

## Revisit Intention Analysis of Non BPJS (Private Pay) Patient in Atma Jaya Hospital Outpatient Unit

Jennifer Kurniawan<sup>1</sup>, Hasyim<sup>2</sup>, Mus Aida<sup>3</sup>

Magister in Hospital Administration, Esa Unggul University, Jakarta  
Hasyim.ahmad@esaunggul.ac.id

### Abstract

*Revisit intention is very important for service industry because maintaining customer's loyalty for a long term is the key of success for a business including hospital. The purpose of this study was to determine the effect of customer perceived value and brand image on revisit intention of private (non BPJS) patient in Atma Jaya Hospital outpatient unit, with patient's satisfaction as intervening variable. The author uses survey method with questionnaires instrument spread to 200 samples. Analysis of result was carried out using SEM and illustrated through descriptive statistics. Research findings indicate that customer perceived value and brand image has positive effect on patient's satisfaction, customer perceived value has positive effect on patient's revisit intention. However, brand image and patient's satisfaction has no effect on patient's revisit intention in Atma Jaya Hospital. By implication, Atma Jaya Hospital has to focus also on another variable for future improvement.*

**Keywords :** *customer perceived value, brand image, patient satisfaction, patient revisit intention.*

### Abstrak

Minat kunjung ulang bagi industri jasa merupakan hal yang sangat penting karena mempertahankan loyalitas konsumen jangka panjang adalah kunci kesuksesan sebuah bisnis, termasuk rumah sakit. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *customer perceived value* dan citra merek terhadap minat kunjung ulang pasien non BPJS di unit rawat jalan Rumah Sakit Atma Jaya dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening. Penulis menggunakan metode survei dengan instrumen kuisisioner yang disebarakan kepada 200 orang sampel. Analisis data hasil kuisisioner dilakukan menggunakan SEM dan diilustrasikan melalui statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer perceived value* dan citra merek memiliki pengaruh positif pada kepuasan pasien, *customer perceived value* berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang, namun temuan pada penelitian ini bahwa citra merek dan kepuasan pasien ternyata tidak memiliki pengaruh terhadap minat kunjung ulang pasien non BPJS di unit rawat jalan Rumah Sakit Atma Jaya, sehingga RS Atma Jaya dapat lebih berfokus kepada variabel lainnya dalam rangka perbaikan di kemudian hari.

**Kata kunci :** *customer perceived value, citra merek, kepuasan pasien, minat kunjung ulang pasien.*