

DAFTAR REFERENSI

- Adzharuddin, N. A. and Ramly, N. M. (2015) 'Nourishing Healthcare Information over Facebook', *Procedia Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 172, pp. 383–389. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.01.384.
- Angraini Dessi, & Zulfa. (2021). Analisis Pengaruh Brand image Terhadap Minat Ulang Pasien Rawat Inap dengan Word Of Mouth (WOM) sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Rumah Sakit Swasta di Kota Padang). *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat (The Public Health Science Journal)*, 10(4), 277–286.
- Arif,UF, Darmawan ES. The Use of Social Mediaas Hospital Marketing. *Proc Int Conf Appl Sci Heal*.2019;(4):902–8.
- Arndt, J. (2019). Word-of-mouth advertising: The role of interpersonal communication in consumer decision making. *Journal of Business Research*, 59(1), 121-128.
- Cahyaningsih, D. R., Asrianti, D., & Rahayu, E. S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Promosi Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Sardjito Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(2), 157-164.
- Cham T. H, Cheng B. L, Low M. P., & Chuan Cheok J. B. (2019). *Brand image as the competitive edge for hospitals in medical tourism*.
- Cheung, C. M. K., & Luo, X. (2019). Word-of-mouth and consumer purchase intention: An empirical study in China. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 162-170.
- Chivinski, B. dan Dabrowski, D. (2016), "Pengaruh komunikasi media sosial terhadap konsumen persepsi merek",*Jurnal Komunikasi Pemasaran*,Jil. 22 No.2, hal.189-214.
- Databoks.katadata.co.id. (2024, February 14). Jumlah Penduduk di 38 Provinsi Indonesia Desember 2023.
- Dataindonesia.id. (2023, April 11). Ada Rumah Sakit di Indonesia pada 2022. <https://dataindonesia.id/kesehatan/detail/ada-3072-rumah-sakit-di-indonesia-pada-2022>
- Dinkes.acehprov.go.id. (2020, April 29). Dinkes Sebut Ada 9 Program Peningkatan Pelayanan Kesehatan di Aceh.

<https://dinkes.acehprov.go.id/detailpost/dinkes-sebut-ada-9-program-peningkatan-pelayanan-kesehatan-di-aceh>

- Djaali. (2008). Skala Likert. Jakarta: Pustaka Utama.
- Eva, R., & Widya, T. (2021). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty pada produk smartphone di era digital. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 15(2), 117-132.
- Fan, W., & Phan, M. H. (2019). Social media marketing for hospitals: A systematic review of the literature. *Journal of Medical Marketing*, 19(4), 331-344.
- Farrelly, J., & Quesenberry, K. (2020). *Strategic healthcare management: Planning, execution, and evaluation* (6th ed.). Jones & Bartlett Learning.
- Farsi D. Social media and health care, part i: Literature review of social media use by health care providers. *J Med Internet Res [Internet]*. 2021;23(4).
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Model regresi linear, multivariate, dan data panel dengan aplikasi SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Godsey J., A., P. M. Rn., David M., H., P., & Tom H., P. (2020). *Registered nurse perceptions of factors contributing to the inconsistent brand image of the nursing profession*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2017). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Hanaysha, J. dan Hilman, H. (2015), "Iklan dan negara asal sebagai faktor keberhasilan utama untuk menciptakan ekuitas merek yang berkelanjutan", *Jurnal Strategi Bisnis Asia*, Jil. 5 No.7, hal.141-152.
- Harianrakyataceh.com. (2023, March 30). Layanan RSUD Cut Meutia Dinilai Buruk, Pj Bupati Diminta Evaluasi. <https://harianrakyataceh.com/2023/03/30/89181/>
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Gremler, D. D., & Bitner, M. J. (2004). *Understanding relationship marketing outcomes: An integration of*

- perspectives. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(2), 233-245.
- Humasindonesia.id. (2020, December 10). Cara Mantapkan Reputasi Rumah Sakit. <https://www.humasindonesia.id/berita/cara-mantapkan-reputasi-rumah-sakit-424>
- Indrasari, Dr. Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. (Edisi Pertama). Jawa Timur: Unitomo Press.
- Jackson, S.A., et al. (2019). The Use of Social Media by Hospitals: A Systematic Review. *Journal of Medical Internet Research*, 21(4), e12922.
- Johnson, A.L., et al. (2020). Social Media Use in Hospitals: A Survey of Hospital Social Media Managers. *Journal of Hospital Marketing*, 32.
- Johnson, A.L., et al. (2020). Social Media Use in Hospitals: A Survey of Hospital Social Media Managers. *Journal of Hospital Marketing*, 32(2), 143-155.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Keller, KL (1993), “Konseptualisasi, pengukuran, dan pengelolaan ekuitas merek berbasis pelanggan”, *Jurnal Pemasaran*, Jil. 57 No.1, hal.1-22.
- Kemenkopmk.go.id. (2021, February 4). Hasil Survei Penduduk 2020 Peluang Indonesia Maksimalkan Bonus Demografi. <https://www.kemenkopmk.go.id/hasil-survei-penduduk-2020-peluang-indonesia-maksimalkan-bonus-demografi>
- Khan, M.A., et al. (2021). The Impact of Social Media on Patient Engagement: A Systematic Review. *JMIR Medical Informatics*, 9(2), e21230.
- Kim, K.H., Kim, K.S., Kim, D.Y., Kim, J.H. & Kang, S.H. (2008). Brand equity in hospital marketing. *Journal of Business Research*, 61(1), 75-82. DOI:10.1016/j.jbusres.2006.05.010.
- Ko, YK dan Kim, BJ (2011), “Pengaruh biaya peralihan yang dirasakan pasien dan kata-kata negatif dari mulut tentang meninjau kembali niat untuk pasien rumah sakit”, *Jurnal Akademi Administrasi Keperawatan Korea*, Jil. 17 No.1, hal.5-13.
- Kotler, P. (2013). *Marketing management (14th ed.)*. Pearson Education.

- Kotler, P. (2015), *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-15, Prentice Hall, New York, NY.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., Shalowitz, J. & Stevens, R.J. (2008). *Strategic marketing for healthcare organizations: building a customer driven healthcare system*. San Fransisco: Wiley and Sons.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. "Marketing Management." 15th ed., Pearson Education, 2016.
- Lee, M., Han, H. dan Lockyer, T. (2012), "Wisata medis – menarik wisatawan Jepang untuk tujuan medis pengalaman pariwisata", *Jurnal Pemasaran Perjalanan dan Pariwisata*, Jil. 29 No.1, hal.69-86
- Lin Y., H. Lin, Lin F., J, & Wang K., H. (2020). The effect of social mission on service quality and brand image. *Journal of Business Research*, 1–9.
- Lunt, N., Jin, KN, Horsfall, D. dan Hanefeld, J. (2014), "Wawasan tentang pariwisata medis: pasar sebagai jaringan dan peran ikatan yang kuat", *Jurnal Ilmu Sosial Korea*, Jil. 41 No.1, hal.19-37.
- Miller, R. dan Lammas, N. (2010), " Media sosial dan implikasinya terhadap pemasaran viral ", *Asia Pacific Jurnal Hubungan Masyarakat*, Jil. 11 No.1, hal.1-9.
- Mujid, A., & Andrian, E. (2021). Pengaruh brand image, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat melanjutkan sekolah. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 15(2), 117-132.
- Partisipasiselhat.kemkes.go.id. (2023, September 29). Keselamatan Pasien Lebih Utama dalam Upaya Peningkatan Mutu Pelayanan Kesehatan.
- Pianese T, Belfiore P. Exploring the social networks' use in the health-care industry: A multi-level analysis. *Int J Environ Res Public Health* [Internet]. 2021;18(14).
- Riezebos, R. (2003), *Manajemen Merek: Pendekatan Teoritis dan Praktis*, Waktu keuangan Prentice Hall, Harlow.

- Sakaran, U., & Bogie, K. (2009). *Business research methods* (7th ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Salmi M., I., Lim G., S., S., & ChinPhaik N. (2019). Patients' intent to revisit with trust as the mediating role: lessons from Penang Malaysia. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 13(2), 140–159.
- Sari, Yasa. (2020). Kepercayaan Pelanggan: Di Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Sekaran, U. (2006). *Research methods for business: A skill-building approach* (5th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Sekaran, U. (2006). *Research methods for business: A skill-building approach* (4th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Sekaran, U. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Sidharta W., M, Syah Y., R. T., & Agusdini S. B. (2021). The Relationship Between Social Media Communication and Word of Mouth Inside Brand Image and Purchase Intention. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 5(1).
- Siswanto T. Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *JLiq*2013-2(1):80–6.
- Smith, J.A., et al. (2019). Exploring the Potential of Social Media in Healthcare: A Scoping Review. *BMJ Open*, 9(10), e030434.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukawati T. G. R. (2021). Hospital Brand Image, Service Quality, and Patient Satisfaction in Pandemic Situation. *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit)*, 10(2), 120–127.

- Sukawati T. G. R. (2021). Hospital Brand Image, Service Quality, and Patient Satisfaction in Pandemic Situation. *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit)*, 10(2), 120–127.
- Sulistiadi, I. D. S. & W. (2021). Efektifitas Website Rumah Sakit Sebagai Media Informasi Era Pandemi. *Jurnal Manajemen Dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 5(2), 151–155
- 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.
- Vasthu Broto Ariyo, R., & Achadi, A. (2022). Promosi Kesehatan Indonesia Penggunaan Strategi Pemasaran Digital dalam Layanan Kesehatan di saat Pandemi COVID-19: Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia*, 5(7).
- Walsh, G. dan Mitchell, VW (2010), “Pengaruh kecenderungan kebingungan konsumen terhadap informasi dari mulut ke mulut, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan”, *Jurnal Pemasaran Eropa*, Jil. 44 No.6, hal.838-859.
- World Health Organization. (2019). *Health in all policies: Prospects for action*. World Health Organization.