

JIRAM

Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen

Vol: 4 No 2 Tahun 2026

E-ISSN: 3031-2973

Diterima Redaksi: 01-06-2026 | Revisi: 15-06-2026 | Diterbitkan: 30-07-2026

Pengaruh *Brand Image*, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Layanan Kesehatan Anak (*Pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang

Johana Yeta^{1*}, Theresia Pradiani², Moh. Maskan³

^{1,2,3}Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

^{1*}yeta_johana@yahoo.com, ²theresia.pradiani@asia.ac.id, ³alifmaskan@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis 1) *brand image* berpengaruh secara parsial terhadap orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang, 2) harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang, 3) kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang, 4) *brand image*, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif (*purposive sampling*). Teknik analisis regresi linear berganda (SPSS 29). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *brand image* berpengaruh secara parsial terhadap orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang, 2) harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang, 3) kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang, 4) *Brand image*, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.

Kata Kunci: *Brand Image, Harga, Pelayanan, Pembelian.*

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of understanding and analyzing: 1) the partial effect of brand image on parents' choice of pediatric healthcare services at Eka Hospital BSD Tangerang, 2) the partial effect of price on parents' decision to select pediatric healthcare services at Eka Hospital BSD Tangerang, 3) the partial effect of service quality on parents' decision to choose pediatric healthcare services at Eka Hospital BSD Tangerang, and 4) the simultaneous effect of brand image, price, and service quality on parents' decision to select pediatric healthcare services at Eka Hospital BSD Tangerang. The research utilized a quantitative method with purposive sampling and employed multiple linear regression analysis (SPSS 29). The results indicate that: 1) brand image has a partial effect on parents' choice of pediatric healthcare services at Eka Hospital BSD Tangerang, 2) price has a partial effect on parents' decision to choose pediatric healthcare services at Eka Hospital BSD Tangerang, 3) service quality has a partial effect on parents' decision to select pediatric healthcare services at Eka Hospital BSD Tangerang, and 4) brand image, price, and service quality together have a simultaneous effect on parents' decision to choose pediatric healthcare services at Eka Hospital BSD Tangerang.

Keywords: *Brand Image, Price, Service, Purchase.*

I. PENDAHULUAN

Anak-anak sebagai *asset* penerus bangsa yang akan meneruskan pembangunan suatu Bangsa atau Negara. Pemerintah terus menerus berkomitmen untuk meningkatkan kelangsungan hidup anak dengan terus menurunkan tingkat angka kematian anak. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa angka kematian bayi di Indonesia selama 10 tahun dari periode tahun 2013 sampai dengan tahun 2023 mengalami penurunan sebanyak 42% yakni kematian bayi tercatat mencapai 15,9 per 1,000 kelahiran hidup sampai tahun 2023. Angka kematian bayi di Indonesia tersebut merupakan salah satu indikator yang menentukan kesehatan suatu Negara. Baik pemerintah maupun swasta memiliki andil besar dalam meningkatkan pelayanan kesehatan melalui Rumah Sakit. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), mencatat bahwa ada 3.155 rumah sakit di Indonesia pada tahun 2023 jumlah tersebut meningkat sebesar 2,70% dari tahun 2022 yakni sebanyak 3.072 unit. Menurut tipenya, sebanyak 2.636 unit jumlah rumah sakit umum dan sebanyak 519 unit jumlah rumah sakit khusus.

Orang tua menjadi peranan penting dalam proses kehidupan dan tumbuh kembang anak. Oleh karena itu banyak orang tua yang memprioritaskan kebutuhan anak nya terutama dalam hal kesehatan. Dewasa ini orang tua sudah memiliki kesadaran akan memeriksakan pertumbuhan dan perkembangan anak ke seorang ahli pediatri. Berdasarkan Wikipedia pediatri adalah spesialisasi kedokteran yang berkaitan dengan bayi dan anak. Dalam asal usulnya pediatri sendiri merupakan ilmu cabang kedokteran anak-anak yang berkaitan dengan kesehatan dan perawatan medis dari anak lahir sampai dengan usia 18 tahun. Pediatri tersebut merupakan spesialis medis yang berkembang pada pertengahan abad ke-19 dan dalam sejarahnya bapak pediatri yang dikenal adalah Abraham Jacobi (1830). Dokter yang mengambil spesialisasi ilmu pediatri dapat disebut juga sebagai dokter anak. Ilmu pediatri ini bertujuan untuk mengurangi angka kematian bayi atau anak dengan cara mengendalikan penyebaran penyakit menular, pola hidup sehat, membantu meringankan masalah kesehatan kronis dan meningkatkan efek jangka panjang pada kualitas hidup dan kelangsungan hidup anak-anak.

Salah satu pusat unggulan di ke Rumah Sakit Eka Hospital BSD Tangerang yakni Pusat Layanan Kesehatan Anak Terpadu Eka Hospital terdiri dari dokter-dokter multidisiplin yang menangani kesehatan anak secara umum, tindakan pembedahan anak, kesehatan jantung anak, layanan tumbuh kembang anak, Neonatologi, Penyakit tropik & Infeksi pada anak, endokrinologi pada anak seperti obesitas, diabetes, tiroid, dan layanan alergi dan gangguan imun pada anak.

Peneliti melakukan observasi dan survey kepada responden orang tua terhadap kesan yang ditampilkan oleh orang tua saat melakukan pemeriksaan *pediatric* di rumah sakit Eka Hospital BSD Tangerang. Terdapat banyak faktor mengapa para orang tua memilih layanan kesehatan anak ke rumah sakit Eka Hospital BSD Tangerang, yakni orang tua menyatakan rumah sakit memiliki berbagai dokter anak dalam bidang nya, alat-alat pemeriksaan lengkap, lokasi yang dekat dari rumah, harga yang kompetitif dan promo paket menarik yang ditawarkan oleh rumah sakit, rekomendasi dari kerabat/teman, rumah sakit bekerjasama dengan berbagai pilihan penjamin sehingga memudahkan orang tua dalam pembayaran dan pelayanan yang selalu ramai serta antrian yang panjang menjadi salah satu perhatian orang tua terhadap rumah sakit Eka Hospital BSD Tangerang. Fenomena-fenomena diatas tersebut menjadi dasar bagi peneliti dalam melakukan penelitian terhadap rumah sakit Eka Hospital BSD Tangerang terhadap *brand image*, harga dan kualitas pelayanan.

Penelitian sebelumnya oleh Kosim Sutiono, Fathurrahman, dan Theresia Pradiani (2023) dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pasien Melakukan Tindakan Medis di Orthopedic Centre RS. Eka BSD Tangerang”, oleh Ardiansyah, Fathorrahman, dan Theresia Pradiani (2023) dengan judul “Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kesehatan Klikdokter di Indonesia”, oleh Lydia Puspita, Endang M. Sasmita, dan Bida Sari (2020) dengan judul “Pengaruh Lokasi, Citra Rumah Sakit dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih RSUD Pasar Minggu” menunjukkan bahwa *brand image*, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian lainnya oleh Kelvinia, M. Umar Maya Putra, dan Nasrul Efendi (2021) dengan judul “Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus PT. Alexa Medika)” menunjukkan bahwa lokasi dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, oleh Siti Fadia Chairunnisa, Darmawansyah, dan Sukri Palutturi (2022) dengan judul “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Menggunakan Pelayanan Rawat Jalan RSUD Haji Makassar” menunjukkan bahwa identitas instansi tidak berpengaruh terhadap keputusan pasien untuk menggunakan layanan kesehatan pada instansi rawat jaldan RSUD Haji Makassar, oleh Miftakhul Ulum, Hamidah dan Tussifah (2019) dengan judul “Analisis Pengaruh *Brand Image* dan Fasilitas Rumah Sakit Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Kesehatan (Survey Pada RSI PKU Muhammadiyah Kabupaten Tegal)” menunjukkan bahwa *brand image* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen menggunakan jasa kesehatan di RSI PKU Muhammadiyah Tegal.

Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti membentuk rumusan masalah yang dikemukakan, berikut:

1. Apakah *brand image* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang?
4. Apakah *brand image*, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang?

Tujuan Penelitian

Berasal dari rumusan masalah yang dikemukakan oleh peneliti diatas, maka tujuan penelitian yang hendak peneliti capai, berikut:

1. Mengetahui *brand image* berpengaruh secara parsial terhadap orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang?
2. Mengetahui harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang?
3. Mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang?
4. Mengetahui *brand image*, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang?

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

1. Brand Image

Menurut beberapa pendapat para ahli “*brand image* harus menyampaikan manfaat dan pemosisian produk yang khas. Bahkan ketika penawaran yang bersaing terlihat sama, pembeli merasakan perbedaan berdasarkan diferensiasi citra merek (Kotler & Keller, 2017) dan pengertian lainnya menurut Kotler & Keller (2016) “*brand image* mendeskripsikan sifat ekstrinsik yang artinya hal yang bisa dilihat atau dinilai bahkan sebelum konsumen atau orang menggunakan suatu produk atau layanan, termasuk cara merek tersebut dapat memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis dari konsumen”. Dan juga “*brand image* merupakan gambaran dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman terhadap merek tersebut (Firmansyah, 2018)”.

Berdasarkan definisi yang dijelaskan para ahli diatas, maka *brand image* merupakan gambaran *value* yang terbentuk dari informasi dan pengalaman dalam pikiran kosumen terhadap suatu merek, yang mana fikiran tersebut meyakinkan konsumen bahwa produk atau jasa tersebut layak untuk dibeli atau tidak guna untuk memenuhi segala kebutuhan serta keinginan konsumen.

2. Harga

Menurut Kotler & Keller (2018) menyatakan bahwa “harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan biaya”. Sedangkan menurut Tjiptono (2016) menyebutkan bahwa “harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan”. Menurut pendapat lainnya menyatakan bahwa “harga merupakan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk suatu manfaat atas pengonsumsi, penggunaan, atau kepemilikan suatu barang dan jasa” (Simamora, 2017).

Berdasarkan penjelasan dari para ahli diatas maka harga merupakan nilai yang diberikan konsumen sebagai imbalan dari produk atau jasa dan menjadi pendapatan atau biaya bagi perusahaan atas terjadinya pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2017) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”, sedangkan menurut (Kotler & Amstrong, 2018) menjelaskan bahwa “kualitas layanan memiliki arti keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung”.

Berdasarkan definisi diatas, kualitas pelayanan adalah bentuk dari tercapainya kinerja layanan dengan kesesuaian harapan konsumen dalam kepuasan pemenuhan kebutuhan yang diterima konsumen.

4. Keputusan Pembelian

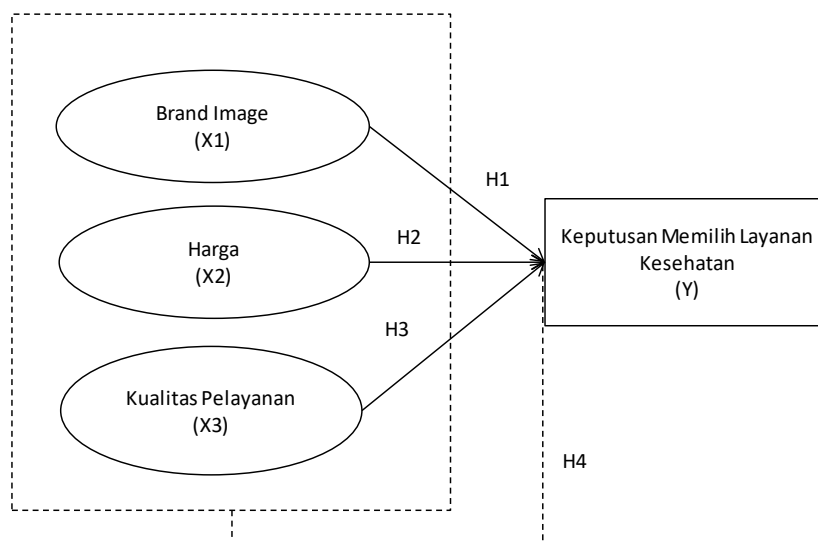
Menurut Kotler & Keller (2018) menyatakan bahwa “proses keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen melewati lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu”, definisi lainnya Menurut Kotler & Keller (2018) mengemukakan bahwa “keputusan konsumen merupakan tahap dalam proses pembelian, dimana konsumen betul-

betul akan membeli sebuah produk atau jasa”. Menurut Kerin & Hartley (2022) menyatakan bahwa “proses keputusan pembelian artinya tahapan yang dilalui pembeli membuat pilihan tentang produk dan layanan mana yang akan dibeli”.

Berdasarkan pengertian diatas maka keputusan pembelian merupakan proses konsumen dalam memproses pilihan dan penilaian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan untuk akhirnya diputuskan untuk pembelian guna memuaskan kebutuhan konsumen.

2.2 Kerangka Konsep

Kerangka konseptual adalah alat yang berbentuk susunan kerangka berpikir dan digunakan dalam memecahkan masalah. Secara teoritis diperlukan untuk menjelaskan hubungan antara variable independen yaitu *brand image*, harga, dan kualitas pelayanan, dengan variable dependen yaitu keputusan pembelian. Pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *brand image*, harga, dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Layanan Kesehatan Anak (*Pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang, maka dalam penelitian ini menggunakan kerangka konseptual dalam gambaran, berikut:



2.1 Kerangka Konsep Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pertimbangan di dalam variabel-variabel, maka hipotesis yang peneliti kemukakan adalah:

H1 : Diduga *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Layanan Kesehatan Anak (*Pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ardiansyah, Fathorrahman, dan Theresia Pradiani (2023) menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kesehatan Klikdokter. Hal serupa juga ditemukan pada penelitian Lydia Puspita, Endang M. Sasmita, dan Bida Sari (2020) yakni citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam memilih RSUD Pasar Minggu Jakarta Selatan. Begitupula dengan penelitian Amelia Rahmasari, Gatot Wijayanto dan Sri Endang Kornita (2022) menjelaskan bahwa *brand image* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pasien melakukan persalinan pada RSIA. Zainab. Penelitian yang dilakukan oleh Christ Windereis (2021) menjelaskan hal serupa bahwa terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pasien untuk

berobat pada RS Bina Kasih di Pekanbaru, yang mana citra merek merupakan variabel dominan yang mempengaruhi keputusan pasien berobat di RS Bina Kasih Pekanbaru.

Berdasarkan informasi diatas, penelitian ini diharapkan dapat menemukan adanya pengaruh *brand image* terhadap keputusan orang tua dalam memilih layanan kesehatan (*pediatric*) di Rumah Sakit Eka Hospital BSD Tangerang.

H2 : Diduga Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Layanan Kesehatan Anak (*Pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kosim Sutiono, Fathurrahman, dan Theresia Pradiani (2023) menyatakan bahwa terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pasien untuk menjalankan tindakan medis di RS. Eka BSD Tangerang. Penelitian oleh Kelvinia, M. Umar Maya Putra, dan Nasrul Efendi (2021) harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian oleh Petra Surya Mega Wijaya, Hardono, Maria Novelita Raja Happy (2022) menunjukan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan RS. Dr. Soetarto Yogyakarta. Penelitian oleh Christ Windereis (2021) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pasien untuk melakukan pengobatan di RS Bina Kasih Pekanbaru.

Berdasarkan informasi diatas, penelitian ini diharapkan dapat menemukan adanya pengaruh harga terhadap keputusan memilih layanan kesehatan (*pediatric*) di Rumah Sakit Eka Hospital BSD Tangerang.

H3 : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Layanan Kesehatan Anak (*Pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kosim Sutiono, Fathurrahman, dan Theresia Pradiani (2023) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap kualitas layanan dengan keputusan pasien menjalankan tindakan medis di RS. Eka BSD Tangerang. Penelitian oleh Ardiansyah, Fathorrahman, dan Theresia Pradiani (2023) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian produk kesehatan Klikdokter. Penelitian oleh Lydia Puspita, Endang M. Sasmita, dan Bida Sari (2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan untuk kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih RSUD Pasar Minggu Jakarta Selatan. Penelitian oleh Rianita Rahmadania dan Jamaludin Khalid (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berobat.

Berdasarkan informasi diatas, penelitian ini diharapkan dapat menemukan adanya pengaruh harga terhadap keputusan memilih layanan kesehatan (*pediatric*) di Rumah Sakit Eka Hospital BSD Tangerang.

H4 : Diduga *Brand Image*, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Layanan Kesehatan Anak (*Pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.

Penelitian ini diharapkan dapat menemukan adanya pengaruh harga terhadap keputusan memilih layanan kesehatan (*pediatric*) di Rumah Sakit Eka Hospital BSD Tangerang.

III. METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan. Penulis mengaplikasikan metode kuantitatif melalui pendekatan observasi dan kuesioner, dan menggunakan teknik sampel *purposive sampling* dan responden yang diteliti adalah orang tua yang memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) pasien lama rawat jalan sebanyak 110 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda dan menerapkan uji validitas dan realibilitas untuk instrument penelitian. Pengujian dengan uji asumsi klasik agar dapat mengetahui hasil dari model regresi. Setiap responden di uji dengan

menggunakan skala likert dan alat yang digunakan untuk mengolah data yakni software SPSS 29.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Peneliti melakukan penelitian kepada 110 responden, diperoleh data deskripsi responden dengan hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil responden menunjukkan sebanyak 37% responden tersebut merupakan laki-laki dan 73% responden merupakan perempuan. Hasil responden lebih besar perempuan dikarenakan orang tua yang lebih banyak mengantarkan anaknya untuk melakukan pemeriksaan kesehatan adalah Ibu.

2. Berdasarkan Usia

Sebanyak 30% terdiri dari usia 25th – 30th, sebanyak 33% responden berada pada usia 31th – 35th dan sebanyak 37% sisanya merupakan responden dengan usia > 36th.

3. Berdasarkan Pekerjaan

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa responden yang menjadi sample penelitian oleh peneliti paling banyak berasal dari orang tua yang memiliki pekerjaan pegawai swasta sebanyak 61%, kemudian diikuti oleh wiraswasta sebesar 14%, pegawai BUMN/BUMD sebanyak 8%, PNS dan Ibu Rumah Tangga masing-masing 6% dan lainnya yang memiliki pekerjaan diluar itu sebanyak 5%.

4.2 Analisis Data

1. Uji Validasi

Uji validitas dari kuesioner yakni $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ maka hasilnya adalah valid. Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji analisis data menggunakan SPSS 29. Hasil uji validitas, berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	R table	Hasil Validasi (Ya/Tidak)
<i>Brand Image</i> (X1)	X1.(1)	0.817	0.1562	Ya
	X1.(2)	0.712	0.1562	Ya
	X1.(3)	0.721	0.1562	Ya
Harga (X2)	X2.(1)	0.813	0.1562	Ya
	X2.(2)	0.764	0.1562	Ya
	X2.(3)	0.765	0.1562	Ya
	X2.(4)	0.773	0.1562	Ya
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.(1)	0.712	0.1562	Ya
	X3.(2)	0.691	0.1562	Ya
	X3.(3)	0.783	0.1562	Ya
	X3.(4)	0.634	0.1562	Ya
Keputusan Pembelian (Y)	Y.(1)	0.823	0.1562	Ya
	Y.(2)	0.764	0.1562	Ya
	Y.(3)	0.779	0.1562	Ya
	Y.(4)	0.778	0.1562	Ya

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas di pergunakan untuk mengukur ketetapan jawaban dari masing – masing indicator atas kuesioner yang di ajukan. Uji realiabilitas menggunakan nilai koefisien *Cronbach Alpha* yang di peroleh dari uji statistic dengan menggunakan aplikasi SPSS 29.

a. Uji Variabel *Brand Image* (X1)

Tabel 4.2 Uji Reliabilitas *Brand Image* (X1)

Sumber: Data diolah peneliti SPSS 29, 2024

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.609	3

Hasil tabel diatas menunjukan bahwa nilai dari *Cronbach Alpha* adalah $0.609 > 0.60$ maka variable dinyatakan *reliable*.

b. Uji Variabel Harga (X2)

Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Harga (X2)

Sumber: Data diolah peneliti SPSS 29, 2024

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.782	4

Hasil tabel diatas menunjukan bahwa nilai dari *Cronbach Alpha* adalah $0.782 > 0.60$ maka variable dinyatakan *reliable*.

c. Uji Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X3)

Sumber: Data diolah peneliti SPSS 29, 2024

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.645	4

Hasil Tabel diatas menunjukan bahwa nilai dari *Cronbach Alpha* adalah $0.645 > 0.60$ maka variable dinyatakan *reliable*.

d. Uji Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data diolah peneliti SPSS 29, 2024

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.793	4

Hasil tabel diatas menunjukan bahwa nilai dari *Cronbach Alpha* adalah $0.793 > 0.60$ maka variable dinyatakan *reliable*.

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas penelitian ini yakni peneliti melakukan uji analisis data menggunakan SPSS 29, berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data diolah peneliti SPSS 29, 2024

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.42410863
Most Extreme Differences	Absolute		.081
	Positive		.052
	Negative		-.081
Test Statistic			.081
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.075
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.075
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.068
		Upper Bound	.081
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Tabel diatas menunjukan nilai dari sig $0.75 > 0.05$ sehingga data terdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji analisis data menggunakan SPSS 29. Berikut hasil uji multikolinearitas. Nilai VIF < 10 atau tolerance > 0.10 sehingga tidak terjadi multikolinieritas, berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Variabel	Tolerance	Nilai VIF	Tidak Terjadi Multikolinieritas
X1	0.563	1.777	√
X2	0.559	1.789	√
X3	0.510	1.960	√

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji analisis data menggunakan SPSS 29. Berikut hasil uji heteroskedastisitas. Nilai signifikansi > 0.05 sehingga tidak ada heteroskedastisitas, berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Variabel	Nilai Sig	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X1	0.511	√
X2	0.116	√
X3	0.670	√

4.4 Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Peneliti melakukan pengujian analisis data menggunakan SPSS 29. Berikut hasil uji t, berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Sumber: Data diolah peneliti SPSS 29, 2024

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.658	1.264		.520	.604		
	X1	.299	.112	.214	2.662	.009	.563	1.777
	X2	.354	.078	.368	4.557	<.001	.559	1.789
	X3	.376	.097	.326	3.861	<.001	.510	1.960

a. Dependent Variable: Y

Hasil tabel diatas yang dilakukan pada pengujian dari variabel-variabel independen menunjukkan bahwa:

- Diketahui variabel *brand image* (X1) terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) (Y) adalah sebesar T hitung $2.662 > 1.982$ T tabel sehingga disimpulkan yakni *brand image* secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*). Maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Diduga variabel brand image terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*)” **Diterima**.
- Diketahui variabel harga (X2) terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) (Y) adalah sebesar T hitung $4.557 > 1.982$ T tabel maka dapat disimpulkan bahwa harga terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*). Maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Diduga variabel harga terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*)” **Diterima**.
- Diketahui variabel Kualitas Pelayanan (X3) terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) (Y) adalah sebesar T hitung $3.861 > 1.982$ T tabel sehingga Kualitas Pelayanan secara parsial terdapat pengaruh terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*). Maka hipotesis yang menyatakan bahwa

“Diduga variabel Kualitas Pelayanan terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*)” **Diterima.**

2. Uji F (Uji Simultan)

Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji analisis data menggunakan SPSS 29. hasil dari uji F, berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji F (Uji Simultan)
Sumber: Data diolah peneliti SPSS 29, 2024

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	350.802	3	116.934	56.070	<.001 ^b
	Residual	221.061	106	2.085		
	Total	571.864	109			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Hasil dari tabel diatas menunjukkan nilai dari F hitung > F tabel yakni $56.070 > 2.690$ atau jika $\text{Sig} < 0.001 < 0.05$, maka setiap variable independent yakni *brand image* (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3) bersama-sama memiliki pengaruh signifikan atau simultan terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di Rumah Sakit Eka Hospital BSD Tangerang (Y). **Diterima.**

4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Peneliti melakukan uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 29. berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Sumber: Data diolah peneliti SPSS 29, 2024

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.658	1.264		.520	.604		
	X1	.299	.112	.214	2.662	.009	.563	1.777
	X2	.354	.078	.368	4.557	<.001	.559	1.789
	X3	.376	.097	.326	3.861	<.001	.510	1.960
a. Dependent Variable: Y								

Berdasarkan tabel diatas persamaan umum model hasil persamaan regresi linear berganda dari *variable- variable independent* yakni *brand image* (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di Rumah Sakit Eka Hospital BSD Tangerang (Y), dapat dijelaskan, yakni:

$$Y = a + B1 X1 + B2 X2 + B3 X3 + \varepsilon$$

$$Y = 0.658 + 0.299 (X1) + 0.354 (X2) + 0.376 (X3) + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

b1 b2 b3= Koefisien Determinasi

X1 = *Brand Image*

X2 = Harga

X3 = Kualitas Pelayanan

ε = *Error of term*

Berdasarkan hasil analisa regresi linier berganda dapat diketahui bahwa :

1. Konstanta, nilai konstanta adalah 0.658 sehingga bila variabel X seluruhnya nilainya adalah 0, maka nilai Y yakni 0.658.
2. Koefisien *brand image* (X1), nilai koefisien *brand image* adalah sebesar 0.299 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk *brand image* akan diikuti terjadi kenaikan keputusan pembelian dengan asumsi harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) tetap.
3. Koefisien harga (X2), sehingga nilai koefisien dari harga yakni 0.354 sehingga setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk *brand image* akan diikuti terjadi kenaikan keputusan pembelian dengan asumsi *brand image* (X1) dan kualitas pelayanan (X3) tetap.
4. Koefisien kualitas pelayanan (X3), nilai koefisien harga adalah sebesar 0.376 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk kualitas pelayanan akan diikuti terjadi kenaikan keputusan pembelian dengan asumsi *brand image* (X1) dan harga (X2) tetap.

4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji analisis data menggunakan SPSS 29. Berikut uji koefisien determinasi (Adjusted R2):

Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Sumber: Data diolah peneliti SPSS 29, 2024

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.602	1.44412
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

Hasil tabel diatas hasil uji R dengan nilai 0,738 dan R Square dengan nilai 0,602. Hal tersebut menjelaskan bahwa *Brand Image* (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3), mampu menjelaskan keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di Rumah Sakit Eka Hospital BSD Tangerang (Y) sebesar 60,2% dari keseluruhan total *variable-variable independent* dijelaskan *variable dependent*. Dan sisanya yakni sebesar 39,8% dijelaskan oleh *variable independent* lain selain *Brand Image* (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) yang mana tidak diteliti pada penelitian ini.

4.7 Pembahasan

1. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Layanan Kesehatan Anak di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.
Hasil ini selaras dengan penelitian dari Ardiansyah, Fathorrahman, dan Theresia Pradiani (2023) dengan judul “Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kesehatan Klikdokter di Indonesia”, penelitian dari Lydia Puspita, Endang M. Sasmita, dan Bida Sari (2020) dengan judul “Pengaruh Lokasi, Citra Rumah Sakit dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih RSUD Pasar Minggu”, penelitian dari Amelia Rahmasari, Gatot Wijayanto dan Sri Endang Kornita (2022) dengan judul “Pengaruh Service Quality dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Persalinan di Rumah Sakit Ibu dan Anak Zainab Pekanbaru Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”, penelitian dari Christ Windereis (2021) dengan judul Pengaruh “Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pasien Berobat pada Rumah Sakit Bina Kasih Pekanbaru” yang juga menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian. Persepsi baik yang terbentuk dalam benak masyarakat terhadap sebuah *brand image* terhadap produk merupakan strategi agar dapat memperkuat perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen.
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Layanan Kesehatan Anak di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.
Hasil ini selaras dengan penelitian dari Kosim Sutiono, Fathurrahman, dan Theresia Pradiani (2023) dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pasien Melakukan Tindakan Medis di Orthopedic Centre RS. Eka BSD Tangerang”, penelitian dari Kelvinia, M. Umar Maya Putra, dan Nasrul Efendi (2021) dengan judul “Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus PT. Alexa Medika)”, penelitian dari Petra Surya Mega Wijaya, Hardono, Maria Novelita Raja Happy (2022) dengan judul “Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menggunakan Rumah Sakit DR. Soetarto Yogyakarta”, penelitian dari Christ Windereis (2021) dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pasien Berobat pada Rumah Sakit Bina Kasih Pekanbaru” yang juga menyatakan bahwa harga berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian. Strategi perusahaan dalam penetapan harga dengan cara menawarkan promo-promo kepada konsumen dapat menarik minat beli bagi para konsumen sehingga harga yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh para konsumen.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Layanan Kesehatan Anak di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.
Hasil ini selaras dengan penelitian dari Kosim Sutiono, Fathurrahman, dan Theresia Pradiani (2023) dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pasien Melakukan Tindakan Medis di Orthopedic Centre RS. Eka BSD Tangerang”, penelitian dari Ardiansyah, Fathorrahman, dan Theresia Pradiani (2023) dengan judul “Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kesehatan Klikdokter di Indonesia”, penelitian dari Lydia Puspita, Endang M. Sasmita, dan Bida Sari (2020) dengan judul “Pengaruh Lokasi, Citra Rumah Sakit dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih RSUD Pasar Minggu”, penelitian dari Rianita Rahmadania dan Jamaludin Khalid (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Servicescape dan Lokasi Terhadap Keputusan Berobat Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Harum Sisma Medika” yang juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian. Dalam bisnisnya perusahaan selalu berusaha untuk memberikan pelayanan baik dan berkualitas kepada konsumen, hal ini guna memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen. Pelayanan

berkualitas diharapkan dapat memberikan layanan yang cepat, menyenangkan, tidak mengandung kesalahan, sesuai dengan prosedur yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.

V. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Pada hasil penelitian dan analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Brand image* berpengaruh secara parsial terhadap orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.
2. Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.
4. *Brand image*, harga dan kualitas pelayanan bersama-sama memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil kesimpulan dari analisis sebelumnya menjelaskan adanya pengaruh *brand image*, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang., maka implikasi yang timbul dari penelitian ini, berikut :

1. Dampak dari *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang yang mana citra rumah sakit yang positif dan baik sudah terbentuk dalam benak orang tua sehingga memutuskan memilih layanan kesehatan tersebut. Rumah Sakit Eka Hospital BSD Tangerang memasarkan kualitas produk dan layanan di media social, membuat workshop/seminar dan bekerjasama dengan influencer agar membentuk citra baik dalam benak konsumen.
2. Dampak dari harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang. Nilai imbalan yang diberikan oleh Rumah Sakit atas layanan kesehatan ditanggapi positif sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan orang tua. Rumah sakit Eka Hospital BSD Tangerang membuat promo-promo untuk menarik para orang tua agar memutuskan untuk memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di Rumah sakit Eka Hospital BSD Tangerang. Dan perusahaan terus bekerjasama dengan perusahaan dan penjamin agar dapat memudahkan dalam pembayaran.
3. Dampak dari kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang. Kualitas layanan diberikan oleh Rumah Sakit atas layanan kesehatan ditanggapi positif sesuai dengan harapan dan orang tua. Rumah Sakit Eka Hospital BSD Tangerang terus menerus melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi setiap harapan konsumen, salah satunya adalah dengan merilis sebuah layanan aplikasi yang dinamakan Eka Hospital App dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan pasien. Aplikasi tersebut memberikan kemudahan akses oleh pasien dalam informasi layanan kesehatan secara real time dan mobile. Pada aplikasi tersebut pasien dapat melakukan cek dan booking jadwal dokter, memantau riwayat kunjungan, fitur kemudahan pembayaran, dan pengingat minum obat.

5.3 Saran

5.3.1 Bagi Layanan Kesehatan Anak (*Pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD

Peneliti memberikan saran, berikut:

1. RS. Eka Hospital di BSD Tangerang melakukan review kembali terkait pelayanan front office seperti proses admission dan kasir sehingga pasien tidak membutuhkan waktu lama dalam menunggu proses antrian di rumah sakit.
2. Layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang mempertahankan harga bersaing dengan rumah sakit lainnya, dan meningkatkan promo paket yang menarik sebagai daya tarik orang tua memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang.
3. Layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang melakukan update informasi terkait ketersediaan jadwal dokter sehingga informasi kunjungan dapat sesuai dengan harapan pasien.
4. RS. Eka Hospital BSD Tangerang meningkatkan tampilan informasi terkait program dan paket penawaran yang dipasarkan pada website dapat diakses dengan mudah dengan tampilan yang menarik.

5.3.2 Bagi Peneliti Mendatang

Masih adanya pengaruh lain di luar variabel yang sudah dieliti oleh peneliti perihal keputusan orang tua dalam memilih layanan kesehatan anak (*pediatric*) di RS. Eka Hospital BSD Tangerang, maka hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk melanjutkan penelitian lainnya.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Fathorrahman, & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kesehatan Klikdokter di Indonesia. *Journal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen (JIRAM)*, Vol. 1 No. 2(E-ISSN: 3031-2973).
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa Bintaro. *Jurnal KREATIF: Pemasaran, Sumberdaya Manusia Dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2.
- Fadia, S., Darmawansyah, & Palutturi, S. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Menggunakan Pelayanan Rawat Jalan RSUD Haji Makassar. *Hasanuddin Journal of Public Health (HJPH)*, Vol. 3 No. 2(E-ISSN: 179-190).
- Firmansyah, D. M. A. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran* (Issue December). Deepublish.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fourth Edition). Pearson Education Inc.
- Kelvinia, Putra, U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus PT. Alexa Medika). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM*, Vol. 11 No. 2(E-ISSN: 2622-6421).
- Kerin, R. A., & Hartley, S. W. (2022). *Marketing*. McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran: Vol. Jilid I* (A. Sindoro & B. Molan, Eds.). Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran: Vol. Jilid 1* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran: Vol. Jilid 2*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Manajemen* (B. Sabran, Ed.; Edisi 1). Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education, Inc.
- Puspita, L., Sasmita, E., & Sari, B. (2020). Pengaruh Service Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Persalinan di Rumah Sakit Ibu dan Anak Zainab Pekanbaru Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, Vol. 2 No. 3.
- Rahmadania, R., & Khalid, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Servicescape dan Lokasi Terhadap Keputusan Berobat Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Harum Sisma Medika. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, Vol. 16 No. 2(E-ISSN: 3165-3183).
- Rahmasari, A., Wijayanto, G., & Endang, S. (2022). Pengaruh Service Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pasien Dalam Memilih Persalinan di Rumah Sakit Ibu dan Anak Zainab Pekanbaru Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, Vol. 3 No. 5(E-ISSN: 3165-3183).
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen* (Edisi Revisi). Kencana Prenada Media Group.
- Surya, P., Hardono, & Novelita, M. (2022). Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menggunakan Rumah Sakit DR. Soetarto Yogyakarta. *OPTIMAL*, Vol. 19 No. 1(E-ISSN: 66-79).
- Sutiono, K., Fathurrahman, & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pasien Melakukan Tindakan Medis di Orthopedic Centre RS. Eka BSD Tangerang. *JUBIS*, Vol. 4 No. 1(E-ISSN: 2775-2216).
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Publisher.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Ulum, M., Hamidah, & Tussifah. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image dan Fasilitas Rumah Sakit Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Kesehatan (Survey Pada RSI PKU Muhammadiyah Kabupaten Tegal). *Islamic Business and Management Journal (IBMJ)*, Vol. 2 No. 1.
- William M, P., & O.C. Ferrell. (2016). *Marketing 2016 Edition*. USA: Cengage Learning.
- Windereis, C. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pasien Berobat pada Rumah Sakit Bina Kasih Pekanbaru. *Journal in Management and Entrepreneurship (JOTIKA)*, Vol. 1 No. 1(E-ISSN: 36-44).