

Pengaruh Rebranding Rumah Sehat Untuk Jakarta Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Pelayanan Kesehatan Poli Rawat Jalan Di DKI Jakarta (Studi Kasus RSUD Pasar Rebo, RSUD Mampang Prapatan, RSUD Jatipadang, RSUD Kebayoran Lama, RSUD Kembangan) Tahun 2023 = The Effect of Rebranding Rumah Sehat Untuk Jakarta on Public Perceptions of Outpatient Department Health Services in DKI Jakarta (Case Study of Pasar Rebo Hospital, Mampang Prapatan Hospital, Jatipadang Hospital, Kebayoran Lama Hospital, Kembangan Hospital

Lisa Ubai Sulistiani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524599&lokasi=lokal>

Abstrak

Rebranding adalah aktivitas di perusahaan atau institusi yang mempunyai tujuan untuk melakukan transformasi kedudukan brand dibenak pemilik kepentingan dan untuk menjadikan label serta personalitas pembeda dengan lembaga atau institusi lain. Upaya rebranding yang dilakukan RSUD DKI Jakarta bertujuan untuk memperbaharui posisi brand melalui perubahan nama, logo, meningkatkan kesan positif serta peningkatan fasilitas pelayanan kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rebranding Rumah Sehat Untuk Jakarta terhadap persepsi masyarakat tentang pelayanan kesehatan poli rawat jalan di DKI Jakarta. Penelitian ini dilakukan di 5 lokus Rumah Sehat Untuk Jakarta yaitu RSUD Pasar Rebo, RSUD Jati Padang, RSUD Mampang Prapatan, RSUD Kebayoran Lama dan RSUD Kembangan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Rumah Sehat Untuk Jakarta. Untuk menentukan sampel Rumah Sehat Untuk Jakarta menggunakan teknik simple random sampling dengan teknik lottery, sampel responden dalam penelitian ini adalah pasien lama poli rawat jalan berjumlah 96 orang ditentukan dengan teknik accidental sampling. Data dianalisis secara univariat, bivariat dan multivariat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh karakteristik (jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan) serta rebranding terhadap pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Sehat Untuk Jakarta. Persepsi baik terhadap pelayanan kesehatan akan meningkat sebesar 11 kali ketika dilakukannya rebranding menjadi Rumah Sehat Untuk Jakarta.

.....Rebranding is an activity in a company or institution that has the aim of transforming the position of the brand in the minds of stakeholders and to make labels and differentiating personalities with other institutions or institutions. This study aims to determine the effect of rebranding Rumah Sehat Untuk Jakarta on public perceptions of outpatient poly health services. This research was conducted in 5 loci of Rumah Sehat Untuk Jakarta, as Pasar Rebo Hospital, Jati Padang Hospital, Mampang Prapatan Hospital, Kebayoran Lama Hospital and Kembangan Hospital. The population in this study were users of Rumah Sehat Untuk Jakarta. To determine the sample using simple random sampling technique with lottery technique, the sample respondents in this study were old patients of outpatient clinic totalling 96 people determined by accidental sampling technique. Data were analysed univariate, bivariate and multivariate. The results showed that there was an influence of characteristics (gender, education, occupation, and income) and rebranding on health services at Rumah Sakit Sehat Untuk Jakarta. Good perception of health services will increase by 11 times when rebranding to Rumah Sehat Untuk Jakarta.