

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP PEMANFAATAN
RUMAH SAKIT UMUM DAERAH SIDOARJO
LUHUL MAHFUDZ**

Atik Choirul Hidajah, dr., M.Kes.

KKC KK FKM 270 11 Mah p

ABSTRACT

Equity of brand is a relation between customer and brand. In health services equity of brand can be known from level of its utilization. BOR (bed occupational rate) data of ICU and ICCU in Sidoarjo hospital in 2007 – 2009 had not fulfilled standard yet. Purpose of this research is to analyze influence on equity of brand to utilization of ICU and ICCU in Sidoarjo hospital. This research was observational analytic with society of Sidoarjo sub-district as population. Technique of sampling used was simple random sampling. Researcher in choosing sample was by giving same chance to all members of population to be determined as members of sample. Results of this research showed that majority of respondents had medium level of brand awareness to Sidoarjo hospital. Perception of quality in majority of respondents was high. Respondents had low association of brand to Sidoarjo hospital. Respondents had high perception to quality of Sidoarjo hospital. Customers had high loyalty of brand to Sidoarjo hospital. Customers had medium equity of brand to Sidoarjo hospital. Test result of influence on equity of brand showed that there was influence. This was suitable with opinion of Aaker (1999) in Tjiptono (2005) which expressed that level of a brand power will influence utilization. Therefore, this is needed further research about management of brand as possible factor cause influence brand power to utilization of product.

Keywords: Equity of brand, Utilization

ABSTRAK

Ekuitas merek merupakan sebuah relasi antara kastemer dengan merek. Dalam pelayanan kesehatan ekuitas merek dapat diketahui dari tingkat pemanfaatannya. Data (*bed occupational rate*) BOR ruangan ICU dan ICCU di RSUD Sidoarjo pada tahun 2007-2009 belum memenuhi standard. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh ekuitas merek terhadap pemanfaatan ICU dan ICCU di RSUD Sidoarjo. Penelitian ini adalah observasional analitik dengan populasi masyarakat Kecamatan Sidoarjo. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling* peneliti dalam memilih sampel dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk ditetapkan sebagai anggota sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat kesadaran merek yang sedang terhadap RSUD Sidoarjo. Persepsi kualitas mayoritas responden adalah tinggi. Responden memiliki asosiasi merek yang rendah terhadap RSUD Sidoarjo. Responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap kualitas RSUD Sidoarjo. Pelanggan memiliki loyalitas merek yang tinggi terhadap RSUD Sidoarjo. Pelanggan memiliki ekuitas merek yang sedang terhadap RSUD Sidoarjo. Hasil uji pengaruh ekuitas merek menunjukkan ada pengaruh. Hal ini sesuai dengan pendapat Aaker (1999) dalam Tjiptono (2005) yang menyatakan bahwa tingkat kekuatan sebuah merek akan mempengaruhi pemanfaatan. Oleh karena itu dibutuhkan penelitian lebih lanjut tentang manajemen merek sebagai faktor yang mungkin menyebabkan adanya pengaruh kekuatan merek terhadap pemanfaatan produk.

Kata kunci : Ekuitas merek, pemanfaatan.