

Hubungan Brand Image Terhadap Kepuasan Pasien Di Ruang Rawat Inap Hospital Nacional Guido Valadares (HNGV) Timor ‐ Leste Tahun 2024

Sousa, Dinis das Neves Soares de

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=137844&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan citra merek, terhadap kepuasan pasien di bagian rawat inap Rumah Sakit Nacional Guido Valadares (HNGV) di Timor-Leste. Penelitian ini menggunakan desain penelitian cross-sectional dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian diambil secara acak dari total 100 pasien rawat inap (sample random sampling). Variabel independen yang diteliti meliputi empat aspek citra merek: identitas perusahaan, lingkungan fisik, karyawan dan layanan yang diberikan. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner pada bulan februari ‐ april 2024. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi logistik untuk menilai dampak setiap aspek citra merek terhadap kepuasan pasien. Hasil analisis multivariat menunjukkan bahwa hanya aspek lingkungan fisik yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, dengan nilai P sebesar 0,046, customized odds ratio (AOR) sebesar 2,332, dan interval kepercayaan 95% (CI95%). Variabel lain seperti identitas perusahaan, karyawan, dan pelayanan yang diberikan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien dengan nilai P masing-masing sebesar 0,391, 0,120, dan 0,450. Penelitian ini menyimpulkan bahwa lingkungan fisik rumah sakit mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien, sedangkan aspek lainnya tidak. Hasil ini memberikan rekomendasi agar manajemen rumah sakit sebaiknya fokus pada peningkatan fasilitas fisik untuk memperkuat citra merek dan meningkatkan kepuasan pasien. Strategi untuk meningkatkan citra merek harus mencakup perbaikan lingkungan fisik untuk menciptakan pengalaman pasien yang lebih baik dan memuaskan.

The aim of this research is to analyze the relationship between brand image and patient satisfaction in the inpatient department of the Guido Valadares National Hospital (HNGV) in Timor-Leste. This research uses a cross-sectional research design with a quantitative approach. The research sample was taken randomly from a total of 100 inpatients (Sample random sampling). The independent variables studied include four aspects of brand image: corporate identity, physical environment, contact personelles and services offering. Data was collected using a questionnaire during februari ‐ april 2024. Data analysis was carried out using logistic regression to assess the impact of each aspect of brand image on patient satisfaction. The results of the multivariate analysis showed that only aspects of the physical environment had a significant influence on patient satisfaction, with a P value of 0.046, a customized odds ratio (AOR) of 2.332, and a 95% confidence interval (CI95%). Other variables such as company identity, employees, and services provided do not have a significant influence on patient satisfaction with P values of 0.391, 0.120, and 0.450 respectively. This research concludes that the physical environment of the hospital has a significant influence on patient satisfaction, while other aspects do not. These results provide recommendations that hospital management should focus on improving physical facilities to strengthen brand image and increase patient satisfaction. Strategies to improve brand image should include improving the physical environment to create a better and more satisfying patient experience.