

PENGARUH GOOGLE REVIEW, EXPERIENCE DAN MOBILE HEALTH APPLICATION TERHADAP SWITCHING INTENTION YANG DIMEDIASI OLEH IMAGE (STUDI PADA PASIEN ASURANSI SWASTA DI RUMAH SAKIT MITRA KELUARGA KELAPA GADING)

Mery Silalahi¹, Tri Suratmi², Achda Ferdians³
Universitas Respati Indonesia, Program Studi Administrasi Rumah Sakit
mersila08@gmail.com

ABSTRAK

Transformasi digital mengubah perilaku pasien dalam memilih fasilitas kesehatan, dimana Google Review, *experience*, dan *mobile health application* menjadi faktor penentu. Di tengah persaingan rumah sakit swasta yang ketat, ketidakpuasan terhadap faktor tersebut pada pasien asuransi swasta berpotensi meningkatkan switching intention. Penelitian ini menganalisis pengaruh Google Review, *experience*, dan *mobile health application* terhadap *switching intention* pasien asuransi swasta di Rumah Sakit Mitra Keluarga Kelapa Gading, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *image* rumah sakit. Penelitian deskriptif analitik dengan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu Google Review, *experience*, dan *mobile health application* terhadap variabel dependen *switching intention* dengan variabel mediasi *image*. Populasi penelitian adalah pasien asuransi swasta dengan sampel sebesar 270 responden diambil menggunakan rumus *rule of thumb* SEM-PLS (10 times rule). Teknik sampling menggunakan *random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert 4 poin yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan SEM-PLS. *Experience* ($p = 0,000$), *mobile health application* ($p = 0,007$), dan Google Review ($p = 0,008$) memiliki pengaruh signifikan terhadap *switching intention* pasien asuransi swasta. *Experience* menunjukkan pengaruh paling kuat dalam menurunkan *switching intention* ($\beta = -0,197$), diikuti *mobile health application* ($\beta = -0,146$) dan Google Review ($\beta = -0,130$). Namun, *image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *switching intention* ($p = 0,230$) dan tidak berperan sebagai variabel mediasi. Google Review, *experience*, dan *mobile health application* secara langsung menekan *switching intention*, sementara *experience* dan *mobile health application* membentuk *image* positif.

Kata kunci: Switching Intention, Patient Experience, Mobile Health Application, Google Review, Image Rumah Sakit.

ABSTRACT

Digital transformation has altered patient behavior in selecting healthcare facilities, where Google Reviews, patient experience, and mobile health applications have become key determining factors. Amid intense competition among private hospitals, dissatisfaction with these factors among privately insured patients may increase switching intention. This study analyzes the influence of Google Reviews, patient experience, and mobile health applications on the switching intention of privately insured patients at Mitra Keluarga Kelapa Gading Hospital, both directly and indirectly through hospital image. This research employed a descriptive-analytical design with a quantitative approach to examine the influence of the independent variables Google Review, experience, and mobile health application on the dependent variable, switching intention, with image serving as a mediating variable. The study population consisted of privately insured patients, with a sample of 270 respondents determined using the SEM-PLS rule of thumb (10 times rule). The sampling technique applied was random sampling. Data were collected using a structured questionnaire with a four-point Likert scale that had been tested for

validity and reliability. Data were analyzed using Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS). The results show that experience ($p = 0.000$), mobile health application ($p = 0.007$), and Google Review ($p = 0.008$) have a significant effect on the switching intention of privately insured patients. Experience demonstrated the strongest effect in reducing switching intention ($\beta = -0.197$), followed by mobile health application ($\beta = -0.146$) and Google Review ($\beta = -0.130$). However, hospital image did not have a significant effect on switching intention ($p = 0.230$) and did not function as a mediating variable. Google Review, experience, and mobile health application directly reduce switching intention, while experience and mobile health application contribute to forming a positive hospital image.

Keywords: Switching Intention, Patient Experience, Mobile Health Application, Google Review, Hospital Image.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara pasien mencari informasi dan memilih fasilitas kesehatan. Akses luas terhadap teknologi informasi memungkinkan pasien memperoleh berbagai sumber informasi secara daring sebelum memutuskan menggunakan layanan kesehatan. Dalam konteks ini, reputasi digital seperti *online reviews*, pengalaman layanan yang dirasakan pasien, serta pemanfaatan teknologi kesehatan berbasis aplikasi menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pasien dalam memilih rumah sakit (WHO, 2020).

Salah satu bentuk reputasi digital yang banyak digunakan oleh pasien adalah Google Review, yang menyediakan ulasan dan penilaian dari pengguna terhadap layanan rumah sakit. Studi menunjukkan bahwa sebagian besar pasien menggunakan ulasan daring sebagai sumber informasi awal sebelum menentukan pilihan fasilitas kesehatan. Ulasan tersebut sering kali lebih menyoroti aspek pengalaman layanan non-klinis, seperti waktu tunggu, komunikasi tenaga kesehatan, serta kemudahan proses administrasi, dibandingkan kualitas klinis teknis (Ellenbogen et al., 2022). Oleh karena itu, reputasi digital dapat memengaruhi persepsi pasien terhadap kualitas layanan rumah sakit.

Selain reputasi digital, pengalaman pasien (*experience*) merupakan faktor penting yang memengaruhi perilaku pasien dalam menggunakan layanan kesehatan. *Experience* menggambarkan persepsi pasien terhadap kualitas interaksi yang mereka alami sepanjang perjalanan layanan (*patient journey*), mulai dari

proses pendaftaran, konsultasi medis, hingga proses administrasi (Chakraborty & Biswal, 2020). Pengalaman pelayanan yang positif dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien, sedangkan pengalaman negatif berpotensi meningkatkan niat pasien untuk berpindah ke fasilitas kesehatan lain.

Di sisi lain, perkembangan teknologi kesehatan digital juga mendorong pemanfaatan *mobile health application* dalam meningkatkan aksesibilitas layanan kesehatan. Aplikasi kesehatan memungkinkan pasien melakukan berbagai aktivitas layanan secara daring, seperti pendaftaran online, pengingat jadwal kontrol, akses informasi kesehatan, serta komunikasi dengan penyedia layanan kesehatan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat aplikasi kesehatan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna layanan kesehatan (Handayani et al., 2020).

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji pengaruh reputasi daring, pengalaman pasien, dan teknologi digital terhadap perilaku pasien, sebagian besar penelitian tersebut masih menganalisis variabel-variabel tersebut secara terpisah. Selain itu, banyak studi menempatkan *hospital image* sebagai faktor independen atau sebagai konsekuensi akhir dari kualitas layanan. Padahal secara konseptual, citra rumah sakit dapat berperan sebagai mekanisme psikologis yang menghubungkan persepsi pasien terhadap layanan dengan keputusan perilaku mereka,

termasuk niat untuk berpindah ke fasilitas kesehatan lain.

Dalam konteks persaingan rumah sakit swasta yang semakin ketat, khususnya pada pasien asuransi swasta yang memiliki lebih banyak pilihan fasilitas kesehatan, ketidaksesuaian antara ekspektasi pasien dan pengalaman layanan dapat meningkatkan *switching intention*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Google Review, *experience*, dan *mobile health application* terhadap *switching intention* pasien asuransi swasta, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *image* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan model perilaku pasien di era digital serta memberikan implikasi praktis bagi manajemen rumah sakit dalam merancang strategi retensi pasien.

METODE

Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif analitik dengan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu Google Review, *experience*, dan *mobile health application* terhadap variabel dependen *switching intention* dengan variabel mediasi *image*. Populasi penelitian adalah pasien asuransi swasta Rumah Sakit Mitra Keluarga Kelapa Gading dengan sampel sebesar 270 responden diambil menggunakan rumus *rule of thumb* SEM-PLS (10 times rule). Teknik sampling menggunakan random sampling.

Pengumpulan data penelitian dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala Likert 4 poin yang telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 270 responden yang merupakan pasien asuransi swasta yang menerima pelayanan rawat jalan di Rumah Sakit Mitra Keluarga Kelapa Gading dan memenuhi kriteria inklusi penelitian.

Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, kelompok usia, dan pekerjaan untuk menggambarkan profil demografis sampel penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	n	%
Usia	18–25 tahun	20	7,41
	26–35 tahun	108	40
	36–45 tahun	100	37,04
	>45 tahun	42	15,56
Jenis Kelamin	Laki-laki	130	48,15
	Perempuan	140	51,85
Pekerjaan	Pegawai swasta	102	37,8
	Wirausaha	98	36,3
	IRT	60	22,2
	PNS	10	3,7

Sumber : Profil Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Mitra Keluarga Kelapa Gading

Mayoritas responden berada pada usia produktif (26–45 tahun) dengan proporsi sebesar 77,04%. Kelompok ini umumnya memiliki tingkat mobilitas tinggi, akses informasi digital yang baik, serta ekspektasi

layanan kesehatan yang lebih tinggi dibanding kelompok usia lain.

Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin relatif seimbang, terdiri dari 48,15% laki-laki dan 51,85% perempuan, sehingga data dinilai sangat representatif dan mampu menggambarkan persepsi kedua kelompok secara objektif.

Mayoritas responden berasal dari pegawai swasta (37,8%) dan wirausaha (36,3%), diikuti ibu rumah tangga (22,2%) dan PNS (3,7%), menunjukkan dominasi sektor non-pemerintah dengan karakteristik kebutuhan layanan yang lebih dinamis.

B. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas.

Tabel 2. Hasil Uji *Construct Reliability* dan *Validity*

Variabel	Composite Reliability	Average variance extracted (AVE)
Experience	0.924	0.595
Google Review	0.894	0.511
Image Mobile Health Application	0.912	0.618
Switching Intention	0.945	0.670
	0.915	0.702

Sumber : data kuesioner diolah dengan SEM-PLS

Nilai *Composite Reliability* seluruh variabel > 0,70 dan AVE > 0,50, sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk penelitian memiliki konsistensi internal yang baik dan indikator

mampu menjelaskan variabel laten secara memadai.

C. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan SEM-PLS untuk menilai arah, kekuatan, dan signifikansi hubungan antar variabel melalui analisis *path coefficient*, *direct effect*, *indirect effect* (mediasi), serta *total effect*. Pengujian signifikansi dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* sebanyak 100.000 subsampel dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan uji satu arah (*one tailed test*), sebagaimana direkomendasikan untuk pengujian hipotesis berbasis teori (Hair et al., 2022).

Tabel 3. *Path coefficient* Hipotesis Langsung

Hubungan jalur	Original sample (O)	Tstatistics (O/STDEV)	P value
EX → IM	0.288	4.956	0.000
EX → SI	-0.197	3.027	0.001
GR → IM	0.068	1.157	0.124
GR → SI	-0.130	2.410	0.008
IM → SI	-0.040	0.739	0.230
MHA → IM	0.125	2.440	0.007
MHA → SI	-0.146	2.431	0.008

Sumber : data kuesioner diolah dengan SEM-PLS

Hasil analisis menunjukkan bahwa experience (EX) berpengaruh positif signifikan terhadap image (IM) ($\beta = 0,288$; $p = 0,000$) dan berpengaruh negatif signifikan terhadap switching intention (SI) ($\beta = -0,197$; $p = 0,001$), yang berarti peningkatan pengalaman pasien mampu meningkatkan citra rumah sakit sekaligus menurunkan niat berpindah. Google Review (GR) tidak berpengaruh signifikan

terhadap IM ($p = 0,124$), namun berpengaruh negatif signifikan terhadap SI ($\beta = -0,130$; $p = 0,008$), sehingga berperan langsung dalam menekan niat berpindah tanpa melalui pembentukan image. Sementara itu, IM tidak berpengaruh signifikan terhadap SI ($p = 0,230$), menunjukkan bahwa citra belum cukup kuat memengaruhi perilaku berpindah. Di sisi lain, *mobile health application* (MHA) terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap IM ($\beta = 0,125$; $p = 0,007$) dan negatif signifikan terhadap SI ($\beta = -0,146$; $p = 0,008$), menegaskan perannya dalam membentuk citra sekaligus menurunkan niat berpindah.

Tabel 4. Coefficient Mediasi

Hubungan jalur	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
EX→IM→SI	-0.011	0.698	0.243
GR→IM→SI	-0.003	0.496	0.310
MHA→IM→SI	-0.005	0.631	0.264

Tabel 5. F Square

Hubungan jalur	Original sample (O)	Tstatistics (O/STDEV)	P values
EX → IM	0.090	2.184	0.014
EX → SI	0.038	1.371	0.085
GR → IM	0.005	0.471	0.319
GR → SI	0.018	1.073	0.142
IM → SI	0.002	0.280	0.390
MHA → IM	0.017	1.103	0.135
MHA → SI	0.023	1.095	0.137

Sumber : data kuesioner diolah dengan SEM-PLS

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Google Review tidak berpengaruh signifikan terhadap *image* rumah sakit, sedangkan *experience* pasien dan *mobile health application* terbukti meningkatkan *image* secara

signifikan. Namun, ketiga variabel independen tersebut (Google Review, *experience*, dan *mobile health application*) secara langsung berpengaruh negatif signifikan terhadap *switching intention*, artinya dapat menurunkan niat pasien untuk berpindah rumah sakit.

Menariknya, *image* rumah sakit tidak berpengaruh signifikan terhadap *switching intention*, sehingga *image* tidak berperan sebagai mediator dalam hubungan antara Google Review, *experience*, maupun *mobile health application* terhadap *switching intention*. Dengan demikian, upaya mengurangi *switching intention* dapat dilakukan secara langsung melalui peningkatan *experience*, kualitas *mobile health application*, dan Google Review tanpa harus mengandalkan pembentukan *image* rumah sakit.

Tabel 5. Q Square Predict

Variabel endogen	Q ² predict	RMSE	MAE
IM	0.089	0.962	0.784
SI	0.071	0.971	0.780

Sumber : data kuesioner diolah dengan SEM-PLS

Tabel 6. PLS Predict Summary

Indikator	Q ² predict	PLS-SEM_RMSE	PLS-SEM_MAE
IM1	0.053	0.659	0.568
IM2	0.067	0.638	0.555
IM3	0.068	0.650	0.562
IM4	0.035	0.635	0.549
IM5	0.048	0.646	0.565
IM6	0.062	0.628	0.548
IM7	0.057	0.622	0.539
IM8	0.054	0.631	0.549
SI1	0.042	0.778	0.596
SI2	0.059	0.774	0.589
SI3	0.061	0.778	0.597
SI4	0.041	0.771	0.604
SI5	0.039	0.784	0.600
SI6	0.061	0.811	0.652

Sumber : data kuesioner diolah dengan SEM-PLS

Berdasarkan hasil dari uji daya prediksi dengan 3 metode (Q square predict, PLS predict dan CVPAT) menyimpulkan bahwa model SEM PLS penelitian ini lebih baik dalam memprediksi nilai variabel endogen dibandingkan model pembanding.

Model penelitian menunjukkan nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) sebesar 0,043 ($< 0,08$) pada *saturated model* maupun *estimated model*. Nilai tersebut berada di bawah ambang batas 0,08, sebagaimana direkomendasikan oleh Hair dkk. (2022), sehingga dapat disimpulkan bahwa model struktural yang dibangun memiliki tingkat kecocokan yang baik (*good fit*).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Google Review tidak berpengaruh signifikan terhadap *image* rumah sakit, namun berpengaruh signifikan terhadap *switching intention*.
2. *Experience* pasien berpengaruh positif terhadap *image* rumah sakit dan berpengaruh negatif terhadap *switching intention*.
3. *Mobile health application* berpengaruh positif terhadap *image* rumah sakit dan berpengaruh negatif terhadap *switching intention*.
4. *Image* rumah sakit tidak berpengaruh signifikan terhadap *switching intention*.
5. *Image* tidak berperan sebagai variabel mediasi dalam menghubungkan ketiga

variabel yaitu, Google Review, *experience*, maupun *mobile health application* terhadap *switching intention*. Ketiga variabel tersebut memengaruhi niat berpindah ke rumah sakit lain secara langsung, tanpa melalui pembentukan citra terlebih dahulu.

Saran

Temuan penelitian ini memberikan beberapa implikasi praktis bagi manajemen rumah sakit. Pertama, Google Review sebaiknya dimanfaatkan tidak hanya sebagai alat reputasi, tetapi juga sebagai indikator awal potensi masalah layanan. Rumah sakit perlu menganalisis pola isu yang muncul secara berulang dalam ulasan pasien, seperti waktu tunggu, kepatuhan jadwal dokter, serta proses klaim asuransi, kemudian mengintegrasikan informasi tersebut ke dalam sistem pemantauan mutu layanan dan evaluasi kinerja unit.

Kedua, peningkatan manajemen pengalaman pasien (*patient experience management*) menjadi strategi penting untuk menurunkan *switching intention*. Rumah sakit dapat memperkuat fungsi Patient Relations Management (PRM) melalui pemetaan patient journey serta penerapan mekanisme umpan balik pasien secara real-time, misalnya melalui survei *Net Promoter Score* (NPS) pasca layanan berbasis QR code. Selain itu, pelatihan keterampilan komunikasi bagi dokter dan tenaga kesehatan juga penting untuk meningkatkan transparansi informasi dan

membangun kepercayaan pasien dalam interaksi klinis.

Ketiga, rumah sakit perlu mengoptimalkan pengembangan *mobile health application* dengan pendekatan user-centered design. Layanan digital harus difokuskan pada penyelesaian kebutuhan dan masalah pasien serta peningkatan efisiensi layanan, bukan sekadar sebagai sarana pencitraan digital. Integrasi yang baik antara layanan digital dan layanan kesehatan secara langsung menjadi faktor penting dalam meningkatkan aksesibilitas layanan dan menekan niat pasien untuk berpindah rumah sakit.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi peran berbagai jenis ulasan daring, seperti ulasan informatif dan ulasan ekspresif, serta menguji pengaruh masing-masing jenis ulasan tersebut terhadap pembentukan citra rumah sakit dan switching intention pasien dalam konteks layanan kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

1. WHO (2020) Global strategy on digital health 2020–2025. Geneva: World Health Organization.
2. Sener, J. (2023) 'How patients use online reviews to choose providers', Medical Economics, May, pp. 18–25.
3. Ellenbogen, M., Ellenbogen, P., Rim, N. and Brotman, D. (2022) 'Characterizing the relationship between hospital Google star ratings, HCAHPS scores, and quality', Journal of Patient Experience, 9, pp. 1–7.

<http://doi.org/10.1177/23743735221092604>

4. Chakraborty, T. and Biswal, J. (2020) 'Determinants of patient switching intention in healthcare', International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing, 14(4), pp. 627–649.
5. Handayani, P.W., Hidayanto, A.N. and Sien, P. (2020) 'The influence of argument quality, source credibility, and health consciousness on satisfaction, use intention, and loyalty on mobile health application use', Informatics in Medicine Unlocked, 20, 100429. <https://doi.org/10.1016/j.imu.2020.100429>
6. Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2022) A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). 3rd edn. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.