

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN DAN  
DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PASIEN RAWAT INAP  
DI RS PKU MUHAMMADIYAH GAMPING**

**Lidya Daniati<sup>1</sup>, Susanto<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*Program Studi Manajemen Rumah Sakit*

<sup>2</sup>*Dosen Program Studi Manajemen Rumah Sakit  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*

**INTISARI**

**Latar Belakang:** Rumah Sakit dapat bertahan dalam bidang industri kesehatan, salah satunya dengan memiliki citra merek yang kuat dan bersifat membedakan. Adanya kemauan mempercayai merek dengan segala resikonya dan harapan yang memberikan hasil positif bagi konsumen, untuk terbentuk dan terpelihara kepercayaan yang berdampak memperoleh loyalitas dalam pasar saat ini.

**Metode:** Penelitian ini adalah kuantitatif observasional pada studi analitik *cross-sectional*. Jumlah sampel sebanyak 150 pasien rawat inap. **Hasil dan**

**Pembahasan:** Hasil analisis SEM yaitu citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan loyalitas dengan nilai  $p= 0.000 < 0.05$  dan  $p= 0.033 < 0.05$ , sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas (nilai  $p= 0.279 > 0.05$ ) pada pasien rawat inap di RS PKU Muhammadiyah Gamping.

**Kesimpulan dan Saran:** Kepercayaan tidak dapat secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas tanpa adanya citra merek Rumah Sakit yang dinilai positif oleh pasien.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kepercayaan, Loyalitas

**THE EFFECT OF BRAND IMAGES ON TRUST AND  
THE IMPACT ON LOYALTY OF HOSPITAL PATIENTS  
IN PKU MUHAMMADIYAH GAMPING HOSPITAL**

**Lidya Daniati<sup>1</sup>, Susanto<sup>2</sup>**

*<sup>1</sup>Hospital Management of Study Program*

*<sup>2</sup>Lecturer of Hospital Management of Study Program  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*

**ABSTRACT**

**Background:** Hospitals can survive in the health industry, one of which has a strong and distinguishing brand image. There is a willingness to trust the brand with all the risks and expectations that provide positive results for consumers, to form and maintain trust that has an impact on gaining loyalty in the market today.

**Methods:** This study is an observational quantitative study in cross-sectional analytic studies. The number of samples was 150 inpatients.

**Results and Discussion:** The results of SEM analysis, brand image has a positive and significant effect on trust and loyalty with  $p = 0.000 < 0.05$  and  $p = 0.033 < 0.05$ , while trust does not affect loyalty ( $p \text{ value} = 0.279 > 0.05$ ) in hospitalized patients at PKU Muhammadiyah Gamping Hospital.

**Conclusions and Suggestions:** Trust cannot directly influence loyalty without the hospital brand image that is considered positive by the patient.

**Keywords:** Brand Image, Trust, Loyalty