

# **PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DI RUMAH SAKIT MISI LEBAK**

**Irwan Sofwan**

## **ABSTRAK**

Rekomendasi dari mulut ke mulut merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam membeli suatu produk. Pemasaran merupakan salah satu masalah bagi rumah sakit atau suatu organisasi pelayanan kesehatan lainnya. Kurang berhasilnya pemasaran diantaranya akibat kurangnya rumah sakit berpihak pada kepentingan pasien. Karena apa yang telah disampaikan saat dipasarkan seringkali tidak sesuai dengan apa yang didapatkan pasien, dan ini tentunya akan menimbulkan *image* yang tidak baik untuk rumah sakit Misi Lebak yang menyebabkan menurunnya angka Bed of rate di RS misi Lebak dalam kurun waktu 3 tahun terakhir dan angka kunjungan ulang pasien yang rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *Word of mouth* dan *brand image* terhadap *repurchase intention* di Rumah Sakit Misi Lebak.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dengan pendekatan *eksplanatoris kausalitas research*. Unit analisis adalah pasien yang pernah di rawat inap di RS Misi Lebak. Horison waktu menggunakan *cross section*. Teknik pengambilan sampel adalah *sampling jenuh*. Penelitian ini menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*), Jumlah sampel yang berhasil dikumpulkan adalah 202. Analisis data menggunakan *path analysis* dengan software AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* dan *brand image* berpengaruh bersama-sama terhadap *repurchase intention*; *word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap variable *brand image*; *word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap variable *repurchase intention*; serta *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap variable *repurchase intention*.

**Kata Kunci :** *word of mouth, brand image, repurchase intention.*

# **INFLUENCE OF WORD OF MOUTH AND BRAND IMAGE TO REPURCHASE INTENTION AT MISI HOSPITAL LEBAK**

**Irwan Sofwan**

## **ABSTRACT**

Word of mouth recommendation is one of the important factors that affect a person's decision. To buy a product. Marketing is one of the problems for hospitals or other health care organizations. Less successful marketing is due to lack of hospitals on the behalf of patients. Because what has been delivered when marketed is often not in accordance with what the patient gets, and this will certainly cause an image that is not good for mission Lebak Hospital which led to the declining Bed of rate number in the mission RS Lebak in The last 3 years and a low patient revisit rate. This research aims to analyze the influence of Word of mouth and brand image to repurchase intention at Misi Lebak Hospital.

This research uses a research method of surveying with an explosive approach to causality research. The analytical Unit is a patient who has been hospitalized in misi hospital Lebak. Time horizon using cross section. Sampling techniques are saturated sampling. This research uses Path analysis, the number of successful samples collected is 202. Data analysis using path analysis with AMOS software.

The results showed that word of mouth and brand image were influential together against repurchase intention; Word of mouth has significant positive effect on the variable brand image; Word of mouth significant positive effect on variable repurchase intention; and brand image significantly positive effect on variable repurchase intention.

*Keywords: word of mouth, brand image, repurchase intention.*