ABSTRAKSI

Perkembangan sektor industri termasuk di dalamnya jasa kesehatan tidak terlepas dari tuntutan memperhatikan kualitas pelayanannya guna meraih dan mempertahankan kepercayaan masyarakat. Berbagai upaya telah dilakukan dalam upaya meningkatkan pembangunan kesehatan yang lebih berdaya guna, efisien sehingga dapat menjangkau semua lapisan masyarakat, meningkatkan kualitas sumber daya, membenahi peralatan dan obat-obatan serta memperbaiki penampilan Puskesmas dan unit pelayanan kesehatan lainnya, seperti rumah sakit umum, dan rumah sakit khusus.

Penelitian ini bermaksud memberikan gambaran yang utuh mengenai *trust* dan hubungannya dengan *value* yang diterima oleh konsumen serta loyalitas konsumen dalam sebuah hubungan dengan interaksi yang tinggi (rumah sakit umum). Teknik analisis yang dipergunakan disini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Penentuan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *Nonprobality Sampling* khususnya dengan teknik *accidental sampling* dan *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil analisis, keseluruhan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Kesimpulan yang diperoleh pada Rumah Sakit Surabaya Internasional bahwa *benevolence* dan *competence* mempunyai pengaruh signifikan tarhadap *trust*, *trust* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai pelanggan, nilai pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas, serta *trust* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Kata kunci : *Benevolence*, *Competence*, *Trust*, Nilai Pelanggan, Loyalitas, Rumah Sakit Surabaya Internasional