

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.3, Edisi September 2024
Published : 10-12-2024, Page : 311-328

PERAN KEPUASAN PASIEN BERBASIS KUALITAS LAYANAN KESEHATAN TERHADAP WORD OF MOUTH POSITIF DI RUMAH SAKIT YANG RAMAH ISLAM

Oleh

Emmie Fatkhunnajah¹, Abdul Jamil², Noor Muhammadi³, Noor Permadi⁴,

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Brebes

^{3,4} Universitas Kalbis

Email: emmie.fatkhunnajah@umbs.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengisi kesenjangan yang sangat penting untuk mengembangkan strategi meningkatkan *Word of Mouth* positif di pengaturan kesehatan. Memahami peran mediasi kepuasan pasien dapat memberikan wawasan tentang area-area kualitas layanan rumah sakit yang paling langsung memengaruhi persepsi pasien dan rekomendasi selanjutnya. Dengan membentuk koneksi yang lebih jelas antara variabel-variabel ini, penyedia layanan kesehatan dapat menyesuaikan layanan mereka untuk meningkatkan kepuasan pasien dan pada gilirannya merangsang *Word of Mouth* positif. Metode: Penelitian ini menggunakan *Causal Explanatory Research* dengan sampel sebanyak 297 responden di rumah sakit yang ramah islam di Indonesia. Pengelolaan data dilakukan dengan menggunakan SEM AMOS 24. Hasil: Pengaruh kepuasan pasien memediasi secara signifikan terhadap WOM positif. Hal tersebut dibuktikan dari kepuasan pasien terhadap wom positif memiliki jalur positif sebesar 0.460 dengan nilai C.R sebesar 9,183 dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0.000 yang berarti bahwa kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap wom positif. *Reliability*, *Assurance* dan *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap *Patient Satisfaction*, sedangkan *Tangible* dan *Responsiveness* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Patient Satisfaction*.

Kata Kunci: Rumah Sakit, Kualitas Layanan, Kepuasan Pasien, *WOM* Positif.

ABSTRACT

The goal of this study is to fill a critical gap to develop strategies to improve positive *Word of Mouth* in health settings. Understanding the role of patient satisfaction mediation can provide insight into the areas of hospital service quality that most directly affect patient perception and subsequent recommendations. By establishing a clearer connection between these variables, healthcare providers can tailor their services to improve patient satisfaction and in turn stimulate positive *Word of Mouth*. Methods: This study used *Causal Explanatory Research* with a sample of 297 respondents in Islamic-friendly hospitals in Indonesia. Data management is carried out using SEM AMOS 24. Results: The effect of patient satisfaction mediated significantly on positive WOM. This is evidenced by patient satisfaction with positive wom having a positive path of 0.460 with a C.R value of 9.183 and obtaining a significant probability (p) of 0.000 which means that patient satisfaction has a significant effect on positive wom. *Reliability*, *Assurance* and *Empathy* have a significant effect on *Patient Satisfaction*, while *Tangible* and *Responsiveness* have a non-significant effect on *Patient Satisfaction*.

Keywords: Hospital, Service Quality, Patient Satisfaction, *WOM* Positive.

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.3, Edisi September 2024
Published : 10-12-2024, Page : 311-328

PENDAHULUAN

Word of Mouth (WOM) positif diakui sebagai faktor penting dalam pemasaran, memengaruhi perilaku konsumen dan keputusan pembelian (Vázquez-Casielles et al., 2013). *WOM* dianggap sebagai strategi komunikasi penting untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Bruce & Edgington, 2008). Penelitian selama lebih dari 50 tahun menekankan pentingnya komunikasi informal antar pelanggan, dengan *WOM* menjadi topik sentral penelitian (Oetting, 2009). Peneliti dan praktisi pemasaran percaya bahwa *WOM* merupakan strategi yang kuat yang memengaruhi kinerja pemasaran (Oetting & Jacob, 2007), memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian ulang (Money et al., 1998); (Gremier et al., 2001). *WOM* telah diidentifikasi sebagai faktor penting dalam pilihan konsumen, memberikan perusahaan kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasarnya dengan membina *WOM* positif di antara pelanggan (Casaló Ariño et al., 2008).

Meskipun penelitian yang luas tentang *WOM*, masih ada kekurangan pemahaman yang komprehensif, terutama dalam industri terkait kesehatan. Hubungan khusus antara Kualitas Layanan Pasien dan *WOM* di pengaturan kesehatan belum sepenuhnya dieksplorasi. Peran mediasi kepuasan pasien dan peran moderasi religiusitas dalam memengaruhi *WOM* di pengaturan kesehatan membutuhkan penyelidikan lebih lanjut. Dandis et al., (2022), yang menemukan ada dimensi *tangible* yang berpengaruh tidak signifikan terhadap *Word of Mouth*. Sedangkan hasil penelitian P. S. H. Tan et al., (2022) dan dan Cham et al., (2021) mengatakan bahwa *patient service quality* dengan lima dimensinya berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth*. ada hubungan yang signifikan antara SQ dan *WOM* baik secara langsung (Liu & Lee, 2016) maupun tidak langsung melalui mediator seperti kepuasan pelanggan (Hwang & Choi, 2019); (Mahmoud & Grigoriou, 2017). Menurut Sipilä et al., (2017) juga menunjukkan bahwa *WOM* mengasumsikan peran penting dalam mendefinisikan sikap konsumen dan evaluasi layanan. Meštrović, (2017) menyimpulkan bahwa "kualitas layanan memiliki dampak langsung dan signifikan pada kepuasan, kepuasan secara berurutan memiliki dampak langsung dan signifikan terhadap *WOM*, kualitas layanan memiliki dampak tidak langsung dan signifikan terhadap *WOM* melalui kepuasan.

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.3, Edisi September 2024
Published : 10-12-2024, Page : 311-328

WOM ditentukan untuk memainkan peran positif langsung dalam pengembangan kepuasan pasien dan peran tidak langsung dalam pengembangan loyalitas pasien (Dayan et al., 2022). Selain itu kepuasan pelanggan dan nilai yang dirasakan pasien secara signifikan memengaruhi loyalitas pasien (dari mulut ke mulut dan niat mengunjungi kembali), namun, nilai yang dirasakan pelanggan tidak secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Nguyen et al., 2021). Pengalaman kunjungan pasien memiliki efek positif pada kepuasan pasien dengan dokter, dan niat *WOM* dan kepuasan pasien dengan dokter memainkan peran mediasi dalam efek ini. Kepuasan pasien terhadap dokter berpengaruh positif terhadap niat *WOM* (Akbolat et al., 2021).

Mengatasi kesenjangan ini penting untuk mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan *WOM* positif di konteks kesehatan. Memahami bagaimana kepuasan pasien menjadi mediator dalam hubungan antara kualitas layanan dan *WOM* dapat memberikan wawasan berharga dalam meningkatkan kualitas layanan dan merangsang *WOM* positif. Pengetahuan ini dapat memberi informasi kepada penyedia layanan kesehatan tentang pendekatan yang disesuaikan untuk meningkatkan kepuasan pasien dan merangsang *WOM* positif.

Penelitian ini dilakukan di rumah sakit yang ramah islam di Indonesia. Beberapa rumah sakit di Indonesia membuat standar agama dalam memberikan pelayanan kesehatan. Instrumen sertifikasi standar agama merupakan instrumen untuk menilai implementasi standar agama dalam pengelolaan rumah sakit, meliputi manajemen rumah sakit, manajemen sumber daya manusia dan manajemen bangunan dan fisik, serta pelayanan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Causal Explanatory Research*. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, peneliti dapat merumuskan variabel yang diteliti untuk pengujian kausalitas lebih lanjut dengan menggunakan uji statistik yaitu pengaruh *service quality* dalam lima dimensi yaitu *reliability, tangible, responsiveness, assurance, empathy* terhadap *patient satisfaction, patient satisfaction* sebagai mediasi terhadap *positive Word of Mouth*. Populasi dalam penelitian ini seluruh pasien yang pernah dirawat inap

di Rumah Sakit ramah islam di Indonesia dengan rata-rata perbulan 1153 pasien. Sampel dihitung dengan menggunakan Pendekatan Yamane (1973) (Augusty, 2014 : 174).

Berdasarkan perhitungan, jumlah sampel adalah 297. Teknik pengumpulan sampel dengan cara *purposive sampling*, dengan kriteria yaitu:

- 1) Pasien minimal pernah sekali rawat inap di rumah sakit dalam setahun terakhir,
- 2) Pasien bukan pegawai rumah sakit.

Hasil

Hasil penelitian tentang statistik deskriptif karakteristik responden

Tabel 1. Statistik Deskriptif Demografi Responden

	Kriteria	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	112	37,71
	Perempuan	185	62,29
Usia	18 - 40 tahun	153	51,52
	41 - 60 tahun	126	42,42
	≥ 61 tahun	18	6,06
Status Perkawinan	Kawin	234	78,79
	Belum Kawin	54	18,18
	Cerai	9	3,03
Pendidikan	SD	18	6,06
	SMP	29	9,76
	SMA	122	41,08
	Diploma	17	5,72
	Sarjana	111	37,37
Pekerjaan	Pegawai Negeri		
	Sipil	31	10,44
	Pegawai Swasta	55	18,52
	Wiraswasta	51	17,17
	Profesional	33	11,11
	Lain-lain	127	42,76

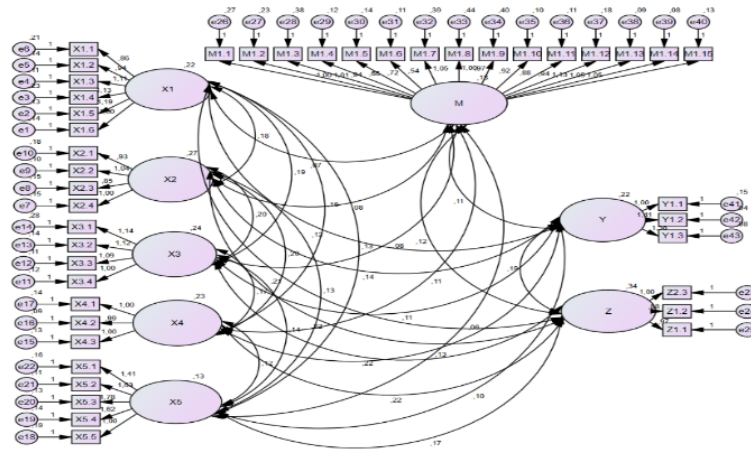
Tabel 1 dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari laki-laki, yaitu sebanyak 62,29%. Responden berdasarkan usia 51,52% berusia 18- 40 tahun. Status perkawinan responden paling banyak kawin, yaitu 78,79%. Responden berdasarkan pendidikan paling banyak pendidikan terakhir SMA, yaitu 41,08%. Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar memiliki pekerjaan lainnya, yaitu 42,76%.

Sebelum dilakukan analisis data, dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan aplikasi *Confirmatory Factor* menggunakan aplikasi AMOS 24. Model pengukuran awalnya dilakukan sebelum memperkirakan model struktural. Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Indikator	p	Loading Factor	Keterangan	Construct Reliability	Keterangan
X1.1	***	,659	Valid		
X1.2	***	,757	Valid	0.956	Reliabel
X1.3	***	,841	Valid		
X1.4	***	,736	Valid		
X1.5	***	,834	Valid		
X1.6	***	,783	Valid		
X2.1	***	,745	Valid		
X2.2	***	,863	Valid	0.966	Reliabel
X2.3	***	,749	Valid		
X2.4	***	,798	Valid		
X3.1	***	,722	Valid		
X3.2	***	,819	Valid	0.955	Reliabel
X3.3	***	,847	Valid		
X3.4	***	,812	Valid		
X4.1	***	,790	Valid	0.978	Reliabel
X4.2	***	,847	Valid		

X4.3	***	,801	Valid		
X5.1	***	,777	Valid		
X5.2	***	,862	Valid	0.966	Reliabel
X5.3	***	,870	Valid		
X5.4	***	,840	Valid		
X5.5	***	,629	Valid		
Z1.1	***	,876	Valid		
Z1.4	***	,854	Valid	0.986	Reliabel
Z1.5	***	,870	Valid		
M1.1	***	,629	Valid		
M1.2	***	,660	Valid	0.907	Reliabel
M1.3	***	,539	Valid		
M1.4	***	,619	Valid		
M1.5	***	,622	Valid		
M1.6	***	,562	Valid		
M1.7	***	,579	Valid		
M1.8	***	,535	Valid		
M1.9	***	,540	Valid		
M1.10	***	,768	Valid		
M1.11	***	,753	Valid		
M1.12	***	,685	Valid		
M1.13	***	,851	Valid		
M1.14	***	,841	Valid		
M1.15	***	,781	Valid		
Y1.1	***	,768	Valid		
Y1.2	***	,954	Valid	0.989	Reliabel
Y1.3	***	,921	Valid		



Gambar 1. Model Struktural

Hasil Uji validitas dan realibilitas pada tabel 2. Menunjukkan keseluruhan indikator dapat memenuhi persyaratan validitas (*Loading Factor* > 0,5), dan keseluruhan konstruk telah lolos uji reliabilitas dengan *cut off value* lebih besar dari 0.6 sehingga penyusunan item-item pertanyaan kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel *reliability*, *tangible*, *responsiveness*, *empathy*, *patient satisfaction*, *religiosity* dan *positive WOM* dapat dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya sebagai alat ukur yang konsisten.

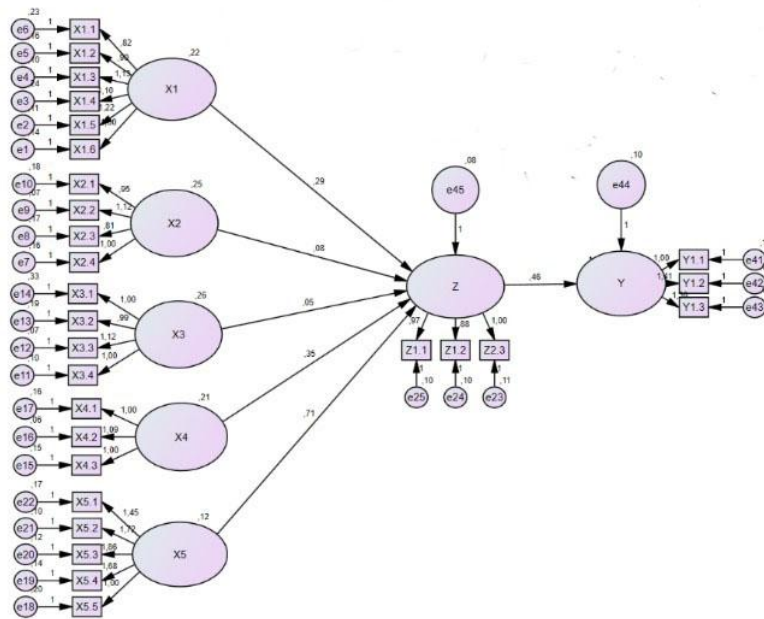
Tabel 1. Goodness of Fit and Cut off Value Structural Model

Kriteria	Nilai Cut Off	Hasil Pengujian	Keterangan
Chisquare	Sekecil Mungkin	1240,642	Fit
Probability	≥0,05	0.000	Tidak Fit
GFI	≥0,90	0.838	Tidak Fit
AGFI	≥0,90	0.784	Tidak Fit
TLI	≥0,95	0.940	Tidak Fit
CFI	≥0,95	0.953	Fit
RMSEA	≤0,08	0.050	Fit
CMIN/DF	≤2,00	1.750	Fit

Hasil perhitungan *Indeks Goodness of Fit* pada model struktural adalah seperti Tabel 1. dapat diketahui bahwa dari kedelapan kriteria terdapat empat kriteria yang memiliki kriteria Fit dan lainnya adalah tidak Fit. Mengacu pendapat Ferdinand, (2014:259) menyatakan bahwa

berdasarkan aturan parsimony jika sebagian kriteria fit maka model telah dinyatakan kesesuaian model terpenuhi.

Pengujian koefisien jalur secara rinci disajikan dalam Gambar 2 dan Tabel 3. Hasil Uji Kausalitas berikut:



Gambar 2. Uji SEM

Tabel 3. Hasil Pengujian Kausalitas

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Keterangan
Z	<---	X2	,079	,066	1,188	,235	Hipotesis ditolak
Z	<---	X3	,051	,073	,695	,487	Hipotesis ditolak
Z	<---	X4	,354	,071	4,995	***	Hipotesis diterima
Z	<---	X1	,294	,075	3,950	***	Hipotesis diterima
Z	<---	X5	,710	,118	6,008	***	Hipotesis diterima
Y	<---	Z	,460	,050	9,183	***	Hipotesis diterima

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.3, Edisi September 2024
Published : 10-12-2024, Page : 311-328

Berdasarkan Tabel 3. Dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian koefisien jalur untuk pengaruh *reliability* (X_1) terhadap *patient satisfaction* (Z) memiliki jalur positif sebesar 0.294 dengan CR sebesar 3,950 dan probabilitas sebesar 0.000 yang berarti bahwa *reliability* berpengaruh signifikan terhadap *patient satisfaction*. *Tangible* (X_2) terhadap *patient satisfaction* (Z) memiliki koefisien jalur positif sebesar 0,079 dengan CR sebesar 1,188 dan probabilitas sebesar 0,235 lebih besar dari taraf signifikan yang disyaratkan yaitu 0,05 yang berarti *tangible* ditemukan berpengaruh tidak signifikan terhadap *patient satisfaction*. *Responsiveness* (X_3) terhadap *patient satisfaction* (Z) memiliki koefisien jalur positif sebesar 0,051 dengan CR sebesar 0,695 dan probabilitas sebesar 0,487 lebih besar dari taraf signifikan yang disyaratkan yaitu 0,05 yang berarti *Responsiveness* ditemukan berpengaruh tidak signifikan terhadap *patient satisfaction*. *Assurance* (X_4) terhadap *patient satisfaction* (Z) memiliki jalur positif sebesar 0,354 dengan CR sebesar 4,995 dan probabilitas sebesar 0.000 yang berarti bahwa *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap *patient satisfaction*. *Empathy* (X_5) terhadap *patient satisfaction* (Z) memiliki jalur positif sebesar 0,710 dengan CR sebesar 6,008 dan probabilitas sebesar 0.000 yang berarti bahwa *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap *patient satisfaction*. *Patient Satisfaction* (Z) terhadap *Positive WOM* (Y) memiliki jalur positif sebesar 0,460 dengan CR sebesar 9,183 dan probabilitas sebesar 0.000 yang berarti bahwa *Patient Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Positive WOM*.

PEMBAHASAN

Hasil analisis data pengaruh *reliability* terhadap *patient satisfaction* menunjukkan bahwa variabel *reliability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *patient satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa *reliability* memengaruhi *patient satisfaction* telah terbukti benar. Maka dapat dikatakan bahwa keandalan rumah sakit di Indonesia dapat mempengaruhi kepuasan pasien. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi keandalan rumah sakit, maka akan meningkatkan kepuasan pasien. Sebaliknya jika keandalan rumah sakit menurun, maka akan menurunkan kepuasan pasien.

Reliabilitas dalam konteks ini merujuk pada konsistensi, keandalan, dan ketepatan dalam penyediaan layanan kesehatan kepada pasien. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.3, Edisi September 2024
Published : 10-12-2024, Page : 311-328

terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin ketepatan waktu, pelayanan yang sama tanpa kesalahan, sikap simpati dan dengan akurasi tinggi. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya.

Hasil analisis data pengaruh *tangible* terhadap *patient satisfaction* menunjukkan jika variabel *tangible* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap *patient satisfaction*. Hal ini dapat ditunjukkan jika hipotesis yang menyatakan bahwa *tangible* berpengaruh signifikan terhadap *patient satisfaction* tidak diterima. Nilai koefisien menunjukkan nilai positif, sehingga dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi *tangible* maka akan meningkatkan *patient satisfaction*. Dengan demikian dapat disimpulkan bukti fisik di rumah sakit di Indonesia tidak dapat mempengaruhi kepuasan pasiennya.

Bukti Fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa ini meliputi: fasilitas fisik (gedung, gudang dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya. Secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi.

Hasil analisis data pengaruh *responsiveness* terhadap *patient satisfaction* menunjukkan jika variabel *responsiveness* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap *patient satisfaction*. Hal ini dapat ditunjukkan jika hipotesis yang menyatakan bahwa *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap *patient satisfaction* tidak diterima. Nilai koefisien menunjukkan nilai positif, sehingga dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi *responsiveness* maka akan meningkatkan *patient satisfaction*. Dengan demikian dapat disimpulkan daya tanggap di rumah sakit di Indonesia tidak dapat mempengaruhi kepuasan pasiennya..

Hasil analisis data pengaruh *assurance* terhadap *patient satisfaction* menunjukkan bahwa variabel *assurance* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *patient satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa *assurance* memengaruhi *patient satisfaction* telah terbukti benar. Maka dapat dikatakan bahwa jaminan di rumah sakit di Indonesia dapat mempengaruhi kepuasan pasien. Nilai koefisien yang positif menunjukkan

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.3, Edisi September 2024
Published : 10-12-2024, Page : 311-328

bahwa semakin tinggi jaminan rumah sakit, maka akan meningkatkan kepuasan pasien. Sebaliknya, jika jaminan rumah sakit menurun, maka akan menurunkan kepuasan pasien.

Hasil analisis data pengaruh *empathy* terhadap *patient satisfaction* menunjukkan bahwa variabel *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *patient satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa *empathy* memengaruhi *patient satisfaction* telah terbukti benar. Maka dapat dikatakan bahwa empati di rumah sakit di Indonesia dapat mempengaruhi kepuasan pasien. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi empati rumah sakit, maka akan meningkatkan kepuasan pasien. Sebaliknya, jika empati rumah sakit menurun, maka akan menurunkan kepuasan pasien.

Hasil analisis data pengaruh *patient satisfaction* terhadap *positive WOM* menunjukkan bahwa variabel *patient satisfaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *positive WOM*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa *patient satisfaction* memengaruhi *positive WOM* telah terbukti benar. Maka dapat dikatakan bahwa kepuasan pasien di rumah sakit di Indonesia dapat mempengaruhi *positive WOM*. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pasien rumah sakit, maka akan meningkatkan *positive WOM*. Sebaliknya, jika kepuasan pasien rumah sakit menurun, maka akan menurunkan *positive WOM*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien memiliki pengaruh signifikan terhadap *positive Word of Mouth (WOM)* menyoroti bahwa kepuasan pasien memainkan peran kunci dalam menyebarkan rekomendasi positif tentang layanan kesehatan. Penelitian tersebut menegaskan bahwa ketika pasien merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima, mereka cenderung memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, baik secara langsung kepada keluarga dan teman, maupun melalui berbagai platform komunikasi seperti media sosial, ulasan online, atau diskusi forum. Pengalaman positif pasien yang disampaikan kepada orang lain, baik secara lisan maupun tertulis, memiliki potensi besar untuk mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap layanan kesehatan. Rekomendasi positif tersebut dapat memicu minat orang lain untuk mencari layanan yang sama, meningkatkan kepercayaan dan citra positif terhadap penyedia layanan kesehatan, serta mempengaruhi keputusan orang lain dalam memilih layanan kesehatan yang mereka butuhkan. Oleh karena itu, kepuasan pasien memainkan peran penting dalam mempengaruhi *positive WOM*, yang pada gilirannya dapat

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.3, Edisi September 2024
Published : 10-12-2024, Page : 311-328

memiliki dampak yang signifikan pada citra, reputasi, dan pertumbuhan penyedia layanan kesehatan.

Implikasi

Temuan teoritis penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa aspek-aspek kualitas layanan, seperti keandalan dalam pelayanan, keyakinan pada kemampuan sistem kesehatan, dan kemampuan staf medis untuk memahami serta merespon kebutuhan pasien, memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pasien. Implikasi teoritisnya menunjukkan pentingnya dimensi-dimensi ini dalam model kualitas layanan yang berkaitan langsung dengan persepsi dan evaluasi pasien terhadap layanan kesehatan. Ini menggarisbawahi bahwa kepuasan pasien tidak hanya dipengaruhi oleh hasil medis semata, tetapi juga oleh aspek-aspek non-medis seperti kepercayaan, empati, dan keandalan layanan.

Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa pengaruh faktor *tangibles* dan *responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien memiliki implikasi teoritis yang penting dalam konteks pemahaman tentang kualitas layanan kesehatan. Temuan ini menyoroti bahwa aspek fisik dalam pelayanan kesehatan, seperti kondisi fisik fasilitas, peralatan medis, responsivitas dalam layanan, dan waktu tunggu, bukan faktor kunci yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan pasien. Implikasi dalam konteks spesifik, elemen-elemen tersebut bukan penentu utama kepuasan pasien. Ini dapat mengarah pada penafsiran bahwa faktor-faktor non-fisik atau non-teknis memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap kepuasan pasien dalam konteks layanan kesehatan, seperti kepercayaan, empati, konsistensi, dan komunikasi yang efektif.

Temuan teoritis selanjutnya yaitu kepuasan pasien berpengaruh signifikan terhadap *Positive Word-of-Mouth (WOM)* memiliki implikasi teoritis yang substansial dalam teori layanan dan perilaku konsumen. Secara teoritis, temuan ini menegaskan bahwa kepuasan pasien memiliki peran penting dalam membentuk perilaku komunikasi positif, di mana pasien yang merasa puas dengan layanan kesehatan cenderung menyebarkan rekomendasi positif kepada orang lain. Implikasi ini menegaskan bahwa kepuasan pasien bukan hanya mencerminkan tingkat kepuasan individual, tetapi juga berperan sebagai katalisator untuk menyebarkan informasi positif terkait layanan kesehatan. Hasil ini memperkuat teori tentang

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.3, Edisi September 2024
Published : 10-12-2024, Page : 311-328

efek domino dalam perilaku konsumen, di mana kepuasan pasien dapat memicu serangkaian reaksi positif, termasuk penyebaran informasi dan rekomendasi positif tentang layanan kesehatan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan konsumen lainnya dalam memilih layanan kesehatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reliabilitas, jaminan, dan empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien sementara bukti fisik (*tangible*) dan responsivitas tidak berpengaruh di Rumah Sakit Indonesia memiliki implikasi praktis yang berdampak pada peningkatan kualitas layanan kesehatan di rumah sakit tersebut. Implikasi ini menegaskan bahwa fokus pada aspek-aspek seperti keandalan layanan, keyakinan pasien pada kualitas layanan, dan kemampuan staf medis untuk memahami serta merespon kebutuhan pasien menjadi kunci penting dalam meningkatkan kepuasan pasien di Rumah Sakit Indonesia. Meskipun bukti fisik dan responsivitas tidak berdampak secara signifikan, implikasi praktisnya mengarah pada perlunya evaluasi dan peningkatan dalam aspek yang mungkin kurang dominan dalam memengaruhi kepuasan pasien.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan pasien berpengaruh secara signifikan terhadap *Positive Word-of-Mouth (WOM)* di Rumah Sakit Indonesia memiliki implikasi praktis yang penting dalam pengelolaan layanan kesehatan. Implikasi ini menggarisbawahi bahwa upaya meningkatkan kepuasan pasien di Rumah Sakit Indonesia tidak hanya akan berdampak pada persepsi positif pasien secara individual, tetapi juga akan membawa manfaat dalam pengembangan citra dan reputasi rumah sakit dalam masyarakat. Dengan memfokuskan upaya pada meningkatkan kepuasan pasien, Rumah Sakit Indonesia memiliki kesempatan untuk mendorong dan memperkuat rekomendasi positif dari pasien kepada keluarga, teman, dan komunitas, yang secara langsung mempengaruhi citra rumah sakit dan keputusan calon pasien untuk memilih layanan kesehatan di Rumah Sakit Indonesia. Implikasi praktisnya adalah bahwa dalam upaya meningkatkan *Positive WOM*, Rumah Sakit Indonesia perlu memprioritaskan strategi yang berorientasi pada meningkatkan kepuasan pasien, memastikan layanan yang konsisten, serta memberikan pengalaman yang memuaskan bagi setiap pasien yang datang, sehingga berkontribusi pada peningkatan citra dan kepercayaan masyarakat terhadap Rumah Sakit Indonesia.

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.3, Edisi September 2024
Published : 10-12-2024, Page : 311-328

Implikasi selanjutnya menyoroti perlunya pendekatan yang berbeda dalam merancang strategi komunikasi dan pemasaran untuk memperkuat rekomendasi positif dari pasien, terutama di lingkungan dengan latar belakang religius yang beragam. Dalam konteks praktis, Rumah Sakit Indonesia perlu mempertimbangkan bagaimana aspek religiusitas dapat memengaruhi keputusan pasien dalam menyebarkan rekomendasi positif. Dengan memahami bahwa faktor agama memainkan peran dalam persepsi dan perilaku konsumen, rumah sakit dapat mengadopsi pendekatan yang lebih sensitif terhadap preferensi agama dalam upaya untuk mempromosikan *Positive WOM*. Hal ini bisa meliputi penggunaan bahasa atau pesan yang lebih sesuai dengan nilai-nilai agama, menyediakan lingkungan yang mendukung bagi individu dengan latar belakang agama yang berbeda, serta mendorong komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai religius yang dipegang oleh masyarakat. Dengan demikian, Rumah Sakit Indonesia dapat menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan mendukung rekomendasi positif yang lebih luas, yang pada gilirannya akan memperkuat citra positif rumah sakit dan memengaruhi keputusan pasien di masa mendatang.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*) pelayanan, jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, rumah sakit di Indonesia dapat memperkuat aspek-aspek tersebut dalam strategi pelayanan kesehatan. Meskipun bukti fisik (*tangible*) dan daya tanggap (*responsiveness*) tidak secara signifikan memengaruhi kepuasan pasien, evaluasi lebih mendalam terhadap aspek fisik yang mungkin mempengaruhi persepsi pasien terhadap fasilitas serta perbaikan dalam komunikasi responsif dapat diperlukan. Sementara itu, meskipun kepuasan pasien tidak secara langsung memengaruhi *Word-of-Mouth (WOM)* positif, memahami dan merespon perbedaan tingkat religiusitas pasien dalam mengamati kepuasan pasien dapat membantu meningkatkan rekomendasi positif yang dipengaruhi oleh faktor agama di luar rumah sakit. Melalui fokus pada mempertahankan keandalan, jaminan, dan empati serta pemahaman mendalam pada pengaruh religiusitas terhadap kepuasan pasien, dapat meningkatkan kualitas layanan yang berujung pada pengalaman positif pasien dan perbaikan citra rumah sakit.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, Y., & Dastgir, S. (2020). Service quality, religiosity, customer satisfaction, customer engagement and Islamic bank's customer loyalty. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1691–1705. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0044>
- Agarwala, R., Mishra, P., & Singh, R. (2019). Religiosity and consumer behavior: a summarizing review. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 16(1), 32–54. <https://doi.org/10.1080/14766086.2018.1495098>
- Akbolat, M., Sezer, C., Ünal, Ö., & Amarat, M. (2021). The mediating role of patient satisfaction in the effect of patient visit experiences on word-of-mouth intention. *Health Marketing Quarterly*, 38(1), 12–22. <https://doi.org/10.1080/07359683.2021.1947080>
- Augusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Bruce, G., & Edgington, R. (2008). Factors influencing word-of-mouth recommendations by MBA students: An examination of school quality, educational outcomes, and value of the MBA. *Journal of Marketing for Higher Education*, 18(1), 79–101. <https://doi.org/10.1080/08841240802100303>
- Casaló Ariño, L., Flavian, C., & Guinaliú, M. (2008). The role of satisfaction and website usability in developing customer loyalty and positive word-of-mouth in the e-banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 26, 399–417. <https://doi.org/10.1108/02652320810902433>
- Cham, T. H., Cheng, B. L., Low, M. P., & Cheok, J. B. C. (2021). Brand image as the competitive edge for hospitals in medical tourism. *European Business Review*, 33(1), 31–59. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2019-0269>
- Dandis, A. O., Jarrad, A. A., Joudeh, J. M. M., Mukattash, I. L., & Hassouneh, A. G. (2022). The effect of multidimensional service quality on *Word of Mouth* in university on-campus healthcare centers. *TQM Journal*, 34(4), 701–727. <https://doi.org/10.1108/TQM-12-2020-0295>
- Dayan, M., Al Kuwaiti, I. A., Husain, Z., Ng, P. Y., & Dayan, A. (2022). Factors influencing patient loyalty to outpatient medical services: an empirical analysis of the UAE's government healthcare system. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 39(1), 176–203. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-11-2020-0373>
- Gremler, D. D., Gwinner, K. P., & Brown, S. W. (2001). Generating positive word-of-mouth communication through customer-employee relationships. *International Journal of Service Industry Management*, 12(1), 44–59. <https://doi.org/10.1108/09564230110382763>
- Hwang, Y.-S., & Choi, Y. K. (2019). Higher education service quality and student satisfaction, institutional image, and behavioral intention. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 47(2), 1–12. <https://doi.org/10.2224/sbp.7622>
- Liu, C. H. S., & Lee, T. (2016). Service quality and price perception of service: Influence on word-of-mouth and revisit intention. *Journal of Air Transport Management*, 52, 42–54. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2015.12.007>
- Mahmoud, A. B., & Grigoriou, N. (2017). When empathy hurts: Modelling university students'

- Word of Mouth* behaviour in public vs. private universities in Syria. *Higher Education Quarterly*, 71(4), 369–383. <https://doi.org/10.1111/hequ.12138>
- Meštrović, D. (2017). Service quality, students' satisfaction and behavioural intentions in STEM and IC higher education institutions. In *Interdisciplinary Description of Complex Systems ...*. <https://hrcak.srce.hr/176226%0Ahttps://hrcak.srce.hr/file/259877>
- Money, R. B., Gilly, M. C., & Graham, J. L. (1998). Explorations of National Culture and Word-of-Mouth Referral Behavior in the Purchase of Industrial Services in the United States and Japan. *Journal of Marketing*, 62(4), 76–87. <https://doi.org/10.1177/002224299806200406>
- Nguyen, N. X., Tran, K., & Nguyen, T. A. (2021). Impact of service quality on in-patients' satisfaction, perceived value, and customer loyalty: A mixed-methods study from a developing country. *Patient Preference and Adherence*, 15(November), 2523–2538. <https://doi.org/10.2147/PPA.S333586>
- Oetting, M. (2009). Ripple effect: How empowered involvement drives *Word of Mouth*. In *Ripple Effect: How Empowered Involvement Drives Word of Mouth*. <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-8372-5>
- Oetting, M., & Jacob, F. (2007). *Empowered involvement and Word of Mouth - an agenda for academic inquiry*.
- Sipilä, J., Herold, K., Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2017). The influence of word-of-mouth on attitudinal ambivalence during the higher education decision-making process. *Journal of Business Research*, 80(July), 176–187. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.014>
- Solimun, M. S. (2002). Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos. *Malang: Fakultas MIPA Universitas Brawijaya*.
- Tan, P. S. H., Choong, Y. O., & Chen, I. C. (2022). The effect of service quality on behavioural intention: the mediating role of student satisfaction and switching barriers in private universities. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 14(4), 1394–1413. <https://doi.org/10.1108/JARHE-03-2021-0122>
- Vázquez-Casielles, R., Suárez-Álvarez, L., & del Río-Lanza, A. B. (2013). The *Word of Mouth* dynamic: How positive (and Negative) *WOM* drives purchase probability: An analysis of interpersonal and non-interpersonal factors. *Journal of Advertising Research*, 53(1), 43–60. <https://doi.org/10.2501/JAR-53-1-043-060>
- Ichsan, R. N., Nst, V. F. H., Nasution, L., & Hutabarat, L. (2024). The effect of halal labeling on the performance of small and medium enterprise (SME) in medan city. *Jurnal Mantik*, 8(1), 421-427.
- Lubis, M. R., Ichsan, R. N., Nasution, L., Nst, V. F. H., & Lubis, D. (2024). Analysis Of Factors Affecting The Amount Of People's Business Credit Loans In Lubuk Pakam District, Deli Serdang Regency, North Sumatra Province. *Jurnal Ekonomi*, 13(02), 915-923.
- Nst, V. F. H., Majid, M. S. A., & Harahap, I. (2024). The Role Of Imports In Development According To Islamic And Conventional Macroeconomic Perspectives. *Moneter: Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 12(1), 100-106.
- Devi, R. S., Lubis, M. A., Nst, V. F. H., & Sihombing, A. (2024). Persaingan Usaha Tidak Sehat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.3, Edisi September 2024
Published : 10-12-2024, Page : 311-328

- Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Ilmiah METADATA*, 6(1), 108-118.
- Nasution, L., Ichsan, R. N., Nst, V. F. H., & Rizkina, S. (2024). Pendampingan Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi Di Akademi Keperawatan Hkbp Balige. *Pedamas (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(01), 113-117.
- Nst, V. F. H., Nasution, M. Y., & Sugianto, S. (2024). Relationship ushul Fiqh, Qowa'id Fiqih dan Maqashid Al-Syariah With Islamic Economy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1017-1023.
- Nst, V. F. H., Tarigan, A. A., & Nasution, Y. S. J. (2023). Prinsip Equilibrium Perilaku Berkonsumsi Dalam Perspektif Al Qur'an Surat Al Furqon Ayat 67. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 10024-10034.
- Lubis, M. R., Siregar, G. T., Nurita, C., Nst, V. F. H., & Lubis, D. (2023). Peningkatan Kesadaran Hukum Masyarakat: Memahami Perbedaan Tindak Pidana Penipuan dan Penggelapan. *Bulletin of Community Engagement*, 3(2), 261-270.
- Ichsan, R. N., Nst, V. F. H., Nasution, L., & Hutabarat, L. (2024). The effect of halal labeling on the performance of small and medium enterprise (SME) in medan city. *Jurnal Mantik*, 8(1), 421-427.
- Lubis, M. A., Siregar, G. T., Lubis, M. R., Nst, V. F. H., & Ichsan, R. N. (2023). Prosedur Jual Beli Tanah Dan Bangunan Warisan Yang Dilakukan Dihadapan Ppat (Procedure For Sale And Purchase Of Heritage Land And Buildings Carried Out Before The Ppat). *PKM Maju UDA*, 4(3), 1-13.
- Ichsan, R. N., Syahbudi, M., & Nst, V. F. H. (2023). Development of Islamic Human Resource Management in The Digital Era For MSMEs and Cooperatives in Indonesia. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 497-512.
- Ichsan, R. N., Tanjung, A. M., & Nst, V. F. H. (2023). Pemanfaatan Website Online Single Submission (Oss) Dalam Kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah Dikota Medan Berbasis Maqashid Syariah. *Jurnal PKM Hablum Minannas*, 2(2), 57-72.
- Ichsan, R. N., Lubis, M. A., Nst, V. F. H., & Panggabean, N. R. (2023). Sosialisasi Peningkatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Manajemen Syariah Di Kecamatan Medan Area Kota Medan. *PKM Maju UDA*, 4(2), 42-49.
- Nst, V. F. H., Suma, D., Siregar, B. A., Ichsan, R. N., Panggabean, N. R., & Sibarani, J. P. (2023). Pendampingan Pemasaran Keripik Ubi Dalam Meningkatkan Penjualan Berbasis Digital Di Desa Marendal 1 Kecamatan Patumbak, Deli Serdang-Sumatera Utara. *Jurnal PKM Hablum Minannas*, 2(1), 45-52.
- Ammar, D., Danialsyah, D., Lubis, M. F. R., Purba, A. R., & Nst, V. F. H. (2023). Pelaksanaan Pemberian Marga Dalam Sistem Perkawinan Etnik Mandailing (Studi Di Lembaga Adat Budaya Mandailing Medan). *Jurnal PKM Hablum Minannas*, 2(1), 68-79.

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.3, Edisi September 2024

Published : 10-12-2024, Page : 311-328

- Siregar, G., Lubis, M. A., Lubis, M. R., Nst, V. F. H., & Nasution, L. (2023). Perbuatan Melawan Hukum Akibat Membangun Di Atas Tanah Wakaf (Unlawful Actions Caused By Building On The Waqf Land). *PKM Maju UDA*, 4(1), 31-38.
- Nst, V. F. H., Nasution, Y. S. J., & Siregar, S. (2024). Implementation Of Wakaf As A Tool Of Social Finance To Achieve The Sdgs In Indonesia Case Study On Indonesian Waqf Board. *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 12(3), 623-634.
- Ichsan, R. N., Nst, V. F. H., Nasution, L., & Hutabarat, L. (2024). *Buku Pelatihan Dan Pengembangan SDM*. CV. Sentosa Deli Mandiri.
- Ichsan, R. N., Nst, V. F. H., & Panggabean, N. R. (2024). *Buku Ajar Sistem Informasi Manajemen (SIM)*. CV. Sentosa Deli Mandiri.
- Ichsan, R. N., Syahbudi, M., Barus, E. E., & Nst, V. F. H. (2024). The Role Of Islamic Banking Literacy And Ease Of Use On Achieving Sustainable Development Goals And Maqashid Al-Shariah In Indonesia. *International Journal Of Economics And Finance Studies*, 16(2), 190-208.
- Ichsan, R. N., Syahbudi, M., Barus, E. E., & Nst, V. F. H. (2024). The Role Of Islamic Banking Literacy And Ease Of Use On Achieving Sustainable Development Goals And Maqashid Al-Shariah In Indonesia. *International Journal Of Economics And Finance Studies*, 16(2), 190-208.
- Nst, V. F. H., Asmuni, A., & Anggraini, T. (2024). Review Of Fiqh Muamalah On The Forms Of Online Buying And Selling Contracts In The Tiktok Shop Application. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 10804-10812.
- Ichsan, R. N., Nst, V. F. H., Nasution, L., & Hutabarat, L. (2024). The Effect Of Halal Labeling On The Performance Of Small And Medium Enterprise (SME) In Medan City. *Jurnal Mantik*, 8(1), 421-427.
- Lubis, M. R., Ichsan, R. N., Nasution, L., Nst, V. F. H., & Lubis, D. (2024). Analysis Of Factors Affecting The Amount Of People's Business Credit Loans In Lubuk Pakam District, Deli Serdang Regency, North Sumatra Province. *Jurnal Ekonomi*, 13(02), 915-923.
- Nst, V. F. H., Majid, M. S. A., & Harahap, I. (2024). The Role Of Imports In Development According To Islamic And Conventional Macroeconomic Perspectives. *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 12(1), 100-106.
- Nst, V. F. H., Nasution, M. Y., & Sugianto, S. (2024). Relationship ushul Fiqh, Qowa'id Fiqh dan Maqashid Al-Syariah With Islamic Economy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1017-1023.
- Lubis, M. R., Siregar, G. T., Nurita, C., Nst, V. F. H., & Lubis, D. (2023). Peningkatan Kesadaran Hukum Masyarakat: Memahami Perbedaan Tindak Pidana Penipuan dan Penggelapan. *Bulletin of Community Engagement*, 3(2), 261-270.