

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PASIEN DALAM
PEMANFAATAN ULANG PELAYANAN
RUMAH SAKIT PANTI WILASA "CITARUM" SEMARANG**

Nama :DEVIA ARDA

NIM :L2H 607 019

Abstrak

Dalam menghadapi persaingan dan tuntutan pelayanan, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh pengelola Rumah Sakit adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Rumah Sakit harus mengetahui keinginan dan keluhan pasien saat ini, karena pasien yang tidak puas terhadap jasa yang diberikan Rumah Sakit akan cenderung mencari penyedia jasa lain yang lebih baik. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pasien dalam pemanfaatan ulang pelayanan Rumah Sakit. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Struktural Equation Model (SEM)*. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik *non probability sampling purposive* dengan sampel pasien kelas VIP dan kelas I Rumah Sakit Panti Wilasa "Citarum" Semarang. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu *Service quality* terbukti berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, *word of mouth* dan *repurchase intention*.

Kata Kunci : service quality, customer satisfaction, word of mouth, repurchase intention, rumah sakit

Abstract

Service quality is an important factor for a hospital in order to be able to compete and fulfilling its customer's demand. A hospital has to be able to identify the need and complaint of its patients, because when patients feels unsatisfied with the service given by the hospital, they tend to find other hospital with better service quality. The aim of this research is to analyze factors affecting re-usage intention of patients in Panti Wilasa "Citarum" hospital Semarang. This research use Structural Equation Modelling (SEM) from AMOS software. Sample were taken using teknik non probability sampling purposive, consisting patients from VIP and first class in Panti Wilasa "Citarum" hospital Semarang. Result shows that culture hypotheses are accepted. Service quality has significant effect towards customer satisfaction, word of mouth and repurchase intention.

Keywords : service quality, customer satisfaction, word of mouth, repurchase intention, hospital