



PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN

Syifa Yusrina¹, Nandan Limakrisna², Rena Tresna Wulandhani³
Affiliasi :Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Winaya Mukti

Riwayat Artikel : Artikel Masuk: 27 Oktober 2025 Diterima: 27 Oktober 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kualitas layanan dan promosi *word of mouth* terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung. Hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan bagi Manajemen Rumah Sakit dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan masyarakat akan pelayanan kesehatan yang berkualitas sehingga dapat dijadikan acuan dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikasi. Pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner disertai dengan kepustakaan, teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Pengumpulan data di lapangan dilaksanakan pada tahun 2024. Teknik analisis data menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum persepsi pasien rawat jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung tentang kualitas pelayanan, promosi *word of mouth* dan kepuasan pasien relatif cukup baik dan cukup puas. Kualitas pelayanan dan promosi *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pasien secara parsial.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi *Word Of Mouth*, Kepuasan Pasien

Abstract

This research aims to obtain empirical evidence regarding the influence of service quality and word-of-mouth promotion on the satisfaction of outpatient patients at Hermina Pasteur Hospital Bandung. The results of this study serve as a consideration for Hospital Management in meeting the community's needs and demands for quality healthcare services, thus providing a reference in formulating strategies to improve service quality. The research method used is descriptive and verificative analysis. The data collection method used was through questionnaires accompanied by literature, with the sampling technique using simple random sampling. Field data collection was conducted in 2024. The data analysis technique used was SmartPLS. The research results show that, in general, the perceptions of outpatient patients at Hermina Pasteur Hospital Bandung regarding the quality of service, word-of-mouth promotion, and patient satisfaction are relatively good and quite satisfactory. The quality of service and word of mouth promotion have an impact on partially patient satisfaction.

Keywords: Service Quality, Word Of Mouth Promotion, Patient Satisfaction

PENDAHULUAN

Rumah sakit merupakan rujukan pelayanan kesehatan untuk Puskesmas, khususnya pada upaya kuratif dan rehabilitatif, karena rumah sakit memiliki fungsi utama menyelenggarakan upaya kesehatan yang bersifat penyembuhan dan pemulihan untuk pasien. Peranan rumah sakit sangat penting dalam menunjang kesehatan dari masyarakat. Maju atau mundurnya rumah sakit sangat ditentukan oleh keberhasilan dari pihak-pihak yang bekerja di rumah sakit, dalam hal ini dokter, perawat dan orang-orang yang berada di tempat tersebut. Rumah sakit diharapkan mampu memahami konsumennya dalam hal ini adalah pasien secara keseluruhan agar dapat maju dan berkembang serta menghindari terjadinya kelalaian-kelalaian medis yang ditimbulkan (Binendra dan Prayoga, 2022:1200).

Pelayanan kesehatan menjadi salah satu jenis dari pelayanan publik yang diselenggarakan oleh pemerintah. Hingga kini permasalahan dibidang kesehatan tidak pernah ada usainya, mahalnya biaya kesehatan, ketidakramahannya petugas kesehatan, lambatnya penanganan terhadap pasien, hingga tindakan diskriminasi terhadap pasien masih menjadi obrolan yang memang tak ada habisnya. Hal tersebut dikarenakan kualitas pelayanan kesehatan diberikan kurang maksimal. Seperti yang tertera dalam Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 951/Menkes/SK/VI/2000, bahwa "tujuan pembangunan kesehatan adalah untuk meningkatkan kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang agar terwujud derajat kesehatan masyarakat yang optimal". Dengan meningkatnya tingkat pendidikan dan keadaan sosial pada masyarakat, maka meningkat pula kesadaran mengenai arti hidup sehat bagi masyarakat. Keadaan tersebut menyebabkan timbulnya tuntutan masyarakat akan pelayanan kesehatan yang berkualitas dan berorientasi pada kepuasan konsumen.

Saat ini, perusahaan, dalam hal ini Rumah Sakit, tengah berada di era persaingan yang sangat ketat. Perkembangan yang pesat di segala bidang telah membawa perubahan kehidupan masyarakat. Pembangunan akan sulit berjalan lancar jika kondisi masyarakatnya yang kurang sehat sehingga pemerintah dituntut untuk mampu menjalankan pelayanan kesehatan yang bermutu dan berkualitas sehingga dapat diandalkan oleh masyarakat saat dibutuhkan. Rasio orang sakit yang tinggi pada suatu populasi akan menurunkan tingkat kompetitif dan produktivitas daerah tersebut bila dibandingkan dengan daerah yang rasio orang sakitnya rendah (Cole & Neumayer, 2017:104). Oleh karena itu upaya untuk mempertahankan keadaan sehat pada populasi sangat penting dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari peran perawat dan dokter di rumah sakit.

Semakin banyak rumah sakit saat ini yang menawarkan pelayanan kesehatan preventif (pencegahan) dan promotif (peningkatan), seperti: pemeriksaan untuk *check up*, *papsmear*, dan *fithnes center*. Dengan demikian, pelayanan kesehatan pada sebuah rumah sakit saat ini ke depan bukan hanya menerima orang sakit akan tetapi targetnya adalah masyarakat yang dengan secara sadar melakukan pencegahan, dengan melakukan pemeriksaan secara rutin. Hal ini sejalan dengan pendapat Trisnantoro (2017:346), bahwa filosofi rumah sakit adalah bukan mengharap orang sakit, tetapi meningkatkan persiapan terhadap kemungkinan sakit dan meningkatkan kesehatan masyarakat. Jasa atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh perusahaan tentunya harus berkualitas, Tjiptono (2020:59) menyatakan kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pada perusahaan jasa, kualitas

pelayanan, dan kepuasan pasien dari suatu rumah sakit sangatlah penting, yang mana harapan pasien akan dibentuk oleh pelayanan yang diberikan sebelumnya dan kualitas pelayanan tersebut akan sangat berdampak terhadap kepuasan pasien terhadap rumah sakit. Apabila pasien merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit, maka mereka akan melakukan pemanfaatan jasa pelayanan rumah sakit yang berulang-ulang. Disamping itu mereka cenderung untuk melakukan *word of mouth communication* (dorongan/ saran dari teman) kepada relasi-relasi terdekatnya agar mereka melakukan hal yang sama seperti dirinya, yakni memanfaatkan pelayanan kesehatan yang berorientasi kepada kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pasien.

Word of mouth (WOM) adalah tindakan konsumen memberikan informasi kepada konsumen lain (antar pribadi) secara tidak komersial, baik merek, produk, maupun jasa (Ali Hasan, 2018:78). *Word of mouth* dianggap sebagai salah satu alat komunikasi paling berpengaruh antara pengirim dan penerima pesan (Teng et al., 2019:105), lebih dapat dipercaya dan persuasif dari pada media tradisional seperti iklan cetak, penjualan pribadi, dan iklan radio dan TV (Cheung & Thadani, 2018:199). Berdasarkan hasil pra survei penelitian terhadap pasien dapat diketahui beberapa keluhan yang dikeluhkan keluarga pasien terhadap pelayanan Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung, seperti: pelayanan IGD yang sangat buruk dan lambat, pengambilan obat lama, kurangnya kebersihan kamar mandi dan lantai kamar mandi licin, adanya kendala di bagian admin pendaftaran, sikap dari satpam dan perawat terlihat kurang ramah, bayi yang dibiarkan dehidrasi, dan adanya e-reservasi yang tidak sesuai dengan harapan keluarga pasien. Kepuasan pasien dapat dicapai dengan meningkatkan perilaku caring perawat (Tiara & Lestari, 2019:104). Tingkat kepuasan pasien yang akurat sangat dibutuhkan dalam upaya peningkatan mutu layanan kesehatan, karena layanan kesehatan menjadi pasar yang semakin kompetitif, mempelajari pengalaman pasien tentu dapat membantu praktisi untuk lebih baik mencakup perspektif pasien dalam pemberian layanan dan meningkatkan kepuasan pasien (Ng & luk, 2018:203). Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan juga ditentukan oleh kualitas produk, citra, nilai, harga dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi (Irawan, 2018:195).

Kepuasan pasien dapat dicapai dengan meningkatkan perilaku caring perawat (Tiara & lestari, 2019:93). Tingkat kepuasan pasien yang akurat sangat dibutuhkan dalam upaya peningkatan mutu layanan kesehatan, karena layanan kesehatan menjadi pasar yang semakin kompetitif, mempelajari pengalaman pasien tentu dapat membantu praktisi untuk lebih baik mencakup perspektif pasien dalam pemberian layanan dan meningkatkan kepuasan pasien (Ng & luk, 2018:56). Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan juga ditentukan oleh kualitas produk, citra, nilai, harga dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat, (Irawan, 2018:37). Kepuasan pelanggan menempati posisi penting dalam praktek di dunia bisnis karena manfaat yang dapat ditimbulkannya bagi perusahaan. Pertama, banyak peneliti setuju bahwa konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal (Fornell dkk. 2019:105). Konsumen yang puas terhadap barang dan jasa yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan untuk membeli ulang sebagai akibat dari kepuasan ini adalah keinginan untuk mengulang pengalaman

yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk. Kedua, kepuasan merupakan faktor yang akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth communication*) yang bersifat positif (Solomon, 2020:185). Kualitas pelayanan kesehatan perlu ditingkatkan karena kebutuhan masyarakat atau perorangan terhadap kesehatan yang sesuai dengan standar dengan pemanfaatan sumber daya secara wajar, efisien, efektif dalam keterbatasan kemampuan pemerintah dan masyarakat, serta diselenggarakan secara aman dan memuaskan sesuai dengan norma dan etika yang baik. Pelayanan kesehatan, baik di rumah sakit atau institusi pelayanan kesehatan lainnya, merupakan suatu sistem yang terdiri dari berbagai komponen yang saling terkait, saling tergantung, dan saling mempengaruhi antara satu dengan lainnya. Kualitas pelayanan kesehatan di rumah sakit adalah produk akhir dari interaksi dan ketergantungan aspek pelayanan (Ningrum, 2019:205).

Peningkatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dimungkinkan dapat mengurangi kegagalan pelayanan dan memberikan kepuasan (Matilla, 2020:401). Bila hal tersebut dapat diwujudkan maka pelanggan senantiasa akan mengkonsumsi dan berperilaku positif terhadap jasa tersebut. Pada kenyataannya, menciptakan pelanggan tersebut tidaklah mudah. Perusahaan membutuhkan pelayanan yang memiliki nilai yang sesuai dengan persepsi nilai pelanggan yang berlaku. Tjiptono (2020:59) menyatakan kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pada perusahaan jasa, kualitas pelayanan, dan kepuasan dari suatu perusahaan sangatlah penting, yang mana harapan konsumen akan dibentuk oleh pelayanan yang diberikan sebelumnya dan kualitas pelayanan tersebut akan sangat berdampak terhadap kepuasan.

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka perlu dilakukan penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung".

KAJIAN PUSTAKA

Fasilitas pelayanan kesehatan baik Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) dan Fasilitas Kesehatan Rujukan Tingkat Lanjutan (FKRTL) memiliki peranan penting dalam sistem kesehatan nasional, khususnya subsistem upaya kesehatan sebagai fasilitas pelayanan publik yang mempunyai tugas menyelenggarakan pelayanan kesehatan dengan pelayanan yang komprehensif melalui upaya pencegahan penyakit, pembinaan kesehatan, pengobatan penyakit dan pemulihan kondisi kesehatan. Rumah sakit dibandingkan dengan industri lainnya mempunyai perbedaan, yaitu dalam hal menyelenggarakan pelayanan kesehatan, rumah sakit memberikan pelayanan kesehatan yang merupakan suatu proses pelayanan kepada pasien.

Rumah sakit tampaknya belum optimal mengimplementasikan penyampaian kualitas jasa kepada para stakeholder (pelanggan), keputusan pasien untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi barang atau jasa dipengaruhi oleh kualitas jasa dalam perspektif konsumen. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Jadi kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dari definisi tadi bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan

dan jasa yang dirasakan. Bila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik. Sebaliknya bila jasa yang diharapkan tidak sesuai dengan jasa yang diterima maka persepsi kualitas jasa dipersepsikan buruk. Oleh karena itu baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

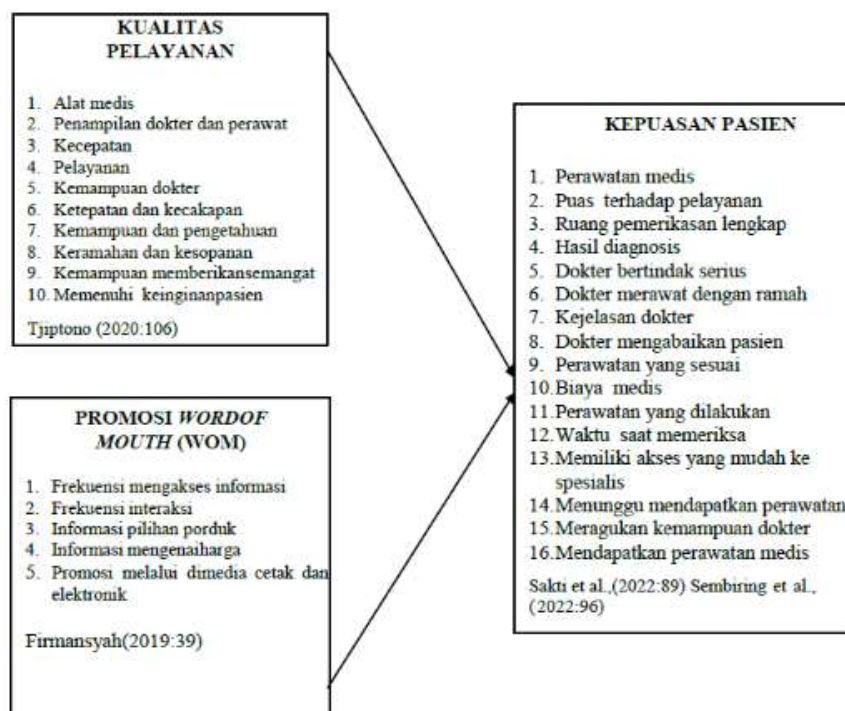
Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Jadi kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dari definisi tadi bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan. Bila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik. Sebaliknya bila jasa yang diharapkan tidak sesuai dengan jasa yang diterima maka persepsi kualitas jasa dipersepsikan buruk. Oleh karena itu baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Sebagai institusi pelayanan kesehatan salah satunya rumah sakit, kualitas pelayanan menjadi sorotan masyarakat, sehingga meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan menjadi sebuah tuntutan yang harus dilaksanakan. Peningkatan kualitas pelayanan ini baik dari sisi fasilitas fisik, alat yang tersedia dan sumber daya manusia baik secara kuantitas maupun kualitas, hal ini akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian rumah sakit harus mengutamakan kepuasan pasiennya sebagai pengguna jasa.

Kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara langsung dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan. Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing.

Kualitas pelayanan sangat penting untuk meningkatkan profitabilitas dan kesuksesan bagi suatu perusahaan. "Perusahaan yang berorientasi menjadi *service bussiness* berharap untuk selalu dapat memberikan pelayanan yang berkualitas bagi pelanggannya." Perusahaan jasa harus berupaya untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang unggul melebihi pesaing untuk memperoleh dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Rumah sakit berharap bahwa kepuasan pelanggan menciptakan perilaku pelanggan yang dapat membantu perusahaan untuk menciptakan komunikasi yang lebih efektif. Salah satu alternatif yang dapat memberikan solusi bagi perusahaan adalah pemasaran *word of mouth*. *Word of mouth* menjadi salah satu bagian strategi yang dimiliki perusahaan dalam memenangkan pelanggan serta menghubungkan perusahaan dengan pelanggan. *Word of mouth* ini biasanya cepat diterima sebagai referensi

karena pelanggan jasa biasanya sulit mengevaluasi jasa yang belum dirasakannya sendiri. kualitas pelayanan dan kepuasan merupakan faktor keberhasilan dari suatu perusahaan untuk mencapai loyalitas. Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya *word of mouth*. Kualitas pelayanan dan *word of mouth* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang akan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Kemampuan untuk memberikan kualitas layanan yang dapat memenuhi harapan pasien merupakan strategi yang sangat penting untuk mencapai keunggulan kompetitif. Zeithaml et al. (2019) menyatakan meningkatkan kualitas layanan dapat meningkatkan *favorable behavioral intentions* dan menurunkan *unfavorable behavioral intentions*. Perusahaan harus menguji dampak kualitas layanan mereka terhadap respon pelanggan, termasuk isyarat melakukan pembelian ulang atau melakukan komunikasi getok tular (*word of mouth*). Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, paradigma penelitian yang merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan antar variabel yang akan diteliti, sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian teori yang digunakan untuk rumusan hipotesis, dapat digambarkan paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran tersebut diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut "Kualitas layanan dan promosi *Word of Mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pasien".

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis statistik deskriptif dan verifikatif. Teknik analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono 2020:147).

Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu hal yang memiliki nilai yang bermacam-macam, menurut Sugiyono (2021:73) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut dan kemudian dapat menarik kesimpulannya. Pada penelitian ini melibatkan tiga variabel yaitu, variabel kualitas layanan (X_1), *word of mouth* (X_2) sebagai variabel independent. Kepuasan pasien sebagai variabel dependen (Y).

Sumber dan Cara Penentuan Data/Informasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien pengunjung Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung yang telah mendapatkan pelayanan kesehatan Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung dilihat dari kunjungan pasien rawat jalan rata-rata dalam satu bulan yang berjumlah 9.761 pasien pada bulan Januari sampai dengan Mei 2024. Jumlah sampel untuk penelitian ini adalah sebanyak 98,98 responden. Dalam penelitian ini, diambil 100 responden dengan pertimbangan untuk menghindari *sampling error* artinya semakin besar sampel yang diambil, semakin kecil *standar error*, juga jika sampel yang diambil semakin besar maka distribusi populasi semakin normal (Trihendradi, 2019: 27).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi ke dalam prosedur pengumpulan data dan pengujian validitas serta realibilitas kuesioner penelitian.

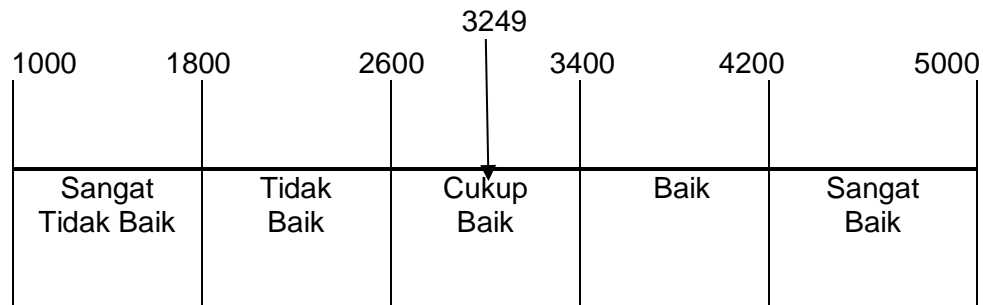
Rancangan Analisis data Dan Uji Hipotesis

Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS) menggunakan software SmartPLS versi 3. PLS adalah salah satu metode penyelesaian Struktural Equation Modeling (SEM) yang dalam hal ini lebih dibandingkan dengan teknik-teknik SEM lainnya. SEM memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi pada penelitian yang menghubungkan antara teori dan data, serta mampu melakukan analisis jalur (path) dengan variabel laten sehingga sering digunakan oleh peneliti yang berfokus pada ilmu sosial. Partial Least Square (PLS merupakan metode analisis yang cukup kuat karena tidak didasarkan pada banyak asumsi). Data juga tidak harus berdistribusi normal multivariate (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama), sampel tidak harus besar (Gozali, 2019)

HASIL PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan Menurut Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung

Berikut hasil persentase total skor secara keseluruhan dipetakan menggunakan garis kontinum:

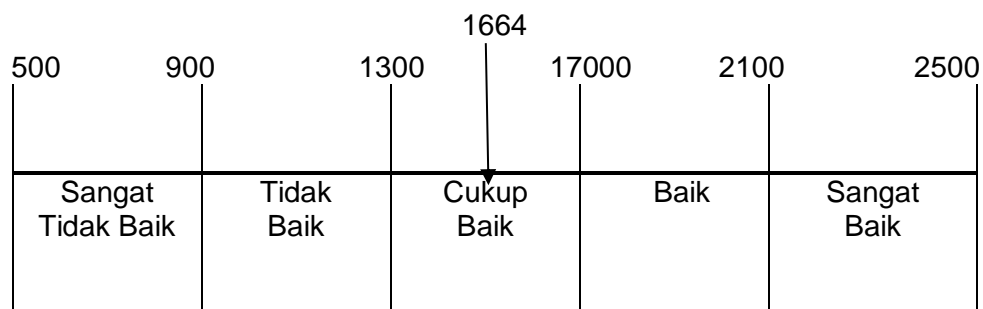


Sumber: Olahan Penulis, 2024

Hasil bobot skor kualitas pelayanan di atas menunjukkan nilai 3249 termasuk dalam interval "Cukup Baik". Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung cukup baik.

Promosi *Word Of Mouth* Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung

Berikut hasil persentase total skor secara keseluruhan dipetakan menggunakan garis kontinum:

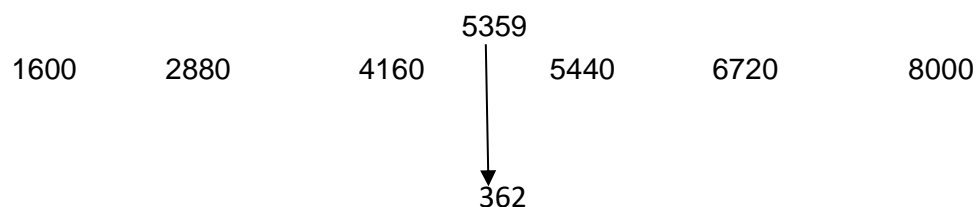


Sumber: Olahan Penulis, 2024

Hasil bobot skor kualitas pelayanan di atas menunjukkan nilai 1664 termasuk dalam interval "Cukup Baik". Hal ini mengindikasikan bahwa promosi *Word of Mouth* di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung cukup baik.

Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung

Berikut hasil persentase total skor secara keseluruhan dipetakan menggunakan garis kontinum:

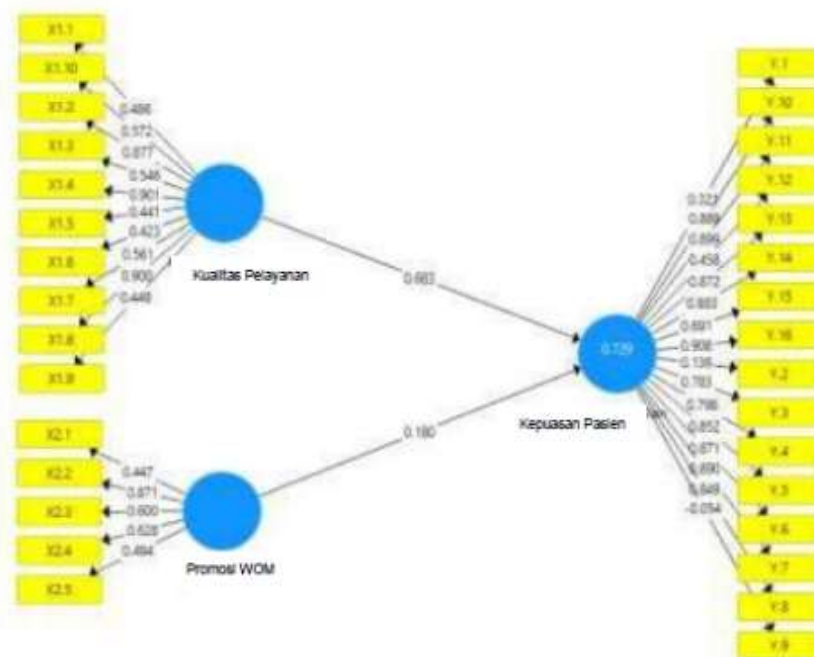


Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Hasil bobot skor kualitas pelayanan di atas menunjukkan nilai 5359 termasuk dalam interval “Cukup Baik”. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan pasien di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung cukup baik atau cukup puas.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung



Gambar 2
Hasil Kalkulasi Bootstrapping

Sumber: Data Pengolahan Data SmartPLS 4 (2024)

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien sebesar 68,3%, dimana semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan pasien akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan pasien di rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman dan Oliver (2018) dimana dimensi kualitas pelayanan ini berpengaruh pada harapan dan kenyataan yang diterima, yang menyatakan bahwa kepuasan adalah gagasan emosional yang dapat mempengaruhi penilaian dari jasa yang disediakan. Seperti yang diungkapkan oleh Sumarno (2018), Vandaliza (2017), Wiyono dan Wahyudin, Manulang (2019) dan Akbar dan Parvez (2016) juga mengungkapkan hal serupa yakni kualitas pelayanan memiliki dampak positif bagi kepuasan pasien.

Temuan di atas sejalan dengan hasil penelitian Edgett (2019:13) bahwa sukses atau gagal suatu bisnis akan sangat ditentukan oleh tiga determinan utama, yaitu: kepuasan pelanggan, kualitas produk/jasa dan kinerja produk/pelayanan. Sedangkan Muffato (2018:155) mendasarkan pada penelitian yang dilakukan berpendapat, bahwa kepuasan pelanggan merupakan titik kulminasi dari upaya melakukan perbaikan dari suatu entitas bisnis. Salah satu faktor penting yang dapat menjadi ukuran keberhasilan dari suatu entitas bisnis

dalam upayanya untuk tetap berada di dalam industri adalah kemampuan dari entitas bisnis tersebut dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya (Best, 2018:11). Sedangkan Kaplan (2019:72) menyatakan ada tiga kategori dalam atribut pelayanan yang berkontribusi secara langsung pada pembangunan nilai, masing-masing yaitu (1). Atribut produk dan pelayanan yang berkaitan dengan fungsi, kualitas, harga serta waktu; (2). Hubungan dengan pelanggan yang berkaitan dengan kenyamanan, advis pribadi, dan daya tanggap serta (3). Cita dan reputasi yang berkaitan dengan pengetahuan.

Kepuasan pasien adalah salah satu indikator penting dalam meningkatkan perawatan kesehatan. Fungsi pelayanan kesehatan yang dilakukan oleh pemerintah melalui organisasi di bidang kesehatan dengan tujuan utama untuk menjaga dan menjaga kesehatan masyarakat secara fungsional, proporsional dan profesional (Afrioz & Baidillah, 2021:170). Berbagai karakteristik pasien yang akan menggunakan jasa layanan kesehatan, penyedia layanan kesehatan harus senantiasa siap dalam melayanani dan merawat pasien serta dapat memberikan respons yang baik terhadap keinginan dan tuntutan para pasien. Setiap pasien menginginkan pelayanan kesehatan yang baik karena pelayanan kesehatan merupakan salah satu kebutuhan setiap orang. Semua orang menginginkan untuk dihargai, dilayani, dan ingin memperoleh kedudukan yang sama di masyarakat (Selvi Mayang Sari, 2021).

Rumah sakit harus mampu secara terus menerus menyajikan pelayanan dengan tingkatan kualitas yang tinggi, perusahaan dituntut untuk secara terus menerus pula meningkatkan nilai dari pelayanan. Karena pada dasarnya, persepsi atas suatu nilai pelayanan adalah cerminan dari seberapa tinggi kualitas pelayanan tersebut di mata pelanggan (Heskett, 2018:12). Lebih lanjut Heskett menyatakan bahwa persepsi pelanggan yang tinggi terhadap suatu pelayanan, sebagaimana diungkapkan di atas, merupakan orientasi dari hampir seluruh penyedia pelayanan jasa. Seluruh unsur di dalam perusahaan harus berupaya untuk sedapat mungkin menyakinkan pelanggan, bahwa mereka memperoleh *benefit* yang lebih besar dibandingkan dengan biaya atau upaya yang mereka telah keluarkan.

Pengaruh Promosi *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Pasien

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa promosi *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan sebesar 18% dengan arah hubungan yang positif, dimana semakin baik *word of mouth* pasien, maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan pasien di rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prastiyaning et al., (2019) bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh *word of mouth* (WOM), *brand image* dan *service quality*. Ketika pelanggan merasa puas dalam membeli atau menggunakan jasa maupun barang di suatu tempat akan cenderung menceritakan pengalamannya dan merekomendasikannya kepada orang lain. Pelanggan secara tidak langsung akan berbicara kepada orang lain, dimana hal ini sebagai promosi gratis bagi perusahaan. Di sini dapat disimpulkan bahwa *Word Of Mouth* merupakan komponen penting dalam melakukan promosi, sehingga *Word Of Mouth* merupakan salah satu variabel penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Informasi positif yang disampaikan orang lain (*word of mouth*) akan membuat konsumen semakin yakin untuk tetap menggunakannya sehingga *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Hatta dan Setiarini, 2018; Yusfita dan Yulianto, 2018). Disisi lain, rekomendasi mulut ke mulut (*word of mouth*) penting untuk membangun kepuasan pasien (Hasan, 2019). WOM (*Word of Mouth*) dapat terjadi saat memberikan pengalamannya atau bahkan sampai merekomendasikan produk tersebut kepada kerabat, keluarga maupun orang lainnya. Saluran komunikasi personal yang berupa ucapan atau perkataan dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) dapat menjadi metode promosi yang efektif karena pada umumnya disampaikan dari konsumen oleh konsumen dan untuk konsumen, sehingga konsumen atau pelanggan yang puas dapat menjadi media iklan bagi perusahaan. Loyalitas terjadi karena kepuasan pelanggan terhadap produk yang melebihi harapan konsumen. Konsumen dapat dikatakan loyal jika konsumen tersebut tetap setia membeli produk dan melakukan pembelian ulang secara konsisten bahkan sampai merekomendasikannya kepada orang lain (Oliviana, Mananeke, & Mintardjo, 2019).

KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan di rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung yang diukur dengan dimensi kualitas bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) diinterpretasikan dalam kriteria cenderung cukup baik. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan yaitu mengenai RS Hermina kurang memiliki administrasi yang lengkap dalam pelayanan.
2. Promosi *Word of Mouth* di rawat jalan Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung yang diukur dengan dimensi *content*, *context* dan *carriers* diinterpretasikan dalam kriteria cenderung cukup baik.
3. Kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung yang diukur dengan dimensi *general satisfaction* (umum), *technical quality* (kualitas teknik), *interpersonal manner* (perilaku interpersonal), *communication* (komunikasi), *financial aspects* (aspek finansial), dan *general satisfaction* (umum) diinterpretasikan dalam kriteria cenderung cukup baik atau cukup puas. Terdapat beberapa indikator disarankan menjadi fokus perbaikan yaitu mengenai kurang puas terhadap kemudahan menghubungi dokter dan dalam

- mendapatkan perawatan medis.
4. Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dirasakan pasien maka akan meningkatkan kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung.
 5. Terdapat pengaruh promosi *Word of Mouth* terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan dan promosi *Word of Mouth* yang dirasakan pasien maka akan meningkatkan kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung

SARAN

1. Kualitas pelayanan rawat jalan di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung secara keseluruhan masih kurang baik, sehingga rumah sakit harus memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan, yaitu sebagai berikut:
 - a. Untuk memenuhi prosedur pendaftaran dan syarat administrasi, Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung memberikan informasi secara terbuka kepada masyarakat melalui papan informasi dalam mempermudah proses administrasi. Sehingga semua pelaksanaan kegiatan di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung berjalan dengan lancar dan tertib sesuai dengan aturan yang berlaku. Untuk itu RS Hermina harus mempertahankan prinsip keterbukaan dalam hal prosedur administrasi pendaftaran pasien.
 - b. Dalam upaya peningkatan kinerja dokter dalam waktu visit ke pasien, perlu disusun kebijakan dan sistem yang sistematis dan terperinci melalui komite medik serta kinerja dokter dalam memberi pengobatan yang efektif, bermutu dan efisien menjadi indikator penilaian dokter dan lebih memperhatikan ketepatan waktu berangkat ataupun tiba. Dokter mengisi catatan dokumen harus lengkap dan jelas tentang riwayat pasien tersebut.
2. Menjadikan seluruh karyawan rumah sakit sebagai *customer relationship*. Upaya ini menjadi sangat strategis, mengingat komunikasi dapat terjadi secara langsung antara petugas dengan pasien, sehingga informasi tentang keluhan, masukan, saran ataupun upaya perbaikan dapat langsung disampaikan secara utuh dan terhindar dari adanya miskomunikasi.
3. Memperbaiki sistem antrian/waktu tunggu pasien saat melakukan pemeriksaan sehingga waktu tunggu lebih pendek. Serta mengefektifkan pelayanan dengan perjanjian untuk mengurangi waktu tunggu pasien sehingga dapat meningkatkan kepuasan pasien
4. Penelitian berikutnya diharapkan dapat meneliti responden di Rumah Sakit Hermina Pasteur Bandung pada instalasi lain. Agar hasil penelitian menjadi lebih luas serta diharapkan mampu mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas dan jenis penyakit sebagai bahan pembandingan tambahan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

REFERENCE

- Aditama, T.Y. 2018. Manajemen Administrasi Rumah Sakit. Edisi kedua. Jakarta: UI Press.

- Andhansari, P., Nawazirul Lubis, dan Andi Wijayanto. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Nilai Pelanggan. *Jurnal Manajemen*. Vol 10. No. 9 hal 3-8.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VII. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Barnes, James G. 2015. *Secrets of Customer Relationship Management: it's All About How You Make Them Feel*. McGraw-Hill: New York.
- Cole, M. A. 2016. *Sustainable Development and Environmental Kuznets Curves: An Examination of The Environmental Impact of Economic Development*. *Sust. Dev.* 7, 87-97.
- Cooper, P.D. 2017. *Health Care Marketing : a Foundation for Managed Quality*. Gaithersburg, Maryland : Aspen Publisher. Inc : 1-331.
- Dube et. al. 2015, *Adapting the QFD Approach to Extended Service Transactions*, *Production and Operations Management*, 8, 301-317.
- Fecikova, I. 2016, "An Index Method for Measurement of Customer Satisfaction", *The TQM Magazine*, Vol.16, No.1, pp. 57-66.
- Gould and Williams. 2016, "The Impact of Employee Performance Cues on Guest Loyalty, Perceived Value and Service Quality", *The Service Industries journal*, 19,3:ABI/INFORM Global P.97
- Gronroos, Christian, 2016, *The Perceived Service Quality Concept a Mistake ?* *Journal of Managing Service Quality*, Vol. 11. No. 3, pp 150-152, MCB University Press, London.
- Hardiman, A. 2013. Rumah Sakit Indonesia Belum Siap Bersaing. Melalui <http://www.kompas.com/kompas-cetakr/0412/22/humaniora1455html-4k.4/21/04>.
- Hermawan, Kertajaya 2016. *MarkPlus on Strategy*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kandampully, J., dan Dwi Suhartanto, 2015. Customer Loyalty in the Hotel Industri : the role of customer satisfaction and image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 346-351.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th edition. England : Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong., 2018, *Principles Of Marketing*, 14th Edition, PrenticeHall Pearson, USA.
- Kurtz D.L. et Clow K.E. 2018, *Services marketing*, John Wiley & Sons, New York.
- Lovelock, H Christopher and Wright K Lauren, 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alih Bahasa Agus Widyanoro. PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Manullang. M. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi ke-3*. Yogyakarta: Gadjah Mada University press.
- Mangkunegara, AP. 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- McDougall, and Levesque. 2017, "Customer Satisfaction with service : putting perceived value into the equation ", *Journal of Services Marketing*, Vol. 14, NO.5. p.392 -410.
- Mullins and Walker. 2016, "Customer Satisfaction with service : putting perceived value into the equation ", *Journal of Services Marketing*, Vol. 14, NO.5. p.392 -410.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Ningrum, Rinda Mustika. 2014. Hubungan Mutu Pelayanan Kesehatan BPJS terhadap Kepuasan Pasien di Poliklinik THT Rumah Sakit Dr. Ramelan Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 1 No 1.
- Oh, Haemoon. 2017. Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Value: A Holistic Perspective. *International Journal of Hospitality Management*. Vol 18:67-82.
- Patterson, P.G and, Routh.A Spreng, 2016. Modelling Relationship between Perceived Value, Satisfaction and Repurchase Intentions in a Business-to-business, service context: an empirical examination. *International Journal of Service Industry Management* 8: 4141-43.
- Payne, Adrian. 2016. *The Essence of Service Marketing*. Pemasaran Jasa. Prentice Hall. Essence of Management Series.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340/Menkes/Per/III/2010 tentang klasifikasi rumah sakit.
- Pritchard, Michael and Rhian Silvestro, 2010. Applying The Service Profit Chain to Analyse Retail Performance: The case of the Managerial Strait-Jaket. *International od Service Journal Industry Management*, Vol. 16 No 4. pp. 337-356
- Riduwan. 2014. *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Rivai, Veithzal dan Sagala, Ella Jauvani. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- R.Terry, George dan Leslie W.Rue. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Robbins dan Coulter. 2018. *Manajemen*. Edisi ketujuh. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Rully, Indrawan dan Poppy Yuniawati. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Rust, R.T., A.J. Zahorik, dan T.L. Keiningham. 2010. *Return on Quality : Measuring the Financial Impact of Your Company's Quest for Quality*. Chicago : Irwin
- Saladin, Djaslim. 2019, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, cetakan keempat, Linda Karya, Bandung.
- Sekaran, Umar, 2013. *Research Methods For Business “ Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi Pertama. Salemba Empat.
- Shankar, Venkatesh, Amy K. Smith, and Arvind Rangaswamy. 2016, Customer Sastifaction and Loyalty in Online and Offline Environments, *International Journal of Research in Marketing*, 20 (2), 153-175.
- Silvestro, Rhian and Stuart Cross, 2018. Applying The Service Profit Chain in a Retail Enviroment : Challenging the “satisfaction mirror”. *International od Service Journal Industry Management*, Vol 11 No 3 pp. 244-268.
- Soderlund, M. and Öhman, N.,. 2018. “Behaviorial Intentions in Satisfaction Research Revisited”, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behavior*, Vol. 12, 53 – 66.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supranto, J, 2016, *Statistik (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Keenam, Jakarta, Erlangga.
- Sulastomo, 2014. *Manajemen Kesehatan*, PT Gramedia PustakaUtama: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2018. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing. Anggota IKAPI Jatim.

- Trihendradi, C. 2016. Step by Step SPSS 20 Analisis Data Statistik. Yogyakarta: ANDI.
- Trisnantoro, L. 2015. Aspek Strategis Manajemen Rumah Sakit, Antara Misi Sosial dan Tekanan Pasar, Yogyakarta : Andi Offset.
- Undang Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.
- Zeithaml, Bitner and Gremler. 2018. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the firm*. Fifth edition. New York. Mc. Graw Hill international Edition.