

Abstrak

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
PROGRAM STUDI S1 KEPERAWATAN  
FAKULTAS ILMU KESEHATAN

Skripsi, Juli 2017  
Devi Mega Lupita

Hubungan *Brand Association* Dengan Loyalitas Pasien Di Klinik dr. M. Suherman  
Jember, 2017

xvi + 55 hal + 12 tabel + 1 bagan + 14 lampiran

#### ABSTRAK

Asosiasi merek (*brand association*) adalah segala kesan yang muncul di benak seseorang yang terkait dengan ingatannya mengenai suatu merek. Kesan-kesan yang timbul di benak pasien akibat berbagai macam hal seperti komunikasi pemasaran suatu jasa layanan klinik, pengalaman orang lain maupun diri sendiri dalam merasakan jasa layanan kesehatan di klinik tersebut. Loyalitas merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. **Tujuan Penelitian:** Mengidentifikasi hubungan *Brand Association* terhadap loyalitas pasien di Klinik dr. M. Suherman Jember. **Metode:** Desain penelitian yang digunakan adalah korelasi dengan pendekatan *cross sectional*. Analisa data menggunakan uji *spearman rho*. Populasi pada penelitian ini seluruh pasien rawat jalan non BPJS di klinik dr. M. Suherman 3 bulan terakhir yang berjumlah 544 pasien. **Hasil:** diketahui dari 2 responden yang menyatakan *brand association* tidak baik ternyata 2.4% dikatakan loyalitas rendah, dari 21 responden yang menyatakan *brand association* baik ternyata 25.0% dikatakan loyalitas sedang dan dari 39 responden yang menyatakan sangat baik ternyata 46.4% dikatakan loyalitas tinggi. Hal ini didukung hasil uji statistik yang menunjukkan terdapat hubungan antara *brand association* dengan loyalitas pasien di klinik dr. M. suherman ( $p\text{-value} = 0.000$ ;  $\alpha = 0.01$ ;  $r = 0.519$ ). **Kesimpulan:** Brand Association mempunyai keeratan hubungan dengan loyalitas pasien di klinik dr. M. Suherman dengan korelasi sedang. **Saran:** Mempertahankan brand association yang sudah baik dan mencoba inovasi lain yang dapat merubah persepsi kurang baik dan cukup baik tentang klinik menjadi baik sehingga loyalitas pasien juga akan berubah semakin tinggi.

Kata kunci: Brand Association, Loyalitas Pasien  
Daftar Pustaka 27 (2007-2016)

*Abstract*

*UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH JEMBER  
S1 STUDY NURSING PROGRAM  
FACULTY OF HEALTH*

*Skripsi, July 2017  
Devi Mega Lupita*

*Brand Association With the loyalty relationship Patients at the clinic of dr. M. Suherman Jember, 2017*

*xvi + 55 pages + 12 table + 1 chart + 14 attachment*

*Abstract*

*The Association of the brand (brand association) is any impression that comes to mind someone related to her memory about a brand. The effects arising in the minds of patients due to a variety of things such as a marketing communications services clinic, the experience of others as well as yourself in the health service is in the feel of the clinic. Loyalty is the manifestation and continuation of consumer satisfaction in using the facilities or services provided by the company, as well as to remain a consumer of the company. **Research objectives:** Identify the relationship of Brand Association against the loyalty of patients at the clinic of dr. M. Suherman Jember. **Method:** the Research Design used is correlation with cross sectional approach. Analysis of test data using the spearman rho. The population in this research the whole of the outpatient clinic at the BPJS non dr. M. Suherman last 3 months which totaled 544 patients. **Results:** known from the 2 respondents who stated the brand association is not good it turns out 2.4% are said to be low, the loyalty of the 21 respondents stating brand association nicely turned out 25.0% loyalty and are said to be of 39 respondents who expressed very well turned out 46.4% said high loyalty. It is supported the results of the statistical tests showed there was a connection between the brand association with the loyalty of a patient at the clinic of Dr. m. suherman ( $p$ -value = 0000;  $\alpha$  = 0.01;  $r$  = 0519). **Conclusion:** Brand Association had keeratan loyalty relationship with patients at the clinic of dr. M. Suherman with correlation. **Suggestion:** Retain brand association that is already good and try other innovations that can change the perception of good and less good enough about the clinic into a well so the loyalty of the patient will also change the higher.*

*Keywords: Brand Association, Patient loyalty*

*Bibliography 27 (2007-2016)*