

**ANALISIS PENGARUH WOM DAN PELAYANAN TANGIBLE TERHADAP LOYALITAS PASIEN
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PASIEN DI UNIT RAWAT JALAN RUMAH SAKIT BHAYANGKARA
BENGKULU TAHUN 2025**

Febriadi Rosmanato, Dedy Nugroho, Dicky Yulius Pangkey

Program Studi Administrasi Rumah Sakit, Universitas Respati Indonesia

ABSTRAK

Sektor jasa pelayanan kesehatan menghadapi persaingan ketat yang menuntut strategi fungsional melalui pencapaian loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran mediasi Kepuasan Pasien dalam hubungan antara Word of Mouth (WOM) dan Pelayanan Tangible terhadap Loyalitas Pasien di Unit Rawat Jalan RS Bhayangkara Bengkulu. Menggunakan pendekatan kuantitatif kausal-eksplanatori dengan sampel 120 responden (rumus Slovin), data dianalisis menggunakan SEM-PLS melalui SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan seluruh hipotesis diterima. WOM berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pasien ($\beta=0,454$; $p=0,000$) dan muncul sebagai prediktor yang lebih dominan dibandingkan aspek fisik. Pelayanan Tangible juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan ($\beta=0,219$; $p=0,005$). Selanjutnya, Kepuasan Pasien merupakan prediktor terkuat terhadap Loyalitas ($\beta=0,462$; $p=0,000$). Temuan utama mengonfirmasi status Mediasi Penuh (Full Mediation), di mana kepuasan menjadi syarat mutlak transformasi stimulus menjadi loyalitas. Manajemen disarankan memprioritaskan optimalisasi fasilitas fisik pada area tunggu dan parkir serta digitalisasi pendaftaran.

Kata Kunci: Word of Mouth, Pelayanan Tangible, Kepuasan Pasien, Loyalitas Pasien, SEM-PLS.

ABSTRACT

The healthcare service sector faces intense competition that demands functional strategies through the achievement of customer loyalty. This study aims to analyze the mediating role of Patient Satisfaction in the relationship between Word of Mouth (WOM) and Tangible Service on Patient Loyalty at the Outpatient Unit of Bhayangkara Hospital Bengkulu. Using a quantitative causal-explanatory approach with a sample of 120 respondents (Slovin formula), data were analyzed using SEM-PLS via SmartPLS 4.0. The results show that all hypotheses were accepted. WOM has a significant positive effect on Patient Satisfaction ($\beta=0.454$; $p=0.000$) and emerges as a more dominant predictor than physical aspects. Tangible Service also significantly influences Satisfaction ($\beta=0.219$; $p=0.005$). Furthermore, Patient Satisfaction is the strongest predictor of Loyalty ($\beta=0.462$; $p=0.000$). The main findings confirm the status of Full Mediation, where satisfaction becomes an absolute requirement for the transformation of stimuli into loyalty. Management is advised to prioritize the optimization of physical facilities, specifically in the waiting and parking areas, and to implement registration digitalization.

Keywords: Word of Mouth, Tangible Service, Patient Satisfaction, Patient Loyalty, SEM-PLS.

PENDAHULUAN

Pesatnya pertumbuhan sektor jasa pelayanan kesehatan di Indonesia disertai dengan peningkatan tuntutan masyarakat terhadap kualitas layanan. Rumah sakit sebagai industri jasa dipaksa untuk mengelola fungsional bisnisnya guna menghasilkan jasa yang bermutu agar dapat bersaing. Strategi kunci dalam memenangkan persaingan ini adalah melalui pencapaian kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dalam lingkungan yang kompetitif, Word of Mouth (WOM) berperan krusial sebagai strategi pemasaran tertua namun tetap paling kuat karena konsumen cenderung lebih mempercayai rekomendasi personal dibandingkan iklan konvensional. WOM yang positif membangun kepercayaan awal dan membentuk ekspektasi kualitas sebelum pasien menerima layanan. Di sisi lain, aspek tangible (bukti fisik) seperti kebersihan, kenyamanan fasilitas, dan penampilan staf menjadi faktor utama yang dinilai pasien secara langsung saat berada di rumah sakit.

Meskipun RS Bhayangkara Bengkulu telah melakukan pengembangan fasilitas seperti pembangunan Gedung Tulip dan Tribhata, observasi awal menunjukkan adanya kendala pada kapasitas ruang tunggu, waktu antrean yang panjang, serta keterbatasan lahan parkir. Selain itu, terdapat indikasi bahwa kepuasan pasien berfungsi sebagai mekanisme perantara yang mendasari hubungan antara faktor pendorong (WOM dan Tangible) terhadap hasil akhir berupa loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris jalur kausalitas tersebut dengan menempatkan kepuasan pasien sebagai

variabel mediasi penuh di Unit Rawat Jalan RS Bhayangkara Bengkulu.

TINJAUAN PUSTAKA

Word of Mouth (WOM) didefinisikan sebagai komunikasi interpersonal antara konsumen mengenai evaluasi produk atau jasa. Kekuatan WOM terletak pada sifatnya yang independen dan jujur karena didasarkan pada pengalaman empiris. Dalam sektor kesehatan, WOM menjadi instrumen pengurangan risiko bagi pasien yang mengalami asimetri informasi medis. Indikator pengukurannya meliputi intensitas, WOM positif, WOM negatif, dan rekomendasi.

Pelayanan Tangible merupakan manifestasi visual dari layanan yang bersifat tidak berwujud (intangible). Bukti fisik seperti kebersihan gedung, kecanggihan alat, dan penampilan staf berfungsi sebagai "isyarat visual" yang membangun kepercayaan awal terhadap kompetensi medis institusi.

Kepuasan Pasien adalah evaluasi pasca-pelayanan yang membandingkan antara harapan dengan kinerja layanan yang dirasakan. Berdasarkan Expectation-Disconfirmation Theory, kepuasan muncul jika hasil pelayanan sesuai atau melampaui harapan. Kepuasan bertindak sebagai "jembatan emosional" yang mentransformasikan stimulus positif menjadi komitmen loyalitas. Loyalitas Pasien adalah komitmen mendalam untuk terus menggunakan layanan kesehatan yang sama secara berulang serta kesediaan untuk menjadi advokat (duta) bagi rumah sakit. Loyalitas sangat strategis karena biaya mempertahankan pasien lama jauh lebih rendah dibandingkan biaya akuisisi pasien baru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif kausal-eksplanatori dengan pendekatan cross-sectional. Penelitian dilaksanakan di Unit Rawat Jalan RS Bhayangkara Bengkulu pada Desember 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan, dengan jumlah sampel sebanyak **120 responden** yang ditentukan melalui Rumus Slovin.

Teknik pengambilan sampel menggunakan kombinasi purposive sampling (pasien yang telah berkunjung minimal dua kali) dan random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert 1-4. Analisis data menggunakan pendekatan **Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM-PLS)** melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0 untuk menguji hubungan mediasi secara simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden dan Analisis Deskriptif

Responden didominasi oleh perempuan (63,3%) dan kelompok usia produktif 21-40 tahun (73,4%). Mayoritas responden mengunjungi Poli Penyakit Dalam (50,8%). Secara deskriptif, seluruh variabel masuk dalam kategori tinggi (rata-rata skor > 2,5). Namun, indikator sarana pendukung (parkir dan tempat duduk) memiliki skor terendah (2,46), mengonfirmasi keluhan keterbatasan fasilitas fisik.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Nilai Average Variance Extracted (AVE) berada di atas 0,50, Composite Reliability (CR) di atas 0,70, dan seluruh outer loading indikator di atas 0,70. Model

juga lolos uji validitas diskriminan melalui kriteria Fornell-Larcker.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Nilai R-Square menunjukkan bahwa WOM dan Tangible mampu menjelaskan **35% variasi Kepuasan**, sedangkan model secara keseluruhan menjelaskan **21,4% variasi Loyalitas**. Nilai f-square mengungkapkan bahwa WOM memiliki kontribusi yang lebih dominan (0,242) terhadap kepuasan dibandingkan faktor fisik/tangible (0,056).

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil bootstrapping, seluruh hipotesis diterima:

1. **H1 (WOM → Kepuasan):** Berpengaruh positif dan signifikan ($\beta=0,454$; $p=0,000$). Reputasi sosial memiliki dampak dua kali lebih besar dibanding fisik.
2. **H2 (Tangible → Kepuasan):** Berpengaruh positif dan signifikan ($\beta=0,219$; $p=0,005$). Fasilitas fisik berperan namun bukan pendorong utama.
3. **H3 (Kepuasan → Loyalitas):** Berpengaruh positif dan signifikan ($\beta=0,462$; $p=0,000$). Kepuasan adalah prediktor terkuat loyalitas.
4. **H4 & H5 (Mediasi):** Kepuasan terbukti memediasi secara penuh (Full Mediation) hubungan WOM dan Tangible terhadap Loyalitas.

Pembahasan Jalur Kausalitas

Dominasi WOM menegaskan bahwa pasien sangat mengandalkan validasi sosial dan interaksi interpersonal. Testimoni positif mengenai keramahan dokter menciptakan 'efek halo' yang menutupi kekurangan fasilitas fisik. Sementara itu, aspek tangible dianggap sebagai hygiene factors—standar minimal yang wajib ada namun tidak secara

otomatis memicu lonjakan kepuasan drastis jika sarana pendukung seperti parkir masih bermasalah. Status mediasi penuh menunjukkan bahwa 'janji' yang didengar (WOM) dan 'bukti' yang dilihat (Tangible) harus dikonversi menjadi pengalaman nyata yang memuaskan agar pasien bersedia kembali berobat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian menyimpulkan bahwa WOM dan Pelayanan Tangible berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, yang kemudian berdampak pada loyalitas pasien. **Kepuasan Pasien bertindak sebagai mediator penuh**, menegaskan bahwa tanpa rasa puas, reputasi sosial dan kemegahan gedung tidak cukup untuk menjamin loyalitas jangka panjang.

Saran Manajerial

1. **Optimalisasi Fasilitas Fisik:**
Perluasan area tunggu dan lahan parkir guna mengatasi hambatan fungsional yang dikeluhkan pasien.
2. **Manajemen Komunikasi:**
Memastikan komunikasi dokter

tidak terkesan terburu-buru untuk memicu testimoni positif (WOM) di masyarakat.

3. **Digitalisasi Layanan:** Implementasi pendaftaran online untuk mengurangi penumpukan fisik di ruang tunggu dan memberikan kepastian waktu bagi pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2010). Marketing Research. Jakarta: Media Pressindo.
- Buttle, F. (1998). Word-of-mouth: understanding and managing referral marketing. British Journal of Management.
- Oliver, R. L. (1997). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. New York: McGraw-Hill.
- Putri. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan WOM terhadap Loyalitas Pasien RS Umum X dengan Kepuasan sebagai Mediasi. Tesis URINDO.
- Zeithaml, V. A., et al. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. Journal of Marketing.