

Pengaruh Transformasi Digital Dalam Membangun Brand Equity Dan E-Service Quality Melalui Utilisasi Media Sosial Di Masa Pandemi Pada Rumah Sakit Di Kawasan Jabodetabek = The Role of Digital Transformation to Increase Brand Equity and E Service Quality Through the Utilization Social Media During Pandemic in Greater Jakarta Hospitals

Sandi Bakti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20523081&lokasi=lokal>

Abstrak

Selama pandemi Covid-19, konsumen telah beralih secara dramatis ke saluran online, dan industri secara bergiliran merespons. Rumah Sakit, salah satu industri yang dituntut untuk sangat tanggap, dengan meningkatkan efektifitas kinerja perusahaan dan pelayanan pelanggan. Rumah sakit menggunakan media sosial untuk mempromosikan pendidikan kesehatan, informasi produk dan berdialog dengan konsumen. Dimulai dengan meninjau literatur tentang karakteristik dan efek penggunaan media sosial dalam proses penjualan dan pelayanan kesehatan. Faktor kunci dalam adopsi media sosial diidentifikasi sehingga memungkinkan untuk membangun model konseptual dan melakukan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi Media Sosial terhadap Brand Equity dan E-Service Quality pada rumah sakit dengan layanan berbasis digital di Jabodetabek. Data dikumpulkan dari pengikut akun resmi rumah sakit menggunakan kuesioner terstruktur. Peneliti menganalisis 100 tanggapan dengan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak statistik SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Aktivitas Pemasaran Media Sosial Media berpengaruh positif terhadap Brand Equity dan E-Service Quality. Selanjutnya, Brand Equity dan E-Service Quality memiliki implikasi positif terhadap nilai yang dirasakan pelanggan (Perceived Value) dan E-Loyalty.

.....This study begins by reviewing of literature about characteristics and effects of using social media in the hospitals services. Key factors in the adoption of social media were identified until to build a conceptual model and conduct quantitative research that aims to determine the effect of the activity of Social Media on E-Service Quality and Brand Equity in hospitals at Greater Jakarta. Data were collected from the hospital's official account followers using a structured questionnaire. Researchers analyzed 100 responses using the statistical software SmartPLS Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLSSEM) version 3.0. The results of the study reveal that Social Media has a positive effect on Brand Equity and E-Service Quality. Furthermore, while Brand Equity and E-Service Quality is reaffirmed to have positive implications on Perceived Value and E Loyalty.