

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten media sosial, influencer marketing, dan word of mouth terhadap keputusan pengguna jasa kesehatan di PT Spring Island Travel Medan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada semakin kuatnya peran media digital dalam membentuk persepsi dan keputusan calon pengguna jasa medical travel, terutama dalam memilih layanan pengobatan ke Malaysia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan explanatory. Sampel penelitian berjumlah 96 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa. Sementara itu, influencer marketing tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Adapun word of mouth terbukti berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pengguna jasa. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna jasa kesehatan di PT Spring Island Travel Medan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dari pengalaman orang lain masih menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan layanan medical travel, meskipun konten digital tetap memiliki peran penting dalam mendukung keputusan tersebut.

Kata kunci: konten media sosial, influencer marketing, word of mouth, keputusan pengguna jasa, medical travel.