

**PENINGKATAN *BRAND TRUST*, KEPUASAN DAN CITRA  
RUMAH SAKIT BERBASIS *COSTUMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS PASIEN PADA  
RUMAH SAKIT ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG**

**SKRIPSI**

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1  
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

**PIPIT LARASATI  
132411009**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2017**

**Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.**

**NIP. 19690830 199403 2 003**

Jl. Tugu Lapangan No. H-40 Tambakaji Rt/Rw 08/01 Tambakaji Ngaliyan Semarang

**Johan Arifin, S.Ag., MM.**

**NIP. 19710908 200212 1 001**

Perum BPI Blok D No. 1 Ngaliyan Semarang

---

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Pipit Larasati

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi dari saudara:

Nama : Pipit Larasati

NIM : 132411009

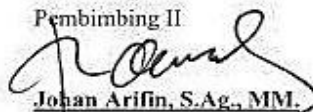
Judul Skripsi : Peningkatan *Brand Trust*, Kepuasan Pasien, dan Citra Rumah Sakit Berbasis *Costumer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang.

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Semarang, 23 Mei 2016

Pembimbing II



**Johan Arifin, S.Ag., MM.**

**NIP. 19710908 200212 1 001**

Pembimbing I



**Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.**

**NIP. 19690830 199403 2 003**



KEMENTERIAN AGAMA R.I  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Semarang  
Telp.(024)7601291 Fax. 7624691 Semarang 50185

## PENGESAHAN

Nama : Pipit Larasati  
NIM : 132411009  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : “Peningkatan *Brand Trust*, Kepuasan, dan Citra Rumah Sakit Berbasis *Costumer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pasien pada Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang”.

Telah dimunaqosahkan oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cum laude/baik/cukup, pada tanggal 12 Juni 2017.


Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata 1 (satu) tahun akademik 2016/2017.

Semarang, 12 Juni 2017

Ketua Sidang

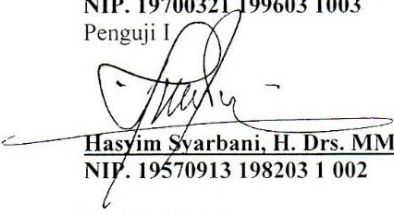
Mengetahui

Sekretaris Sidang

  
Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag


NIP. 19700321 199603 1003

Penguji I

  
Hasyim Svarbani, H. Drs. MM

NIP. 19570913 198203 1 002

Pembimbing I

  
Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.

NIP. 19690830 199403 2 003

  
Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.

NIP. 19690830 199403 2 003

Penguji II

  
H. Khoirul Anwar, M.Ag.

NIP. 19690420 199603 1 002

Pembimbing II

  
H. Johan Arifin, S.Ag., MM.

NIP. 19710908 200212 1 001



## MOTTO

حَدَّثَنِي إِبرَاهِيمُ بْنُ الْمُنْذِرِ: حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ مَعْنٍ قَالَ: حَدَّثَنِي أَبِي عَنْ سَعِيدِ بْنِ أَبِي سَعِيدٍ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ وَأَنْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحْمَةً. (رواه بخاري: ٥٩٨٥)

*Ibrahim bin al-Mundzir menyampaikan kepada kami dari Muhammad bin Ma'n, dari ayahnya, dari Sa'id bin Abu Sa'id, dari Abu Hurairah bahwa Nabi SAW bersabda, "Siapa yang ingin dilapangkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya hendaklah dia menyambung tali silaturahmi." (HR. Bukhari: 5985)<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Abu Abdullah Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Ensiklopedia Hadits 2; Shahih Al-Bukhari 2*, Terj. Cet. 1, Jakarta: Almahira, 2012, h. 326

## PERSEMBAHAN

Banyak hal yang penulis temui dalam menyelesaikan skripsi ini. Banyak kisah, pengalaman dan pelajaran baru yang penulis dapatkan. Tawa, tangis, suka, dan duka pun mengiringi proses penyelesaian skripsi ini. Kemudahan yang datang setelah berjuang melawan kesulitan. Dengan doa dan usaha yang terus-menerus tanpa henti. Semangat yang terus mengalir dan mereka yang menyanggiku. Akhirnya, skripsi ini selesai, dan penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberi penulis kemudahan, kekuatan, dan keyakinan dalam menyelesaikan skripsi ini. Nabi Muhammad, yang perjalanan hidupnya mampu memotivasi penulis agar menjalankan hidup sebaik mungkin walaupun banyak rintangan.
2. Ibu dan Bapak ku tersayang, Ibu Sumini dan Bapak Juminto. Kakakku tersayang, Slamet Syafi'i. Mereka yang selalu memotivasi, menguatkan, dan mendoakan, serta membantu penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Doa dan semangatnya, membuat penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah selalu melindungi Ibu dan Bapak serta kakakku, diberi keberkahan dan kebahagiaan hidup, serta diberi umur panjang. Amin.
3. Dosen-dosen FEBI dan dosen pembimbing, yang telah banyak membantu penulis dan memberikan banyak ilmu kepada penulis.
4. Teman-teman seperjuangan angkatan 2013, khususnya kelas EIA 2013. Kita adalah keluarga, terimakasih atas kebersamaannya selama ini. Banyak hal indah kita lalui bersama.
5. Almamaterku tercinta UIN Walisongo Semarang. semoga semakin baik dan mampu menghasilkan lulusan yang berkualitas untuk dunia dan akhirat.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 23Mei 2017

Deklarator



**PIPIT LARASATI**

**NIM. 132411009**

## TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf arab harus disalin kedalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan suatu transliterasi sebagai berikut:

### A. Konsonan

ء = `	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

### B. Vokal

◌َ = a

◌ِ = i

◌ُ = u

### C. Diftong

أَيَّ = ay

أَوْ = aw

### D. Syaddah (◌ْ)

*Syaddah* dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبَّ *al-thibb*.

### E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al*-.... misal الصناعة = *al-shina`ah*. *Al-* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

### F. Ta' Marbutah (◌ِة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" misalnya الطبيعية المعيشة = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

## ABSTRAK

Loyalitas terbentuk karena keunggulan terhadap jasa layanan yang ditawarkan sehingga akan menimbulkan kepercayaan yang tinggi yang disebabkan karena kepuasan dan citra positif terhadap produk/jasa yang diberikan. Berbagai upaya dilakukan oleh rumah sakit dalam memberikan layanan kepada pasien dalam meningkatkan mutu layanan kesehatan. Hal yang melatarbelakangi permasalahan bahwa berbagai upaya dilakukan oleh RSI Sultan Agung Semarang belum mampu memberikan para pasien tetap loyal.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas pasien dengan *brand trust*, kepuasan pasien, dan citra rumah sakit sebagai variabel intervening di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang. Populasi dalam penelitian ini jumlah keseluruhan pasien rawat inap di RSI Sultan Agung, dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*. Alat analisisnya adalah path analisis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust*, kepuasan pasien, citra rumah sakit, dan loyalitas pasien. *Brand trust*, kepuasan pasien, dan citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien. *Brand trust* mampu menjadi variabel intervening antara *CRM* terhadap loyalitas pasien, memberikan pengertian semakin tinggi pengetahuan karyawan dalam memahami keinginan pasien, dinamika pasar dan pesaing, maka akan semakin meningkatkan tingginya *brand trust* pasien sehingga berdampak pada loyalitas pasien untuk tetap menggunakan rumah sakit tersebut. Kepuasan pasien mampu menjadi variabel intervening antara *Customer Relationship Management* dengan loyalitas pasien. Hasil penelitian juga menunjukkan jika citra rumah sakit mampu menjadi variabel intervening antara *CRM* terhadap loyalitas pasien, dapat diartikan bahwa semakin tinggi pengetahuan karyawan dalam memahami keinginan pasien, dinamika pasar dan pesaing, maka citra rumah sakit tersebut akan semakin positif di mata masyarakat sehingga tentu akan berdampak pada tingginya loyalitas pasien.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Management, brand trust, kepuasan pasien, citra rumah sakit dan loyalitas pasien.*



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillah*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah menurunkan syari'at Islam sebagai tuntunan bagi hamba-Nya, agar kita hidup sejahtera lahir dan batin, dunia dan akhirat. Sholawat dan salam mudah-mudahan tetap dilimpahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, pembawa risalah dan suri teladan dalam menjalankan syari'at Islam sebagai pedoman hidup dunia dan akhirat.

Berkat limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya serta usaha yang sungguh-sungguh, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Peningkatan *Brand Trust*, Kepuasan Pasien dan Citra Rumah Sakit berbasis *Costumer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang**”. Dalam penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan dorongan spiritual maupun materiil, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. DR. H. Muhibin, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, beserta seluruh aktifitas akademik yang telah memberikan berbagai kebijakan untuk memanfaatkan segala fasilitas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Dr. H. Ahmad Furqon, LC., MA., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Mohammad Nadzir, S. Hi., M.Si., selaku sekretaris Jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan berbagai motivasi dan arahnya mulai dari proses pengajuan judul skripsi hingga proses-proses berikutnya.
4. Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag dan H. Johan Arifin, S.Ag., MM. Selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II penulisan skripsi ini, dengan penuh kesabaran telah mencurahkan perhatian yang besar dalam memberikan bimbingan. Terimakasih atas bimbingan, arahan, motivasi, dan juga dukungannya, semoga selalu diberi kemudahan dalam menjalani kehidupan.
5. Dr. H. Muhammad Syaifullah, M.Ag, selaku dosen wali yang tiada henti membimbing selama penulis berada dalam bangku perkuliahan.
6. Para Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap karyawan dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap pegawai Perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Perpustakaan Pusat UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan izin dan layanan kepastakaan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi

9. Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang yang telah menginspirasi dan memberikan izin beserta informasi kepada penulis untuk melakukan penelitian.

10. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga kebaikan dan keikhlasan semua pihak yang telah terlibat dalam penulisan skripsi ini mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penyusunan skripsi ini telah penulis usahakan semaksimal mungkin agar tercapai hasil yang maksimal. Namun penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. *Amin Ya Rabbal Alamin.*

Semarang, 23 Mei 2017

Penulis,

**PIPIT LARASATI**

**NIM. 132411009**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
DEKLARASI .....	vi
TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan masalah .....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	11
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. Kepercayaan Merek (Brand Trust) .....	14
2.1.2. Kepuasan Pelanggan.....	25

2.1.3. Citra Rumah Sakit .....	32
2.1.4. Costumer Relationship Management (CRM)	38
2.1.5. Loyalitas Pasien.....	51
2.1.6. Rumah Sakit Islam .....	59
2.2. Penelitian Terdahulu.....	62
2.3. Model Empirik Penelitian.....	65
2.4. Hipotesis Penelitian .....	66
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis dan Sumber Data .....	68
3.2. Populasi dan Sampel .....	69
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	70
3.4. Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	72
3.5. Teknik Analisis Data .....	74
3.5.1. Analisis Deskriptif Variabel .....	74
3.5.2. Analisis Kuantitatif.....	75
 <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Penyajian Data.....	84
4.1.1. Gambaran Obyek Penelitian .....	84
4.1.2. Deskripsi Responden Penelitian .....	92
4.1.3. Deskripsi Variabel Penelitian .....	95
4.2. Analisis Data dan Interpretasi Data .....	105
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	105
4.2.2. Uji Asumsi Klasik .....	109
4.2.3. Metode Path Analysis.....	112
4.2.4. Pengujian Hipotesis .....	116

4.2.5. Uji Kesesuaian Model.....	119
4.2.6. Uji Sobel Test .....	122
4.3. Pembahasan.....	128
4.3.1. Pengaruh CRM terhadap Brand Trust ...	128
4.3.2. Pengaruh CRM terhadap Kepuasan Pasien .....	131
4.3.3. Pengaruh CRM terhadap Citra Rumah Sakit .....	134
4.3.4. Pengaruh CRM terhadap Loyalitas Pasien .....	136
4.3.5. Pengaruh Brand Trust terhadap Loyalitas Pasien .....	139
4.3.6. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien .....	140
4.3.7. Pengaruh Citra Rumah Sakit terhadap Loyalitas Pasien .....	142
4.3.8. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	144

## **BAB V PENUTUP**

5.1. Kesimpulan .....	146
5.2. Saran.....	147
5.3. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang	148

DAFTAR PUSTAKA .....	150
LAMPIRAN.....	157
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	208
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	202
DOKUMENTASI .....	203

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pasien Rawat Inap pada Tahun 2016...	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	63
Tabel 3.1	Variabel Penelitian dan Pengukuran .....	72
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	93
Tabel 4.2	Umur Responden.....	94
Tabel 4.3	Tingkat Pendidikan Responden .....	94
Tabel 4.4	Tanggapan Responden terhadap CRM .....	97
Tabel 4.5	Tanggapan Responden terhadap Brand Trust ..	99
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pasien .	101
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap Citra Rumah Sakit	102
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Pasien ..	104
Tabel 4.9	Uji Validitas KMO .....	106
Tabel 4.10	Uji Validitas Indikator Variabel Penelitian.....	107
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Variabel .....	108
Tabel 4.12	Uji Normalitas Data.....	109
Tabel 4.13	Uji Multikolonieritas .....	111
Tabel 4.14	Uji Heterokedastisitas (Uji Gleser).....	112
Tabel 4.15	Rangkuman Hasil Persamaan Regresi .....	113
Tabel 4.16	Uji F Test .....	120
Tabel 4.17	Koefisien Determinasi .....	121

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	65
Gambar 4.1	Analisis Jalur Variabel .....	123
Gambar 4.2	Pengaruh CRM terhadap Loyalitas Pasien melalui Brand Trust.....	124
Gambar 4.3	Pengaruh CRM terhadap Loyalitas Pasien melalui Kepuasan Pasien.....	125
Gambar 4.4	Pengaruh CRM terhadap Loyalitas Pasien melalui Citra Rumah Sakit .....	127



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Data Mentah Hasil Jawaban Responden.....	157
Lampiran 2.	Statistik Deskriptif CRM.....	160
Lampiran 3.	Statistik Deskriptif Brand Trust.....	163
Lampiran 4.	Statistik Deskriptif Kepuasan Pasien.....	166
Lampiran 5.	Statistik Deskriptif Citra Rumah Sakit.....	167
Lampiran 6.	Statistik Deskriptif Loyalitas Pasien.....	170
Lampiran 7.	Uji Validitas CRM.....	172
Lampiran 8.	Uji Validitas Brand Trust.....	173
Lampiran 9.	Uji Validitas Kepuasan Pasien.....	174
Lampiran 10.	Uji Validitas Citra Rumah Sakit.....	175
Lampiran 11.	Uji Validitas Loyalitas Pasien.....	176
Lampiran 12.	Uji Reliabilitas CRM.....	177
Lampiran 13.	Uji Reliabilitas Brand Trust.....	179
Lampiran 14.	Uji Reliabilitas Kepuasan Pasien.....	180
Lampiran 15.	Uji Reliabilitas Citra Rumah Sakit.....	181
Lampiran 16.	Uji Reliabilitas Loyalitas Pasien.....	182
Lampiran 17.	Uji Normalitas dan Multikolonieritas.....	183
Lampiran 18.	Uji Heterokedastisitas.....	184
Lampiran 19.	Uji Regresi Linier Berganda Model 1 (Pengaruh tidak langsung CRM terhadap Brand Trust)....	186
Lampiran 20.	Uji Regresi Linier Berganda Model 2 (Pengaruh tidak langsung CRM terhadap kepuasan pasien)	187
Lampiran 21.	Uji Regresi Linier Berganda Model 3 (Pengaruh tidak langsung CRM terhadap Citra Rumah Sakit).....	188

Lampiran 22. Uji Regresi Model 4 (Pengaruh langsung CRM, brand trust, kepuasan pasien, citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien) .....	189
Lampiran 23. Uji Sobel Test .....	191