

## ABSTRAK

Bella Valentina (1000507). Hubungan *Brand Trust* Rumah Sakit dengan *Self Efficacy* Pasien Untuk Sembuh di Rumah Sakit Al Islam Bandung. Departemen Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung (2015).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan *brand trust* rumah sakit dengan *self efficacy* pasien untuk sembuh di Rumah Sakit Al Islam Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Sampel yang diambil sebanyak 175 orang pasien. Teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pasien di Rumah Sakit Al Islam Bandung. Pengukuran *brand trust* rumah sakit menggunakan teori dari Delgado (2004) dan pengukuran *self efficacy* pasien untuk sembuh menggunakan teori dari Bandura (1997). Hasil penelitian ini adalah 1) Adanya korelasi yang positif antara *brand trust* rumah sakit dengan *self efficacy* pasien untuk sembuh, dengan besar korelasi 0.000, 2) Adanya hasil yang signifikan antara perbedaan *brand trust* berdasarkan aspek kepercayaan pasien dalam aspek pelayanan medis rumah sakit ( $p = 0.029$ ), 3) Adanya hasil yang signifikan antara perbedaan *self efficacy* pasien berdasarkan pengalaman negatif pasien terhadap pelayanan non medis rumah sakit ( $p = 0.028$ ). Saran untuk penelitian ini, yaitu peneliti selanjutnya melakukan penelitian ini dengan metode kualitatif.

Kata Kunci : *Brand trust, self efficacy*

## ABSTRACT

Bella Valentina (1000507). Correlation of Brand Trust Hospital with Self Efficacy for Patients Recovering in Al Islam Hospital Bandung. Department of Psychology, Faculty of Educational Sciences, Indonesia University of Education.

This study aims to determine whether there is a correlation of brand trust hospital with self efficacy for patients recovering in Al Islam Hospital Bandung. Design of this research is quantitative approach with correlation method. Samples taken was 175 patients. Purposive sampling was used as the sampling technique. Correlation data was done through with questionnaire distributed to patients in Al Islam Hospital Bandung. To measure brand trust hospital using the theory of Delgado (2004) and to measure self efficacy patients to recover using the theory of Bandura (1997). The results of the research are as follows 1) There is a positive correlation between brand trust hospital with self efficacy of patients to recover, with large correlation 0.000, 2) There is a significant differences of brand trust hospital based on aspects of patient trust in the medical aspects of hospital care ( $p = 0.029$ ), 3) Significant differences of self efficacy for patients recover based on negative experiences of patients to non-medical services hospital ( $p = 0.028$ ). Several suggestions for similar studies is future researchers conduct this research by employing qualitative method.

Keywords: brand trust, self efficacy