

**Analisis Pengaruh Brand Equity, Offering Equity, dan Relationship  
Equity Terhadap Revisit Intention dan Recommendation to Others  
di Klinik Gigi XYZ Jakarta**

**TESIS**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Disusun oleh:**

**Medysia Novittaqa Surya  
(2221011040)**

**PROGRAM STUDI**

**MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**2026**

**Analisis Pengaruh Brand Equity, Offering Equity, dan Relationship Equity Terhadap Revisit Intention dan Recommendation to Others di Klinik Gigi XYZ Jakarta**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar**

**Magister Manajemen**



UNIVERSITAS  
**BAKRIE**

**Medysia Novittaqa Surya**  
**(2221011040)**

**PROGRAM STUDI**  
**MAGISTER MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**  
**UNIVERSITAS BAKRIE**  
**2026**

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun rujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Medysia Novittaqa Surya**

**NIM : 2221011040**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : Agustus 2026**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Medysia Novittaqa Surya  
NIM : 2221011040  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Analisis Pengaruh *Brand Equity*, *Offering Equity*, dan *Relationship Equity* Terhadap *Revisit Intention* dan *Recommendation to Others* di Klinik Gigi XYZ Jakarta

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen- Universitas Bakrie**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, S.T., M.  

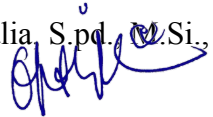

Tanda Tangan :

Penguji 1 : Muchsin Saggaff Shihab, SE., M.Sc., MBA., Ph.D

  
Muchsin

Tanda Tangan :

Penguji 2 : Ovalia S.pd., M.Si., Ph.D



Tanda Tangan :

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Agustus 2026

## UNGAKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas akhir ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Brand Equity, Offering Equity, dan Relationship Equity Terhadap Revisit Intention dan Recommendation to Others di Klinik Gigi XYZ di Jakarta”**. Penulisan Tugas Akhir ini dilaksanakan untuk melengkapi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya memahami bahwa, tanpa bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, pada masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang senantiasa memberi masukan selama proses penyelesaian tugas akhir ini yang sangat bermanfaat.
2. Ibu Ovalia, S.pd., M.Si., Ph.D selaku dosen pembahas yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan tugas akhir ini.
3. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, SE., M.Sc., MBA., Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan tugas akhir ini.
4. Orang tua Penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis selama masa perkuliahan.
5. Suamiku tercinta drg. Andi M Bayu DP, Sp.Pros dan anak-anakku tersayang Leca dan Zee yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini.
6. Seluruh teman penulis yang selalu membantu dan memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penyajian tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Semoga semua jerih payah dan bantuan yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak yang terkait kedepannya.

Jakarta, April 2026

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Medysia Novittaqa Surya

NIM : 2221011040

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tesis : Analisis Pengaruh *Brand Equity*, *Offering Equity*, dan *Relationship Equity* Terhadap *Revisit Intention* dan *Recommendation to Others* di Klinik Gigi XYZ Jakarta

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 21 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Medysia Novittaqa Surya

**Analisis Pengaruh *Brand Equity*, *Offering Equity*, dan *Relationship Equity*  
Terhadap *Revisit Intention* dan *Recommendation to Others* di Klinik Gigi XYZ  
Jakarta**

**Medysia Novittaqa Surya**

---

**ABSTRAK**

Persaingan pada layanan kesehatan gigi membuat klinik perlu memperhatikan tidak hanya upaya mendapatkan pasien baru, tetapi juga bagaimana mempertahankan pasien yang sudah pernah menggunakan layanan. Kemampuan klinik dalam membangun penilaian yang baik, memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasien, serta menjaga hubungan dengan pasien menjadi hal yang penting karena dapat berkaitan dengan keinginan pasien untuk kembali maupun memberikan rekomendasi kepada orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Equity*, *Offering Equity*, dan *Relationship Equity* terhadap *Revisit Intention* dan *Recommendation to Others*, serta pengaruh *Revisit Intention* terhadap *Recommendation to Others* pada pasien Klinik Gigi XYZ Jakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian terdiri dari 107 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert 1–5, kemudian dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan SmartPLS 3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Equity* dan *Relationship Equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*. *Offering Equity* memiliki arah pengaruh positif, namun pengaruh tersebut tidak signifikan terhadap *Revisit Intention*. *Recommendation to Others*, *Offering Equity* terbukti berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan *Brand Equity* dan *Relationship Equity* menunjukkan arah pengaruh negatif tetapi tidak signifikan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Revisit Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Recommendation to Others* serta menjadi hubungan dengan pengaruh paling kuat dalam model penelitian. Temuan tersebut menunjukkan bahwa ketika pasien memiliki keinginan untuk kembali menggunakan layanan klinik, kecenderungan untuk merekomendasikan klinik kepada orang lain juga semakin besar.

**Kata kunci:** *Customer Equity*, *Brand Equity*, *Offering Equity*, *Relationship Equity*, *Revisit Intention*, *Recommendation to Others*.

***Analysis of the Effects of Brand Equity, Offering Equity, and Relationship Equity on Revisit Intention and Recommendation to Others at Dental Clinic XYZ Jakarta***

**Medysia Novittaqa Surya**

---

**ABSTRACT**

Competition in dental healthcare services requires clinics to pay attention not only to attracting new patients but also to maintaining relationships with patients who have previously used their services. A positive clinic image, services that meet patients' needs, and good relationships between patients and healthcare providers may influence patients' willingness to return and to recommend the clinic to others. This study aims to examine the effects of Brand Equity, Offering Equity, and Relationship Equity on Revisit Intention and Recommendation to Others, as well as the effect of Revisit Intention on Recommendation to Others among patients of Dental Clinic XYZ in Jakarta.

This study used a quantitative approach with a survey method. A total of 107 respondents were selected using purposive sampling. Data were collected through a questionnaire using a five-point Likert scale and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 3.

The findings show that Brand Equity and Relationship Equity have positive and significant effects on Revisit Intention. In contrast, Offering Equity has a positive but insignificant effect on Revisit Intention. For Recommendation to Others, Offering Equity has a positive and significant effect, while Brand Equity and Relationship Equity have negative but insignificant effects. The results also show that Revisit Intention has a positive and significant effect on Recommendation to Others and is the strongest relationship in the research model. This finding indicates that patients who intend to return to the clinic are more likely to recommend the clinic to others. Therefore, Dental Clinic XYZ needs to maintain patients' trust, provide services that are in line with patients' needs, and create a positive service experience to encourage both repeat visits and patient recommendations.

**Keywords:** *Customer Equity, Brand Equity, Offering Equity, Relationship Equity, Revisit Intention, Recommendation to Others*

## DAFTAR ISI

|                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....                                       | ii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                    | iii |
| UNGAKAPAN TERIMA KASIH.....                                                | iv  |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....                              | v   |
| ABSTRAK.....                                                               | vi  |
| ABSTRACT.....                                                              | vii |
| DAFTAR TABEL.....                                                          | x   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                         | xi  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                                     | 1   |
| BAB II LANDASAN TEORI.....                                                 | 11  |
| 2.6 Recommendation to Others (Word of Mouth).....                          | 20  |
| 2.7 Theory of Planned Behavior.....                                        | 22  |
| 2.8 Pemasaran Jasa.....                                                    | 23  |
| 2.8.1 Pengertian Pemasaran.....                                            | 23  |
| 2.8.2 Konsep Pemasaran Jasa.....                                           | 24  |
| 2.8.3 Strategi Bauran Pemasaran.....                                       | 27  |
| 2.9 Penelitian Terdahulu.....                                              | 31  |
| 2.10 Hubungan Antar Variabel.....                                          | 37  |
| 2.10.1 Hubungan Brand Equity terhadap Revisit Intention.....               | 37  |
| 2.10.2 Hubungan Offering Equity terhadap Revisit Intention.....            | 38  |
| 2.10.3 Hubungan Relationship Equity terhadap Revisit Intention.....        | 39  |
| 2.10.4 Hubungan Brand Equity terhadap Recommendation to Others.....        | 40  |
| 2.10.5 Hubungan Offering Equity terhadap Recommendation to Others.....     | 41  |
| 2.10.6 Hubungan Relationship Equity terhadap Recommendation to Others..... | 42  |
| 2.10.7 Hubungan Revisit Intention terhadap Recommendation to Others.....   | 43  |
| 2.11 Kerangka Penelitian.....                                              | 44  |
| 2.12 Hipotesis.....                                                        | 45  |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                             | 46  |

|                                  |                                                                                               |    |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1                              | Jenis dan Desain Penelitian.....                                                              | 46 |
| 3.2                              | Populasi & Sampel Penelitian.....                                                             | 47 |
| 3.3                              | Teknik Pengambilan Sampel.....                                                                | 48 |
| 3.4                              | Sumber Data.....                                                                              | 49 |
| 3.4.1                            | Data Primer.....                                                                              | 49 |
| 3.4.2                            | Data Sekunder.....                                                                            | 50 |
| 3.5                              | Teknik Pengumpulan Data.....                                                                  | 50 |
| 3.6                              | Variabel Pengukuran.....                                                                      | 51 |
| 3.7                              | Metode Analisis Data.....                                                                     | 57 |
| 3.7.1                            | Analisis Deskriptif.....                                                                      | 57 |
| 3.7.2                            | Pilot Test.....                                                                               | 57 |
| 3.7.3                            | Analisis Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) 57                      |    |
| 3.7.4                            | Analisis Hipotesis.....                                                                       | 62 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... |                                                                                               | 63 |
| 4.1                              | Karakteristik Responden.....                                                                  | 63 |
| 4.2                              | Uji SEM-PLS.....                                                                              | 65 |
| 4.2.1                            | Evaluasi Outer Model Pilot Test.....                                                          | 65 |
| 4.2.2                            | Evaluasi Outer Model Penelitian.....                                                          | 68 |
| 4.2.3                            | Evaluasi Inner Model Penelitian.....                                                          | 72 |
| 4.2.4                            | Bootstrapping dan Pengujian Hipotesis Penelitian.....                                         | 74 |
| 4.3                              | Pembahasan Hasil Penelitian.....                                                              | 75 |
| 4.3.1                            | Pembahasan pengaruh Brand Equity terhadap Revisit Intention di klinik gigi.....               | 75 |
| 4.3.2                            | Pembahasan pengaruh Offering Equity terhadap Revisit Intention di klinik gigi.....            | 76 |
| 4.3.3                            | Pembahasan pengaruh Relationship Equity terhadap Revisit Intention di klinik gigi.....        | 77 |
| 4.3.4                            | Pembahasan pengaruh Brand Equity terhadap Recommendation to Others di klinik gigi.....        | 79 |
| 4.3.5                            | Pembahasan pengaruh Offering Equity terhadap Recommendation to Others di klinik gigi.....     | 80 |
| 4.3.6                            | Pembahasan pengaruh Relationship Equity terhadap Recommendation to Others di klinik gigi..... | 81 |
| 4.3.7                            | Pembahasan pengaruh Revisit Intention terhadap Recommendation to Others di klinik gigi.....   | 82 |

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| BAB V KESIMPULAN & SARAN.....                 | 85 |
| 5.1    Kesimpulan.....                        | 85 |
| 5.2    Saran.....                             | 86 |
| 5.2.1    Saran bagi Klinik Gigi XYZ.....      | 86 |
| 5.2.2    Saran bagi Peneliti Selanjutnya..... | 88 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                           | 90 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                           | 39 |
| Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian.....                              | 60 |
| Tabel 3.2 Nilai Acuan Uji Validitas.....                                      | 63 |
| Tabel 3.3 Nilai Acuan Uji Reliabilitas .....                                  | 64 |
| Tabel 3.4 Kriteria Intepretasi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....           | 65 |
| Tabel 3.5 Kriteria Intepretasi Effect Size ( $f^2$ ).....                     | 65 |
| Tabel 3.6 Kriteria Uji Hipotesis .....                                        | 66 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian .....                            | 68 |
| Tabel 4.2 Konstruk Reliability dan Validity Pilot Test.....                   | 70 |
| Tabel 4.3 Kriteria Fornell-Larcker pada Uji Pilot Test.....                   | 71 |
| Tabel 4.4 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) Uji Pilot Test.....              | 71 |
| Tabel 4.5 Hasil Pengujian Konstruk Reliability dan Validity Penelitian.....   | 74 |
| Tabel 4.6 Hasil Pengujian Fornell-Larcker Penelitian .....                    | 75 |
| Tabel 4.7 Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) Penelitian ..... | 76 |
| Tabel 4.8 Hasil Pengujian R Square ( $R^2$ ) Penelitian.....                  | 77 |
| Tabel 4.9 Hasil Pengujian Effect Size ( $f^2$ ) Penelitian.....               | 78 |
| Tabel 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis.....                                     | 80 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar1.1 Hasil Wawancara SKI 2023.....                                                   | 1  |
| Gambar1.2 Survey Kesehatan Gigi dan Mulut Indonesia.....                                  | 2  |
| Gambar 1.3 Jumlah Kunjungan Masyarakat ke dokter gigi.....                                | 3  |
| Gambar 1.4 Penyebab rendahnya kunjungan ke dokter gigi.....                               | 4  |
| Gambar 1.5 Proyeksi pasar layanan kesehatan gigi di Indonesia.....                        | 5  |
| Gambar 1.6 Proyeksi pendapatan pasar perawatan gigi di Indonesia Tahun 2020-2029<br>..... | 5  |
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....                                                       | 47 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Outer Loading Pilot Test.....                                        | 70 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Outer Loading Penelitian .....                                       | 73 |