

Hubungan Pemasaran Digital dengan Loyalitas Pengunjung dan Citra Rumah Sakit UKRIDA Tahun 2023 = The Relationship Among Digital Marketing, Visitor Loyalty and Brand Image of UKRIDA Hospital 2023

Dovian Emely Suteja, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920525164&lokasi=lokal>

Abstrak

Latar Belakang: Pemasaran rumah sakit melalui media digital menjadi semakin diminati karena masifnya pengguna internet di seluruh dunia. Rumah Sakit UKRIDA merupakan rumah sakit yang relatif baru di kawasan Jakarta Barat yang telah mengimplementasikan pemasaran digital untuk meningkatkan brand awareness, memperkuat brand image, serta membangun brand loyalty. Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pemasaran digital dengan loyalitas pengunjung dan citra merk RS UKRIDA. Metode: Data primer diperoleh dari pengisian kuesioner online oleh 105 orang pengunjung rumah sakit. Pemasaran digital dinilai dari aspek perceived relevance, informativeness, usefulness, authenticity, entertainment, aesthetics, dan variety. Hasil: Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan bermakna antara seluruh aspek pemasaran digital dengan citra RS maupun dengan loyalitas pengunjung. Authenticity dari konten pemasaran digital memiliki hubungan paling dominan terhadap citra RS dan loyalitas pengunjung. Citra RS juga memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas pengunjung. Regresi logistik ganda menunjukkan citra rumah sakit memiliki hubungan paling erat dengan loyalitas pengunjung (OR = 18,817) setelah dikontrol oleh variabel pemasaran digital. Kesimpulan: Upaya promosi RS UKRIDA di media digital harus diimbangi dengan upaya peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pasien dengan tujuan untuk mempertahankan citra rumah sakit serta membangun loyalitas pengunjung.

.....Introduction: Hospital marketing through digital media is becoming increasingly popular due to the massive number of internet users worldwide. UKRIDA Hospital, a new hospital in West Jakarta, has implemented digital marketing to increase brand awareness, strengthen brand image, and build brand loyalty. Objectives: This study aims to determine the relationship among digital marketing, visitor loyalty, and the brand image of UKRIDA Hospital. Methods: Primary data were collected from 105 hospital visitors using an online questionnaire. Digital marketing is assessed in terms of perceived relevance, informativeness, usefulness, authenticity, entertainment, aesthetics, and variety. Results: There was a significant relationship between all aspects of digital marketing and both hospital image and visitor loyalty. Content authenticity showed the most dominant relationship to hospital image and visitor loyalty. Hospital image was also found to have a significant relationship with visitor loyalty. Multiple logistic regression indicated that hospital image had the closest relationship with visitor loyalty (OR = 18.817) after being controlled by digital marketing aspects as confounding variables. Conclusion: Digital marketing efforts of UKRIDA Hospital must be balanced with efforts to improve service quality to increase patient trust and satisfaction, with the aim of maintaining the image of the hospital and building visitor loyalty.