

ABSTRAK

Debora Pranata Raharjo (01615220024)

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *PATIENT TRUST*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* DIMEDIASI OLEH *PATIENT*
SATISFACTION DI RS XYZ JAKARTA BARAT**

(xviii+ 134 halaman; 15 gambar; 27 tabel; 8 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan (*service quality*), citra merek (*brand image*), dan kepercayaan pasien (*patient trust*) terhadap niat kunjungan ulang (*revisit intention*) dengan kepuasan pasien (*patient satisfaction*) sebagai variabel mediasi. Studi ini dilakukan di RS XYZ Jakarta Barat dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji hubungan antar variabel. Data primer dikumpulkan melalui survei dengan partisipasi pasien yang memiliki pengalaman kunjungan di rumah sakit tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sepuluh hipotesis yang diuji, sembilan di antaranya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan ulang, baik secara langsung maupun melalui mediasi kepuasan pasien. Temuan ini menekankan pentingnya peran kualitas layanan, citra merek, dan kepercayaan pasien dalam meningkatkan niat kunjungan ulang, dengan kepuasan pasien sebagai mediator yang signifikan. Implikasi penelitian ini bagi manajemen rumah sakit adalah pentingnya mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan serta kepercayaan pasien untuk mendorong loyalitas pasien di masa mendatang.

Referensi : 84 (1988 –2024)

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pasien, Kepuasan Pasien, Niat Kunjungan Ulang.

ABSTRACT

Debora Pranata Raharjo (01615220024)

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE, AND PATIENT TRUST TO REVISIT INTENTION MEDIATED BY PATIENT SATISFACTION AT RS XYZ JAKARTA BARAT

(xvii+134 pages; 15 figures; 27 tables; 8 appendices)

This study aims to analyse the influence of service quality, brand image, and patient trust on revisit intention, with patient satisfaction as a mediating variable. The study was conducted at XYZ Hospital in West Jakarta using a quantitative approach, employing Structural Equation Modelling (SEM) to test the relationships among variables. Primary data were collected through surveys involving patients who had previously visited the hospital. The results indicate that out of ten hypotheses tested, nine showed a positive and significant influence on revisit intention, both directly and through the mediation of patient satisfaction. These findings emphasize the importance of service quality, brand image, and patient trust in enhancing revisit intention, with patient satisfaction serving as a significant mediator. This study implies that hospital management should focus on maintaining and improving service quality and patient trust to foster patient loyalty in the future.

Reference : 84 (1988 – 2024)

Key Words : *Service Quality, Brand Image, Patient Trust, Patient Satisfaction, Revisit Intention*