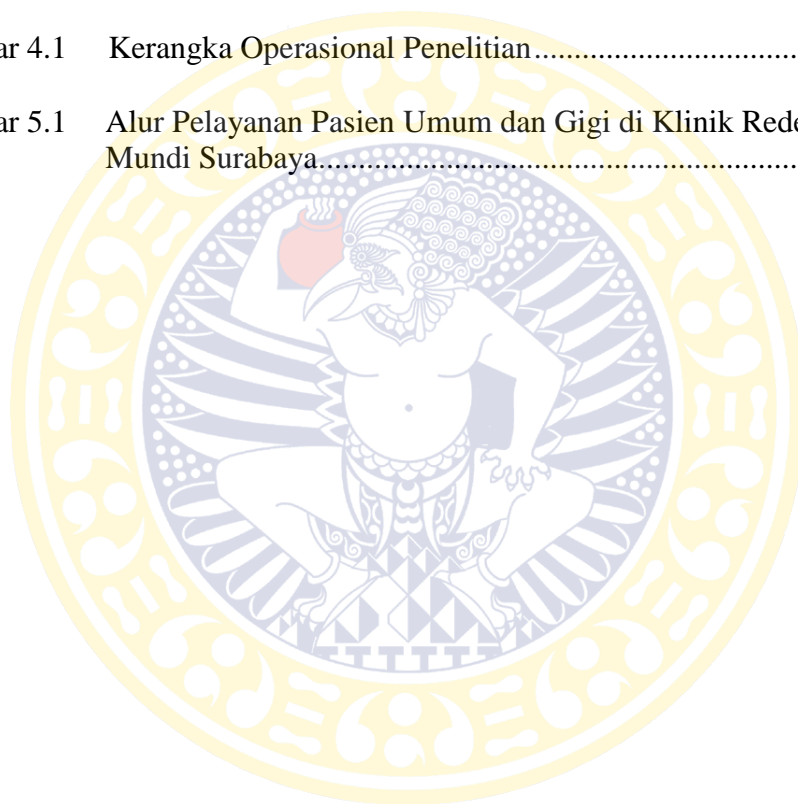
DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Perhitungan Kapasitas Optimal Jumlah Kunjungan per Bulan di PGKRM	3
Tabel 1.2	Jumlah Kunjungan dan Capaian di PGKRM Periode Tahun 2012-2014.....	4
Tabel 2.1	Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen	19
Tabel 4.1	Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Cara Pengukuran, dan Skala Data dalam Penelitian di PGKRM.....	56
Tabel 5.1	Distribusi Frekuensi Usia Responden di PGKRM (Maret,2015)	73
Tabel 5.2	Distribusi Frekuensi Jarak Tempat Tinggal Responden dengan Lokasi PGKRM (Maret, 2015)	74
Tabel 5.3	Distribusi Frekuensi Pendapatan Pembayar Biaya Perawatan Responden di PGKRM (Maret, 2015).....	75
Tabel 5.4	Distribusi Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden di PGKRM (Maret, 2015).....	75
Tabel 5.5	Distribusi Frekuensi Tentang Pilihan Tempat Berobat Berdasarkan Penilaian Responden di PGKRM (Maret, 2015).	76
Tabel 5.6	Distribusi Frekuensi Pemanfaatan di PGKRM oleh Responden dalam Dua Tahun Terakhir (Maret, 2015).....	77
Tabel 5.7	Distribusi Frekuensi Tentang Jenis Perawatan yang Pernah Diterima Responden di PGKRM (Maret, 2015).....	78
Tabel 5.8	Distribusi Frekuensi Tentang Besar Biaya Perawatan yang Dikeluarkan Responden di PGKRM (Maret, 2015).....	79
Tabel 5.9	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden tentang <i>Quality Positioning</i> Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut di PGKRM (Maret, 2015)	80

Tabel 5.10	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden tentang <i>Price Positioning</i> di PGKRM (Maret, 2015)	80
Tabel 5.11	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden tentang <i>Process Differentiation</i> di PGKRM (Maret, 2015).....	82
Tabel 5.12	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden tentang Lama Waktu Tunggu di PGKRM (Maret,2015)	83
Tabel 5.13	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden tentang <i>People Differentiation</i> di PGKRM (Maret, 2015).....	84
Tabel 5.14	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden tentang <i>Infrastrucutre Differentiation</i> di PGKRM (Maret, 2015)	85
Tabel 5.15	Nilai Total Penilaian Responden Tentang <i>People Differentiation</i> di PGKRM (Maret, 2015)	86
Tabel 5.16	Nilai Total Penilaian Responden Tentang <i>People Differentiation</i> di PGKRM (Maret, 2015).....	87
Tabel 5.17	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden tentang <i>Emotional Benefit</i> di PGKRM (Maret, 2015)	88
Tabel 5.18	Nilai Total Penilaian Responden tentang <i>Functional Benefit</i> dan <i>Emotional Benefit</i> di PGKRM (Maret, 2015).....	89
Tabel 5.19	Distribusi Frekuensi Penilaian Responden tentang <i>Financial Benefit</i> di PGKRM (Maret, 2015)	90
Tabel 5.20	Hasil Penelitian dan Isu Strategis di PGKRM.....	90
Tabel 6.1	Rencana Usulan Upaya Peningkatan Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Gigi dan Mulut	115

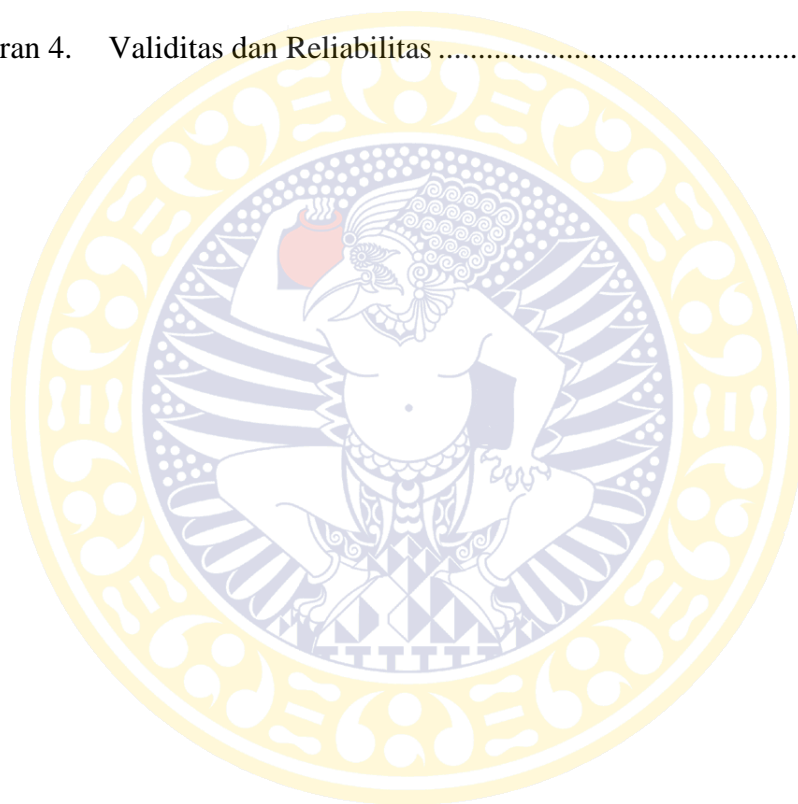
DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Kajian Masalah Penelitian.....	6
Gambar 2.1	<i>Positioning-Differentiation-Brand Triangle</i>	29
Gambar 3.1	Kerangka Konseptual Penelitian	49
Gambar 4.1	Kerangka Operasional Penelitian.....	55
Gambar 5.1	Alur Pelayanan Pasien Umum dan Gigi di Klinik Redemptor Mundi Surabaya.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1.	Surat Keterangan Lulus Kaji Etik	131
Lampiran 2.	Surat Pernyataan Persetujuan Ikut Penelitian	132
Lampiran 3.	Kuesioner Penelitian	133
Lampiran 4.	Validitas dan Reliabilitas	137



DAFTAR ARTI LAMBANG, SINGKATAN, DAN ISTILAH

BPJS	= Badan Penyelenggara Jaminan Sosial
JKN	= Jaminan Kesehatan Nasional
km	= kilometer
KRMS	= Klinik Redemptor Mundi Surabaya
mm	= milimeter
PGKRM	= Poli Gigi Klinik Redemptor Mundi
SDM	= Sumber Daya Manusia
SOP	= Standar Operasional Prosedur
STP	= <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>

