

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KINERJA *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
DENGAN REPUTASI RUMAH SAKIT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**Evelina Yuliani
Universitas Gadjah Mada Yogyakarta**

ABSTRAK

Berdirinya banyak rumah sakit baru menyebabkan lingkungan berubah menjadi dinamis dan kompetitif sehingga terjadi persaingan antar rumah sakit dalam memperebutkan pelanggan. Salah satu upaya rumah sakit untuk menghadapi lingkungan yang kompetitif adalah dengan membina hubungan yang baik dengan pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM), ekuitas merek rumah sakit, dan reputasi rumah sakit merupakan aset yang *intangible* bagi rumah sakit yang penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Penelitian ini menguji peran reputasi rumah sakit sebagai variabel *intervening* (mediasi dan moderasi) di dalam mempengaruhi hubungan ekuitas merek dengan kinerja CRM.

Penelitian ini merupakan penelitian *cross sectional* dengan metode survei. Instrumen penelitian berupa kuesioner berisi pertanyaan tertutup yang dibagikan kepada 130 pasien yang sedang menjalani perawatan di ruang rawat inap RSIA Sarila Husada. Analisis data menggunakan metode *Partial Least Square* yang secara simultan digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, serta uji kausalitas, yaitu pengujian hipotesis dengan model prediksi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekuitas merek berpengaruh langsung terhadap kinerja CRM. Ekuitas merek juga berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja CRM melalui reputasi rumah sakit. Pengujian efek mediasi menunjukkan pengaruh mediasi yang ada adalah parsial. Sedangkan pada pengujian efek moderasi diketahui bahwa reputasi rumah sakit tidak mempengaruhi hubungan antara ekuitas merek dengan kinerja CRM.

Kata kunci: CRM, ekuitas merek, reputasi rumah sakit