

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul-Rahman, M. N., Hassan, T. H., Abdou, A. H., Abdelmoaty, M. A., Saleh, M. I., & Salem, A. E. (2023). Responding to Tourists' Intentions to Revisit Medical Destinations in the Post-COVID-19 Era through the Promotion of Their Clinical Trust and Well-Being. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15032399>
- Abubakar, A. M., Ilkan, M., Meshall Al-Tal, R., & Eluwole, K. K. (2017). eWOM, revisit intention, destination trust and gender. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 220–227. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.12.005>
- Aliman, N. K., & Mohamad, W. M. W. (2013). Determinants of Patient Satisfaction on Health Care System in Malaysia: Does Communication and Relational Behavior Matter? *International Journal of Business and Social Science*, 4(2), 209-218.
- Amiarno, Y. (2022). Bauran Pemasaran, Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Radioterapi. *Journal of Public Health Education*, 1(3), 117–129. <https://doi.org/10.53801/jphe.v1i3.20>
- Anjani, R., Ruswanti E., R. I. (2022). EWOM, Kepercayaan, Citra Merek terhadap Niat Pembelian Ulang pada Poliklinik Penyakit dalam DI RS ABC Jakarta. *Jurnal Health Sains*, 3(8.5.2017), 2003–2005.
- Annissa, S. N. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Clothing Brand Brienna). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Anggraini, R., & Aliandrina, D. (2024). Pengaruh Perceived Value dan Trust terhadap Revisit Intention dengan Word of Mouth sebagai Mediasi di Desa Wisata Kampung Tua Bakau Serip Batam. *Media Wisata*, 22(1), 87-106.
- Annisa, A., & Hasoloan, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 51-60.
- Akbar, R., Mahrinasari MS, Dorothy R. H. P. (2020). The Mediating Role of Brand Image in the Effect of Sales Promotion, Product Quality, and Celebrity Endorser on Purchase Intention. *Journal of University of Shanghai for Science and Technology*. 22(10). 272-282.

- Ardiyanto, M., Isa H. (2024). Analisis Pengaruh E-Wom, Brand Image Dan Trust Terhadap Purchase Intention Eco-Friendly Transport Di Surakarta. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 2927-2945.
- Aristiyanto, R., Anggestia, W., Barquelian, H., & Wijayanti, N. (2023). Gambaran Karies dan Evaluasi Perawatan pada Siswa di Kawasan Puskesmas Ikur Koto, Padang, Sumatera Barat. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(3), 455–461.
<https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i3.4789>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). Laporan Survei Internet APJII 2011-2023 Q1. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Cham, T. H., Lim, Y. M., Aik, N. C., & Tay, A. G. M. (2016). Antecedents of hospital brand image and the relationships with medical tourists' behavioral intention. *International journal of pharmaceutical and healthcare marketing*, 10(4), 412-431.
- Cham, T. H., Lim, Y. M., Sia, B. C., Cheah, J. H., & Ting, H. (2021). Medical Tourism Destination Image and its Relationship with the Intention to Revisit: A Study of Chinese Medical Tourists in Malaysia. *Journal of China Tourism Research*, 17(2), 163–191. <https://doi.org/10.1080/19388160.2020.1734514>
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. SAGE Publications, Inc.
- Darwin, S., & Kunto, Y. S. (2014). The Influence of Service Quality, Trust, and Satisfaction on Patient Loyalty in Indonesia Health Care Services. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115, 293-298.
- Delpiero, A., & Istriani, E. (2023). Pengaruh electronic word of mouth, brand image, dan servicescape terhadap minat berkunjung di taman sari yogyakarta. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(2), 233-245.
- Dewi, S. N., & Sukesi, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Pada Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(1), 9–21.
<https://doi.org/10.38076/ideijeb.v3i1.105>
- Faaghna, L., Lita, R. P., & Semiarty, R. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ulang Pasien ke Poliklinik Spesialis di RSI Ibnu Sina Padang (BPJS Kesehatan). *Jurnal Kesehatan Andalas*, 8(2), 295. <https://doi.org/10.25077/jka.v8i2.1005>

- Farrukh, M., Shahzad, I. A., Sajid, M., Sheikh, M. F., & Alam, I. (2022). Revisiting the intention to travel framework in the perspective of medical tourism: The role of eWord-of-mouth and destination image. *International Journal of Healthcare Management*, 15(1), 28–35. <https://doi.org/10.1080/20479700.2020.1836733>
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit – Undip.
- Girsang, K. L., Garnida, A. P., & Nurminingsih, N. (2024). Evaluasi Strategi Pemasaran Di Rumah Sakit Islam Karawang Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Di Era Global. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSII)*, 8(2), 196-211.
- Hair, et al. (2010). *Multivariate data Analysis*. New York: pearson prentice hall
- Habibi, S., & Zakipour, M. (2023). The Effect of Perceived Value on Customer Loyalty by Examining the Mediating Role of Electronic Word-of-Mouth Advertising and Customer Satisfaction: Case Study of Jabama Company. *International Journal of Applied Research in Management and Economics*, 5(4), 59–77. <https://doi.org/10.33422/ijarme.v5i4.971>
- Hamdani, N. A., & Maulani, G. A. F. (2018). The influence of E-WOM on purchase intentions in local culinary business sector. *Int. J. Eng. Technol*, 7(2.29), 246-250.
- Hamid, R., Radji, D. L., & Ismail, Y. L. (2020). Pengaruh empathy dan responsiveness terhadap minat kunjungan ulang pelanggan. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 27-38.
- Handayani, I. T., Wajdi, F., & Wujoso, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Dokter Gigi Muda Di Rsgm Soelastr. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/100679>
- Handayani, S., Fauzi, R. U. A., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh City Branding “Madiun Kota Pendekar” Dan E-Wom Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Image Destination Sebagai Mediasi. *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 1(01), 49-74.
- Harmen, E. L., Semiarty, R., & Lita, R. P. (2020). Model Keterkaitan Persepsi Nilai, Citra Merek, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Rumah Sakit Model Keterkaitan Persepsi Nilai, Citra Merek, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

- Rumah Sakit. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 216–225.
<https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i2.5094>
- Hasna, S., & Irwansyah, I. (2019). Electronic Word of Mouth Sebagai Strategi Public Relation Di Era Digital. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 18-27.
- Hastono, S. P. (2016). *Analisa Data Pada Bidang Kesehatan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa
- Hardisman. (2021). *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. Bintang Pustaka Madani
- Hae, S.J., Ok, K.J. and Seok, C.W. (2015). Effects of Physical Environment on Brand Loyalty and Moderated Effects of Brand Image. *International Journal of Research in Business Studies and Management*, 2(4), 50–60.
- Heydari Fard, M., Sanayei, A., & Ansari, A. (2021). Determinants of Medical Tourists' Revisit and Recommend Intention. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 22(4), 429–454.
<https://doi.org/10.1080/15256480.2019.1650688>
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Indra, C. (2018). Pengaruh Word Of Mouth terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Dan Perceived Service Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Program Kpr Bersubsidi Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 12(1). 1-9. doi:10.9744/pemasaran.12.1.1–9
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (1st ed.)*. Unitomo Press. Jakarta: Yayasan Penerbitan IDI.
- Irhamni, E., Yaniawati, R. P., & Mulyani, K. (2023). Pengaruh Brand Image, Perceived Of Service Quality, Dan Trust Terhadap Minat Kunjungan Pasien Rawat Jalan di UPT Puskesmas Sale Rembang Jawa Tengah. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(6), 3696-3717.
- Ismasari, R.A. (2016). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image terhadap Repurchase Intention melalui Brand Trust Smartphone Samsung Galaxy Series.
- Kementrian Kesehatan. (2018). *Laporan nasional riskesdas tahun 2018*. Jakarta: Kemenkes RI; 2018.
- Kepmenkes RI Nomor 1173/MENKES/PER/X/2004 Tentang Rumah Sakit dan Mulut

- Kementerian Kesehatan RI. (2004). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.1173 tentang Rumah Sakit Gigi dan Mulut. Jakarta, Indonesia.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management Sixteenth (16th ed.)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Lee, S. H., Noh, S. E., & Kim, H. W. (2013). A mixed methods approach to electronic word-of-mouth in the open-market context. *International Journal of Information Management*, 33(4), 687–696. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.03.002>
- Lie, R., & Jokom, R. (2018). Pengaruh electronic word of mouth (ewom) terhadap minat reservasi hotel bintang 4 dan atau bintang 5 melalui citra merek sebagai variabel perantara. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2).
- Lubis, A. I. (2022). Pengaruh Mutu Pelayanan Dokter dan Physical Evidence Terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i1.1859>
- Manullang, I. M. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pasta Gigi Pepsodent. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 69–90.
- Mandagi, D. W., Rampen, D. C., Soewignyo, T. I., & Walean, R. H. (2024). Empirical nexus of hospital brand gestalt, patient satisfaction and revisit intention. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 18(2), 215–236. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-04-2023-0030>
- Marnewick, C., & Marnewick, A. L. (2022). Digitalization of project management: Opportunities in research and practice. *Project Leadership and Society*, 3. <https://doi.org/10.1016/j.plas.2022.100061>
- Mohd Isa, S., Lim, G. S. S., & Chin, P. N. (2019). Patients' intent to revisit with trust as the mediating role: lessons from Penang Malaysia. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 13(2), 140–159. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-10-2017-0056>
- Moleong, L. J., & Edisi, P. R. R. B. (2004). Metodologi penelitian. *Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya*, 3(01).
- Noyan, F., & Simsek, G. G. (2012). A Partial Least Squares Path Model of Repurchase Intention of Supermarket Customers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62, 921–926. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.156>
- Octaviani, S., Antonio, F., & Andy, A. (2023). The antecedents of patient experience of aesthetic clinic and its impact on revisit intention. *South African*

Journal of Business Management, 54(1), 1–13.
<https://doi.org/10.4102/sajbm.v54i1.3832>

- Paradilla, M. (2021). Pengaruh brand image dan marketing mix pada loyalitas melalui kepuasan pasien umum sebagai variabel intervening di rumah sakit Stella Maris Makassar. Tesis. Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Poedjiono, L. A., Hianita, S., & Andreani, F. (2020). Analisa Electronic Word of Mouth (EWOM) Pada Online Travel Agent (OTA) Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel. *Jurnal Hospitality Dan ...*, 64–78.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/9889>
- Prasetyo, F. A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Brand Image, dan Kepuasan terhadap Loyalitas (Studi pada Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Ibu & Anak Melati Husada Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(1), 1–12.
- Purba, L., Halim, E. H., & Widayatsari, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Jalan di Poliklinik Bedah Saraf RSUD dr. Doris Sylvanus Palangkaraya Lestari *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(2), 1–16.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D dkk. (2021). Brand Marketing. Bandung: Widina Bhakti Persada
- Putri, D. E., Sinaga, O. S., Silitonga, H. P., Agustina, S. S., & Sudirman, A. (2020). Minat Kunjungan Ulang Pasien yang Ditinjau dari Aspek Persepsi dan Kepercayaan pada Klinik Vita Medistra Pematangsiantar. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 41-46.
- Profil Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Andalas. (2023). Profil Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Andalas. Padang: RSGM Unand
- Rahman, S., & Basri, H. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien BPJS Kesehatan di Rumah Sakit Moh Ridwan Meuraksa Jakarta. *Jurnal Swo*.
- Rahayu, A.D., Sandra, C. and Utami, S. (2021). Hubungan Citra Pelayanan dengan Pemanfaatan Layanan Rawat Inap di Rumah Sakit Jember Klinik Tahun 2018. *Journal Pustaka Kesehatan*. 9(2), 103–110.
- Ramadanty, N. R. & Sulistiadi, W. (2022). Peran Electronic Word Of Mouth dalam Meningkatkan Minat Pasien Mengunjungi Rumah Sakit Di Era Digital.
- Ratnaningtyas, T. O., Listiana, I., Purnama, A., Puji, L. K. R., & Afifah, N. H. (2023). Analisis Persepsi tentang Komunikasi Pemasaran dan Brand Image dengan Keputusan Pemanfaatan Kembali pada Pasien Rawat Inap di Rumah

Sakit Umum Kota Tangerang Selatan. *Edu Dharma Journal: Jurnal penelitian dan pengabdian masyarakat*, 7(2), 153-166.

Riset Kesehatan Dasar. RISKESDAS. (2018). Laporan Riskesdas 2018. Jakarta : Kementerian Kesehatan Republik Indonesia

Ristrini, R. (2005). Perubahan paradigma jasa pelayanan kesehatan rumah sakit dan rekomendasi kebijakan strategis bagi pimpinan. *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, 8(01).

Salim, K. F., Catherine, C., & Andreani, F. (2015). Pengaruh Customer Experience Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Di TX Travel Klampis. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(1), 322-340.

Salamah, A. A., Hassan, S., Aljaafreh, A., Zabadi, W. A., AlQudah, M. A., Hayat, N., Al Mamun, A., & Kanesan, T. (2022). Customer retention through service quality and satisfaction: using hybrid SEM-neural network analysis approach. *Heliyon*, 8(9), e10570. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10570>

Sari, A. D., Wijaya, S., & Ibad, M. (2022). Hubungan Persepsi Brand Image Dengan Sikap Kunjungan Ulang Pasien Poli Spesialis Rumah Sakit Umum Muhammadiyah Babat (RSUMB). *Window of Public Health Journal*, 2(5), 1547-1555.

Soegoto, A. S. (2013). Persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Sumeliani, N. K. (2022). Word Of Mouth, Citra Rumah Sakit Dan Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Buleleng. *Widya Amerta*, 8(2), 62-78.

Syahrir et al. (2020). Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan. Kota Bogor-Indonesia: PT Penerbit IPB Press

Theja, A., Syaodih, E., Hidayat, D., Jujur, U., & Suwardhani, A. D. (2023). Pengaruh Kualitas Fungsional, Teknis dan Brand Image Terhadap Minat Kunjungan Pasien. *Prosiding Magister Manajemen ARS University*, 2, 46-53.

Tobing, A. S., & Ngatindriatun, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 1(1), 1-14.

- Umar. H. 2013. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali
- Virvilaite, R. and Daubaraite, U. (2011). Corporate Social Responsibility in Forming Corporate Image. *Engineering Economics*, 22(5), pp. 534–543.
- Waluya, A. I., M. Ali Iqbal. (2019). How Product Quality, Brand Image, And Customer Satisfaction Affect The Purchase Decisions Of Indonesian Automotive Customers. *International Journal of Services Economics and Management*. 10(2). 177-193. DOI: 10.1504/IJSEM.2019.100944
- Wati, S. K., Dewi, S., & Kusumapradja, R. (2020). The Effect of Marketing Mix, Hospital Image, and Patient Loyalty on Intention for Retreatment over Outpatient Care at Pasar Minggu Hospital during COVID-19 Outbreak. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(6), 361–367. <http://www.kemalapublisher.com/index.php/JoMA/article/view/502>
- Widiastuti, S., Kusumaningrum, J. and Handrijaningsih, L. (2022). Perancangan Corporate Identity Untuk Meningkatkan Brand Image Perusahaan. *Jurnal Manajemen*, 2(2), 150–159.

