

ABSTRAK

Andre William (00000014187)

Gerald Alkka Sevtanu (00000014230)

PENGARUH POST PURCHASE PERCEIVED VALUE TERHADAP CONSUMER COMMITMENT PASIEN BPJS DI RSUS KARAWACI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh positif *post purchase perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada Rumah Sakit, untuk mengetahui pengaruh positif *consumer satisfaction* terhadap *consumer trust benevolence* pada Rumah Sakit, untuk mengetahui pengaruh positif *consumer trust honesty* pada Rumah Sakit, untuk mengetahui pengaruh positif positif *consumer trust benevolence* terhadap *consumer commitment* pada Rumah Sakit, untuk mengetahui pengaruh positif *consumer trust benevolence* terhadap *consumer commitment* pada rumah sakit. Paradigma penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pasien RSUS Karawaci. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 200 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil dari penelitian ini adalah dari empat belas hipotesis yang ditentukan sebelumnya, empat di antaranya diterima dan terdapat sepuluh hipotesis yang ditolak.

Kata kunci: *customer satisfaction, consumer commitment, consumer trust honesty, consumer trust benevolence*

ABSTRACT

Andre William (00000014187)

Gerald Alkka Sevtanu(00000014230)

THE EFFECT OF POST PURCHASE PERCEIVED VALUE ON THE CONSUMER COMMITMENT OF RSUS KARAWACI HOSPITAL BPJS PATIENTS

This study was conducted with the aim to determine the positive effect of post purchased perceived value on consumer satisfaction to hospitals, the positive influence of customer satisfaction on consumer trust honesty at the hospital, the positive influence of customer satisfaction on consumer trust benevolence at the hospital, the positive influence of consumer trust honesty on consumer commitment to hospitals, the positive effect of consumer trust benevolence on consumer commitment to hospitals. The research paradigm used in this study is the quantitative research paradigm. Data collection was carried out by distributing questionnaires using a 5-point Likert scale. Respondents used in this study were patients at RSUS Hospital. The number of samples used in this study was 200 people. The data analysis method used is Structural Equation Modeling (SEM). The results of this study were from fourteen predetermined hypotheses, four of which were accepted and there were ten hypotheses that were rejected.

Keywords: *customer satisfaction, consumer commitment, consumer trust honesty, consumer trust benevolence*