



## **Tesis**

### **Strategi Pemasaran Digital Marketing Terhadap Keputusan Kunjungan Pasien dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening pada Rumah Sakit Mata Fatma**

#### *Digital Marketing Strategy for Patient Visit Decisions with Brand Awareness as an Intervening Variable at Fatma Eye Hospital*

Maulana Ali Syahidin  
NIM 246110100010

Dosen Pembimbing  
Dr. Hadiyah Fitriyah, SE., M.Si., Ak. CIBA, CPS.

Dosen Penguji  
Dr. Imelda Dian Rachmawati, SE., M.Ak., Ak., CA.  
Wisnu Panggah Setiyono, SE., M.Si., Ph.D

**Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
April, Tahun 2026**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Pemasaran Digital Marketing Terhadap Keputusan Kunjungan Pasien dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening pada Rumah Sakit Mata Fatma  
Nama Mahasiswa : Maulana Ali Syahidin  
NIM : 246110100010

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing  
(Dr. Hadiyah Fitriyah, SE., M.Si., Ak. CIBA, CPS)

Dosen Penguji 1  
(Dr. Imelda Dian Rachmawati, SE., M.Ak., Ak., CA.)

Dosen Penguji 2  
(Wisnu Panggah Setiyono, SE., M.Si. Ph.D.)

Ketua Program Studi  
(Prof. Dr. Drs. Sriyono, MM, CiQnR, CSA)  
NIP/NIK. 0706126101

Dekan  
(Dr. Poppy Febriana, S.Sos., M.Med.Kom)  
NIP/NIK. 0711028001

Diketahui oleh



Tanggal Ujian  
(24 April 2026)

Tanggal Lulus  
( 28 April 2026 )

## **DAFTAR ISI**

Halaman Judul

Abstrak

Kata Kunci

### **I. PENDAHULUAN**

### **II. KERANGKA KONSEPTUAL**

- Kerangka Konseptual
- Hipotesis Penelitian

### **III. METODE PENELITIAN**

- Jenis dan Pendekatan Penelitian
- Populasi dan Sampel
- Teknik Pengumpulan Data
- Definisi Operasional Variabel
- Teknik Analisis Data (SEM-PLS)

### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

- Deskriptif Karakteristik Responden
- Analisis Deskriptif Variabel
- Hasil Analisis Data
  - Evaluasi Outer Model
  - Evaluasi Inner Model
- Pengujian Hipotesis
- Pengujian Pengaruh Tidak Langsung
- Pembahasan

### **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

- Kesimpulan
- Saran

Daftar Pustaka (Referensi)

## SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Maulana Ali Syahidin  
NIM : 246110100010  
Program Studi : Magister Manajemen  
Fakultas : Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial

**DAN**

Dosen Pembimbing : Dr. Hadiyah Fitriyah, SE., M.Si., Ak. CIBA, CPS  
NIK/NIP : 200152  
Program Studi : Magister Manajemen  
Fakultas : Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial

**MENYATAKAN** bahwa, karya tulis ilmiah dengan rincian:

Judul : Strategi Pemasaran Digital Marketing Terhadap Keputusan Kunjungan Pasien dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening pada Rumah Sakit Mata Fatma

Kata Kunci : Digital Marketing, Brand Awareness, Keputusan Kunjungan Pasien UMKM; Branding Lokal, Digital Marketing Adoption, Keunggulan Kompetitif, Resource-Based View (RBV)

**TELAH:**

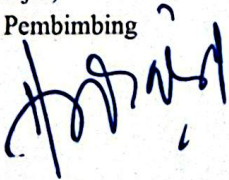
1. Disesuaikan dengan petunjuk penulisan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Berdasarkan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa.
2. Lolos uji cek kesamaan sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

**SERTA\*:**

- Bertanggung jawab untuk melakukan publikasi karya tulis ilmiah tersebut ke jurnal ilmiah/prosiding sesuai ketentuan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah. Khususnya Lampiran Huruf B.
- Menyerahkan tanggung jawab untuk melakukan publikasi karya tulis ilmiah tersebut ke jurnal ilmiah/prosiding sesuai ketentuan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah khususnya Lampiran Huruf B kepada Bidang Pengembangan Publikasi Ilmiah DRPM UMSIDA.

Demikian pernyataan dari saya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Terima Kasih

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing



(Dr. Hadiyah Fitriyah, SE., M.Si., Ak. CIBA, CPS)  
NIP/NIK. 200152

Sidoarjo, (24/4/2026)  
Mahasiswa



(Maulana Ali Syahidin)  
NIM. 246110100010

\*Centang salah satu.

**PERNYATAAN MENGENAI KARYA TULIS ILMIAH DAN SUMBER INFORMASI SERTA  
PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis ilmiah tugas akhir saya dengan judul **“Strategi Pemasaran Digital Marketing Terhadap Keputusan Kunjungan Pasien dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening pada Rumah Sakit Mata Fatma”** adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir karya tulis ilmiah tugas akhir saya ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Sidoarjo, 24 April 2026



(Maulana Ali Syahidin)  
NIM. 246110100010