

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, N., & Hosna, A. E. (2019). Faktor – Faktor Yang Berhubungan Dengan Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Oleh Peserta BPJS di Instalasi Rawat Jalan RSUD Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Jurnal Kesehatan Saintika Meditory, Volume 1 Nomor 2*, 136–143.
- Abdullah, A., & Palinggi, Y. (2024). Perbandingan Pengaruh Brand Image Dan Brand Equity Antara Rumah Sakit Islam Faisal Dan Rumah Sakit Stella Maris Terhadap Pemanfaatan Pelayanan Pada Instalasi Rawat Jalan. *Jurnal Kesehatan Lentera Acitya*, 11(1).
- Alrianti, A. R., & Iliyas, Y. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dalam Upaya Mendukung Strategi Pemasaran Rumah Sakit : Literature Review. *The Indonesian Journal of Health Promotion MPPKI Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia*, 5(5). <https://doi.org/10.31934/mppki.v2i3>
- Anik Suhartini, C. A., & Pertiwi, I. F. P. (2021). The Effect of Corporate Social Responsibility on Consumer Purchase Decisions with Corporate Image and Brand Image as Intervening. *Journal of Business and Management Review*, 2(5), 336–348. <https://doi.org/10.47153/jbmr25.1392021>
- Antoro, B. (2024). Analisis Penerapan Formula Slovin dalam Penelitian Ilmiah : Kelebihan, Kelemahan, dan Kesalahan dalam Perspektif Statistik. *Jurnal Multidisiplin Sosial Humaniora*, 1(2), 53–63. <https://jurnal.ananpublisher.com/index.php/jmsh>
- Asriani, I., & Majid, M. (2019). The Effect of Brand Equity on the Decision of Utilizing Mother and Children's Hospital Service Ananda Trifa City of Parepare. In *Januari* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.umpar.ac.id/index.php/makes>
- Berry, L. L. (2000). Cultivating service brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28, 128–137.
- Dinas Kesehatan. (2025, February 13). *Jumlah Rumah Sakit Berdasarkan Jenisnya di Kota Mojokerto*. <Http://Data.Mojokertokota.Go.Id>.
- Elrod, J. K., & Fortenberry, J. L. (2020). Integrated marketing communications: a strategic priority in health and medicine. In *BMC Health Services Research* (Vol. 20). BioMed Central Ltd. <https://doi.org/10.1186/s12913-020-05606-7>
- Ernawaty, E., Wardhani, K., Supriyanto, S., Putri, N. K., & Husniyawati, Y.R. (2020). Brand Equity Analysis to Increase Health Care Utilization. *Journal of Public Health Research*, 9, 133–136. <https://doi.org/10.4081/jphr.2020.1281>

- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. SAGE Publications.
- Górska-Warsewicz, H. (2022). Consumer or Patient Determinants of Hospital Brand Equity—A Systematic Literature Review. In *International Journal of Environmental Research and Public Health* (Vol. 19, Issue 15). MDPI. <https://doi.org/10.3390/ijerph19159026>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *The McGraw-Hill Series Economics* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hastuti, R. (2018). *Hubungan Persepsi Pasien Tentang Komunikasi Pemasaran Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Pelayanan Rawat Jalan Di Rumah Sakit Santa Clara Madiun Tahun 2018*.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Hoyle, R. H. (2000). Confirmatory Factor Analysis. *Handbook of Applied Multivariate Statistics and Mathematical Modeling*, 465–497.
- Ikrima, N. (2022). Integrated Marketing Communication Strategy in Creating Brand Equity of Sultan Agung Islamic Hospital as Sharia Hospital. *Nusantara Science and Technology Proceedings*, 31–46. <https://doi.org/10.11594/nstp.2022.2205>
- Indah, A. N., Suhadi, & Fithria. (2023). Analisis Faktor Penyebab Penurunan Jumlah Kunjungan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Dr. R. Ismoyo Kendari. *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Kesehatan*, 3, 174–181. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/jakk->
- Iqbal, M. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Pasien Terhadap Keputusan Memilih Rumah Sakit Bireuen Medical Center Sebagai Tempat Rawat Inap. *Jurnal Kebangsaan*, 8(16), 35–45.
- Johnson, J. K. ., & Sollecito, W. A. . (2020). *McLaughlin and Kaluzny's continuous quality improvement in health care* (5th ed.). Jones & Bartlett Learning.
- Kartajaya, H. (2006). *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global* (Taufik & H. Anwar, Eds.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Khaidir, A. F., Mukhlis, H., Nasya, Z., Muhammad, I. I., Muhammad, D., Miftahul, C., & Mia, L. W. (2024). Analisis Komparatif antara Probability dan Nonprobability dalam Penelitian Pemasaran. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah*, 1(3), 108–120. <https://doi.org/10.61132/jpaes.v1i3.248>
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.

- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2018). *Analisis Regresi : Dasar dan Penerapannya dengan R* (2nd ed.). Prenadamedia Group.
- Kusumaningrum, A. (2019). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Minat Memanfaatkan Kembali Layanan Kesehatan Di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Paru Dungus Madiun Tahun 2019*.
- Maqrifah. (2018). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan Layanan Kesehatan Pada Instalasi Rawat Jalan Dan Rawat Inap RSIA Sitti Khadijah Muhammadiyah Makassar Tahun 2017*.
- Mar'atush, S. S., Yoga, A. N., Saphira, E. E., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*, 2(2), 102.
- Maulana, A., & Ayuningtyas, D. (2023). The Influence of Hospital Brand Image on Patient's Decision to Choose Hospital: Literatute Review. *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 9(3), 80–85. <https://doi.org/10.7454/arsi.v9i3.7284>
- Mayasari, I., Wijanarko, A., Risza, H., Kurniaty, D., Apriyana, N., Wiadi, I., & Chadijah. (2020). *Branding : Konsep dan Studi Merek Lokal*. Universitas Paramadina.
- Morissan. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Muin, A., Menap, M., & Setiawan, S. (2024). The Impact of Hospital Image on Patient Loyalty: A Study on Private Islamic Hospitals in Mataram City West Nusa Tenggara. *Bioscientist : Jurnal Ilmiah Biologi*, 12(2), 2159. <https://doi.org/10.33394/bioscientist.v12i2.13298>
- Mukaram, A., Sangen, M., & Rifani, A. (2018). The Effect Of Brand Equity On Purchase Decisions At Banjarmasin Islamic Hospital, Indonesia Services. *European Journal of Economic and Financial Research*, 3(2), 101–116. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2532797>
- Novriwanda, R., & Herman, S. (2024). Determinan Preferensi Konsumen Dalam Memilih Rumah Sakit Syariah. *IMANENSI: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 9(1), 37–46. <https://doi.org/10.34202/imanensi.9.1.2024.37-46>
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Park, S.-J., & Yi, Y. (2022). Assessing moderator effects, main effects, and simple effects without collinearity problems in moderated regression models. *Journal of Business Research*, 145, 905–919.
- Purcarea, V. L. (2019). The impact of marketing strategies in healthcare systems. In *Journal of medicine and life* (Vol. 12, Issue 2, pp. 93–96). NLM (Medline). <https://doi.org/10.25122/jml-2019-1003>

- Qoyyimah, M., & Hartini, S. (2024). Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen dalam Kunjungan Pelayanan Kesehatan. *MAHESA : Malahayati Health Student Journal*, 4(11), 4962–4978. <https://doi.org/10.33024/mahesa.v4i11.15992>
- Samsudi, D., & Sutarni. (2020). Analisis Ekuitas Merek Pada RSIA Brawijaya Kemang Mother And Child Hospital Of Brawijaya Kemang. *Jurnal Network Media*, 3.
- Sandjaja, B., & Heriyanto. (2006). *Panduan Penelitian*. Prestasi Pustaka.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Prenadamedia Group.
- Setyowati, A., Djawoto, & Soekotjo, H. (2020). Effect of Service Marketing Mix on Hospital Selection Mediated With Brand Image on Hospital's Outpatients. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(4), 1207–1214. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P., & Susanto, P. (2020). *Brand Marketing : The Art of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (16th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Tabachnick, B. G. ., & Fidell, L. S. . (2014). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Pearson Education.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset.
- Victoor, A., Delnoij, D. M., Friele, R. D., & Rademakers, J. J. (2012). Determinants of patient choice of healthcare providers: A scoping review. In *BMC Health Services Research* (Vol. 12, Issue 1). <https://doi.org/10.1186/1472-6963-12-272>
- Vinodhini, Y., & Wendell Holmes, -Oliver. (2010). BRAND EQUITY IN HOSPITAL MARKETING. In *Summer Internship Society* (Vol. 2, Issue 1).
- Wahyuni, D., & Rasyid, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Mata Pekanbaru Eye Center (PBEC) Dalam Membangun Brand Awareness. *JOM FISIP*, 6.

Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (M. Pradana, Ed.; 1st ed.). Eureka Media Aksara.

Wiyono, S. P., & Antonio, F. (2024). Importance Performance Map Analysis on Hospital Branding toward Hospital Choice Intention. *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit)*, 13(3), 315–331. <https://doi.org/10.18196/jmmr.v13i3.481>

