

## DAFTAR PUSTAKA

- Abedini, G. A. and E. (2017). Prioritizing of marketing mix elements effects on patients' tendency to the hospital using analytic hierarchy process. *International Journal of Healthcare Management*.
- Ahmad, A. M. K., Al-Qarni, A. A., Alsharqi, O. Z., Qalai, D. A., & Kadi, N. (2013). The Impact of Marketing Mix Strategy on Hospitals Performance Measured by Patient Satisfaction: An Empirical Investigation on Jeddah Private Sector Hospital Senior Managers Perspective. *International Journal of Marketing Studies*, 5(6), 210–227. <https://doi.org/10.5539/ijms.v5n6p210>
- Ain, N., & Ratnasari, R. tri. (2015). *Pengaruh citra merek melalui sikap konsumen terhadap niat beli ulang pada produk busana muslim zoya disurabaya*. *JESTT Universitas Airlangga*, 2(7), 553–569.
- Alfani. (2023). Bauran pemasaran jasa (7P) terhadap keputusan pasien dalam memilih layanan di Rumah Sakit: Literature review. *Holistik Jurnal Kesehatan*, 17(1), 1–8. <https://doi.org/10.33024/hjk.v17i1.8870>
- Arimbawa, I. G. S., & Ekawati, N. W. (2017). MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia ABSTRAK Kesadaran terhadap lingkungan sudah menjadi isu yang sangat penting di era globalisasi ini , sumbangan pencemaran lingkungan ini disebabkan ole. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(5), 2582–2608.
- Astuti, N. (2016). *Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Merek pada Konsumen Mobil PT. Honda Semoga Jaya Samarinda*. *E-Jurnal Psikologi Fisip Universitas Mulawarman*, 4(3), 439–448.
- Aysola, J., Xu, C., Huo, H., & Werner, R. M. (2020). The Relationships Between Patient Experience and Quality and Utilization of Primary Care Services. *Journal of Patient Experience*, 7(6), 1678–1684. <https://doi.org/10.1177/2374373520924190>
- Ayu, R. S., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG DIMODERASI KUALITAS PELAYANAN (Studi pada Pelanggan CV. *RSVP Group di Kota Malang*). *Jurnal Economina*, 2(4), 919–933. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i4.457>
- & Rahmawati, T. H. (2018). *Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand*



- Image Wardah Kosmetik dengan Pedekatan Mixed Method. *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(2), 197–208. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.483>
- Bitner, Z. (2003). *Reassessment Of Expectations As A Comparison Standar In Measuring Service Quality: Implication For Futher Reseachr. Journal Of Marketing. January (58) 111-124.*
- Budiarsi, S. Y., Erwita, M. A., & Siregar, J. N. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness, Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Pada J&T Express Di Surabaya. Majalah Ekonomi, 26(2), 54-66.*
- Cadel, L., Marcinow, M., Singh, H., & Kuluski, K. (2022). The use of patient experience data for quality improvement in hospitals: A scoping review. *Patient Experience Journal, 9(1), 174–188.* <https://doi.org/10.35680/2372-0247.1656>
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi, 2(2).* <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>.
- Devy Nurbayty, Ramlan, & Usman. (2022). Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Memilih Layanan Kesehatan Pada Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Umum 'Aisyiyah St. Khadijah Kabupaten Pinrang. *Jurnal Ilmiah Manusia Dan Kesehatan, 5(1), 511–520.* <https://doi.org/10.31850/makes.v5i1.750>
- Dewi, I. G. A. P. R. P., & Ekawati, N. W. (2019). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(5), 2722.* <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p05>
- Dwi Ridha Tama, Hasyim, M. R. H. (2024). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Pelayanan Kesehatan Di Instalasi Rawat Inap Rsup Dr Sitanala Tangerang. 9(1).*
- Ernawaty, S. and. (2010). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan. Yogyakarta: Andi.*
- Fantri, Pamungkas, D. (2016). Pengalaman Pasien Dirawat Inap di Rumah Sakit sebagai Upaya Penyusunan Strategi Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Manajemen, 14(1), 109–119.* <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.1.12>
- kk. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Pelayanan Kesehatan RSD Kolondjani Bangko di Era Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). *Jurnal*



*Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 5(2).  
<https://doi.org/10.7454/arsi.v5i2.3173>

Fitriana, N. (2022). the Moderating Effect of Intellectual Capital on the Relationship Between Profitability, Economic Value Added, and Stock Return. *Journal of Accounting, Entrepreneurship and Financial Technology (Jaef)*, 4(1), 67–86.  
<https://doi.org/10.37715/jaef.v4i1.2957>

Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40–57. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3627548>

Hurriyati. (2020). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung, Penerbit Alfabeta.

Indraswati, D., Haeruddin, & Asrina, A. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelayanan dan Minat Berkunjung Kembali Pasien Umum Di Rawat Jalan RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2022. *Journal of Muslim Community Health (JMCH) 2023*, 4(3), 211–221.  
<https://doi.org/10.52103/jmch.v4i3.1154>JournalHomepage:<https://pasca-umi.ac.id/index.php/jmch>

Jayuli, M., Ruswanti, E., & Purwati, W. D. (2021). Faktor Yang Meningkatkan Loyalitas Pasien Di Rumah Sakit Khusus Bedah Halimun Jakarta Selatan. *Journal of Hospital Management ISSN (Print)*, 4(2), 2615–8337.  
[https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23256-11\\_2277.pdf](https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23256-11_2277.pdf)

Junaidi, M. A. (2020). Marketing Mix Vs Loyalitas Pasien: Literature Review. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 6(2).  
<https://doi.org/10.7454/arsi.v6i2.2862>

Karmita, Arman, & Alwi, K. M. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pasien Rawat Inap untuk Memanfaatkan Pelayanan Kesehatan di RS Dr. Tadjuddin Chalid Makassar Tahun 2021. *Journal of Muslim Community Health*, 2(2), 40–57.

&. (2012). *Manajemen Pemasaran (Keduabelas)*. Jakarta : Erlangga.

, & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing, Edisi Ketujuh*. Jakarta:

?, Follen, M., Huang, C.-C., & Cathey, A. (2020). Using Laddering



- Interviews and Hierarchical Value Mapping to Gain Insights Into Improving Patient Experience in the Hospital: A Systematic Literature Review. *Journal of Patient Experience*, 7(6), 1740–1747. <https://doi.org/10.1177/2374373520942425>
- Lia, N., Rahmadani, S., & Rosmanely, S. (2022). Hubungan Brand Image dengan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan Unit Rawat Inap Rumah Sakit Anugrah Pangkajene. *Kampurui Jurnal Kesehatan Masyarakat (The Journal of Public Health)*, 4(2), 96–104. <https://doi.org/10.55340/kjkm.v4i2.832>
- Ma'arifa, Y. (2019). Analisis Penilaian Kinerja Rumah Sakit Dengan Menggunakan Metode Balanced Scorecard Dala Rangka Meningkatkan Kinerja Rumah Sakit Umum Daerah Jendral Ahmad Yani Kota Metro Lampung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1(1), 1689–1699. <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/simplex/article/view/348>
- Maghfiroh, L. (2017). Pengaruh Brand Image, Customer Perceived Value, Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pasien. *Journal of Materials Processing Technology*, 1(1), 1–8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.pwtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252><http://dx.doi.org/10.1016/j.pwtec.2016.12.055>
- Meng, S.-M., Liang, G.-S., & Yang, S.-H. (2011). *The relationships of cruise image, perceived value, satisfaction, and post-purchase behavioral intention on Taiwanese tourists. African Journal of Business Management*, 5(1), 19– 29.
- Mokoagow, S. M., Samsualam, & Haeruddin. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Jalan. *Journal Of Muslim Community Health (JMCH)*, 4(1), 165–180.
- Moksaoka, I. M. W., & Rahyuda, I. K. (2016). *Peran Brand Image dalam Memediasi Country of Origin terhadap Purchase Intention. E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1690–1716.
- Had Ayyub Amin, Anwar, & Haeruddin. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Kembali Pasien Non Asuransi Di Poli Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Daya Kota Makassar. *Jurnal Mitrasedhat*, 1(1), 479–488. <https://doi.org/10.51171/jms.v8i2.207>



- Muhith, A., Saputra, M. H., & N. (2013). *Bauran Pemasaran Dengan Bed Occupancy Ratio (BOR) (Marketing Mix by Bed Occupancy Ratio (BOR)). Jurnal Ners.*
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Media Sains Indonesia.*
- Nikbin, D., Ismail, I., Marimuthu, M., & Abu-Jarad, I. Y. (2011). *The impact of firm reputation on customers' responses to service failure: The role of failure attributions. Business Strategy Series, 12(1), 19–29.*
- Pandiangan, S. M. T., Resmawa, I. N., Simanjuntak, O. D. P., Sitompul, P. N., & Jefri, R. (2021). Effect of e-satisfaction on repurchase intention in Shopee user S\students. *Budapest Internation Research and Critics Institute-Journal, 4(4), 7785–7791.* <https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.2697>
- Paradilla, M., Miftahul Janna, N., Rumah Sakit, A., & Ilmu Kesehatan, F. (2023). Pengaruh Marketing Mix dan Patient Experience Melalui Kepuasan Terhadap Loyalitas Pasien Umum di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Stella Maris Makassar Tahun 2022. *Media Cetak, 2(4), 811–823.* <https://doi.org/10.55123/insologi.v2i4.2503>
- Pechyam, C., & Jaroenwanit, P. (2014). *The Factors Affecting Green Brand Equity of Electronic Products in Thailand. The Macrotheme Review, 3(9), 1– 12.*
- Pinandita, S. F., & Sulistiadi, W. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Kunjungan Pasien ke Rumah Sakit: Narative Review. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia, 7(10), 18605–18612.* <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i10.13357>
- Pitaloka, I. W., & Gumanti, T. A. (2019). The effects of brand equity on repurchase intention: The role of brand relationship quality in Muslim Wear Brand Surabaya-Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research, 8(1), 196–199.*
- Prabowo, H., Astuti, W., & Respati, H. (2020). Effect of Service Quality and Brand Image on Repurchase Intention through Word of Mouth at Budget Hotels Airy ms. *Open Journal of Business and Management, 08(01), 194–207.* <https://doi.org/10.4236/ojbm.2020.81012>
- ingsih, A. S., Suyadi, I., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Customer erience Terhadap Repurchase Intention (Niat Membeli Ulang) (Survei



Pada Konsumen Kfc Di Lingkungan Warga Rw 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 16(1)*, 1–8. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/669>

Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136–147. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p136-147>

Putu, A. (2017). *PERAN CUSTOMER SATISFACTION MEMEDIASI PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP REPURCHASE INTENTION Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Air sangatlah penting bagi seluruh mahluk hidup . Kebutuhan akan air terus meningkat , namun ting.* 6(3), 1398–1424.

Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi ...*, 4(3), 1651–1667. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1004%0Ahttps://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/download/1004/766>

Ratnaningtyas, T. O., Listiana, I., Purnama, A., Rahsa Puji, L. K., & Afifah, N. H. (2023). Analisis Persepsi tentang Komunikasi Pemasaran dan Brand Image dengan Keputusan Pemanfaatan Kembali pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Kota Tangerang Selatan. *Edu Dharma Journal: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 153. <https://doi.org/10.52031/edj.v7i2.650>

Ravangard, R. (2020). *Ravangard2020\_Article\_HowMarketingMix7PsAffectThePat.pdf*.

Sarwono, A. E., & Handayani, A. (2021). Metode Kuantitatif. In *Metode Kuantitatif* (Issue 1940310019).

Shahroudi, K., & Naimi, S. S. (2014). *The Impact of Brand Image on Customer Satisfaction and Loyalty Intention (Case Study: Consumer of Hygiene Products)*. *International Journal of Engineering Innovation & Research*, 3(1), 51.



M., & Chalidyanto, D. (2021). The Effect of Service Quality on Loyalty through Patient Satisfaction in Outpatient of Hospital X, Malang. *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit)*, 10(2), 148–157.

<https://doi.org/10.18196/jmmr.v10i2.10239>

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Suhaily, L., & Soelasih, Y. (2017). What Effects Repurchase Intention of Online Shopping. *International Business Research*, 10(12), 113. <https://doi.org/10.5539/ibr.v10n12p113>
- Supradita, C. F., Darpito, S. H., & Laksana, D. H. (2020). Brand Image As a Mediation of Electronic Word of Mouth on Purchasing Intention of Laneige. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 180–193. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v5i2.3270>
- Syukriansyah, A., & Kesumahati, E. (2024). Pengaruh Marketing Mix terhadap Re-Visit Intention Melalui Patient Satisfaction pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Di Kota Batam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(1), 276. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1596>
- Taher, R. I. K. W., Alhadar, F. M., & Hidayati, I. (2022). Pengaruh Service Quality terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction pada Q-Life Klinik Surabaya. *E-QIEN: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 772–783.
- Untari, A. (2021). Pengaruh Citra Rumah Sakit, Nilai Persepsian dan Kelekatan Merek Secara Emosional Pada Perilaku Memilih Rumah Sakit. *Repostory Universitas Tidar, September*, 268–277.
- Wiwekananda, I. B., Putra, I. B. U., & Indiani, N. L. P. (2024). Trust Sebagai Pemediasi Pengaruh Service Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna E-Marketplace di Provinsi Bali. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 23(1), 80–100. <https://doi.org/10.22225/we.23.1.2024.80-100>
- Yana, R. D., Suharyono, & Abdillah, Y. (2015). *Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen Produk Busana Muslim Dian Pelangi Di Malaysia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1), 1–7.
- Yanuarti, R., Wulandari, F., Oktavidiati, E., Pratiwi, B. A., & Oktarianita, O. (2022). Persepsi Klien tentang Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pemilihan anan Poliklinik. *Surya Medika: Jurnal Ilmiah Ilmu Keperawatan Dan Ilmu shatan Masyarakat*, 17(2), 106–114. [s://doi.org/10.32504/sm.v17i2.644](https://doi.org/10.32504/sm.v17i2.644)

