

## ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Ilham Arief  
N P M : 2102022007  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Analisis Pengaruh *Brand Equity* dan *Social Media*  
Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan  
Minat Berkunjung Ulang Sebagai Variabel Mediasi

## ABSTRAK

Pertumbuhan kunjungan pasien ke Rumah Sakit menunjukkan penurunan sedangkan persaingan layanan kesehatan gigi dan mulut semakin meningkat. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *brand equity* dan *social media* terhadap keputusan berkunjung kembali ke Rumah Sakit dengan minat berkunjung ulang sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengambilan data secara *cross sectional* dengan teknik analisis data menggunakan metode *Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan variabel *brand equity* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung ulang serta berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali, sedangkan variabel *social media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang dan keputusan berkunjung kembali, variabel minat berkunjung ulang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali, variabel minat berkunjung ulang tidak memediasi antara *brand equity* dan keputusan berkunjung kembali berkunjung kembali, dan variabel minat berkunjung ulang memediasi antara *social media* dan keputusan berkunjung kembali. Rumah Sakit perlu secara konsisten membangun dan mengembangkan citra merek yang kuat dan lebih fokus dalam pengelolaan *social media* sehingga bisa memperkuat ikatan dengan pelanggan lama dan menambah pelanggan baru.

Kata kunci : *Brand Equity*, *Social Media*, Minat Berkunjung Ulang, Keputusan Berkunjung Kembali

## **ABSTRACT**

*The growth of patient visits to hospital shows declining while there are increasing competition for dental clinic services. The aim of this research is to analyze the influence of brand equity and social media on the decision to revisit the hospital with intention to revisit as a mediating variable. This research uses quantitative methods by collecting cross-sectional data with data analysis techniques using the Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS) method. The results of the research show that the brand equity variables have a positive and not significant effect on interest on revisit, brand equity variables have a negative and not significant effect on the decision to revisit, the social media variables have a positive and significant effect on the interest to revisit and decision to revisit, the variable intention to revisit have a positive and significant effect on the decision to revisit, the variable interest to revisit does not mediate between brand equity and the decision to revisit, and the variable interest to revisit mediates between social media and the decision to revisit. Hospitals consistently need to build and develop a good brand image and more focus on managing social media so they can strengthen ties with old customers and add new customers.*

*Keywords: Brand Equity, Social Media, Intention to Revisit, Decision to Revisit*