PENERAPAN BRAND IMAGE RUMAH SAKIT DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG PASIEN DI RSD dr. SOEBANDI JEMBER

KARYA ILMIAH AKHIR

Oleh :

Zainul Hoiri, S.Kep

NIM :25101108

PROGRAM STUDI PROFESI NERS

FAKULTAS ILMU KESEHATAN

UNIVERSITAS dr. SOEBANDI

2026

HALAMAN PENGESAHAN

PENERAPAN BRAND IMAGE RUMAH SAKIT DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG PASIEN DI RSD dr. SOEBANDI JEMBER

KARYA ILMIAH AKHIR NERS

Oleh:

Zainul Hoiri, S. Kep

Nim. 25101108

DEWAN PENGUJI

Penguji 1	: Ns. Sulton Wariin, S.Kep., M.Kep NIDN. 7700017750	( )
Penguji 2	: Ns. Mustakim, S.Kep., M.M.Kes. Sp.KMB NIP. 197502251997031003	( )
Penguji 3	: Junianto Fitriyadi, S.Kep., Ns., M.Kep NIDN. 0710068603	( )

Ketua Program Studi Profesi Ners

Roby Aji Permana, S.Kep., Ns., M.Kep
NIDN. 0714069205

ABSTRAK

PENERAPAN BRAND IMAGE RUMAH SAKIT DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG PASIEN DI RSD dr. SOEBANDI JEMBER

Zainul Hoiri[1], Junianto Fitriyadi[2]
Program Studi Profesi Ners, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas dr. Soebandi
Email : info@uds.ac.id
*Korespondensi Penulis: zainulacloud@gmail.com

Received: ***Accepted:*** ***Published:***

Abstrak

Latar Belakang: Di era digital, persaingan rumah sakit tidak hanya ditentukan oleh kualitas medis, tetapi juga oleh *brand image* dan *electronic word of mouth* (E-WOM). Ruang Adenium RSD dr. Soebandi Jember dengan kapasitas 23 tempat tidur memiliki potensi untuk meningkatkan minat kunjungan ulang pasien melalui penguatan *brand image* dan pengelolaan E-WOM. **Tujuan:** Menganalisis penerapan *brand image* dan E-WOM terhadap peningkatan minat kunjungan ulang pasien di Ruang Adenium RSD dr. Soebandi Jember. **Metode:** Karya Ilmiah Akhir ini menggunakan rancangan studi kasus (*case report*) dengan pendekatan deskriptif. Populasi seluruh pasien rawat inap dan keluarga di Ruang Adenium pada 13–15 Juni 2026. Teknik *total sampling*, diperoleh 32 responden (21 pasien + 11 keluarga). Instrumen kuesioner 20 item skala Likert. Analisis data deskriptif (distribusi frekuensi). **Hasil:** *Brand image*, E-WOM, dan minat kunjungan ulang berada pada kategori tinggi. Ditemukan 16 responden (50%) tidak pernah membaca ulasan online, 4 responden (12,5%) mengeluh kebersihan toilet, dan 3 responden (9,4%) mengeluh waktu tunggu lama. **Kesimpulan:** Penerapan *brand image* dan E-WOM memiliki hubungan erat dengan minat kunjungan ulang pasien. Sosialisasi langsung oleh perawat efektif meningkatkan pemahaman pasien tentang pentingnya ulasan online. Manajemen RS perlu mengoptimalkan *brand image* dan reputasi digital, serta memperbaiki kebersihan toilet, mengurangi waktu tunggu, dan memberikan pelatihan *service excellence*.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Electronic Word of Mouth*, Minat Kunjungan Ulang, Ruang Adenium