

**Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pasien Rawat Inap
Untuk Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan Di RS
DR. Tadjuddin Chalid Makassar Tahun 2021**

***Karmita¹, Arman², Muh Khidri Alwi²**

¹*Rumah Sakit Umum Daerah Pinrang*

²*Program Magister Kesehatan Masyarakat, Universitas Muslim Indonesia*

**Email: Karmita550@gmail.com*

ABSTRAK

Latar Belakang: Merek mencerminkan keseluruhan persepsi dan perasaan pelanggan mengenai atribut dan kinerja produk, nama merek dan maknanya dan perusahaan yang diasosiasikan dengan merek yang bersangkutan. Dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan, pelanggan dipengaruhi oleh beberapa pertimbangan, salah satu yang mempengaruhi pertimbangan pelanggan ialah adanya Brand Image yang tinggi dari sebuah rumah sakit. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *corporate identity*, *physical environment*, *contact personelle*, dan *service offering* terhadap minat masyarakat untuk memanfaatkan pelayanan Rumah Sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makassar. **Metode:** Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode *cross sectional study*. Responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 78 responden yang merupakan pasien rawat inap di Rumah Sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makassar dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. **Hasil:** Berdasarkan hasil uji statistik *chi-square*, menunjukkan bahwa *corporate identity*, *physical environment*, *contact personelle*, dan *service offering* mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat untuk memanfaatkan pelayanan rawat inap di Rumah Sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makassar dengan nilai seluruh variabel yaitu $p = 0,000 < p = 0,05$. **Kesimpulan:** (1) Ada pengaruh antara *Corporate Identity* dengan keputusan pasien menggunakan layanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid tahun 2020; (2) Ada pengaruh antara *Physical Environment* dengan keputusan pasien menggunakan layanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid tahun 2020; (3) Ada pengaruh antara *Contact Personelle* dengan keputusan pasien menggunakan layanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid tahun 2020; dan (3) Ada pengaruh antara *Service Offering* dengan keputusan pasien menggunakan layanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid tahun 2020.

Kata kunci: *Corporate Identity, Physical Environment, Contact Personelle, Service Offering, dan Keputusan Pasien Memanfaatkan Layanan Kesehatan*

ABSTRACT

Background: Brands reflect customer perceptions and feelings regarding product attributes and performance, brand names and companies associated with the brand associated. In utilizing health services, customers are built by several considerations, one of which influences the customer's consideration of the high brand image of a hospital. The purpose of this study is to analyze the effect of corporate identity, physical environment, contact personelle, and service offering on the interesting of community to utilize service at Dr. Tadjuddin Chalid Hospital Makassar. **Methods:** This is a quantitative research that uses cross sectional study method. Respondents in this study are 78 inpatients of Dr. Tadjuddin Chalid Hospital Makassar, determined by using simple random sampling technique. **Results:** Based on the the chi-square statistical test results, corporate identity, physical environment, contact personelle, and service offering an influence on patient decision using health service at Dr. Tadjuddin Chalid Hospital Makassar with the value of all variables, namely $p=0.000 < p=0.05$. **Conclusion:** (1) There was influenced between corporate identity with patient decision using health service at Dr. Tadjuddin Chalid Hospital Makassar; (2) There was influenced between physical environment with patient decision using health service at Dr. Tadjuddin Chalid Hospital Makassar; (3) There was influenced between contact personelle with patient decision using health service at Dr. Tadjuddin Chalid Hospital Makassar; and (4) There was influenced between service offering with patient decision using health service at Dr. Tadjuddin Chalid Hospital Makassar.

Keywords: Corporate Identity, Physical Environment, Contact Personelle, Service Offering, and Patient Decision Using Health Service

LATAR BELAKANG

Rumah sakit adalah organisasi yang sangat kompleks. Rumah sakit sebagai salah satu subsistem pelayanan kesehatan menyelenggarakan dua jenis pelayanan untuk masyarakat yaitu pelayanan kesehatan dan pelayanan administrasi. Pelayanan kesehatan mencakup pelayanan medik, pelayanan penunjang medik, rehabilitasi medik dan pelayanan perawatan. Pelayanan tersebut dilaksanakan melalui unit gawat darurat, unit rawat jalan dan unit rawat inap. Rumah Sakit saat ini bersifat padat modal, padat karya, dan padat teknologi dalam menghadapi persaingan global (Muninjaya, 2014).

Rumah sakit di Indonesia terus berkembang, baik dalam jumlahnya maupun sarana prasarana seiring dengan perkembangan teknologi,

meskipun terdapat perkembangan rumah sakit dari waktu ke waktu, tetapi fungsi dasar rumah sakit tetap tidak berubah yaitu sebagai tempat pemulihan kesehatan masyarakat dan perawatan kesehatan masyarakat baik pada pelayanan rawat inap maupun pelayanan rawat jalan. Menurut data dari Ditjen Bina Upaya Kesehatan/Kementrian Kesehatan, perkembangan jumlah rumah sakit di Indonesia menurut wilayah pada Tahun 2018, sebagian besar masih terkonsentrasi di Pulau Jawa yaitu sebanyak 1.162 unit rumah sakit, diurutkan kedua adalah wilayah pulau Sumatera yaitu sebanyak 511 unit rumah sakit, diurutkan ketiga adalah wilayah Sulawesi yaitu sebanyak 194 unit rumah sakit.

Untuk wilayah Provinsi Sulawesi Selatan sendiri jumlah rumah sakit menurut data dari Ditjen Bina Upaya Kesehatan adalah sebanyak 91 unit rumah sakit yang tersebar di seluruh wilayahnya. Di Kota Makassar terdapat beberapa rumah sakit, baik itu rumah sakit umum, rumah sakit swasta, dan rumah sakit khusus bersalin atau rumah sakit ibu dan anak. Diantara seluruh wilayah Sulawesi selatan di Kota Makassarlah yang menyumbang paling banyak unit rumah sakit. Jumlah keseluruhan rumah sakit yang ada di kota Makassar adalah sebanyak 46 unit rumah sakit dengan berbagai karakteristik dan kelebihan masing-masing yang dimiliki. Oleh karena itu, setiap rumah sakit harus mampu bersaing dengan rumah sakit lainnya yang mampu menarik perhatian konsumen atau pasien. (Laporan SIRS Provinsi Sul-Sel).

Di tengah persaingan yang semakin ketat, merek bisa menjadi segala andalan untuk menarik perhatian dan mengingat penggunaan jasa. Pengguna jasa menjadikan merek sebagai salah satu pertimbangan penting ketika hendak membeli suatu produk atau jasa. Pertimbangan tersebut didasari oleh banyak aspek, baik aspek yang rasional maupun emosional. Secara rasional, konsumen percaya bahwa merek tertentu bisa memberikan jaminan kualitas. Secara emosional, merek tersebut dianggap mampu menjaga atau meningkatkan citra dan gengsi penggunanya (Maqfirah, 2018). Sikap dan tindakan konsumen untuk memilih pelayanan kesehatan yang dibutuhkan untuk dirinya dipengaruhi oleh citra

merek. Menurut Kotler (2016), citra merek (*brand image*) adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap merek. Nguyen dan Leblanc (1995) dalam Virvilaite dan Daubaraite (2011) mengatakan terdapat lima dimensi untuk mengukur brand image melalui *corporate image* (citra perusahaan) yaitu: *corporate identity* (identitas perusahaan), *physical environment* (lingkungan fisik), *contact personelle* (karyawan), dan *service offering* (pelayanan yang diberikan).

Corporate identity (identitas perusahaan) merupakan usaha perusahaan dalam menampilkan dirinya sehingga seseorang dapat menggambarkan, mengingat dan menghubungkan suatu hal terhadap perusahaan. Hasil penelitian Ashar (2016), menemukan adanya hubungan *corporate identity* dengan pemanfaatan layanan rawat inap. Sebaliknya Rusmin, dkk (2016) dan Magfirah (2018), menemukan bahwa tidak ada hubungan *corporate identity* dengan pemanfaatan layanan rawat inap.

Physical environment (lingkungan fisik) merupakan atribut berwujud yang dapat dilihat oleh konsumen atau pengguna jasa. Pada rumah sakit lingkungan fisik yang mencakup lokasi, peralatan dan fasilitas, yang dianggap penting oleh pasien rumah sakit. Hasil penelitian Ashar (2016) dan Magfirah (2018), menemukan adanya hubungan *physical environment* dengan pemanfaatan layanan rumah sakit. Sementara penelitian Rusmin, dkk (2016) menemukan hal yang sama bahwa *physical environment* berhubungan dengan pemanfaatan layanan rumah

sakit pada RS Islam Faisal. Namun demikian, pada penelitian Rusmin, dkk (2016), *physical environment* tidak dapat dibuktikan keterhubungannya dengan pemanfaatan layanan rumah sakit pada RS Ibnu Sina dan RS Stella Maris.

Contact personelle (karyawan) merupakan kinerja dan interaksi karyawan yang terwujud melalui sikap mereka yang berlangsung pada saat pelayanan diberikan yang mempengaruhi hasil dari evaluasi pelayanan. Hasil penelitian. Hasil penelitian Ashar (2016) dan Magfirah (2018), menemukan adanya hubungan *contact personelle* dengan pemanfaatan layanan rumah sakit. Sementara penelitian Rusmin, dkk (2016) menemukan hal yang sama bahwa *contact personelle* berhubungan dengan pemanfaatan layanan rumah sakit pada RS Ibnu Sina. Namun demikian, pada penelitian Rusmin, dkk (2016), *contact personelle* tidak dapat dibuktikan keterhubungannya dengan pemanfaatan layanan rumah sakit pada RS Islam Faisal dan RS Stella Maris.

Service offering merupakan kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan. Hasil penelitian Ashar (2016) dan Magfirah (2018), menemukan adanya hubungan *service offering* dengan pemanfaatan layanan rumah sakit. Sementara hasil penelitian Rusmin, dkk (2016), menemukan sebaliknya bahwa *service offering* tidak berhubungan dengan pemanfaatan pelayanan kesehatan, baik di RS Islam Faisal, RS Ibnu Sina maupun RS Stella Maris.

Berdasarkan *review* penelitian terdahulu di atas diketahui adanya *esearch gap* berupa inkonsisten hasil penelitian. Dengan kata lain, tidak selalu minat memanfaatkan fasilitas kesehatan berhubungan dengan ukuran – ukuran brand image yang terdiri dari *corporate image* (citra perusahaan) yaitu: *corporate identity*, *physical environment*, *contact personelle* dan *service offering*. Dengan demikian maka penulis tertarik untuk kembali menguji pengaruh brand image terhadap minat masyarakat memanfaatkan pelayanan rumah sakit dengan mengambil Rumah Sakit. Dr. Tadjuddin Chalid Makassar sebagai objek penelitian.

Rumah Sakit Kusta dr. Tadjuddin Chalid awalnya didirikan dengan nama Rumah Sakit Kusta Ujung Pandang yang kemudian disesuaikan dengan perubahan nama Ujung Pandang menjadi Makassar. Pada tahun 2008, Rumah Sakit Kusta Makassar ini kemudian berubah lagi menjadi RSK dr. Tadjuddin Chalid Makassar. Awal mulanya Rumah Sakit Kusta Dr Tadjuddin Chalid berdiri hanya melayani pasien yang menderita penyakit kusta tetapi seiring perubahan direktur dan kebijakan, RSK dr. Tadjuddin Chalid akhirnya membuka pelayanan untuk umum. Dengan dibukanya pelayanan untuk umum, maka terjadi perubahan struktur dan peraturan serta perencanaan strategis, oleh sebab itu, dirasakan perlu untuk diadakan perubahan nama.

Rumah sakit Tadjuddin chalid merupakan salah satu rumah sakit pemerintah yang ada di kota Makassar. Menjadi pelopor terpercaya dalam memadukan pendidikan, penelitian,

dan terwujudnya peningkatan pelayanan umum dan kepuasan pasien sebesar 87% (LAK 2018), yang memiliki harapan masyarakat dapat memanfaatkan pelayanan umum yang ada di RS Tadjuddin Chalid. dan mengubah stigma fobia masyarakat tentang citra Rumah Sakit Kusta, yang sebelumnya diyakini masyarakat sebagai rumah sakit yang kotor dan tidak terawat serta dimonopoli oleh pasien yang berpenyakit kusta yang menular dan berbahaya, dan menjadi Rumah Sakit Kusta yang sekarang menerima semua golongan masyarakat dengan segala keluhan penyakit, bukanlah hal yang mudah.

Stigma tersebut yang menjadi gap antara harapan yang diinginkan pasien dengan kenyataan yang mereka dapatkan sehingga mempengaruhi penilaian pasien terhadap brand image RS Tadjuddin Chalid, Widajat (2009) mengatakan salah satu permasalahan yang dihadapi oleh rumah sakit pendidikan yaitu citra negatif dan fasilitas fisik sebagai rumah sakit pendidikan yang sekaligus sebagai rumah sakit pusat rujukan.

Lebih jauh, RS Dr. Tadjuddin Chalid mengalami trend pertumbuhan, pada tahun 2017 tercatat di RS Dr. Tadjuddin Chalid terhadap 4.506 orang pasien rawat inap. Jumlah tersebut kemudian mengalami peningkatan sebesar 46,4% pada tahun 2018, di mana pasien rawat inap menjadi 6.598. Pada tahun 2019, terjadi pertumbuhan pasien rawat inap akan tetapi persentasi pertumbuhan lebih kecil dibandingkan pada 2018, yakni sebesar 14,1%, di mana pasien rawat inap tercatat sebanyak 7.528 orang. Penurunan persentase pertumbuhan

pasien ini mengindikasikan menurunnya tingkat minat masyarakat akan pelayanan rawat inap di RS Dr. Tadjuddin Chalid.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode *Cross Sectional Study*. Pada penelitian ini menjelaskan adanya hubungan antara variable melalui pengujian hipotesa. Penelitian ini dilakukan di RS. dr. Tadjuddin Chalid Jl. Paccerrakang No.67, Kec.Biringkanaya, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Adapun waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan November 2020.

Sumber dan Pengumpulan data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari pasien di instalasi rawat inap RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar melalui pengisian kuesioner. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari instansi terkait, yaitu dari RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar melalui dokumentasi.

Pengumpulan data (*data collection*) merupakan tahapan proses riset dimana peneliti menerapkan cara dan teknik ilmiah dalam rangka mengumpulkan data sistematis untuk keperluan analisis. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Ada berbagai tehnik pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam sebuah penelitian, yaitu sebagai berikut:

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengambil dokumen – dokumen di lokasi penelitian yang membantu penyelesaian masalah penelitian.

Populasi dan sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian atau objek yang diteliti. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien instalasi rawat inap di RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar. Berdasarkan data yang diperoleh dari RS. dr. Tadjuddin Chalid, diketahui bahwa rata – rata kunjungan pasien per bulan adalah berjumlah 375 orang.

Sampel

Sampel adalah objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Penentuan sampel akan ditinjau dengan teknik sampling, besaran sampel dan kriteria sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah

menggunakan Teknik *Simple Random Sampling*. Pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Dalam menentukan besaran sampel dari populasi dalam penelitian ini, menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin. Jadi, besaran sampel dalam penelitian ini adalah 78 orang pasien yang berada di instalasi rawat inap RS. dr. Tadjuddin Chalid, Makassar. Adapun, kriteria Sampel ; Bukan pasien gawat darurat; Pasien dalam keadaan sadar; Lama perawatan pasien minimal 1 x 24 jam; dan jika pasien anak – anak, maka yang menjadi responden adalah orang tuanya atau keluarganya yang menjaganya selama perawatan.

Variabel

Variabel Independent

Corporate identity merupakan penilaian pasien terhadap identitas perusahaan dimana pasien dapat menggambarkan, mengingat, dan menghubungkan suatu hal dengan rumah sakit yang dapat dinilai dari nama, logo, dan tarif rumah sakit.

Physical environment merupakan penilaian pasien berkaitan dengan fasilitas fisik dan komponen pelengkap dari suatu jasa yang terdiri dari kelayakan gedung rumah sakit, keamanan rumah sakit, kebersihan rumah sakit, daya tarik eksterior gedung, daya tarik interior gedung, kestrategisan lokasi, dan keteraturan tata letak ruangan.

Contact personnel merupakan penilaian pasien terhadap semua unsur

manusia yang terdiri dari tenaga medis, paramedic, dan staf non medis yang ikut terlibat dalam penyampaian jasa dan mempunyai kontak langsung dengan pasien.

Service offering merupakan penilaian pasien terhadap pelayanan yang diterima dan benar-benar dirasakan oleh pasien yang meliputi variasi pelayanan yang diberikan, ketepatan waktu pelayanan, kecepatan tenaga medis dan non medis saat memberikan pelayanan kepada pasien.

Untuk semua variable, Jumlah pertanyaan masing-masing = 4, dengan skala ordinal ‘Sangat Setuju (SS)= 5; Setuju (S)= 4; Kurang Setuju (KS) = 3, Tidak Setuju (TS)= 2; Sangat Tidak Setuju (STS)= 1’.

Variabel Dependent

Keputusan pemanfaatan pelayanan rumah sakit dalam penelitian ini merupakan penilaian pasien rawat inap atas berbagai pertimbangan dalam memutuskan untuk memanfaatkan pelayanan rawat inap di RS. dr. Tadjuddin Chalid. Jumlah pertanyaan masing-masing = 4, dengan skala ordinal ‘Sangat Setuju (SS)= 5; Setuju (S)= 4; Kurang Setuju (KS) = 3, Tidak Setuju (TS)= 2; Sangat Tidak Setuju (STS)= 1’.

HASIL

Tabel 1. Karakteristik Responden

Variabel		Frequency N = 78	Presentse %
Jenis Kelamin	Laki-laki	29	37,2
	Perempuan	49	62,8
Usia	15-35 tahun	34	43,6
	40-80 tahun	44	56,4
Tingkat Pendidikan	SMA	27	34,6

Analisis Data

Pengolahan data dilakukan secara elektronik dengan menggunakan *software* SPSS 20.0. Adapun analisis yang dilakukan yakni: Analisis univariat bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan karakteristik setiap variabel penelitian (Notoatmodjo, 2018).

Analisis Bivariat; Apabila telah dilakukan analisis univariat tersebut, hasilnya akan diketahui karakteristik atau distribusi setiap variabel, dan dapat dilanjutkan analisis bivariat. Analisis bivariat yang dilakukan terhadap dua variabel yang diduga berhubungan atau berkorelasi (Notoatmodjo, 2018).

Analisis Multivariat; Uji yang digunakan dalam analisis multivariat ini adalah Uji Regresi Logistik yaitu mencari variable yang dominan berhubungan dengan keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid, Makassar. Berdasarkan uji bivariat, maka didapat 4 (empat) variable yang dapat diikutsertakan dalam analisis multivariate menggunakan uji regresi logistic berganda dengan metode Backward Stepwise (Wald) ($p < 25$).

	D1/D2/D3	8	10,3
	S1	41	52,6
	S2	2	2,6
Pekerjaan	Karyawan swasta	16	20,5
	PNS	21	26,9
	Wiraswasta	41	52,6
Kunjungan Responden	Pasien ulang	75	96,2
	Pertama dating	3	3,8

Sumber Data: Primer, 2020

Tabel 1 menunjukkan bahwa distribusi responden terbanyak adalah perempuan yaitu sebanyak 49 orang (62,8%). Sisanya sebanyak 29 orang (37,2%) adalah laki – laki. Distribusi responden terbanyak berada pada pasien dengan usia ≥ 40 tahun yaitu sebanyak 44 orang (56,4%). Sisanya sebanyak 34 orang (43,6%) adalah responden dengan usia < 40 tahun. Distribusi responden terbanyak berada pada pasien dengan Pendidikan S1 yaitu sebanyak 41 orang (52,6%). Berikut adalah pasien dengan Pendidikan SMA sebanyak 27 orang (34,6%). Pasien dengan Pendidikan D1/D2/D3 yang menjadi responden tercatat sebanyak 8 orang (10,3%). Sisanya sebanyak 2 orang (2,6%) adalah responden dengan Pendidikan S2.

Distribusi responden terbanyak berada pada pasien dengan pekerjaan wiraswasta yaitu sebanyak 41 orang (52,6%). Berikut adalah pasien dengan

pekerjaan PNS sebanyak 21 orang (26,9%). Sisanya sebanyak 16 orang (20,5%) adalah responden dengan pekerjaan karyawan swasta. Distribusi responden terbanyak berada pada pasien yang sudah berulang memanfaatkan pelayanan di RS. dr. Tadjuddin Chalid yaitu sebanyak 75 orang (96,2%). Sisanya sebanyak 3 orang (3,8%) adalah responden yang baru pertama kali menggunakan pelayanan kesehatan di RS. dr. Tadjuddin Chalid.

Analisis Bivariat

Berdasarkan pengolahan data tentang pengaruh *corporate identity* terhadap keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Pengaruh *Corporate Identity, physical environment, contact personnel, service offering*, Terhadap Keputusan Pasien Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid

Variabel	Keputusan Manfaat Pelayanan RS				Total		P-Value
	Berminat		Tidak Berminat		N= 78	%	
	n	%	N	%			
<i>Coorporate Identity</i>							
Baik	50	84,7	2	10,5	52	66,7	0.001

Tidak baik	9	15,3	17	89,5	26	33,3	
<i>Physical Environment</i>							
Baik	50	84,7	7	36,8	57	73,1	0.001
Tidak baik	9	15,3	12	63,2	21	26,9	
<i>Contact Personnel</i>							
Baik	47	79,7	3	15,8	50	64,1	0.001
Tidak baik	12	20,3	16	84,2	28	35,9	
<i>Service Offering</i>							
Baik	47	79,7	3	15,8	50	64,1	0.001
Tidak baik	12	20,3	16	84,2	28	35,9	

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 2 tentang tentang pengaruh *corporate identity*, *physical environment*, *contact personnel*, *service offering*, terhadap keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, diketahui bahwa dari 59 orang pasien rawat inap yang merasakan berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 50 orang pasien (84,7%) yang menyatakan *corporate identity* rumah sakit baik. Sisanya 9 orang perawat (15,3%) menyatakan *corporate identity* rumah sakit tidak baik. Sementara itu, dari 19 orang pasien rawat inap yang tidak berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 2 orang (10,5%) di yang menyatakan *corporate identity* rumah sakit baik. Selebihnya, 17 orang (89,5%) menyatakan *corporate identity* rumah sakit tidak baik. Berdasarkan nilai uji statistik *Chi-Square*, diperoleh nilai $p = 0,000$ ($p=0,000 < \alpha=0,05$). Hal ini berarti hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Jadi, terdapat pengaruh antara *corporate identity* terhadap keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan

pada RS. dr. Tadjuddin Chalid, Makassar.

Pengaruh *physical environment* terhadap keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, diketahui bahwa dari 59 orang pasien rawat inap yang merasakan berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 50 orang pasien (84,7%) yang menyatakan *physical environment* rumah sakit baik. Sisanya 9 orang perawat (15,3%) menyatakan *physical environment* rumah sakit tidak baik. Sementara itu, dari 19 orang pasien rawat inap yang tidak berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 7 orang (36,8%) di yang menyatakan *physical environment* rumah sakit baik. Selebihnya, 12 orang (63,2%) menyatakan *physical environment* rumah sakit tidak baik. Berdasarkan nilai uji statistik *Chi-Square*, diperoleh nilai $p = 0,000$ ($p=0,000 < \alpha=0,05$). Hal ini berarti hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Jadi, terdapat pengaruh antara *physical environment* terhadap keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan

pada RS. dr. Tadjuddin Chalid, Makassar.

Pengaruh *contact personnel* terhadap keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, diketahui bahwa dari 59 orang pasien rawat inap yang merasakan berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 47 orang pasien (79,7%) yang menyatakan *contact personnel* rumah sakit baik. Sisanya 12 orang perawat (20,3%) menyatakan *contact personnel* rumah sakit tidak baik. Sementara itu, dari 19 orang pasien rawat inap yang tidak berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 3 orang (15,8%) di yang menyatakan *contact personnel* rumah sakit baik. Selebihnya, 16 orang (84,2%) menyatakan *contact personnel* rumah sakit tidak baik. Berdasarkan nilai uji statistik *Chi-Square*, diperoleh nilai $p = 0,000$ ($p=0,000 < \alpha=0,05$). Hal ini berarti hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Jadi, terdapat pengaruh antara *contact personnel* terhadap keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid, Makassar.

Pengaruh *service offering* terhadap keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, diketahui bahwa dari 59 orang pasien rawat inap yang merasakan berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 47 orang pasien (79,7%) yang menyatakan *service offering* rumah sakit baik.

Sisanya 12 orang perawat (20,3%) menyatakan *service offering* rumah sakit tidak baik. Sementara itu, dari 19 orang pasien rawat inap yang tidak berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 3 orang (15,8%) di yang menyatakan *service offering* rumah sakit baik. Selebihnya, 16 orang (84,2%) menyatakan *service offering* rumah sakit tidak baik. Berdasarkan nilai uji statistik *Chi-Square*, diperoleh nilai $p = 0,000$ ($p=0,000 < \alpha=0,05$). Hal ini berarti hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Jadi, terdapat pengaruh antara *service offering* terhadap keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid, Makassar.

Analisis multivariat

Analisis multivariat dilakukan untuk menentukan variable independen yaitu *corporate identity* (identitas perusahaan), *physical environment* (lingkungan fisik), *contact personelle* (karyawan), dan *service offering* (pelayanan yang diberikan) yang lebih berhubungan dengan keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid, Makassar. Uji yang digunakan dalam analisis multivariat ini adalah Uji Regresi Logistik yaitu mencari variable yang dominan berhubungan dengan keputusan pasien memanfaatkan pelayanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid, Makassar. Berdasarkan uji bivariat, maka didapat 4 (empat) variable yang dapat diikutsertakan dalam analisis multivariate menggunakan uji regresi

logistic berganda dengan metode Backward Stepwise (Wald) ($p < .05$).

Tabel 3. Pengaruh *Corporate Identity* Terhadap Keputusan Pasien Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan Pada RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	Corporate_Identity	3.231	.942	11.765	1	.001	25.298
	Physical_Environment	.551	.937	.346	1	.557	1.735
	Contact_Personal	2.914	1.818	2.570	1	.109	18.434
	Sevice_Offering	-.868	1.903	.208	1	.648	.420
	Constant	-9.996	2.118	22.266	1	.000	.000

Sumber: data primer, 2020

Hasil analisis regresi logistik menunjukkan faktor yang dominan berpengaruh pada penelitian ini adalah *corporate identity*, karena nilai signifikannya paling kecil yaitu 0,0 dengan nilai Exp(B) atau *Odds Ratio* (OR) = 25,298 artinya *brand image* yang dijalankan RS. dr. Tadjuddin Chalid, Makassar dengan berfokus pada *corporate identity* akan 25,298 kali mampu memengaruhi pertimbangan pasien dalam memilih untuk memanfaatkan pelayanan kesehatan rawat inap.

PEMBAHASAN

Pengaruh Corporate Identity Terhadap Keputusan Pasien Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh service offering terhadap keputusan memanfaatkan pelayanan di rumah sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makassar diketahui bahwa dari 59 orang pasien rawat inap yang merasakan berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar,

terdapat 50 orang pasien (84,7%) yang menyatakan *corporate identity* rumah sakit baik. Sisanya 9 orang pasien (15,3%) menyatakan *corporate identity* rumah sakit tidak baik. Sementara itu, dari 19 orang pasien rawat inap yang tidak berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 2 orang (10,5%) di yang menyatakan *corporate identity* rumah sakit baik. Selebihnya, 17 orang (89,5%) menyatakan *corporate identity* rumah sakit tidak baik.

Berdasarkan hasil Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa RS. dr. Tadjuddin Chalid berhasil dalam membangun brandingnya dengan membuat pasien dapat mengingat nama, logo dan tarif rumah sakit. Hal ini terkonfirmasi dengan keterangan pasien yang dengan mudah mengetahui keberadaan rumah sakit dan mengingat nama rumah sakit.

Hasil penelitian menunjukan bahwa pengaruh *Corporate identity* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pasien tentang identitas perusahaan dimana pasien

dapat menggambarkan, mengingat, dan menghubungkan suatu hal dengan rumah sakit yang dapat dinilai dari nama, logo, dan tarif rumah sakit.

Corporate identity memiliki pengaruh terhadap kunjungan pemanfaat pasien rawat inap di rumah sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makassar. Hal ini beralasan sebab sebagian besar pasien rawat inap adalah pasien dengan jaminan BPJS dengan rujukan di rumah sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makassar dan sebagian besar pasien sudah mengetahui sejak lama keberadaan rumah sakit tersebut. ini dapat dilihat dari usia pasien rawat inap bahwa terdapat pasien dengan usia 40-85 tahun yaitu sebanyak 44 orang (56,4%). Sisanya sebanyak 34 orang (43,6%) adalah responden dengan usia 15-35 tahun. Dan dapat dilihat lagi dengan pasien yang sudah berulang memanfaatkan pelayanan di RS. dr. Tadjuddin Chalid yaitu sebanyak 75 orang (96,2%). Sisanya sebanyak 3 orang (3,8%) adalah responden yang baru pertama kali menggunakan pelayanan kesehatan di RS. dr. Tadjuddin Chalid. ini membuktikan bahwa keberadaan rumah sakit.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *corporate identity* memiliki pengaruh terhadap keputusan pasien dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan di RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 78 pasien rawat inap di RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, yang menjawab *corporate identity* RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar baik sebanyak 52 orang (66,7%) dan sisanya sebanyak 21 orang (26,9%) menjawab *corporate*

identity RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar tidak baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya dari Ashar (2016) dan Magfirah (2018), yang menemukan adanya hubungan *corporate identity* dengan pemanfaatan layanan rumah sakit.

Pengaruh Physical Environment Terhadap Keputusan Pasien Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Physical environment* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pasien tentang atribut berwujud yang dimiliki pihak rumah sakit. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *physical environment* memiliki pengaruh terhadap keputusan pasien dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan di RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar. diketahui bahwa dari 59 orang pasien rawat inap yang merasakan berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 50 orang pasien (84,7%) yang menyatakan *physical environment* rumah sakit baik. Sisanya 9 orang pasien (15,3%) menyatakan *physical environment* rumah sakit tidak baik. Sementara itu, dari 19 orang pasien rawat inap yang tidak berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 7 orang (36,8%) yang menyatakan *physical environment* rumah sakit baik. Selebihnya, 12 orang (63,2%) menyatakan *physical environment* rumah sakit tidak baik.

Physical invorment memiliki pengaruh terhadap kunjungan pemanfaat pasien rawat inap di rumah sakit Dr.Tadjuddin Chalid Makassar. Hal ini beralasan sebab sebagian besar pasien rawat inap adalah pasien dengan jaminan BPJS dengan rujukan di rumah sakit Dr. tadjuddin Chalid Makassar, dengan kata lain mau tidak mau pasien tetap menerima pemanfaatan yang diberikan dirumah sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makassar, namun terdapat pula pasien yang merasa berminat dengan melihat kemajuan dalam pembangunan yang sangat meningkat khususnya peralatan dan fasilitas rumah sakit Dr.Tadjuddin Chalid Makassar. Hal ini terkonfirmasi dengan keterangan pasien rawat inap yang dominan perempuan yaitu sebanyak 49 orang (62,8%). Sisanya sebanyak 29 orang (37,2%) adalah laki – laki, bahwa gedung rumah sakit layak, nyaman, aman dan bersih serta memiliki daya tarik eksterior dan interior. Selain itu peratalan yang lengkap dan tersedia dan lokasi yang strategis. Dan dapat lihat bahwa terdapat 78 pasien rawat inap di RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, yang menjawab *physical enviroment* RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar baik sebanyak 57 orang (73,1%) dan sisanya sebanyak 21 orang (26,9%) menjawab *physical enviroment* RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar tidak baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya dari Ashar (2016) dan Magfirah (2018), yang menemukan adanya hubungan *physical environment* dengan pemanfaatan layanan rumah sakit.

Pengaruh Contact Personnel Terhadap Keputusan Pasien Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kontak personel terhadap keputusan memnfaatkan pelayanan di rumah sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makaasr diketahui bahwa dari 59 orang pasien rawat inap yang merasakan berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 47 orang pasien (79,7%) yang menyatakan *contact personnel* rumah sakit baik. Sisanya 12 orang pesien (20,3%) menyatakan *contact personnel* rumah sakit tidak baik. Sementara itu, dari 19 orang pasien rawat inap yang tidak berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 3 orang (15,8%) di yang menyatakan *contact personnel* rumah sakit baik. Selebihnya, 16 orang (84,2%) menyatakan *contact personnel* rumah sakit tidak baik.

Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa RS. dr. Tadjuddin Chalid berhasil dalam membangun brandingnya dengan memaksimalkan pelayanan kepada pasien berupa penampilan tenaga medis dan non medis saat memberikan pelayanan, kecekatan tenaga medis dalam merespon pertanyaan dan keluhan pasien serta tenaga medis yang memberikan kejelasan informasi kepada pasien. Hal ini terkonfirmasi dengan keterangan pasien bahwa dokter, perawat dan karyawan administrasi berpenampilan rapi, bersih dan menarik. Selain itu, seluruh

karyawan, baik medis maupun non medis memberikan pelayanan dengan ramah dan baik, ini dapat dilihat dari 78 pasien rawat inap di RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, yang menjawab *contact personnel* RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar baik sebanyak 50 orang (64,1%) dan sisanya sebanyak 28 orang (35,9%) menjawab *contact personnel* RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar tidak baik.

Adanya hubungan antara *contact personnel* untuk memanfaatkan pelayanan di rumah sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makassar membuat peneliti berasumsi bahwa persepsi seseorang tentang *contact personal* sangat berpengaruh terhadap kepuasan pasien atau pengunjung pada sebuah rumah sakit, sedikit hal peneliti temukan dari pasien atau responden yang mengatakan bahwa rumah sakit Dr. Tadjuddin Chalid pelayanannya sangat memuaskan dan menyentuh hati dengan kepedulian semua para nakes membuat para pasien dapat senang hati merasakan profesionalisme seorang petugas nakes yang ada di rumah sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makassar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya dari Ashar (2016) dan Magfirah (2018), yang menemukan adanya pengaruh *contact personelle* terhadap pemanfaatan layanan rumah sakit.

Pengaruh Service Offering Terhadap Keputusan Pasien Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *service offering* terhadap keputusan

memanfaatkan pelayanan di rumah sakit Dr. Tadjuddin Chalid Makaasr diketahui bahwa dari 59 orang pasien rawat inap yang merasakan berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 47 orang pasien (79,7%) yang menyatakan *service offering* rumah sakit baik. Sisanya 12 orang pasien (20,3%) menyatakan *service offering* rumah sakit tidak baik. Sementara itu, dari 19 orang pasien rawat inap yang tidak berminat memanfaatkan pelayanan kesehatan RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, terdapat 3 orang (15,8%) di yang menyatakan *service offering* rumah sakit baik. Selebihnya, 16 orang (84,2%) menyatakan *service offering* rumah sakit tidak baik.

Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa RS. dr. Tadjuddin Chalid berhasil dalam membangun brandingnya dengan memaksimalkan pelayanan kepada pasien berupa pemberian akses yang cepat, pengurusan administrasi yang tidak berbelit-belit serta meningkatkan daya tanggap kepada pasien. Hal ini terkonfirmasi dengan keterangan pasien bahwa mereka memperoleh kemudahan dalam pendaftaran dan pengurusan administrasi, pengantaran makanan yang tepat waktu, pelayan yang tidak diskriminatif, tidak membedakan pasien, serta keluarga pasien yang tidak menunggu lama untuk mendapatkan obat di apotik. Semua hal tersebut mengakibatkan *service offering* menjadi factor penentu keputusan pasien dalam memilih memanfaatkan pelayanan kesehatan, dari 78 pasien rawat inap di RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar, yang menjawab *service offering* RS. dr.

Tadjuddin Chalid Makassar baik sebanyak 50 orang (64,1%) dan sisanya sebanyak 28 orang (35,9%) menjawab *service offering* RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar tidak baik.

Service offering dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pasien terhadap pelayanan yang diterima dan benar-benar dirasakan oleh pasien yang meliputi variasi pelayanan yang diberikan, ketepatan waktu pelayanan, kecepatan tenaga medis dan non medis saat memberikan pelayanan kepada pasien. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *service offering* memiliki pengaruh terhadap keputusan pasien dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan di RS. dr. Tadjuddin Chalid Makassar

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya dari Ashar (2016) dan Magfirah (2018), yang menemukan adanya pengaruh *service offering* terhadap pemanfaatan layanan rumah sakit.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut: Ada pengaruh antara *Corporate Identity* (Identitas Perusahaan), *Physical Environment* (Lingkungan Fisik), *Contact Personnel* (Karyawan) dan *Service Offering* (Pelayanan yang diberikan) dengan keputusan pasien menggunakan layanan kesehatan pada RS. dr. Tadjuddin Chalid tahun 2020.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut: Kepada pihak RS. dr. Tadjuddin Chalid agar mempertahankan dan meningkatkan identitas perusahaan (*corporate identity*), lingkungan fisik (*physical environment*), karyawan (*contact personnel*), dan pelayanan (*service offering*). Hal ini didasarkan pada temuan penelitian di mana keempat unsur brand image tersebut terbukti berpengaruh terhadap minat pasien dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan. Kepada peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian sejenis pada lokasi berbeda agar hasil penelitian tentang pengaruh *brand image* terhadap minat memanfaatkan pelayanan kesehatan dapat digenarlisir

DAFTAR PUSTAKA

1. Aaker, David A. *Managing Brand Equity*. Free Press. New York. 1991.
2. Anggraeni Mekar Dwi, Saryono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dalam Bidang Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
3. Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung Alfabeta. 2003.
4. Cenadi, C.S. *Elemen-Elemen dalam Desain Komunikasi Visual*. Jakarta. Nirmana. 1999.

5. Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemah New Cardova. Bandung: Syamil Quran, 2012.
6. Dita Setya permatasari. Peran Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Minta beli The Botol Sosro. Surabaya. UPN Veteran. 2008.
7. Ewiya Laili. Pengaruh karakteristik masyarakat miskin dan pelayanan kesehatan terhadap pemanfaatan pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah Pandan Kabupaten Ta`panuli Tengah. Tesis Universitas Sumatera Utara. 2007.
8. Freddy, Rangkuti The Power of brands, Teknik Mengelola Brand Equety dan Strategi Pengembangan Merek. Jakarta : Gramedia Pustaka. 2008.
9. Hadi Sutrisno. Analisis Butir-Butir untuk Instrumen Angket, Tes & Skala Nilai dengan Basica. Yogyakarta: Andi Offset. 1991.
10. Kim, Y.K., Cho, C.H., Ahn, S.K., Goh, I. H., & Kim, H. J. A Study on Satisfaction Focusing upon Outpatients in aLarge-Sized Hospital. Total Quality Management Business Excel. 2008.
11. Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. 2005.
12. Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: PT.Indeks. 2009.
13. Kotler, P. Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium 2, Indeks, Jakarta. 2002
14. Kotler, Philip dan Gary Amstrong. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jakarta: Indeks. 2003.
15. Kotler, P. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, diindonesiakan oleh Ancella Aniwati Hermawan.
16. Salemba Empat: Prentice Hall Edisi Indonesia. 2000. Kusmiati, A. R. Teori Dasar Desain Komunikasi Visual. Jakarta. Djambatan. 1999.
17. Lamb Jr, Hair Jr, Mc Daniel. Pemasaran. Edisi Pertama, Diterjemahkan oleh David Octaveria. Jakarta: Salemba Empat. 2001.
18. Lita, Ratni Prima. Pengaruh Sistem Penyampaian Jasa terhadap Citra Rumah Sakit dan dampaknya terhadap Kepercayaan Pelanggan pada RSUD di Sumatera Barat. Ilmu Ekonomi Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran, Bandung. 2004.
19. Lubis, Rafika Zahara. Skripsi. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek Pada Poliklinik Rs. Haji Medan. Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara. 2011

20. Munaryo. Tesis. Analisis Pengaruh Persepsi Mutu Pelayanan Rawat Inap Terhadap Minat Pemanfaatan Ulang di RSUD Kab. Brebes Tahun 2008. Program Studi Magister Ilmu Kesehatan Masyarakat Kosentrasi Administrasi Rumah Sakit Universitas Diponegoro Semarang, 2008.
21. Muninjaya, Gde. Manajemen Kesehatan. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2004.
22. Nazir Mohammad. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2005.
23. Nguyen, Nha., and Gaston Leblanc. Physical Environment and The Perceived Corporate Image Og Intangible Service by New Clients. *Internasional Journal of Service Industry*. 2002.
24. Notoatmodjo, S. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta. 2018.
25. Oktariany Nina, Triyani Marwati, Rosyidah. Jurnal. Hubungan Antara Brand Image Dengan Minat Pasien Untuk Berobat Di Poliklinik Anak Rumah Sakit Pku Muhammadiyah Yogyakarta. Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta. 2009.
26. Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 5/pos15/2015 Profil Rumah Sakit Ibu dan Anak sitti Khadijah I Muhammadiyah Makassar, 2017
27. Rakhmat Sandi. Skripsi. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Layanan Kesehatan Pada Unit Rawat Jalan RS Al-Islam Bandung. Fakultas Bisnis & Manajemen Universitas Widyatama. 2013.
28. Ratnawati, Atik. Jurnal. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Brand Image Pada Pasien Rumah Sakit Ortopedi (Rso) Prof.Dr. Soeharso Surakarta Tahun 2012. Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan, Universitas Sebelas Maret. 2013.
29. Rekam Medis Rumah Sakit Ibu dan Anak Sitti Khadijah I Makassar, 2017.
30. Republik Indonesia. “Undang-Undang RI Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit”. Jakarta: Sekretariat Negara RI, 2009. Republik Indonesia. “Undang-undang RI Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek”. Jakarta: Sekretariat Negara RI, 2001.
31. Riduwan. Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta. 2002.
32. Rusmin Muhammad, Emmi Bujawati, Arlinandari Ashar. Jurnal. Analisis Hubungan Antara Brand Image (Citra Merek) Dengan Pemanfaatan Layanan Rawat Inap Rumah Sakit Umum Swasta Di Kota Makassar Tahun 2016. Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan. 2016.

33. Saragih, Rosita. Arlina Nurbaity Lubis. Raras Sutatniningsih. Jurnal. Pengaruh Mutu Pelayanan Kesehatan Terhadap Loyalitas Pasien Rumah Sakit Umum Herna Medan. Medan: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara, 2010.
34. Simammora, Bilson. Remarketing For Business Recovery. Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. 2001.
35. Sri Astutik. Analisis Pengaruh Pelayanan, Lingkungan dan Dokter terhadap Kepuasan Pasien rawat Inap Rumah Sakit. Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, 2005.
36. Sutisna dan Pawitra. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya. 2001. Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Indeks. 2000.
37. Tjiptono, F. Brand Management and Strategy. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2005. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah. Makassar: Alauddin Press. 2013.
38. Wijono, Djoko. Manajemen Mutu Rumah Sakit dan Kepuasan Pasien. Surabaya : CV. Duta Prima Airlangga, 2008.
39. Yunita. Jurnal. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Kembali Pasien Rawat Jalan Untuk Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan Di RS Universitas Hasanuddin. Fakultas Kesehatan Masyarakat Bagian Manajemen Rumah Sakit Universitas Hasanuddin. 2013.
40. Yusuf, Nurminah. Jurnal. Pengaruh Persepsi Masyarakat mengenai Pelayanan Kesehatan Terhadap Minat Memanfaatkan Kembali Rawat Jalan RSUD Tenriawaru Bone. Program Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin, 2009.
41. Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J, Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, McGraw-Hill, NY. 2003