

ABSTRAK

Deviyana Florencia Veronica (01615230042)

MENGEKSPLORASI DAMPAK PENGALAMAN PASIEN TERHADAP KEINGINAN DATANG KEMBALI YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN DAN DIMODERASI OLEH PENGARUH KETERLIBATAN MEDIA SOSIAL

(xviii + 164 halaman; 10 gambar; 27 tabel; 4 lampiran)

Pertumbuhan usaha estetik medis yang pesat membuka peluang baru dibidang kesehatan di pasar usaha Indonesia, yang didorong oleh peningkatan kesadaran akan pengobatan dengan tindakan invasif yang minimal dan pengaruh media sosial yang membentuk standar baru untuk wanita maupun pria. Persaingan ketat ini memaksa ide baru yang kreatif dan inovatif, dan disaat bersamaan memastikan pelanggan lama puas dengan pengalaman mereka di klinik estetik medis tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa dampak pengalaman pasien di klinik estetik medis terhadap niat kunjungan ulang yang dimoderasi oleh media sosial dan dimediasi oleh kepuasan, untuk memastikan pemilihan strategi pemasaran yang tepat dan strategi pemasaran mana yang harus ditingkatkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei secara online menggunakan skala Likert. Data dikumpulkan dengan melibatkan pasien yang telah menerima pelayanan di klinik estetika medis. Analisis data dilakukan dengan metode PLS-SEM. Hasil menunjukkan bahwa pengalaman pasien memengaruhi secara langsung niat kunjungan ulang, tetapi tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan dan kepuasan juga tidak berpengaruh langsung pada niat kunjungan ulang. Media sosial terbukti memperkuat hubungan antara pengalaman pasien dan niat kunjungan ulang. Pengalaman pasien yang positif, terutama aspek relasional, mendorong niat kunjungan ulang. Media sosial memegang peranan penting dalam menguatkan hubungan antara pengalaman pasien dan niat kunjungan ulang.

Referensi: 162 (1995 – 2024)

Kata kunci: estetik medis, pengalaman pasien, kunjungan ulang, media sosial

ABSTRACT

Deviyana Florencia Veronica (01615230042)

EXPLORING THE IMPACT OF PATIENT EXPERIENCE ON REVISIT INTENTION MEDIATED BY SATISFACTION AND MODERATED BY INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT

(xviii + 164 pages; 10 figures; 27 tables; 4 appendices)

The massive growth of medical aesthetic business opens new opportunity in medical sector for Indonesia market, driven by increasing awareness with minimally invasive treatments and the influence of social media in shaping new standards among women and men. This intense competition compeled a new creative and innovative ideas, in the same time ensuring the existing customer satisfied with their whole experience in the medical aesthetic clinics. This study aims to analyze the impact of patient experience in the medical aesthetic clinics on revisit intention moderating by social media mediated by satisfaction, ensuring which marketing strategies to be chosen and to be improved. A quantitative approach was applied using an online survey with a Likert scale questionnaire. Data were collected from patients who had received services at medical aesthetic clinics. The analysis was conducted using the PLS-SEM method. The findings indicate that the the patient experience directly affects revisit intention but does not significantly impact satisfaction and the satisfaction does not have a direct effect on revisit intention. Social media was found to enhance the relationship between patient experience and revisit intention. Positive patient experiences, particularly in relational aspects, drive revisit intentions. Social media plays a vital role in strengthening this relationship.

Reference: 162 (1995 – 2024)

Keywords: medical aesthetics, patient experience, revisit intention, social media