

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *ELECTRONIC WORD of MOUTH*
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAAN PASIEN RAWAT
JALAN RUMAH SAKIT ROYAL PROGRESS JAKARTA**

Nurul Oktafiyana⁽¹⁾ *Salman Paludi*⁽²⁾

Program Studi Manajemen Perhotelan, Universitas ASA Indonesia, Jakarta
nuruloktafiyana4@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received:

20 Agustus 2024

Accepted:

18 September 2024

Available online:

18 Desember 2024

Keywords:

*Service Quality, Electronic Word of
Mouth, Brand Image, Patient
Satisfaction*

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality, electronic word of mouth and brand image on outpatient satisfaction at Royal Progress Hospital Jakarta. This study is a quantitative study using accidental sampling technique. Data were obtained through questionnaires distributed to respondents in the outpatient unit of Royal Progress Hospital Jakarta as many as 95 people. Data analysis used multiple linear regression with SPSS 27 program. The results showed that service quality, electronic word of mouth and brand image had a significant effect on patient satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pasien rawat jalan Rumah Sakit Royal Progress Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan teknik *accidental sampling*. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden pada unit rawat jalan Rumah Sakit Royal Progress Jakarta sebanyak 95 orang. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan program SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, *electronic word of mouth* dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

A. Pendahuluan

Rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat. Dalam UUD 1945, pasal 28 H ayat (1) menyatakan bahwa setiap orang berhak atas pelayanan kesehatan, dan pasal 34 ayat (3) menyatakan bahwa negara bertanggung jawab untuk menyediakan fasilitas pelayanan kesehatan dan fasilitas pelayanan umum yang layak. Dengan demikian, pemerintah berkewajiban untuk mendirikan rumah sakit yang berkualitas tinggi (Indonesia, 2009). Rumah Sakit menghadapi tantangan ketika mereka bersaing atau berkompetisi dalam industri kesehatan dan memungkinkan pasien atau pelanggan mereka mendapatkan pemeliharaan kesehatan yang berkualitas tinggi, harga yang lebih rendah, pelayanan yang sempurna, mudah terjangkau, dan memenuhi kebutuhan, tuntutan, harapan, dan kepuasan pasien (Permana et al., 2020). Namun, sebagai bagian dari program yang menyediakan layanan kesehatan, rumah sakit masih menghadapi masalah dalam proses penyediaan layanan kesehatan, seperti waktu administrasi yang lama mulai dari pendaftaran hingga pembayaran, yang membuat pasien tidak puas dan menyebabkan pelayanan rumah sakit yang buruk (Handayani et al., 2015)

Rumah sakit Royal Progress adalah salah satu rumah sakit swasta di Jakarta utara yang berkomitmen untuk memberikan pelayanan kesehatan terbaik bagi pasiennya dengan memberikan pelayanan berkualitas tinggi melalui *electronic word of mouth* dan citra merek rumah sakit untuk meningkatkan kepuasan pasien. Pelayanan yang memuaskan tersebut juga akan mendatangkan pelanggan baru. Untuk menciptakan dan menjaga mutu pelayanan medis yang disesuaikan dengan keinginan masyarakat, maka pihak rumah sakit perlu suatu umpan baik dari masyarakat yaitu tanggapan dan penilaian dari para pasien sehingga dijadikan sebagai suatu bahan evaluasi dan gambaran apakah pelayanan yang diberikan telah memenuhi harapan pasien atau belum. Dengan *electronic word of mouth* yang positif yang dilakukan pasien dapat memberikan kontribusi pada semakin tingginya minat orang lain untuk berobat ke Royal Progress. Hal ini karena *electronic word of mouth* memberikan pengaruh pada peningkatan citra rumah sakit.

Penilaian kualitas dilakukan dengan membandingkan kualitas yang diharapkan dari kinerja nyata dengan kualitas yang dirasakan. Semakin kecil jarak antara harapan dan kinerja kualitas, semakin tinggi kepuasan, dan sebaliknya, semakin besar jarak antara harapan dan kinerja kualitas, semakin rendah kepuasan (Kotler & Keller, 2009).

Kemajuan dalam teknologi komunikasi dan informasi berbasis Internet telah mengubah pola komunikasi lisan dan kebutuhan sosial masyarakat terhadap teknologi informasi. Selain itu, percakapan yang sebelumnya terjadi secara tatap muka telah berubah menjadi percakapan virtual karena munculnya media baru dan kemudahan penggunaannya (Priambodo & Subyanto, 2017). Pengaruh *word of mouth* pada pasien di rumah sakit menjadi lebih efektif dengan munculnya Internet. *Electronic word of mouth* telah menjadi tempat yang sangat penting bagi rumah sakit untuk memberikan informasi seputar kesehatan yang dengan mudah dapat masyarakat akses seperti situs jaringan sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Path*, *Instagram*, *WhatsApp*, dll.

Citra merek (*brand image*) terdiri dari informasi dan pengalaman. Citra terhadap merek adalah kumpulan pendapat yang mencakup keyakinan dan preferensi yang berkaitan dengan merek. Klaim bahwa citra merek yang sangat positif dapat membantu bisnis memperoleh nilai reputasi dan keuntungan kompetitif (Porter & Claycomb, 1997). Dengan memiliki citra merek yang baik, konsumen dapat mengenali barang atau jasa yang akan mereka beli, mengetahui kualitas barang tersebut, dan mendapatkan pengalaman menggunakan barang tersebut, yang kemudian dapat mereka rekomendasikan kepada orang lain, jadi rumah sakit harus membangun reputasi yang baik di mata masyarakat.

Tingkat kepuasan pasien setelah menggunakan layanan disebut kepuasan pasien (Lely & Suryati, 2018). Dalam memenuhi kebutuhan pasien, kualitas pelayanan menjadi hal utama dalam pelayanan di rumah sakit. Strategi mutu kualitas pelayanan melalui standar pelayanan

minimal yang berorientasi pada kepuasan pasien, agar rumah sakit tetap eksis, ditengah pertumbuhan industri pelayanan kesehatan yang semakin kuat (Tri Utami, 2013). *electronic word of mouth* adalah sesuatu yang sangat penting agar perusahaan mendapatkan komunikasi yang efektif dan mendapatkan peluang yang sangat besar untuk mendukung suatu brand atau pun produk untuk menjaga pelanggan hingga mencapai suatu kepuasan (Studies & Journal, 2023). Citra merek rumah sakit merupakan salah satu faktor kunci keunggulan rumah sakit dalam menghadapi persaingan dan tuntutan dari pasien atau pelanggan. Citra positif merupakan sumber keberhasilan rumah sakit untuk meningkatkan kepuasan pasien (Ikha Cahya Mei Yunita, Yanuar Jak, 2017). Di seluruh dunia, evaluasi kepuasan pasien telah menjadi bagian penting dari pendekatan manajemen rumah sakit. Dengan demikian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan *electronic of mouth* dan citra merek berkesinambungan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di rumah sakit royal progress.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Minuchin (2003) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan. Pertiwi, (2017) pun mengatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Juhana et al, (2015) juga mengatakan bahwa citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien, pengaruh citra merek terhadap kepuasan pasien, pengaruh *electronic word of mouth* terhadap kepuasan pasien, pengaruh kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan, pengaruh kepuasan pasien terhadap *electronic word of mouth* dan citra merek rumah sakit pada unit rawat jalan rumah sakit Royal Progress.

B. Tinjauan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai alat yang digunakan untuk memenuhi keinginan dan harapan dari pelanggan yang dihasilkan dari produksi barang atau jasa, pemasaran yang dilakukan perusahaan dan pemeliharaan produk atau jasa tersebut (Wijaya, 2011). Pada dasarnya kualitas pelayanan juga berpusat pada upaya pemenuhan dan keinginan pelanggan. Igiyanti & Hapsari, (2022) menyatakan kepuasan pasien didefinisikan sebagai reaksi pelanggan terhadap perbedaan antara tingkat kepentingan yang dirasakan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan. Kepuasan dengan pasien/pelanggan adalah inti dari pemasaran yang berorientasi pada pasien/pelanggan.

Tjiptono & Chandra (2011) mengemukakan indikator kualitas pelayanan yaitu bagaimana perusahaan produk atau jasa membangun kepercayaan pelanggan kepada perusahaan melalui pengetahuan dan keterampilan karyawan. Indikator ini meliputi komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*), selanjutnya berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan keandalannya dalam menghasilkan barang atau jasa kepada pihak lain didasarkan pada indikator ini.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang disertai dengan cara penyampaian yang tepat agar kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

Hasil berikut terkait penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Pertiwi, (2017) bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Dapat disimpulkan dari penjelasan tersebut berdasarkan hasil penelitian bahwa hipotesis yang diajukan untuk kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat jalan yakni :

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Royal Progress Jakarta.

Electronic word of mouth

Electronic word of mouth adalah bentuk komunikasi yang terjadi di dunia maya dimana konsumen membagikan pengalaman, opini, dan informasi tentang pelayanan. *Electronic word of mouth* terjadi melalui berbagai platform digital seperti media sosial, dan situs ulasan (Agustina et al., 2022). Kemunculan media sosial yang disebut sebagai media baru dapat dimanfaatkan untuk saling berinteraksi dan bersosialisasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Begitupun dengan organisasi ataupun perusahaan, rumah sakit sebagai salah satu perusahaan juga tidak luput dalam penggunaan media sosial sebagai sarana informasi tentang pelayanan kesehatan (Sihombing & Fachrodji, 2021);(Guarango, 2022).

Menurut Adeliastari et al., (2014) ada tiga dimensi dalam *electronic word of mouth of mouth*: *intensity* adalah seberapa banyak pendapat konsumen yang menilai suatu produk atau jasa di media sosial, *valence of opinion* adalah ukuran seberapa positif atau negatif suatu opini atau penilaian terhadap produk, jasa layanan dan merek, *content* adalah isi informasi dari situs jejaring sosial berkaitan dengan produk dan jasa.

Dengan demikian, peneliti terdahulu yang dilakukan sebelumnya oleh Fattah & Nadjib (2023) bahwa *electronic word of mouth* memungkinkan pasien untuk berkontribusi dalam pengetahuan, pengalaman pribadi, dan umpan balik tentang operasional rumah sakit. Kepuasan pasien akan menyebar ke kolega mereka. Dapat disimpulkan dari penjelasan tersebut berdasarkan hasil penelitian bahwa hipotesis yang diajukan untuk pengaruh *electronic word of mouth* terhadap kepuasan pasien rawat jalan yakni :

H2 : *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Royal Progress Jakarta.

Citra Merek

Citra merek tidak selamanya dibuat, tetapi secara otomatis terbentuk. Citra merek mencakup daya tarik produk, kemudahan penggunaan, fungsionalitas, ketenaran dan nilai keseluruhan dari produk (Darmadi et al., 2021).

Kumpulan keyakinan yang dimiliki tentang merek tertentu dikenal sebagai citra merek. Keyakinan konsumen dapat bervariasi dari atribut yang benar berdasarkan pengalamannya hingga efek persepsi selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif. Adalah seperangkat keyakinan ide dan kesan yang terbentuk oleh seseorang terhadap suatu objek. Image atau citra sendiri adalah suatu gambaran, penyerupaan kesan utama atau garis besar bahkan bayangan yang dimiliki oleh seseorang tentang sesuatu. Oleh karena itu citra atau image dapat dipertahankan (Budiono, 2020).

Pelanggan memiliki preferensi yang lebih besar untuk merek tertentu jika citra mereka lebih baik. Produk atau jasa akan menjadi lebih dikenal oleh konsumen karena citra merek yang baik. Dengan kata lain, konsumen akan lebih cenderung membeli barang dari produk atau jasa yang memiliki citra yang baik (Paludi & Nurchorimah, 2021). Pasien sering kali membentuk citra merek rumah sakit dari pengalaman pemeriksaan dan perawatan medis mereka (Mirzai et al., 2016). Indikator citra merek itu sendiri dapat dilakukan pada aspek : Kekuatan, Keunikan, Keunggulan (Fatrianshah, 2014).

Dengan demikian dapat disimpulkan yakni dengan adanya penelitian sebelumnya dilakukan oleh Tombokan et al (2015) bahwa variabel citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Dapat disimpulkan dari penjelasan tersebut berdasarkan hasil penelitian bahwa hipotesis yang diajukan untuk pengaruh citra merek terhadap kepuasan pasien rawat jalan yakni :

H3: Citra Merek berpengaruh terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Royal Progress Jakarta.

Kepuasan Pasien

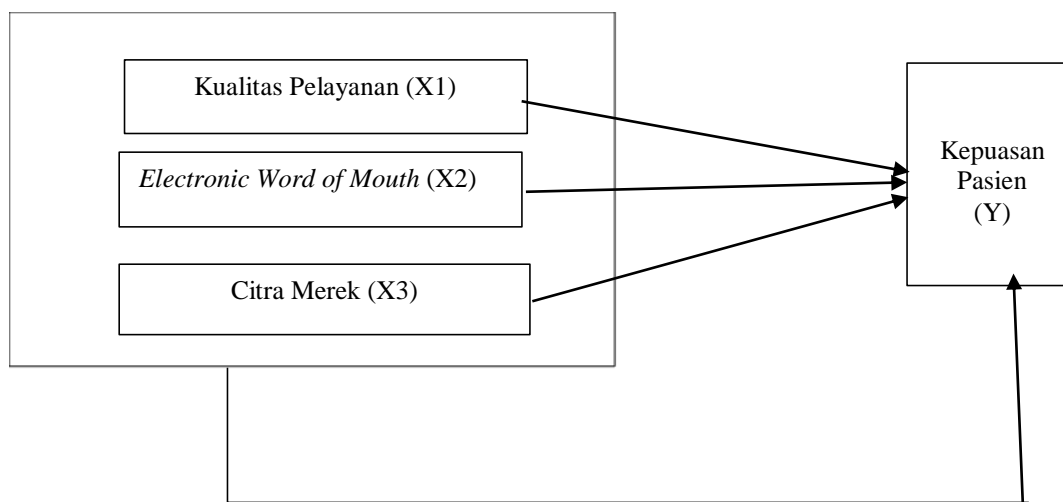
Kepuasan pasien adalah suatu tingkat perasaan yang timbul sebagai akibat dari kualitas layanan kesehatan yang diperoleh setelah pasien membandingkan dengan apa yang dirasakan, pasien akan merasa puas apabila kualitas layanan kesehatan sama atau melebihi harapan (Kuntoro & Istiono, 2017). Kepuasan pasien merupakan salah satu tujuan dari peningkatan mutu pelayanan kesehatan (Sari, 2014). Menurut Wardani et al., (2018) berpendapat bahwa kepuasan pasien merupakan evaluasi atau penilaian setelah memakai suatu pelayanan yang dipilih setidaknya-tidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Dyah (2017) citra rumah sakit berdampak pada sikap dan perilaku pasien terhadap rumah sakit, perusahaan dengan reputasi atau citra yang baik akan mendorong pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Kepuasan sangat erat hubungannya dengan *electronic word of mouth* dengan adanya keterkaitan sosial media dirumah sakit akan dengan memberikan dan mendapatkan informasi kesehatan (Wu, 2011).

Menurut Saryoko et al, (2019) kepuasan pasien dicapai ketika harapan pasien dapat terpenuhi melalui layanan kesehatan dirumah sakit. Berdasarkan pendapat Muninjaya (2015) beberapa indikator kepuasan pasien adalah sebagai berikut: kepuasan dengan sistem layanan kesehatan; kepuasan dengan akses dan kualitas layanan kesehatan; dan kepuasan dengan proses dan hubungan layanan kesehatan. Dari kesimpulan dan penjelasan diatas maka hipotesis yang dapat diajukan untuk kualitas pelayanan, *electronic word of mouth*, citra merek terhadap kepuasan pasien rawat Jalan rumah sakit Royal Progress Jakarta yakni :

H4: Kepuasan Pasien rawat jalan Rumah Sakit Royal Progress dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, *Electronic Word of Mouth*, dan Citra Merek.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Metode Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik *accidental sampling* menggunakan kuesioner 5 pilihan skala Likert. Responden diberikan pertanyaan dengan jawaban sangat setuju dengan point 5, setuju dengan point 4, cukup setuju dengan point 3, tidak setuju dengan point 2, dan sangat tidak setuju dengan point 1. Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan angket penelitian dengan waktu penyebaran di bulan Juli 2024 di rumah sakit Royal Progress Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien yang berkunjung rawat jalan dirumah sakit Royal Progress yaitu sebanyak 95 pasien dengan kriteria sampel yang digunakan adalah pasien rawat jalan rumah sakit Royal Progress yang sudah berkunjung minimal 2 x. Selanjutnya, data dari jawaban responden diolah dan dianalisis untuk

menghasilkan hasil analisis. Hasil penelitian digunakan untuk mendukung atau menjawab hipotesis penelitian, metode kuantitatif ini mencakup penggunaan instrumen penelitian, analisis populasi dan sampel, dan analisis kuantitatif atau statistik.

Menurut Sugiyono (2011) menyatakan metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Pengujian ini dilakukan dengan SPSS 27. Syarat untuk model regresi yang baik adalah distribusi data yang normal atau hampir normal. Uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan linearitas digunakan. Model regresi yang tidak terjadi multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan linearitas juga dianggap baik. Uji signifikansi (uji t) dan uji hipotesis simultan (uji F) dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau tidak. Uji F menentukan apakah variabel bebas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Tahap selanjutnya adalah menemukan parameter regresi atau koefisien dengan menggunakan teknik kuadrat terkecil. Ini adalah setelah melakukan uji t untuk mengetahui apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dalam model regresi linier berganda secara parsial. Selanjutnya, nilai yang dihasilkan dibandingkan dengan nilai yang diperoleh dengan menggunakan SPSS. Nilai koefisien determinasi (R^2), yang berkisar antara 0 dan 1, menunjukkan bahwa ada pengaruh besar dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya model yang digunakan baik untuk menjelaskan pengaruh variabel tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden berdasarkan usia, mayoritas usia 25-34 tahun 44,2%. Berdasarkan jenis kelamin mayoritas adalah perempuan dengan persentase 62,1%. Jenis pekerjaan pegawai swasta dengan persentase sebanyak 57,9%. Untuk frekuensi data kunjungan 1-2 kali rawat jalan dengan persentase 22,1%, >2 kali rawat jalan sekitar 77,9%.

Hasil Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		95
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.217971
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.076
	<i>Positive</i>	.063
	<i>Negative</i>	-.76
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		.076
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dengan menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ atau sebesar 0,05 untuk variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorv-Smirnov* dengan *Unstandardized Residual*, dengan demikian data tersebut berdistribusi normal karena nilai signifikansi yaitu $0,200 > 0,05$. Berdasarkan hasil analisis di atas diperoleh kesimpulan bahwa asumsi kenormalan data telah terpenuhi.

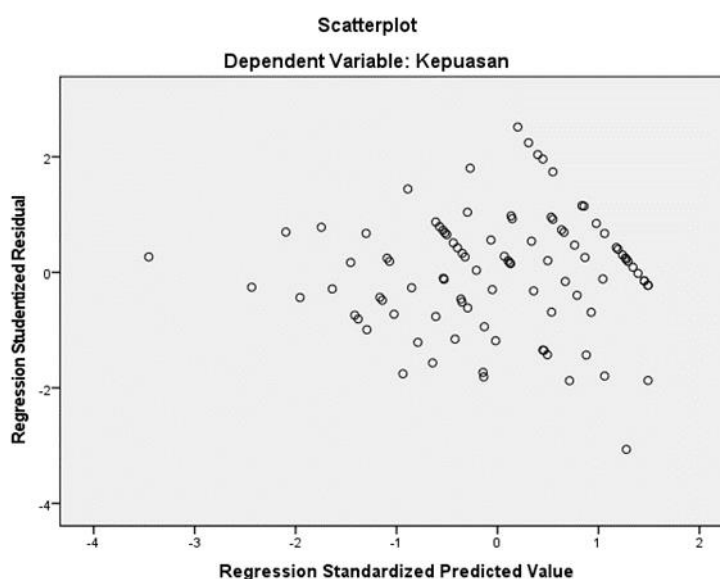
Uji Multikolinieritas

Tabel 2. Uji multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,611	1,636	Bebas multikolinieritas
<i>Electronic Word of Mouth</i>	0,522	1,917	Bebas multikolinieritas
Citra Merek	0,633	1,564	Bebas multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas pada table 2, menunjukkan gejala multikolinieritas yang dapat dilihat dari nilai VIF (*Vartance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 dapat disimpulkan untuk ketiga variabel model regresi tidak terjadi masalah multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Heteroskedastisitas

Dari gambar 2 dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

Uji Linearitas

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table						
		<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Kepuasan * Kualitas Pelayanan	<i>Linearity</i>	299,528	1	299,528	60,605	0,001
Kepuasan * <i>EWOM</i>	<i>Linearity</i>	580,161	1	580,161	319,510	0,001
Kepuasan * Citra merek	<i>Linearity</i>	307,993	1	307,993	64,537	0,001

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan software SPSS dapat diketahui bahwa nilai signifikansi x_1 sebesar 0,001 atau < 0.05 , nilai x_2 sebesar 0,001 atau < 0.05 dan nilai x_3 sebesar 0,00 atau < 0.05 . Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel kepuasan pasien dengan kualitas pelayanan, kepuasan pasien dengan *electronic word of mouth*, serta kepuasan pasien dengan citra merek, dengan ini maka asumsi linieritas terpenuhi.

Hasil Regresi Linier

Tabel 4. Hasil Regresi Linear

Model	Coefficients ^a				T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-2,742	1,037		-2,643	,010
1	Kualitas Pelayanan	,095	,044	,124	2,141	,035
	<i>Electronic Word of Mouth</i>	,546	,049	,706	11,247	,001
	Citra Merek	,252	,082	,174	3,066	,003

a. *Dependent Variable*: Kepuasan Pasien

Hasil uji regresi linear berganda Dari tabel 4, diperoleh model regresi linier yang dihasilkan adalah:

Kepuasan Pasien adalah = $-2,742 + 0,095$ kualitas pelayanan + $0,546$ *electronic word of mouth* + $0,252$ citra merek.

- Nilai konstanta sebesar -2,742 berarti bahwa kepuasan pasien akan bernilai -2,742 jika seluruh variabel independen bernilai 0.
- Nilai kualitas pelayanan sebesar 0,095 berarti bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam kualitas pelayanan akan menyebabkan kepuasan pasien meningkat sebesar 0,095 kali.
- Nilai *electronic word of mouth* 0,546 berarti bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam *electronic word of mouth* akan menyebabkan kepuasan pasien meningkat sebesar 0,546 kali.
- Nilai citra merek sebesar 0,252 berarti bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam citra merek akan menyebabkan kepuasan pasien meningkat sebesar 0,252 kali.

Hasil Uji F

Tabel 5. Hasil Uji

Model	ANOVA ^a					
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	606,282	3	202,094	131,884	,000 ^b
	Residual	139,445	91	1,532		
	Total	745,726	94			

Hasil Uji F dari tabel 5 diperoleh nilai signifikansi 0,00 dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 sehingga $0,00 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini memberi kesimpulan bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan, *electronic word of mouth* dan citra merek terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Royal Progress Jakarta. Dengan demikian variabel kualitas pelayanan, *electronic word of mouth* dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu

yang dilakukan oleh Sektiyaningsih et al (2019); Harfika & Abdullah (2017) bahwa variabel kualitas pelayanan, *electronic word of mouth* dan citra merek secara simultan terhadap kepuasan pasien.

Hasil Uji t

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a			T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-2,742	1,037			
1	Kualitas Pelayanan	,095	,044	,124	2,141	,035
	<i>Electronic Word of Mouth</i>	,546	,049	,706	11,247	,001
	Citra Merek	,252	,082	,174	3,066	,003

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pasien

Berdasarkan hasil uji pada table 6 dapat disimpulkan bahwa :

- Hasil uji t untuk variabel X_1 yang merupakan variabel kualitas pelayanan, menunjukkan nilai signifikansi 0,035 dengan batas signifikansi 0,05, sehingga $0,035 < 0,05$, menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena itu, hipotesis pertama dapat diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.
- Hasil uji t untuk variabel X_2 (*electronic word of mouth*) diperoleh nilai signifikansi 0,001, dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 sehingga $0,001 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian maka hipotesis kedua dapat diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
- Hasil uji t untuk variabel X_3 (citra merek) diperoleh nilai signifikansi 0,003, dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 sehingga $0,003 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian maka hipotesis ketiga dapat diterima, bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Diskusi

Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil dari hipotesis tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Supartiningsih (2017) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. hal ini sangat penting bagi pelayanan publik seperti rumah sakit agar mampu meningkatkan kualitas pelayanan, terlebih dahulu harus diketahui layanan yang telah diberikan kepada pasien selama ini telah sesuai dengan harapan pasien (Yulina & Ginting, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa pasien rumah sakit Royal Progress merasa puas jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pasien dan minat pasien untuk melakukan kunjungan ulang sebagai tempat untuk menyembuhkan penyakit serta memelihara kesehatan pasien.

Variabel *Electronic Word of Mouth*

Kemudian hasil hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *electronic word of mouth* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Itasari et al., (2020) yang menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* adalah salah satu yang memiliki kemampuan untuk memberikan dampak yang sangat cepat

karena menyebarkan informasi melalui internet atau media sosial. Di sini, dapat disimpulkan bahwa *electronic word of mouth* adalah salah satu faktor penting yang memengaruhi kepuasan pasien. Hal ini diperkuat oleh pendapat Fattah & Nadjib, (2023) tentang penggunaan akun media sosial, yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki manfaat yang lebih besar bagi rumah sakit karena dapat meningkatkan keterlibatan pasien, meningkatkan kunjungan pasien, meningkatkan jangkauan organisasi, dan meningkatkan citra dan reputasi rumah sakit. Hal ini menunjukkan bahwa pasien rumah sakit Royal Progress dapat mendapatkan informasi seputar kesehatan, pendaftaran rawat jalan yang mudah, efisien hingga konsultasi rawat jalan secara online.

Variabel Citra Merek

Setelah itu hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa citra merek (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil dari hipotesis tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Millenia & Sukma, (2022) citra merek adalah persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mereka mengingat suatu merek, yang dapat menyebabkan persepsi positif atau negatif terhadap merek tersebut. Hal ini diperkuat oleh pendapat Azzahra & MH Nainggolan, (2022) Citra merek terbentuk dari pengalaman konsumen yang baik atau buruk dengan suatu produk atau jasa. Hal ini menunjukkan bahwa pasien rawat jalan rumah sakit Royal Progress akan kembali berkunjung kontrol rawat jalan secara rutin untuk cek berkala seputar kesehatan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,902	,813	,807	1,238

a. Predictors: (constant), Kualitas pelayanan, *Electronic word of mouth*, Citra Merek

b. Dependent Variable: *Kepuasan Pasien*

Tabel 6 menunjukkan bahwa diperoleh nilai R^2 sebesar 0,813 atau 81,3%. yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, *electronic word of mouth* dan citra merek secara bersama-sama berkontribusi pada variabel kepuasan pasien sebesar 81,3%, sedangkan sisanya 18,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan dan Saran

Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan akan berdampak pada kepuasan pasien. Kualitas yang lebih tinggi meningkatkan kepuasan pasien, dan kualitas yang lebih rendah menurunkan kepuasan pasien. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan akan membuat pasien kembali memilih Royal Progress sebagai satu-satunya tempat untuk memelihara hingga berkonsultasi seputar kesehatan individu, keluarga dan kolega. *Electronic word of mouth* yang memuat konten edukasi seputar kesehatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien karena rumah sakit sebagai salah satu perusahaan juga tidak luput dalam penggunaan media sosial sebagai sarana informasi tentang pelayanan kesehatan. Citra merek rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien karena itu merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu yang mana hal tersebut terbentuk dari pengalaman konsumen yang baik atau buruk dengan suatu produk atau jasa. Mempertahankan keunggulan baik lewat *Electronic word of mouth* dan citra merek Royal Progress yang dimiliki sehingga pasien akan memiliki persepsi yang positif terhadap citra

rumah sakit. Kepuasan pasien sangat di pengaruhi oleh ketiga variabel yaitu kualitas pelayanan, *electronic word of mouth*, citra merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliasari, D. I., Ivana, V., & Thio, S. (2014). Electronic Word-of-Mouth dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2(2), 218-230. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2(2), 218–230.
- Agustina, Sawitri, Priyatna, & Wijayanti. (2022). Peranan Word of Mouth didalam Marketing Berbasis Social dan Kepuasan Pasien Terhadap Keputusan Pasien Rawat Jalan Untuk Berkunjung di Rumah Sakit Umum Daerah Waluyo Jati. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 114–126.
- Azzahra, A., & MH Nainggolan, B. (2022). Pengaruh Media Sosial, E-wom, Citra Merek, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di R Hotel Rancamaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 481–496. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.288>
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Darmadi, R., Silitonga, P., & Kristiadi, A. Ag. (2021). Pengaruh Social Media Customer Engagement Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Perguruan Tinggi Swasta. *Widya Manajemen*, 3(2), 166–177. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v3i2.1692>
- Dewi, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Pengguna Bpjs Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 146–156. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4511>
- Dyah. (2017). Management Analysis Journal Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merk dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada RS Keluarga Sehat di Kab Pati. *Management Analysis Journal*, 6(1). <http://maj.unnes.ac.id>
- Fatrianshah. (2014). *Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan dampaknya pada loyalitas pasien*. 199.
- Fattah, R., & Nadjib, M. (2023). Efektivitas Pemasaran melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Kunjungan Pasien di Rumah Sakit : Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 6(4), 545–552. <https://doi.org/10.56338/mppki.v6i4.3173>
- Guarango, P. M. (2022). *Efektivitas Penggunaan Aplikasi Mobile JKN Dalam Mengurangi Antrian Ryan*. 7(8.5.2017), 2003–2005.
- Handayani, P. W., Hidayanto, A. N., Sandhyaduhita, P. I., Kasiyah, & Ayuningtyas, D. (2015). Strategic hospital services quality analysis in Indonesia. *Expert Systems with Applications*, 42(6), 3067–3078. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2014.11.065>
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal Balance*, 44(1), 44–56.
- Igiany, P. D., & Hapsari, D. A. (2022). Systematic Literature Review: Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan Rawat Jalan di Puskesmas. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 12753–12759. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/4154>
- Ikha Cahya Mei Yunita, Yanuar Jak, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Citra Medika Depok. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.
- Indonesia, P. (2009). Undang-Undang No. 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit. *Peraturan Presiden*, 1–65. https://www.bkpm.go.id/images/uploads/prosedur_investasi/file_upload/UU_44_2009.pdf

- Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(0), 52–59.
- Juhana, D., Manik, E., Febrinella, C., & Sidharta, I. (2015). Empirical study on patient satisfaction and patient loyalty on public hospital in Bandung, Indonesia. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 13(6), 4305–4326.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Up and Out of Poverty: The Societal Marketing Solution*. *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, p. 369).
- Kuntoro, W., & Istiono, W. (2017). Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan di Tempat Pendaftaran Pasien Rawat Jalan Puskesmas Kretek Bantul Yogyakarta. *Jurnal Kesehatan Vokasional*, 2(1), 140. <https://doi.org/10.22146/jkesvo.30327>
- Lely, M., & Suryati, T. (2018). Persepsi Pasien Rawat Jalan Terhadap Kualitas Pelayanan Di Rumah Sakit. *Buletin Penelitian Kesehatan*, 46(4), 239–246. <https://doi.org/10.22435/bpk.v46i4.33>
- Millenia, C., & Sukma, R. P. (2022). the Influence of Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction, in Restaurants Wolfgang'S Steakhouse Jakarta. *Journal of Management and Leadership*, 5(2), 28–41. <https://doi.org/10.47970/jml.v5i2.348>
- Minuchin. (2003). *Pengaruh E-WOM Terhadap Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan Loyalitas Pada Rumah Sakit Bali Royal Hospital*. 4, 147–173.
- Mirzai, A., Fard, Y. S., & Slambolchi, A. (2016). The Branding : A Study of Brand Image , Brand Associations and Reputation. *Advanced Social Humanities and Management*, 3(1), 52–64. https://web.archive.org/web/20180410090507id_/http://amiemt-journal.com/test2/vol3-no1/7.pdf
- Muninjaya, 2014. (2015). Kepuasan Pelayanan. *Universitas Medan Area, 1997*, hal 20-21.
- Permana, I. G. A. S., Krisnawati, K. M. S., & Swedarma, K. E. (2020). Gambaran Kepuasan Pasien Rawat Jalan Dalam Menerima Pelayanan Bpjs Kesehatan Di Puskesmas Blahbatuh I Gianyar. *Coping: Community of Publishing in Nursing*, 8(3), 312. <https://doi.org/10.24843/coping.2020.v08.i03.p13>
- Pertiwi, A. (2017). Analisis Perbedaan Kualitas Pelayanan Pada Pasien Bpjs Dan Pasien Umum Terhadap Kepuasan Pasien Di Rawat Jalan RSUD Kota Surakarta. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 113–121. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4508>
- Porter, S. S., & Claycomb, C. (1997). The influence of brand recognition on retail store image. *Journal of Product & Brand Management*, 6(6), 373–387. <https://doi.org/10.1108/10610429710190414>
- Priambodo, G., & Subyanto, M. (2017). Peran Komunikasi Word of Mouth Tradisional dan Electronic Word of Mouth terhadap Merek. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 8–17.
- Sari, Y. K. (2014). Pengaruh Orientasi Pasien Baru terhadap Tingkat Kepuasan Pasien. *Jurnal Ners Dan Kebidanan (Journal of Ners and Midwifery)*, 1(1), 024–029. <https://doi.org/10.26699/jnk.v1i1.art.p024-029>
- Saryoko, A., Hendri, H., & Sukmana, S. H. (2019). Pengukuran Layanan Pada Aplikasi Mobile JKN Menggunakan Metode Servqual. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 21(2), 157–166. <https://doi.org/10.31294/p.v21i2.5412>
- Sektiyaningsih, I. S., Arif, H., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra, dan Loyalitas Pasien. *Journal Business Studies*, 04(1), 174–175.
- Sihombing, B. I., & Fachroddi, A. (2021). The Influence of Social Media Promotion Activities and e-WOM on Treatment Decision Meditating by Brand Awareness of EMC Tangerang Hospital. *Academia.Edu*, 8(August 2020), 492–504. <https://www.academia.edu/download/65886066/IJRR062.pdf>
- Studies, M., & Journal, E. (2023). On Loyalty to Scarlett Product Customers (Study On Scarlett Customers in Pati City) Pengaruh e-WoM Dan Pengetahuan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Terhadap Pelanggan Produk

- Scarlett (Studi Pada Pelanggan Scarlett di Kota Pati. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(April), 2386–2395.
- Sugiyono, (2011). (1967). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
https://www.academia.edu/118903676/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_dan_R_and_D_Prof_Sugiono
- Supartiningsih, S. (2017). Kualitas Pelayanan an Kepuasan Pasien Rumah Sakit: Kasus Pada Pasien Rawat Jalan. *Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit* 10.18196/Jmmr.2016, 6(1), 9–15. <https://doi.org/10.18196/jmmr.6122>
- Tombakan, F., Kawet, L., & Uhing, Y. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan. *Citra... 552 Jurnal EMBA*, 3(3), 552–561.
- Tri Utami, A. (2013). Pengaruh Kulaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasen. *Jkmp (Issn. 2338-445X)*, 1, 83–96.
- Wardani, I. K., Koeswo, M. K., & Sarwiyata, T. W. (2018). Efektifitas Pelatihan Komunikasi Terhadap Kepuasan Pasien Pada Petugas Informasi Dan Pendaftaran Rumah Sakit. *Profesi (Profesional Islam) : Media Publikasi Penelitian*, 15(2), 71.
<https://doi.org/10.26576/profesi.265>
- Wu, C.-C. (2011). The Impact Of Hospital Brand Image On Service Quality, Patient Satisfaction And Loyalty. *African Journal of Business Management*, 5(12), 4873–4882.
<https://doi.org/10.5897/AJBM10.1347>
- Yulina, Y., & Ginting, R. (2019). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Puskesmas Belawan Tahun 2019. *Jurnal Kesehatan Masyarakat & Gizi (Jkg)*, 2(1), 26–33. <https://doi.org/10.35451/jkg.v2i1.204>