

ABSTRAK

Lesmanawati (2017), menyebutkan bahwa kualitas pada pasien BPJS dan Pasien Umum berbayar di beberapa klinik di Bandung secara partial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan sebesar 66 %, sedangkan secara simultan hanya variabel kehandalan dan jaminan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pasien. kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan melalui kepuasan pasien sebesar 69 % di klinik di Bandung. TelkoMedika sebagai penyedia sarana kesehatan (Provider) dapat memberikan kebutuhan pelayanan kesehatan melalui unit usaha Telemedika *Health Center* (Klinik) yang didukung dengan fasilitas eLABS (Laboratorium), Telemedika Farma (Apotek) dan Telemedika Optikal (Optik) bagi korporasi, asuransi, termasuk di dalamnya BPJS Kesehatan dan mitra provider lainnya dalam bentuk sinergi secara win- win partnership serta retail sebagai walk in customer. Disamping itu TelkoMedika, bekerjasama dengan provider penyedia layanan kesehatan seperti Rumah Sakit, Klinik khusus, Balai-balai Pengobatan, Laboratorium sebagai MITRA dalam memudahkan pelayanan kesehatan, Dalam <http://telkomedika.co.id/>.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis kualitas layanan TelkoMedika dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian analisis kuantitatif deskriptif, dengan populasi pelanggan Klinik TelkoMedika Bandung, jumlah sampel yang digunakan 100 responden, dan metode pengumpulan data adalah menggunakan *questionnaire nonprobability sampling* dan *purposive sampling*.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan pada keputusan pembelian tergolong pada kategori baik berdasarkan analisis deskriptif yaitu sebesar 81,2 %. Hal ini menyatakan kualitas layanan yang dimiliki Klinik TelkoMedika baik dan diminati. Hasil analisis deskriptif mengenai *brand Image* dalam pengembalian keputusan baik yaitu sebesar 70,03%. Dari hasil pengolahan data, diketahui bahwa variabel kualitas layanan dan *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian TelkoMedika. Untuk hasil analisis regresi linear berganda variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,255 dan *Brand Image* (X2) sebesar 0,629 dan t_{tabel} 2.058 (X1) dan 4.999 (X2) dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 ($0,00 < 0,05$) dikarenakan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima, artinya kualitas layanan (X1) dan brand image (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian berobat di klinik TelkoMedika (Y) . pengaruh kualitas layanan dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sebesar 66,5% sedangkan sisanya 33,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Layanan, *Brand Image*, Keputusan Pembelian