

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan mengenalisa apakah kualitas layanan jasa, kepercayaan dan sosial media marketing berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan jasa layanan kesehatan pada RSIA Family. Objek penelitian ini adalah pasien RSIA Family di wilayah Jakarta Utara. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan teknik survei dengan alat penyebaran kuesioner. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan *Variance Based Structural Equation Modeling* dimana pengolahan datanya menggunakan program *Partial Least Square* (PLS) Versi 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan jasa layanan kesehatan , variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan jasa layanan kesehatan dan keputusan pemasaran media sosial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan jasa layanan kesehatan .

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan, Keputusan Pemasaran Media Sosial, dan Penggunaan jasa layanan kesehatan



ABSTRACT

The purpose of this study was to test and identify whether service quality, trust and sosial media marketing significantly influence the decision to purchase health services at RSIA Family. The object of this study were RSIA Family patients in the North Jakarta area. This study was conducted on 100 respondents using survey techniques with questionnaires. Data analysis in this study uses the help of Variance Based Structural Equation Modeling where the data processing uses Partial Least Square (PLS) Version 3.0. The results of this study indicate that partially, the service quality variable has a significant effect Use of health care services, the trust variable has a significant effect Use of health care services and Sosial media marketing decisions have a significant effect on the use of health services.

Keywords: *Service Quality, Trust, Sosial Media Marketing Decisions, and Use of health care services*

