



# 2020 PROCEEDING

**NATIONAL CONFERENCES FOR UMMAH  
(NCU)**



**ISBN : 978-624-746-95-6**

# PROCEEDING

**NATIONAL CONFERENCE FOR UMMAH  
(NCU 2020)**

**Diterbitkan Oleh :**



**Desember 2020**



PROCEEDING  
NATIONAL CONFERENCE FOR UMMAH (NCU)

“Penguatan pendidikan, kesehatan, ekonomi dalam sistem informasi”

Diselenggarakan oleh:  
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat  
Universitas nahdlatul ulama surabaya

Diterbitkan oleh:  
Penerbitan UNUSA PRESS  
Gedung LPPM UNUSA, JL. Jemursari No. 51-57 Surabaya 60237

Cetakan ke – 1 Terbitan Tahun 2021  
Katalog dalam Terbitan (KDT)  
Seminar Nasional (2020 Desember: Surabaya)  
Penyunting: Kacung Marijan – Surabaya: LPPM  
Universitas nahdlatul ulama surabaya, 2020

ISBN: 978-623-7846-95-6

Penyuntingan semua tulisan dalam prosiding ini dilakukan oleh Tim Penyunting Seminar Nasional Pendidikan Tahun 2020 dari LPPM Universitas nahdlatul ulama surabaya

Di terbitkan oleh :



Penerbit UNUSA PRESS



Lampiran : Surat Keputusan Rektor Universitas NU Surabaya  
Nomor : 186/UNUSA/Adm-SKX/2020

**PANITIA NATIONAL CONFERENCE FOR UMMAH (NCU)**

**PROCEEDING  
NATIONAL CONFERENCE FOR UMMAH  
(NCU 2020)**

**Penguatan pendidikan, kesehatan, ekonomi dalam sistem informasi**

**Committee & Reviewers**

***Steering committee  
Chief of Editor  
Section of Editor***

- : Prof. Kacung Marijan, MA., Ph.D.
- : Prof. Dr. Ir. Achmad Jazidie, M.Eng.
- : 1. Dr. Ubaidillah Zuhdi
- 2. Rizqi Putri Nourma Budiarti, S.T., M.T.
- 3. Dr. Abdul Muhith, S.Kep.Ns., M.Kes.
- 4. Dwi Handayani., M.Epid .
- 5. Ima Kurniastuti, S.T., M.T.
- 6. Akhwani, S.Pd., M.Pd.
- 7. Difran Nobel Bistara, S.Kep., Ns., M.Kep.
- 8. Abdul Hakim Zakkiy Fasya, S.KM., M.KL.
- 9. Fifi Khoirul Fitriyah, S.Pd., M.Pd.
- 10. Rizki Amalia, S.ST., M.PH.
- 11. Rachma Rizqina Mardhotillah, S.T., M.MT.

***Reviewers***

- : 1. Elly Dwi Masita, S.ST., MPH.
- 2. Hafid Algristian, dr., Sp.KJ.
- 3. Sunanto, S.Pd., M.Pd.
- 4. Fajar Anas Susanto, S.Kom., M.Kom.
- 5. Heni Agustina, S.E., M.Ak.

***Editor :***

**1. Bidang Kesehatan**

- : 1. Elly Dwi Masita, S.ST., MPH.
- 2. Nur Ainiyah., S.Kep.Ns., M.Kep.
- 3. Devyana Dyah Wulandari, S.Si, M.Si.
- 4. Lono Wijayanti, S.Kep.Ns., M.Kep.
- a. D-III Keperawatan : Farida Umamah, S.Kep.Ns., M.Kep.
- b. D-III Kebidanan : Nur Zuwariah, S.ST., M.Kes.
- c. S1 Keperawatan : R. Khairiyatul Afiyah, M.Kep.Ns., S.Kep.Mat.
- d. Profesi Ners : Nety Mawarda Hatmanti, S.Kep.Ns., M.Kep.
- e. S1 Ilmu Kesehatan Masyarakat (IKM) : Mursyidul Ibad, S.KM., M.Kes.
- f. S1 Gizi : Viera Nuriza Pratiwi, S.TP., M.Sc.



- g. D-IV Analisis Kesehatan : Ary Andini, S.T., M.Si.
- 2. Bidang Kedokteran** : Hafid Algristian, dr., Sp.KJ.
- a. S1 Kedokteran : dr. Adyan Donastin SpP.
- 3. Bidang Pendidikan** : Sunanto, S.Pd., M.Pd.
- a. S1 Pendidikan Bahasa Inggris : 1. Tiyas Saputri, S.S., M.Pd.  
2. Mujad Didien Afandi, S.S., M. Pd.
- b. S1 Pendidikan Guru SD : 1. Sri Hartatik, S.Si., M.Pd.  
2. Mohammad Taufiq, S.Si., M.Pd.  
3. Dr. Nafiah, S.Pd.I., M.Pd.
- c. S1 Pendidikan Guru PAUD : 1. Pance Mariati, S.Pd., M.Sn.  
2. Nanang Rokhman Saleh, S.AG., M.TH.I.  
3. Jauharotur Rihlah, S.Pd., M.Pd.
- 4. Bidang Teknik** : Fajar Anas Susanto, S.Kom., M.Kom.
- a. S1 Sistem Informasi : Endang Sulistiyani, S.Kom., M.Kom.
- 5. Bidang Ekonomi** : 1. Heni Agustina, S.E., M.Ak.  
2. Dina Anggraeni Susesti, S.E., M.SA.
- a. S1 Manajemen : 1. Riyan Sisiawan Putra, S.E., M.SM.  
2. Denis Fidita Karya, S.Si., M.M.
- b. S1 Akutansi : Endah Tri Wahyuningtyas, S.E., M.A.
- Pelaksana Tata Usaha : 1. Muhammad Chamdani Sukron  
2. Devaldi Akbar Suryadi  
3. Rr. Fadila Kusumaning Ayu

Ditetapkan di : Surabaya  
Pada tanggal : 28 Oktober 2020

Rektor,  
  
 UNUSA  
 Prof. Dr. Ir. Achmad Jazidie, M.Eng



## **MESSAGE FROM THE RECTOR OF UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA SURABAYA**

*Assalamualaikum wr. wb.*

Dear distinguished speakers, participants, ladies, and gentlemen.

A very good morning to you all on this beautiful morning in Surabaya.

On behalf of Nahdlatul Ulama University of Surabaya, it is my pleasure and privilege to welcome you all to the 2<sup>nd</sup> Surabaya International Health Conference (SIHC) 2019. As a one of the private Universities labeled by Nahdlatul Ulama Organization, UNUSA has opened the boundaries between academics and professionals across the world, to discover critically scientific invention as the precious roots of knowledge for the benefit of humankind.

After the implementation of 1<sup>st</sup> Surabaya International Health Conference (SIHC) 2017 with the theme "Optimizing health care quality through research, clinical treatment and education" two years ago. We were expecting to increase the knowledge and innovations for became alternatives in providing health care services. In addition, the quality of health services especially health careers can be increased and to be professional.

Ladies and gentleman,

We know that health is the foundation for individuals and families to flourish, communities to prosper and nations to thrive. That's why it is a fundamental human right. And primary health care is the foundation of better health. Health care that focuses on promoting health and preventing disease, as well as treating it. Health care that empowers people to become active participants in their own health, instead of passive recipients. Therefore, in this time UNUSA prepare 2<sup>nd</sup> Surabaya International Health Conference (SIHC) 2019 with the theme on "Empowering Community for Health Status Improvement".

Empowering is described as the process by which relatively powerless people work together to increase control over events that determines their lives and health. Furthermore, community empowerment is a process that involves continual shifts in power relations between different individuals and social groups in society. We hope community based empowerment initiatives and enhances individual competence and self- esteem which, in turn, increase perceptions of personal control which has a direct effect on improving health outcomes.



In this opportunity, I wish to very sincerely thanks as well to speakers and experts who have attended this year's conference. Most sincere gratitude is also extended to the organizing committee members in the SIHC 2019 preparation, for their hard works, as well as the entire staff of UNUSA. And finally, I feel honor to welcome all the partners and my fellow colleagues for taking a keen part in this conference. I am sure that you will feel enriched with knowledge after completion of this event. I welcome you all once again to the 2<sup>nd</sup> Surabaya International Health Conference and hope that you all will have a great time ahead.

I hereby declare that the 2<sup>nd</sup> Surabaya International Health Conference 2019 open.

Thanks for your very kind attention.

*Wassalamualakum wr. wb.*



## DAFTAR ISI

	<b>KESEHATAN</b>
Pengaruh Penambahan Santan Pada Susu Kambing Etawa ( <i>Capra Aegagrus Hircus</i> ) Terhadap Kadar Protein Susu (Moch Samsul Arifin, Nur Hamidah, Hana Murni Kartika Sari, Ary Andini)	1 - 5
Uji Sensitivitas <i>Escherichia Coli</i> Yang Diisolasi Dari Air Sumur Galian Dekat Dengan Septic Tank Terhadap Ciprofloxacin (Irda Puspita, Ary Andini, Nila Qurrotul A'yun, Anita Anita, Thomas Sumarsono)	6 - 14
Systematic Literature Review : Bahaya Senyawa Akrilamida Pada Makanan Yang Diolah Dengan Suhu Tinggi (Mellyisa, Devyana Dyah Wulandari, Imastufah, Mochamad Nurul Lail, Yusron Suryonegoro Mushawwir)	15 - 19
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kadar Timbal (Pb) Dalam Darah Secara Fisiologis (Eva Tri Wulandari, Devyana Dyah Wulandari, Nur Lailatul Qodriyah, Wardah Rohmah)	20 - 24
Perbedaan Kadar Trigliserida Pada Wanita Pre-menopause Dan Wanita Menopause Di Desa Labuhan Kecamatan Sepulu Kabupaten Bangkalan (Siti Rosa Lina, Rosa Sastrawati, Gilang Nugraha)	25 - 30
Literature Review: Asupan Energi Dan Protein Dengan Status Gizi Pada Balita (Ananda Putri Fadlillah, Novera Herdianti)	31 - 40
Perbedaan Kadar Glukosa Darah Puasa Pada Fase Folikular Dan Luteal Dan Menstruasi Wanita (Retno Dewi Khoiriyah, Wieke Sri Wulan Andreas Putro Ragil)	41 - 45
Literature Review: Asupan Energi dan Penyakit Infeksi dengan Status Gizi pada Balita (Megaratri Puspitasari, Novera Herdiani)	46 - 51
Literature Review: Peningkatan Berat Badan Pada Akseptor KB Suntik Tiga Bulan (Vina Sari, Wiwik Afridah)	52 - 56





Systematic Literature Review : Penggunaan Lapisan Antibakteri Untuk Menghambat Pertumbuhan Bakteri Pembentuk Biofilm Pada Kateter (Zahrotul Illiyin, Endah Prayekti, Thomas Sumarsono)	57 - 62
Literature Review: Analisis Faktor Risiko Pneumonia pada Balita (Mukhammad Antonio Nuh Vicasco, Dwi Handayani)	63 - 71
Edukasi Gizi Terhadap Tingkat Pengetahuan Dan Asupan Zat Gizi Pada Responden Gangguan Pendengaran : Systematic Review (Rizki Nurmalya Kardina, Dyah Ayu Palupi)	72 - 85
Literature Review: Pola Makan Dan Aktivitas Fisik Pada Obesitas Remaja Indonesia (Vionie Putri Istiqomah Istiqomah, Novera Herdiani)	86 - 91
Hubungan Tingkat Asupan Vitamin C Dan Omega 3 Dengan Gejala Demensia Pada Lansia: Systematic Literature Review (Farah Nuriannisa, Balqis Sirojul Ummah, Viera Nu'riza Pratiwi)	92 - 102
Pengaruh Lama Paparan Pestisida Terhadap Gangguan Hati Pada Petani Di Susun Paritan Desa Sudimoro Kecamatan Mengaluh Kabupaten Jombang (Nesa Emilia Maretha, Andreas Putro Ragil Santoso, S.Si., M.Si, Nur Izzatul Awaliyah, Dra. Wieke Sri Wulan, S.T., Mars., M. Kes)	103 - 109
Literature Riview: Status Gizi Dan Kepatuhan Dalam Mengkonsumsi Tablet Tambah Darah Dengan Kejadian Anemia Pada Ibu Hamil (Wahyu Amalia Puji Lestari Wahyu, Wahyu Amalia Puji Lestari)	110 - 116
Pengaruh Pemberian Air Perasan Bawang Daun ( <i>Allium Fistulosum</i> L.) Terhadap Daya Bunuh Larva Nyamuk <i>Culex</i> Sp. (Mega Silvia Anggraini Sukr, Andreas Putro Ragil Santoso, Alfri Danti Izky Oktavia, Fadlillah Triasmoro Iskandar, Ary Andini)	117 - 122



Pengaruh Jenis Leukosit Dan Jumlah Trombosit Dengan Kejadian Toksoplasmosis Terhadap Pekerja Di Lingkungan Hewan (Dinda Fadllyyah Dzikriana, Rahayu Anggeaini)	123 - 129
Literature Review: Jarak Distribusi Terhadap Sisa Klor Dan Coliform Pada Air PDAM (Andryade Kurniawan, Akas Yekti Pulih Asih, Edza Aria Wikurendra)	130 - 135
Literature Review: Postur Kerja Aktivitas Manual Material Handling Pada Pekerja Industri Berdasarkan Metode Rula	136 - 140
Identifikasi Determinan Earnings Quality Pada Perusahaan Jasa Transportasi Listed Di BEI (Aminatul Ilmiyah, Endah Tri Wahyuningtyas)	141 - 149
Dampak Ukuran Perusahaan, Leverage Terhadap Financial Distress Dan Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019) (Idohatun Nasiroh, Hidayataul Khusnah)	<b>EKONOMI</b> 150 - 156
The Financial Statement Fraud With Analysis Fraud Diamond Theory In Pharmaceutical Sub-Sector Manufacturing Companies Listed On The IDX In 2015-2019 (Windi Arifa Syahadatina, Heni Agustina)	157 - 164
Analisis Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Asing Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2018) (Nur Afifah, Heni Agustina)	165 - 173
Pengaruh Model Delon And Mclean Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Pengguna Aplikasi Ovo Di Surabaya (Denis Fidita Karya, Amilia Nur Indah Saputri)	174 - 187
Pendeteksian Fraudulent Financial Statement Melalui Analisis Fraud Pentagon Theory Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi (Niken Savitri Primasari, Puspa Setia Arum Sari)	188 - 201



Sustainability Reporting Terhadap Nilai Perusahaan: Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 – 2019 (Putri Sholikhah, Hidayatul Khusnah)	202 - 209
Dampak Modal Kerja, Struktur Modal, Struktur Aset, Likuiditas, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia) (Aprillia Zustaka Sari Zustaka, Mohammad Ghofirin, S.Pd., M.Pd. Mohammad Ghofirin)	210 - 217
Literature Review: Implementasi Integrated Marketing Communication (Imc) Dalam Menunjang Pemasaran Rumah Sakit (Ayu Rizki Wachdaniyah, Satriya Wijaya, Abdul Hakim Zakkiy Fasya)	218 - 224
Studi Penerapan Green Accounting dan Pengungkapan Sustainability Reporting Terhadap Profitabilitas (Nada Rosyidah Sari, Endah Tri Wahyuningtyas Endah Tri Wahyuningtyas)	225 - 231
Pengaruh Insider Ownership, Profitabilitas, Size Dan Leverage Terhadap Kebijakan Deviden (Niken Primasari)	232 - 250
Analisa Indeks Harga Saham Regional, Inflasi, Suku Bunga dan Kurs Terhadap ISSI (Niken Savitri Primasari, Khoirun Nisa'atus Sholihah)	251 - 260
Identifikasi Determinan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Konstruksi Listed BEI (Julia Rahayu Sah'idah, Endah Tri Wahyuningtyas, Dina Anggraeni Susesti)	261 - 269
Literature Review: Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Sakit (Dyah Pramesti Ayu Wardhani, Abdul Hakim Zakkiy Fasya, Satriya Wijaya)	270 – 276
The Performance Analysis Of Relization And Budget District Government Area Shopping Sumenep 2014-2018 (Asnanur Faizah Asnanur Faizah, Mohammad Ghofirin)	277 - 291



Pengaruh Ukuran Perusahaan, Growth Opportunity, Profitabilitas dan Financial Distress terhadap Prudence pada Perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI Periode 2014 - 2019 (Niken Savitri Primasari, Ma'rifatul Usbah)	292 - 307
Dampak Intellectual Capital Dan Capital Structure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Ifa Fatimah Cahyani, Endah Tri Wahyuningtyas)	308 - 315
Analisis Cash Holding, Profitabilitas, Value, Size, Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Income Smoothing (Studi Kasus Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018) (Firdha Putri Andini Firdha, Heni Agustina Heni Agustina)	316 - 323
Employee Stock Ownership Program (ESOP), Intellectual Capital Dan Nilai Perusahaan : Efek Mediasi Dari Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019) (Sulistyaningsih, Hidayataul Khusnah)	324 - 331
Rancang Bangun Aplikasi Website Pendaftaran Peserta Didik Baru (Ppdb) Madrasah Ibtidaiyah Nahdlatul Ulama (Minu) Waru Li Dengan Menggunakan Codeigniter (Agus Salim, Rizqi Putri Nourma Budiarti, Firman Yudianto)	<b>TEKNIK</b> 332 - 346
Klasifikasi Penyakit Diabetes Mellitus Dari Citra Kuku Jari Tangan Menggunakan Jaringan Saraf Tiruan (Arvin Ramadhani, Tri Deviasari Wulan, Fajar Annas Susanto)	347 - 353
Studi Kesiapan Penerapan Pembelajaran Daring Di Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknik Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya (M Aidir Rafly, Rizqi Putri Nourma Budiarti, Endang Sulistiyani)	354 - 367
Evaluasi Tingkat Kepuasan Pengguna Website Sipenerang Tahura Raden Soerjo Menggunakan Metode Delone And Mclean (Asyrofil Umam, Fajar Annas Susanto)	368 - 379



Pemrosesan Citra Kuku Jari Tangan Menggunakan Metode Glcm (Grey Level Co-Occurrence Matrix) (Indra Romadhanti, Ima Kurniastuti, Tri Deviasari Wulan)	380 - 389
Evaluasi Kesuksesan Sistem Pendaftaran Online Di Rsi Surabaya Dengan Menggunakan Metode (Delone & Mclean) (Bagus Alferi, Tri Deviasari Wulan, Fajar Annas Susanto)	390 - 404
Rancang Bangun Aplikasi Layanan Kepuasan Pasien Di Puskesmas Sukodadi Lamongan Berbasis Website (M Izzudin Farhans, Fajar Annas Susanto, Endang Sulistiyani)	405 - 419
Rancang Bangun Sistem Pengelolaan Data Siswa Mi Hasyim Asy'ari Berbasis Website (Mohammad Baidhowi Alwi, Tri Deviasari Wulan, Endang Sulistiyani)	420 - 427
Rancang Bangun Instrumen Teknologi Perencanaan Menu Diet Berbasis Website (Maulana Mahdum, Fajar Annas Susanto, Endang Sulistiyani)	428 - 440
Penggunaan Media Powerpoint Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Simbol Sila-Sila Pancasila Siswa Kelas 1 Sekolah Dasar Negeri 3 Sawahan (Endah Endah, Sukron Dzazilan, Maratus Solicha)	<b>PENDIDIKAN</b> 441 - 455
Introvert Students' Performance On Essay Writing (Novi Rahmania)	456 - 460
Peningkatan Hasil Belajar Siswa Menggunakan Media Video Pembelajaran Pada Siswa Kelas VI SD Negeri 4 Sidoluhur Kecamatan Lawang Kabupaten Malang (Desy Sari, Siti M.Amin Ibrahim Muslimin)	461 - 471
Penerapan Strategi 5m Pada Pembelajaran Jarak Jauh Di Kelas Iv Sdn Ngoro 1 Mojokerto (Mitania Ikita Sari, Nafiah Nafiah)	472 - 478
Peningkatan Aktivitas Siswa Melalui Proses Pembelajaran Model Discovery Learning Pada Pembelajaran Tematik Siswa Kelas Iii Al-qolam Sdit Bina Insan Cendekia (Bayu Prasetyo, Muhammad Thamrin Hidayat)	479 - 484



Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran Project Based Learning Pada Kelas Iv Sd Negeri Suro Banyumas (Dinar Tri Wido Mega Suci, Nafiah)	485 - 495
Peningkatan Hasil Belajar Melalui Media Aplikasizoom Meeting Pada Siswa Kelas Iv Sdn Mojoroto 4 Kediri (Cecillia Permatasari, Nafiah)	496 - 507
Peningkatan Hasil Belajar Melalui Penerapan Metode Guided Discovery Learning Pada Siswa Kelas Vi Sd Negeri Kolomayan 01 Blitar (Dedi Churniawan, Nafiah, Siti M. Amin)	508 - 523
Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Menggunakanaplikasi Zoom Pada Siswa Kelas 4 Sd Negeri 1 Cepokomulyo Malang (Danik Triyaswati, Nafiah)	524 - 532
Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Media Video Power Point Pada Pembelajaran Tematik Di Kelas 1 Sdn Duren 01 Madiun (Desi Puguh Widyaningsih, Nafiah)	533 - 541
Penerapan Media Pembelajaran Modern Menggunakan Aplikasi Sway Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Kelas Ii Sdn 1 Semanggi (Junaedah, Nafiah)	542 - 555
Upaya Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran Berbasis Masalah Kelas 5 Di Sdn Dingil I Kec. Jatirogo Kab.tuban (Maya Linda Nur Chasanah, Nafiah)	556 - 569
Peningkatan Keaktifan Siswa Pada Mata Pelajaran Tematik Menggunakan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Two Stay –two Stray Di Kelas V Sdn Deketwetan Lamongan (Nunik Fitriyani, M. Thamrin Hidayat)	570 - 582
Peningkatan Kreativitas Siswa Melalui Metode Project Based Learning Pada Kelas Vi Di Sdn Sugihwaras 06 Madiun (Okny Dwi Wardana, Nafiah)	583 - 594



Peningkatan Minat Literasi Siswa Dalam Pembelajaran Di Sekolah Dasar (Sri Rahayu, Syamsul Ghufron)	595 - 604
Implementasi Metode Hafalan Berbasis Nyanyian Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Di Sekolah Dasar (Ike Marcellia Shofaningtias, Muhammad Sukron Djazilan)	605 - 610
Peningkatan Hasil Belajar Peserta Didik Melalui Media Pembelajaran Power Point Interaktif (Ivang Galuh Purwitasari, Siti M. Amin, Nafiah Nafiah)	611 - 622
Penggunaan Media Powerpoint Interaktif Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Kelas 2 Sdn Losari Jombang (Shinta Trisanti, Nafiah)	623 – 630
Peningkatan Hasil Belajar Melalui Pendekatan Tpack Pada Siswa Kelas V Upt Sd Negeri Jambepawon 02 Blitar (Tayik Novita Wati, Nafiah)	631 - 646
Penggunaan Media Visualisasi Micah Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Kelas V (Ahmad Fauzi, Suharmono Kasiyun)	647 - 654
Penggunaan Media Power Point Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Pada Siswa Sekolah Dasar (Era Budi Waluyo, Syamsul Ghufron)	655 - 662
Penerapan Model Problem Based Learning Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Pembelajaran Materi Sistem Tata Surya (Junaedah Junaedah, Muslimin Ibrahim)	663 - 670
Pengaruh Media Macan Totol Pada Materi Penjumlahan Dan Pengurangan Bilangan Bulat Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas V (Nur Indah Sylvia, Siti Maghfirotun Amin)	671 - 677
Peningkatan Keaktifan Belajar Siswa Model Example Non Example Pada Pembelajaran Tematik Kelas Iv Semester I Sdn 5 Joho Kecamatan Pace Kabupaten Nganjuk (Yenne Kristiana Baskorowati, M. Thamrin Hidayat)	678 - 691



# CERTIFICATE OF APPRECIATION

Proudly presented to:

**Dyah Pramesti Ayu W**

**in gratitude for the outstanding contribution as**

**PRESENTER**

**National Conferences For Ummah (NCU)**

sSurabaya, 19 Desember 2020

---

**Rizki Amalia, SST., M.P.H**  
**Head Of Event**





## **LITERATURE REVIEW: ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI RUMAH SAKIT**

**Dyah Pramesti Ayu Wardhani<sup>1</sup>, Satriya Wijaya<sup>2</sup>, Abdul Hakim Zakkiy Fasya<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Bagian AKK, Prodi S1 Kesehatan Masyarakat

<sup>3</sup>Bagian Kesling, Prodi S1 Kesehatan Masyarakat

Fakultas Kesehatan, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

Email: [dyahpramesti.km16@student.unusa.ac.id](mailto:dyahpramesti.km16@student.unusa.ac.id)

**Abstract:** Indonesia's entry into the era of globalization, the increase of new hospital's growth, and the shift from hospital orientation becomes profit orientation. It causes the emergence of increasingly fierce competition between hospitals in Indonesia. This research aims to identify the availability of the impact between brand equity to customers' loyalty in hospital, and brand equity element which is dominant when in its application in hospital. This research was implemented with traditional literature review method. The article's sources were obtained from Google Scholar and Portal Garuda database in 2011-2020. It was obtained 18 articles of 3.385 articles, then it was implemented data processing illustrative method by describing variable on this research, and then it was analyzed to seek the availability of variable impact. The result of this research showed that brand equity affects the customers' loyalty directly. Although there is an impact indirectly through perception quality, customers' satisfaction, the decision of service utilization and reuse decisions as moderating variables. The result also showed that brand association as a dominant element of brand equity strengthen brand equity in its application in hospital. The conclusion is there was an impact between brand equity whether partially or entirely on customers' loyalty in hospital.

**Keywords:** Brand Equity, Customer Loyalty, Hospital

**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 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'. Didapatkan 18 artikel dari 3.385 artikel, yang selanjutnya dilakukan pengolahan data metode ilustratif dengan menggambarkan variabel dan di analisis untuk mencari adanya pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekuitas merek secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. 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.

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

### **PENDAHULUAN**

Pada saat ini Indonesia telah memasuki era globalisasi, dimana tantangan baru muncul bagi semua sektor industri untuk bersaing, tidak terkecuali pada bidang pelayanan kesehatan (Adisasmito, 2008). Pada era globalisasi terbentuk Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), dimana MEA memberikan dampak

pada peningkatan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Sehingga, berdampak pula pada peningkatan kebutuhan masyarakat akan pelayanan kesehatan yang lebih baik dan prima.

Hal ini mendorong terjadinya pertumbuhan rumah sakit baru yang meningkat dengan pesat untuk memenuhi peningkatan kebutuhan pelanggan (Adisasmito, 2008). Pertumbuhan rumah sakit di Indonesia meningkat dengan jumlah rumah sakit di Indonesia pada tahun 2017 sebanyak 2.776 unit, tahun 2018 sebanyak 2.813 unit, dan pada tahun 2019 sebanyak 2.899 unit (Kementerian Kesehatan RI, 2019). Semakin meningkatnya pertumbuhan rumah sakit, hal ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara rumah sakit baru dan rumah sakit lama untuk tetap mempertahankan eksistensi organisasinya.

Peningkatan jumlah pertumbuhan rumah sakit baru, mengakibatkan rumah sakit berpikir ulang dalam sistem orientasinya dan berpindah ke orientasi profit. Beralihnya rumah sakit ke orientasi profit, menjadikan pertimbangan rumah sakit untuk membangun dan meningkatkan merek (*brand*) mereka, sehingga rumah sakit dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Persaingan tersebut, memaksa rumah sakit untuk berupaya ekstra untuk membangun kesetiaan pelanggan dengan cara membangun merek yang kuat, sehingga memunculkan rasa kesetiaan merek pada pelanggan. Merek (*brand*) diyakini sebagai elemen penting yang menentukan keberhasilan organisasi dalam hal pemasaran baik ditujukan untuk produk barang maupun jasa (Angela & Adisasmito, 2019). Merek yang kuat merupakan aset penting yang wajib dimiliki untuk mendapatkan posisi teratas dalam benak konsumen atau pelanggan (*top of mind*).

Upaya peningkatan merek rumah sakit dapat dilakukan dengan menerapkan strategi pemasaran yaitu strategi ekuitas merek. Ekuitas merek dapat menentukan sudut pandang konsumen terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan produk atau layanan yang diberikan oleh merek, sehingga dengan meningkatnya ekuitas merek maka dapat mengurangi kerentanan konsumen untuk berpindah ke merek yang lain (Laurencia, 2017). Kesetiaan konsumen atau pelanggan pada satu merek yang sama serta melakukan pembelian berulang kali merupakan suatu bentuk dari loyalitas pelanggan (Angela & Adisasmito, 2019). Adanya loyalitas pelanggan, maka dengan otomatis perusahaan mendapatkan keuntungan berlipat. Selain dengan pelanggan melakukan pembelian ulang, perusahaan mendapatkan pemasaran yang dilakukan secara mandiri oleh pelanggan. Pemasaran yang dimaksud adalah pelanggan melakukan advokasi atau pemasaran *mouth to mouth* terhadap orang lain, sehingga mereka tertarik untuk memanfaatkan produk atau jasa yang disarankan.

Berdasarkan penjabaran di atas, ekuitas merek dapat membantu rumah sakit dalam membangun merek (*brand*) untuk menjadikan strategi pemasaran yang kuat guna keberlanjutan perusahaan. Membangun ekuitas merek yang kuat, diharapkan dapat berdampak pada loyalitas pelanggan pada rumah sakit tersebut. Adapun artikel *literature review* ini bertujuan untuk menganalisis adanya pengaruh antara ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan di rumah sakit.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode *traditional literature review*. Pencarian artikel menggunakan *database* Portal Garuda dan *Google Scholar*, dengan menggunakan kata kunci ‘pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas’, ‘pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan rumah sakit’, dan ‘ekuitas merek di rumah sakit’ pada *Google Scholar*. Pengumpulan artikel dilakukan mulai dari tanggal 21 April 2020-23 April 2020. Pada tahap awal pencarian diperoleh 3.385 artikel dari tahun 2011 sampai 2020 dengan menggunakan kata kunci tersebut. *Screening* pertama memilah antara artikel berbayar dan tidak berbayar, didapatkan 1.870 artikel tidak berbayar. *Screening* kedua dengan melakukan review judul dan abstrak yang sesuai dengan topik yang dibahas, didapatkan sebanyak 88 artikel yang sesuai. *Screening* ketiga dilakukan pemilihan artikel dengan meninjau latar belakang, metode, hasil dan pembahasan yang terkait dengan topik yang diambil, didapatkan 18 artikel yang sesuai dan akan dijadikan pembahasan dalam artikel ini.

## **HASIL**

### **Pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan**

Berdasarkan hasil temuan, dari 18 artikel didapatkan 13 artikel yang membahas mengenai pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat 7 artikel yang membahas pengaruh ekuitas merek

terhadap loyalitas secara keseluruhan, sedangkan 6 artikel lainnya membahas pengaruh ekuitas merek secara parsial berdasarkan elemen-elemen ekuitas merek.

Pada artikel hasil temuan terdapat 7 artikel yang membahas mengenai ekuitas merek secara keseluruhan terhadap loyalitas, seperti yang dijelaskan pada Tabel 1, sebagai berikut:

**Tabel 1. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan secara keseluruhan**

Artikel Penelitian	Pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	
	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh
Syukri (2018)	✓	-
Tobing & Ngatindriatun (2019)	✓	-
Hartono & Aprilianti (2017)	✓	-
Sujani & Harjoko (2014)	✓	-
Wardani (2018)	✓	-
Faridha & Farid (2017)	✓	-
Wijayanti (2014)	✓	-

Berdasarkan Tabel 1, dijelaskan bahwa dari ke 7 artikel secara keseluruhan menyatakan adanya pengaruh antara ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan.

Selanjutnya terdapat 6 artikel yang menjelaskan pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas secara parsial tiap elemen, sebagai berikut:

***Elemen kesadaran merek (brand awareness)***

Elemen kesadaran merek berpengaruh kuat dalam pengukuran ekuitas merek untuk memengaruhi loyalitas pelanggan. Seperti pada penelitian Asriani, Usman dan Majid (2019), terdapat pengaruh kesadaran merek terhadap pemanfaatan pelayanan di RSIA Trifa Kota Parepare. Sependapat dengan pernyataan tersebut, penelitian Mukaram, Sangen dan Rifani (2018) menyatakan bahwa kesadaran merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian layanan di RSI Banjarmasin. Hal yang sama terdapat pada penelitian Armadani, Supriyadi dan Ulfah (2018) terdapat hubungan antara kesadaran merek dengan keputusan pemanfaatan klinik laktasi di RSML.

Namun hasil yang berbeda dinyatakan pada penelitian Nugroho dan Rochmah (2013), bahwa kesadaran responden pada merek RSMS termasuk belum cukup baik. Sama halnya pada penelitian Kusumaningrum (2019), menyatakan bahwa kesadaran merek di RS Paru Dungus Madiun dalam kategori rendah. Hal ini disebabkan ketidaktahuan responden bahwa RS Paru Dungus Madiun juga melayani penyakit umum. Hal yang sama terjadi pada penelitian Sumarni (2018), kesadaran merek tidak berpengaruh terhadap minat pemanfaatan kembali RS Ibnu Sina Makassar.

***Elemen asosiasi merek (brand associations)***

Hasil penelitian dengan artikel temuan didapatkan bahwa asosiasi merek berpengaruh kuat dalam pengukuran ekuitas merek. Hal ini dibuktikan pada penelitian Asriani, Usman dan Majid (2019) yang menunjukkan adanya pengaruh asosiasi merek terhadap pemanfaatan pelayanan rawat jalan di RSIA Ananda Trifa. Asosiasi merek yang baik akan membantu dalam memberikan ciri pada suatu merek. Sependapat dengan pernyataan tersebut, penelitian Mukaram, Sangen dan Rifani (2018), menyatakan bahwa asosiasi merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian layanan di RSI Banjarmasin.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sumarni (2018) menjelaskan adanya pengaruh asosiasi merek terhadap minat pemanfaatan kembali RS Ibnu Sina. Sebagaimana pada penelitian Armadani, Supriyadi dan Ulfah (2018) yang menyatakan terdapat hubungan antara asosiasi merek dengan keputusan pemanfaatan klinik laktasi di RSML. Pada penelitian Kusumaningrum (2019), menyatakan bahwa lokasi yang strategis, fasilitas yang baik, dan pelayanan yang baik menjadikan asosiasi merek RS Paru Dungus Madiun masuk dalam kategori tinggi. Hal ini dipertegas dengan penelitian Nugroho dan Rochmah (2013), responden menilai asosiasi merek RSMS baik.

***Elemen persepsi kualitas (perceived quality)***

Elemen persepsi kualitas merupakan elemen yang penting dalam mengukur kekuatan ekuitas merek. Hal ini ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Sumarni (2018), dimana persepsi kualitas berpengaruh terhadap minat pemanfaatan kembali RS Ibnu Sina Makassar. Sependapat dengan

pernyataan tersebut, pada penelitian Armadani, Supriyadi dan Ulfah (2018) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara persepsi kualitas dengan keputusan pemanfaatan klinik laktasi di RSML.

Hasil yang sama terjadi pada penelitian Asriani, Usman dan Majid (2019) yang menyatakan persepsi kualitas RSIA Ananda Trifa masuk dalam kategori tinggi dan pemanfaatan pelayanan kesehatan dengan kategori tinggi. Sehingga, terdapat pengaruh antara persepsi kualitas dengan pemanfaatan pelayanan RSIA Ananda Trifa. Selanjutnya pada penelitian Kusumaningrum (2019), pendapat pasien terhadap persepsi kualitas RS Paru Dungus Madiun masuk dalam kategori tinggi. Hal ini dikarenakan RS Paru Dungus Madiun memberikan pelayanan medis umum dan paru yang baik dan berkualitas. Sebagaimana pada penelitian Nugroho dan Rochmah (2013), reponden memberikan nilai yang baik terhadap persepsi kualitas pada RSMS. Sedangkan pada penelitian Mukaram, Sangen dan Rifani (2018) menyatakan bahwa persepsi kualitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian layanan di RSI Banjarmasin.

**Elemen loyalitas merek (brand loyalty)**

Elemen loyalitas merek yang tinggi, akan memperkuat ekuitas merek dalam memengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan pada penelitian Asriani, Usman dan Majid (2019) yang menunjukkan adanya pengaruh loyalitas merek terhadap pemanfaatan pelayanan rawat jalan di RSIA Ananda Trifa. Sependapat dengan pernyataan tersebut, penelitian Mukaram, Sangen dan Rifani (2018) menjelaskan bahwa loyalitas merek memengaruhi keputusan pembelian layanan di RSI Banjarmasin. Hal ini dipertegas pada penelitian Sumarni (2018), yang mana menyatakan bahwa loyalitas merek berpengaruh terhadap minat pemanfaatan kembali RS Ibnu Sina Makassar.

Hasil yang sama terjadi pada penelitian Kusumaningrum (2019), dimana reponden memersepsikan bahwa loyalitas merek RS Paru Dungus Madiun dalam kategori tinggi. Reponden akan tetap memilih RS Paru Dungus Madiun, dan akan merekomendasikan kepada orang lain, dikarenakan kepuasan reponden pada pelayanan yang diberikan RS Paru Dungus Madiun. Sependapat dengan pernyataan tersebut, penelitian Nugroho dan Rochmah (2013) menilai mengenai loyalitas reponden terhadap RSMS tinggi.

**Elemen ekuitas merek yang dominan**

Berdasarkan hasil temuan artikel, terdapat 5 artikel yang menggambarkan nilai elemen-elemen ekuitas merek serta tingkat kekuatannya. Sehingga, dapat diketahui elemen yang lebih dominan berpengaruh untuk memperkuat ekuitas merek dalam penerapannya di rumah sakit.

**Tabel 2. Artikel Deskriptif dan Elemen Ekuitas Merek yang Dominan**

Artikel	Elemen Ekuitas Merek			
	Kesadaran Merek	Asosiasi Merek	Persepsi Kualitas	Loyalitas Merek
Rusydi, Pasinringi dan Abdullah (2011)	-	-	✓	-
Kartika, Kapalawi dan Pasinringi (2013)	-	-	✓	-
Sari, Sandra dan Utami (2018)	-	-	✓	-
Rimiyati dan Astuti (2012)	-	✓	-	-
Adiputra, Pasinringi dan Anggraeni (2013)	-	✓	-	-

Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa sebanyak 3 artikel menyatakan bahwa persepsi kualitas lebih dominan, sedangkan 2 artikel lainnya menyatakan bahwa asosiasi merek yang lebih dominan. Selanjutnya akan menjelaskan tingkat dominan elemen ekuitas merek saat dikaitkan terhadap loyalitas pelanggan. Untuk membuktikan elemen ekuitas yang lebih dominan, maka dibuktikan dengan penjelasan pada tabel berikut:

**Tabel 3. Artikel Uji Pengaruh dan Elemen Ekuitas Merek yang Dominan**

Artikel	Elemen Ekuitas Merek			
	Kesadaran Merek	Asosiasi Merek	Persepsi Kualitas	Loyalitas Merek
Asriani, Usman dan Majid (2019)	✓	-	-	-
Mukaram, Sangen dan Rifani (2018)	✓	-	-	-

Artikel	Elemen Ekuitas Merek			
	Kesadaran Merek	Asosiasi Merek	Persepsi Kualitas	Loyalitas Merek
Armadani, Supriyadi dan Ulfah (2018)	-	✓	-	-
Nugroho dan Rochmah (2013)	-	✓	-	-
Kusumaningrum (2019)	-	-	-	✓
Sumarni (2018)	-	✓	-	-

Berdasarkan Tabel 2, elemen ekuitas merek yang paling dominan berpengaruh tinggi yaitu elemen asosiasi merek dengan 3 artikel pendukung. Lalu elemen kesadaran merek dengan 2 artikel yang mendukung. Selanjutnya hanya pada artikel Kusumaningrum (2019), loyalitas merek dinilai dominan dari elemen lainnya. Sedangkan untuk persepsi kualitas tidak mendominasi elemen ekuitas saat dikaitkan dengan loyalitas pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kualitas dan asosiasi merek mendominasi elemen ekuitas merek. Sedangkan pada artikel ekuitas merek yang dikaitkan dengan loyalitas pelanggan, asosiasi merek dan kesadaran merek yang mendominasi ekuitas merek.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil yang didapat, menunjukkan bahwa ekuitas merek berpengaruh terhadap loyalitas baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara tidak langsung yang dimaksudkan adalah melalui variabel moderator seperti kualitas persepsi pasien terhadap rumah sakit, kepuasan pelanggan, keputusan pemanfaatan pelayanan, dan pemanfaatan kembali. Hal tersebut mendukung untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di rumah sakit.

Menurut hasil yang didapatkan, dimana secara keseluruhan maupun parsial membuktikan adanya pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan di rumah sakit. Pada hasil penelitian dari 13 artikel uji pengaruh, ditemukan sebanyak 7 artikel secara keseluruhan membuktikan adanya pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan pada 6 artikel lainnya, menjelaskan pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan yang disajikan dengan menjabarkan elemen ekuitas merek. Menurut Tobing dan Ngatindriatun (2019) bila loyalitas pelanggan terhadap suatu merek meningkat, kerentanan pelanggan tersebut dari ancaman dan serangan merek lain dapat dikurangi. Sependapat dengan pernyataan tersebut, pada penelitian Hartono dan Aprilianti (2017) menyatakan bahwa meningkatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan ekuitas merek. Meningkatkan ekuitas merek dilakukan melalui berbagai cara, seperti melalui peningkatan aktivitas yang menunjang ekuitas merek di rumah sakit, melakukan marketing mix, menyediakan pusat informasi. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di rumah sakit.

Menurut pendapat peneliti, ekuitas merek dan loyalitas pelanggan merupakan dua hal yang saling berkesinambungan. Semakin kuatnya citra atau merek suatu rumah sakit, maka pelanggan akan semakin yakin terhadap jasa atau layanan rumah sakit tersebut. Semakin kuat keyakinan pelanggan, kemungkinan semakin besar pelanggan akan memutuskan untuk menggunakan pelayanan rumah sakit tersebut. Setelah pelanggan merasakan pelayanan rumah sakit dan merasa puas akan pelayanan yang baik, maka pelanggan akan kembali menggunakan pelayanan tersebut. Hal tersebut menumbuhkan jiwa loyalitas pelanggan terhadap rumah sakit. Terdapat keuntungan yang didapatkan oleh rumah sakit, yaitu pemasaran secara otomatis oleh pelanggan ke pelanggan lain dengan mouth to mouth. Pemasaran yang terjadi di luar kehendak rumah sakit, namun alami dilakukan oleh pelanggan dan menguntungkan rumah sakit.

### Elemen ekuitas merek yang dominan

Berdasarkan hasil penelitian ke 5 artikel deskriptif, dijelaskan bahwa persepsi kualitas dan asosiasi merek merupakan elemen ekuitas merek yang dominan saat diterapkan di rumah sakit. Hal tersebut dibuktikan dengan 3 artikel menyatakan bahwa persepsi kualitas dominan dalam memperkuat ekuitas merek, yaitu pada penelitian Rusydi, Pasinringi dan Abdullah (2011), Kartika, Kapalawi dan Pasinringi (2013) Sari, Sandra dan Utami (2018). Ketiga penelitian tersebut menyatakan bahwa elemen ekuitas merek yang paling dominan adalah persepsi kualitas. Sedangkan 2 artikel lainnya membuktikan bahwa asosiasi merek yang dominan memperkuat ekuitas merek, yaitu pada penelitian Rimiati dan Astuti (2012) dan Adiputra, Pasinringi dan Anggraeni (2013), menyatakan bahwa asosiasi merek memiliki tingkat dominan yang tinggi pada ekuitas merek.

Sedangkan pada penelitian ekuitas merek yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan, didapatkan 6 artikel membahas ekuitas merek secara parsial. Berdasarkan ke 6 artikel tersebut didapatkan 3 artikel menunjukkan bahwa asosiasi merek dominan, 2 artikel menunjukkan kesadaran merek dominan, dan 1 artikel menunjukkan loyalitas merek dominan berperan dalam kekuatan ekuitas merek. Sehingga asosiasi merek dan kesadaran merek merupakan elemen yang mendominasi ekuitas merek dalam kaitannya terhadap loyalitas merek.

Asosiasi merek merupakan segala hal yang diingat oleh pelanggan mengenai suatu merek. Pengalaman yang secara langsung dirasakan oleh pelanggan, akan memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih rumah sakit yang digunakan (Aaker, 2013). Tingkat intensitas penggunaan layanan dapat pula memperkuat asosiasi merek di rumah sakit, namun tetap tergantung dengan pengalaman yang didapatkan oleh pelanggan selama menggunakan layanan di rumah sakit. Komunikasi pemasaran mempunyai andil dalam ekuitas merek dan mendorong pemasaran dalam banyak cara seperti menghubungkan asosiasi yang tepat dengan citra merek dalam ingatan konsumen.

Berdasarkan dua jenis artikel yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa asosiasi merek merupakan elemen yang mendominasi ekuitas merek pada keduanya. Asosiasi merek memberikan pengaruh paling besar dibandingkan elemen kesadaran merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek. Elemen asosiasi merek secara konsisten mendominasi baik pada artikel deskriptif maupun artikel uji pengaruh. Asosiasi merek memiliki nilai yang kuat dan dominan dalam ekuitas merek. Hal ini dikarenakan suatu merek bernilai tinggi saat pelanggan mengingat apapun yang berkaitan dengan rumah sakit tersebut.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan *review* artikel dengan topik analisis pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan, maka dapat disimpulkan bahwa baik secara keseluruhan maupun secara parsial, ekuitas merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di rumah sakit. Asosiasi merek merupakan elemen yang dominan kuat memengaruhi kekuatan ekuitas merek saat diterapkan di rumah sakit. Saran bagi pihak rumah sakit yaitu diharapkan dapat meningkatkan ekuitas merek rumah sakit, seperti melalui peningkatan aktivitas yang menunjang ekuitas merek di rumah sakit, melakukan *marketing mix*, menyediakan pusat informasi. Sehingga membantu rumah sakit untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap rumah sakit.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Ekuitas Merek* (Alih Bahas; A. Ananda, Ed.). Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Adisasmito, W. (2008). Kesiapan Rumah Sakit Dalam Menghadapi Globalisasi. In *Case Study: Analisis Kebijakan Kesehatan* (pp. 1–17). Retrieved from [https://staff.blog.ui.ac.id/wiku-a/files/2009/02/kesiapan-rs-dlm-menghadapi-globalisasi\\_edited.pdf](https://staff.blog.ui.ac.id/wiku-a/files/2009/02/kesiapan-rs-dlm-menghadapi-globalisasi_edited.pdf)
- Angela, N., & Adisasmito, W. B. B. (2019). Brand Equity and Customer's Loyalty in Healthcare Setting: A Narrative Review. *Jambi Medical Journal*, 7(2), 190–199. Retrieved from <https://online-journal.unja.ac.id/kedokteran/article/view/8027>
- Armadani, F. N., Supriyadi, S., & Ulfah, N. H. (2018). Hubungan Brand Equity (Brand Awareness, Brand Associations, Perceived Quality) dengan Keputusan Pemanfaatan Klinik Laktasi di Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan. *Preventia : The Indonesian Journal of Public Health*, 3(1), 49. <https://doi.org/10.17977/um044v3i1p49-65>
- Asriani, I., Usman, & Majid, M. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pemanfaatan Pelayanan Rawat Jalan Rumah Sakit Ibu dan Anak Ananda Trifa Kota Parepare. *Jurnal Ilmiah Manusia Dan Kesehatan*, 2(3), 354–366. Retrieved from <https://jurnal.umpar.ac.id/index.php/makes/article/view/178>
- Faridha, S., & Farid. (2017). Pengaruh Corporate Branding Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Rumah Sakit Ibu dan Anak Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 1–16. Retrieved from <http://jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/1791/3256>
- G, Z. A., Pasinringi, S. A., & Anggraeni, R. (2013). Studi Persepsi Pasien Rawat Jalan Tentang Brand Equity Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Tahun 2013. *Jurnal MKMI*, 1–10. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/25491051.pdf>
- Hartono, B. dwi, & Aprilianti, R. K. A. (2017). Pengaruh Corporate Brand Equity (CBE) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Kebijakan Bisnis Dan Publik*, 2(1), 1–14. [https://doi.org/10.1007/978-3-322-82361-8\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-322-82361-8_10)

- Kartika, R. S., Kapalawi, I., & Pasinringi, S. A. (2013). Gambaran Persepsi Pasien Rawat Inap Mengenai Brand Equity Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Tahun 2013. *Jurnal MKMI*, 1–15. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/25491012.pdf>
- Kementerian Kesehatan RI. (2019). Jumlah Rumah Sakit Di Indonesia. Retrieved April 20, 2020, from <http://sirs.yankes.kemkes.go.id/fo/>
- Kusumaningrum, A. (2019). *Pengaruh Brand Equity terhadap Minat Memanfaatkan Kembali Layanan Kesehatan di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Paru Dungsung Madiun Tahun 2019* (Madiun: Stikes Bhakti Husada Mulia Madiun). Retrieved from <http://repository.stikes-bhm.ac.id/566/>
- Laurencia, S. (2017). *Pengaruh Repositioning Sour Sally Terhadap Brand Equity Sour Sally* (Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan). Retrieved from [http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/1050/Cover - Bab1 - 1212160sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/1050/Cover_Bab1_1212160sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- 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. Retrieved from <https://oapub.org/soc/index.php/EJEFR/article/view/496>
- Nugroho, I. S., & Rochmah, T. N. (2013). Analisis Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Masyarakat dalam Memilih Rumah Sakit Muhammadiyah Surabaya. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 1(2004), 147–155. Retrieved from <http://repository.unair.ac.id/23213/>
- Rimiyati, H., & Astuti, D. (2012). Analisis Elemen-Elemen Brand Equity Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gombong. *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit)*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rusydi, A. R., Pasinringi, S. A., & Abdullah, R. (2011). Analisis Faktor-faktor yang Membentuk Ekuitas Merek Rumah Sakit Tadjuddin Chalid Makassar. *Jurnal MKMI*, 6(2), 133–140. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sari, D. N., Sandra, C., & Utami, S. (2018). Gambaran Persepsi Pasien Instalasi Rawat Inap Mengenai Brand Equity Rumah Sakit Tingkat III Baladhika Husada Jember Tahun 2018. *Jurnal IKESMA*, 14(2), 83–101. Retrieved from <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/IKESMA/article/view/8366>
- Sujani, S., & Harjoko, I. E. (2014). Pengaruh Brand Equity Dan Customer Value Terhadap Customer Satisfaction Rumah Sakit. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 18(4), 470. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2014.v18.i4.2168>
- Sumarni. (2018). Pengaruh Brand Equity Terhadap Minat Pemanfaatan Kembali Pelayanan pada Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Ibnu Sina Makassar. *Indonesian Journal of Hospital Administration*, 1(1), 1–10. Retrieved from <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJHAA/article/view/753>
- Syukri, A. (2018). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Rumah Sakit Syarif Hidayatullah). *Jurnal Semarang*, 1(2), 1–20. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/smk/article/view/1799>
- Tobing, A. S., & Ngatindriatun. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.37932/j.e.v9i2.64>
- Wardani, E. K. (2018). *Pengaruh Kualitas Persepsian Pada Ekuitas Merek Yang Dimediasi Oleh Kesetiaan Merek* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta; Vol. 7). Retrieved from <http://repository.setiabudi.ac.id/479/2/SKRIPSI PDF FIKS Erviana Kusuma Wardani.pdf>
- Wijayanti, A. I. (2014). Upaya PKU Muhammadiyah Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Layanan dan Image dalam Meningkatkan Brand Equity (Surakarta: Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

