

## ABSTRAK

Masuknya Indonesia dalam era globalisasi, memacu peningkatan pertumbuhan rumah sakit baru, serta perpindahan orientasi rumah sakit menjadi orientasi profit, mengakibatkan persaingan yang semakin ketat antar rumah sakit di Indonesia. Sehingga rumah sakit harus bertahan dengan mempertahankan ekuitas merek rumah sakit. *Literature review* ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh antara ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan di rumah sakit, serta elemen ekuitas merek yang dominan untuk penerapan di rumah sakit.

*Literature review* ini dilakukan dengan metode *traditional literature review*. Sumber artikel didapatkan dari *database Google Scholar* dan Portal Garuda, dengan rentang tahun dari 2011-2020. Kata kunci ‘pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas’, ‘pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan rumah sakit’, dan ‘ekuitas merek di rumah sakit’. Pengumpulan artikel dilakukan mulai dari tanggal 21 April 2020-23 April 2020. Didapatkan 18 artikel dari 3.385 artikel, yang selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan metode ilustratif. Pengolahan dilakukan dengan menggambarkan variabel dan di analisis untuk mencari adanya pengaruh antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekuitas merek secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu terdapat pengaruh secara tidak langsung melalui kualitas persepsi, kepuasan pelanggan, keputusan pemanfaatan pelayanan dan pemanfaatan kembali sebagai variabel moderator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa asosiasi merek sebagai elemen ekuitas merek yang dominan memperkuat ekuitas merek dalam penerapannya di rumah sakit.

Kesimpulan penelitian yaitu terdapat pengaruh antara ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan di rumah sakit. Asosiasi merek merupakan elemen yang dominan memengaruhi nilai kekuatan ekuitas merek. Saran untuk rumah sakit yaitu meningkatkan ekuitas merek rumah sakit dengan cara peningkatan kualitas pelayanan rumah sakit dan membangun citra yang kuat untuk rumah sakit.

**Kata kunci:** Ekuitas Merek, Loyalitas Pelanggan, Rumah Sakit