

## ABSTRAK

Perkembangan rumah sakit di Indonesia saat ini di era digitalisasi telah sangat meningkat pesat, terutama dari segi pelayanan. Banyak faktor yang tentunya dapat memengaruhi pasien untuk membuat keputusan berkunjung ke rumah sakit yang memiliki kualitas pelayanan baik. Beberapa faktor yang menjadi fokus penelitian ini adalah *service quality*, *electronic word of mouth*, dan *brand image*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality*, *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung pasien rawat inap dengan *brand image* sebagai variabel mediasi di RSUD Purbowangi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif korelatif. Populasi penelitian adalah semua pasien RSUD Purbowangi Gembong pada periode penelitian, dengan teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 150 pasien yang memenuhi kriteria inklusi. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner (angket) berupa pertanyaan tertutup dan terbuka. Analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) menggunakan aplikasi SmartPLS.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa *service quality* dan *brand image* memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pasien, sedangkan *electronic word of mouth* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Selanjutnya diketahui bahwa berdasarkan hasil analisis jalur, variabel *brand image* merupakan variabel yang dapat memediasi pengaruh *service quality* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung pasien. Maka dari itu, rumah sakit perlu memiliki *brand image* yang baik, agar dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung pasien.

**Kata Kunci :** *service quality*, *electronic word of mouth*, *brand image*, keputusan berkunjung, rumah sakit

## ABSTRAK

The development of hospitals in Indonesia currently in the era of digitalization has increased rapidly, especially in terms of service. Many factors can certainly influence patients in making the decision to visit a hospital that has good quality service. Several factors that are the focus of this research are service quality, electronic word of mouth, and brand image

This research aims to analyze the influence of service quality, electronic word of mouth on the decision to visit inpatients with brand image as a mediating variable at RSUD Purbowangi. The research method used is quantitative with a correlative descriptive research design. The research population was all patients at RSUD Purbowangi Gombong during the research period, using non-probability sampling techniques and obtained a sample of 150 patients who met the inclusion criteria. The research instrument used was a questionnaire in the form of closed and open questions. The data analysis used is path analysis using the SmartPLS application. The results of this research found that service quality and brand image had a significant direct influence on patient visit decisions, while electronic word of mouth did not show a significant influence. Furthermore, it is known that based on the results of path analysis, the brand image variable is a variable that can mediate the influence of service quality and electronic word of mouth on patient visit decisions. Therefore, hospitals need to have a good brand image, so that it can influence patient visiting decisions.

**Keywords:** service quality, electronic word of mouth, brand image, decision to visit, hospital