

RINGKASAN

Universitas Muslim Indonesia
Fakultas Kesehatan Masyarakat
Program studi Kesehatan Masyarakat
Peminatan Administrasi Kebijakan Kesehatan
Hasil Penelitian

Nurfadhillah Rezky
14120210155

“Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pasien Rawat Inap Umum Dalam Memilih RS St Madyang Kota Palopo”

Brand awareness atau kesadaran merek menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk atau layanan. Tidak hanya berlaku untuk produk komersial, konsep ini juga semakin relevan di sektor jasa, termasuk layanan kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand awareness* terhadap Keputusan pasien dalam memilih RS St Madyang Kota Palopo.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain cross sectional. Sampel dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap umum di RS St madyang sebanyak 150 pasien, dan teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling.

Hasil uji chi-square menunjukkan bahwa 4 variabel, Recall ($p=0,031$), Recognition ($p=0,04$), Purchase ($p=0,016$), dan Consumption ($p=0,015$). Memiliki pengaruh yang signifikan dengan Keputusan pasien, karena nilai p masing-masing lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengidentifikasi bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap Keputusan pasien yang diterima, sehingga penting untuk diperhatikan dalam upaya meningkatkan keputusan pasien dalam memilih RS St Madyang Kota Palopo.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah penelitian menunjukkan bahwa semua bagian dari brand awareness, yaitu recall, recognition, purchase, dan consumption, berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pasien dalam memilih Rumah Sakit St. Madyang Palopo. Artinya, pasien cenderung memilih rumah sakit ini karena mereka mengingat nama rumah sakitnya (*recall*), mengenali rumah sakit tersebut (*recognition*), pernah berniat menggunakan layanan (*purchase*), dan sudah pernah menggunakan atau merasakan layanan yang diberikan (*consumption*). Keempat faktor ini sama-sama penting dan saling mendukung dalam membentuk keputusan pasien.

Daftra Pustaka: 35/2020:2025

Kata Kunci: *Brand awareness, Recall, Recognition, Purchase, Consumption, Keputusan Pasien, Rumah Sakit*