

TESIS

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG ULANG PASIEN DI RUMAH SAKIT GIGI
DAN MULUT UNIVERSITAS ANDALAS**



OLEH

BERLIAN KURNIAWATI

NIM: 2220322003

Dosen Pembimbing:

Prof. dr. Hardisman, M.HID., Dr.PH., FRSPH

Dr. Verinita, SE, M.Si

PROGRAM STUDI S2 KESEHATAN MASYARAKAT

FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2024

**MASTER PROGRAM OF PUBLIC HEALTH FACULTY OF MEDICINE,
UNIVERSITY OF ANDALAS**

Thesis, August 2024

Berlian Kurniawati, 2220322003

ABSTRACT

In 2023, RSGM UNAND opened an executive clinic for general patients, with an average of only 2 visitors per day. At that time, RSGM UNAND had promotional media including a website, Instagram, and WhatsApp. The objective of this research was to analyze the effects of Electronic Word Of Mouth, Brand Image, and Trust on Patients' Revisit Intention to the Executive Clinic at RSGM UNAND. This study employed a mixed-method approach with a sequential explanatory design. The research was tested using Partial Least Squares (PLS) with the SEMPLS4.0 application, involving a sample of 120 individuals who were patients of the executive clinic at RSGM UNAND Padang and had visited at least once. The quantitative findings indicated that the variables affecting revisit intention were Brand Image and Trust, while Electronic Word Of Mouth did not have a significant impact. Based on these findings, the hospital can develop strategies to increase patients' revisit intentions to the executive clinic at RSGM UNAND. This research could be tested and analyzed further, particularly in the healthcare industry. Future studies could build upon these results in various healthcare sectors or across multiple hospitals.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Brand Image, Trust, Repurchase Intention, Dental and Oral Hospital



PROGRAM STUDI S2 ILMU KESEHATAN MASYARAKAT

FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS ANDALAS

Tesis, 29 Agustus 2024

Berlian Kurniawati, 2220322003

ABSTRAK

Pada tahun 2023 RSGM UNAND telah membuka polieksekutif untuk pasien umum dengan kunjungan hanya rata-rata 2 orang perhari. Saat ini RSGM UNAND memiliki media promosi yaitu website, instagram dan whatsapp. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Minat Berkunjung Ulang Pasien di Polieksekutif RSGM UNAND. Metode penelitian ini menggunakan mixed method dengan desain sequential explanatory design. Penelitian ini diuji dengan menggunakan PLS dengan aplikasi SEMPLS4.0 dengan sampel sebanyak 120 orang yang merupakan pasien dari polieksekutif RSGM UNAND Padang yang sudah pernah datang minimal 1 kali ke polieksekutif. Hasil penelitian kuantitatif menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi minat berkunjung ulang adalah citra merek dan kepercayaan, sedangkan *electronic word of mouth* tidak berpengaruh signifikan. Dari temuan diatas dapat digunakan pihak rumah sakit untuk menentukan strategi agar meningkatkan minat berkunjung ulang pasien polieksekutif RSGM UNAND. Penelitian ini dapat diuji dan dianalisis lebih lanjut, terutama dalam industri kesehatan. Sementara penelitian di masa depan dapat mengikuti hasil dari penelitian ini di berbagai sektor kesehatan atau beberapa rumah sakit.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Citra Merek, Kepercayaan, Minat Berkunjung Ulang, Rumah Sakit Gigi dan Mulut

