
STUDI MENGENAI KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP DI JAWA TENGAH

Arya Adi Bramasta
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
arya.117221042@stu.untar.ac.id

Keni
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
keni@fe.untar.ac.id (*corresponding author*)

Masuk: 06-12-2023, revisi: 04-01-2024, diterima untuk diterbitkan: 08-01-2024

Abstract: This study aims to analyze the influence of the variables of patient-physician relation, hospital image, and word of mouth on inpatient satisfaction at a hospital in Central Java. This research is descriptive with a cross-sectional approach. The total sample size for this study consisted of 160 inpatients at a hospital in Central Java. Based on the research findings, it was found that patient-physician relation has a positive and significant impact on inpatient satisfaction at hospital in Central Java. Hospital image also has a positive and significant impact on inpatient satisfaction at hospital in Central Java. Word of mouth likewise has a positive and significant influence on inpatient satisfaction at hospital in Central Java. The research result hopefully can become literacy material for further research, especially in the field of health services, and as a reference and evaluation material to improve hospital services, so that patients feel satisfied with the services provided.

Keywords: Patient-Physician Relation, Hospital Image, Word of Mouth, Patient Satisfaction

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel *patient-physician relation*, *hospital image*, dan *word of mouth* terhadap *patient satisfaction* rawat inap pada rumah sakit di Jawa Tengah. Jenis penelitian ini deskriptif dengan pendekatan *cross-sectional*. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 160 pasien rawat inap pada rumah sakit di Jawa Tengah. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan *patient-physician relation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *patient satisfaction* rawat inap pada rumah sakit di Jawa Tengah. *Hospital image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *patient satisfaction* rawat inap pada rumah sakit di Jawa Tengah. *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *patient satisfaction* rawat inap pada rumah sakit di Jawa Tengah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan literasi untuk penelitian selanjutnya, khususnya pada bidang layanan kesehatan dan sebagai acuan serta bahan evaluasi untuk meningkatkan layanan rumah sakit, sehingga pasien merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

Kata Kunci: *Patient-Physician Relation*, *Hospital Image*, *Word of Mouth*, *Patient Satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kepuasan pasien menunjukkan kualitas layanan kesehatan dan sekaligus menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan rumah sakit (Goenawan, 2022). Salah satu indikator yang relevan dengan kepuasan pasien terhadap layanan kesehatan di Indonesia adalah jumlah penduduk Indonesia yang lebih memilih untuk berobat ke luar negeri (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022), dimana satu juta penduduk Indonesia lebih memilih berobat di luar negeri dengan perkiraan biaya sebanyak 165 triliun rupiah.

Dari sudut pandang kesehatan, data tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia belum sepenuhnya merasa puas dengan layanan kesehatan di Indonesia, sehingga mereka lebih memilih untuk berobat di luar negeri. Sementara dari sudut pandang ekonomi, data tersebut menunjukkan bahwa terdapat pendapatan potensial sebanyak 165 triliun rupiah

yang seharusnya bisa diperoleh penyedia layanan kesehatan di Indonesia jika mampu meningkatkan kepuasan pasien.

Kualitas yang baik pada berbagai aspek, seperti pelayanan dokter, pelayanan perawat, makanan, obat-obatan, sarana, peralatan, fasilitas, lingkungan rumah sakit, dan pelayanan administrasi akan meningkatkan kepuasan pasien. Soumokil et al. (2021) menyimpulkan bahwa berbagai dimensi kualitas pelayanan, seperti keandalan, bukti fisik, jaminan, ketanggapan, dan empati berhubungan secara signifikan dengan kepuasan pasien. Anfal (2020) menunjukkan bahwa pendidikan, penghasilan, kualitas pelayanan, dan citra rumah sakit berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Penyedia layanan kesehatan, seperti rumah sakit, selalu dituntut untuk mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanan dengan tujuan untuk menjaga citra rumah sakit (*hospital image*) (Puspita et al., 2020). Citra rumah sakit (*hospital image*) merupakan hasil kualitas layanan yang baik secara konsisten, sehingga penelitian yang dilakukan oleh Wu (2011) menyatakan bahwa *positive hospital image* akan cenderung menghasilkan kepuasan pasien yang tinggi di rumah sakit.

Penelitian yang dilakukan ini lebih berfokus pada citra rumah sakit (*hospital image*), daripada kualitas layanan, karena kualitas layanan sudah banyak dikaji oleh penelitian terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Bambela dan Temesvari (2021) serta penelitian yang dilakukan oleh Mahfudhoh dan Muslimin (2020), dimana penelitian-penelitian tersebut sudah menunjukkan hasil yang konsisten, yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

Word of mouth merupakan metode pemasaran yang dapat menghasilkan pengaruh yang besar, dan sebuah proses komunikasi dimana seseorang memberikan rekomendasi positif tentang suatu produk atau jasa, dengan tujuan memberikan informasi secara personal (Kotler et al., 2008). *Word of mouth* merupakan metode yang sederhana untuk memotivasi pasien menceritakan pengalamannya kepada orang lain (Pondaag, 2013). Cerita tersebut berdasarkan pengalaman pasien ketika berobat di rumah sakit.

Selanjutnya, *patient-physician relation* dapat berhubungan signifikan dengan kepuasan pasien (de Waard et al., 2018). *Patient-physician relation* adalah hubungan pasien dengan dokter, dimana pasien secara spesifik menginginkan bantuan dari seorang dokter dan dokter tersebut sudah memahami secara detail bagaimana untuk membantu pasien tersebut. Lebih lanjut, *patient-physician relation* sangat penting karena hubungan tersebut adalah sebuah kesepakatan sukarela, dimana pasien dengan sengaja mencari bantuan dokter dan dokter dengan sengaja membantu pasien (Chipidza et al., 2015).

Selain itu, Ernawati dan Rizki (2019) menyatakan bahwa rumah sakit sering kali mendapat keluhan dari pasien atau keluarga pasien di ruang rawat inap, beberapa hal yang paling sering dikeluhkan oleh pasien antara lain yaitu keterlambatan dokter, dokter yang sulit untuk ditemui, kurangnya sikap komunikatif dan informatif dari dokter (Ernawati & Rizki, 2019). Oleh sebab itu, penelitian ini ingin mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pasien rawat inap, khususnya pasien rawat inap di Jawa Tengah.

Lebih lanjut, penelitian ini dilakukan terhadap pasien rawat inap pada rumah sakit di Jawa Tengah, dengan total sampel sebesar 160 sampel. Kepuasan pasien rawat inap dapat dipengaruhi oleh hubungan dokter dengan pasien, citra rumah sakit, dan *word of mouth*. Berdasarkan tinjauan literatur, belum terdapat penelitian pada rumah sakit di Jawa Tengah mengenai faktor-faktor tersebut, sehingga peneliti melakukan penelitian dengan judul “Studi Mengenai Kepuasan Pasien Rawat Inap di Jawa Tengah”

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh *patient-physician relation*, *hospital image*, dan *word of mouth* terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit di Jawa Tengah.

TINJAUAN PUSTAKA

Patient-Physician Relation

Menurut Chipidza et al. (2015), *patient-physician relation* sangat penting karena hubungan tersebut adalah sebuah kesepakatan sukarela, dimana pasien dengan sengaja mencari bantuan dokter dan dokter dengan sengaja membantu pasien. Sejalan dengan definisi tersebut, Ridd et al. (2009) mengemukakan bahwa *patient-physician relation* mencakup empat unsur penting, yaitu pengetahuan bersama, kepercayaan, loyalitas, dan perhatian. Pengetahuan merujuk pada pengetahuan dokter mengenai pasien, dan sebaliknya. Kemudian menurut American Medical Association (2023), *patient-physician relation* didasarkan pada kepercayaan, yang menghasilkan tanggung jawab etis dokter untuk memprioritaskan kesejahteraan pasien di atas kepentingan diri dokter atau kewajiban kepada pihak lain, menggunakan penilaian medis yang baik untuk kepentingan pasien, dan menjadi advokat bagi kesejahteraan pasien mereka.

Berdasarkan pendapat di atas, *patient-physician relation* merupakan sebuah hubungan dokter dengan pasien yang kompleks dan penuh makna yang dibangun berdasarkan pengetahuan, kepercayaan, loyalitas, dan perhatian. Hubungan tersebut memerlukan komunikasi dan kolaborasi yang berkelanjutan antara dokter dan pasien, sehingga dokter dapat memberikan kualitas layanan yang terbaik kepada pasien.

Hospital Image

Indarto et al. (2018) berpendapat bahwa “*Brand image is a perception of a brand as reflected by the brand itself into memory when a consumer sees the brand.*” *Brand image* merupakan persepsi yang muncul pada benak konsumen ketika melihat suatu merek. Persepsi tersebut dapat berkaitan dengan pengalaman konsumen ketika berinteraksi dengan merek tersebut ataupun informasi dari orang lain mengenai merek tersebut. Menurut Sukawati (2021), *brand image* merupakan persepsi merek yang diingat oleh pelanggan yang mencerminkan keseluruhan kesan pelanggan. Kesan tersebut dapat mencakup berbagai aspek yang dimiliki oleh suatu merek, seperti produk ataupun pelayanan. Selain itu, Gunawan dan Keni (2022) menyimpulkan bahwa *brand image* adalah asosiasi konsumen kepada suatu merek.

Berdasarkan pendapat di atas, *brand image* merupakan hal yang diingat konsumen ketika melihat merek tersebut, seperti pengalaman mengonsumsi produk dari merek tersebut ataupun informasi yang diperoleh mengenai merek tersebut. Dalam hal ini, *hospital image* adalah keseluruhan keyakinan, ide, dan kesan pasien tentang layanan rumah sakit.

Word of Mouth

Tania et al. (2021) menyatakan bahwa *word of mouth* didefinisikan sebagai pesan tentang suatu produk atau layanan yang disampaikan oleh perusahaan, atau dapat pula mengenai perusahaan itu sendiri, dalam bentuk komentar yang mengandung informasi tentang kinerja produk, tingkat keramahan, nilai kejujuran, kecepatan layanan, serta hal-hal terkait lainnya yang dirasakan oleh konsumen dan kemudian disampaikan kepada konsumen atau individu lainnya. Sementara menurut Kotler dan Keller (2012), *word of mouth* adalah sebuah proses komunikasi dimana seseorang memberikan rekomendasi positif tentang suatu produk atau jasa, dengan tujuan memberikan informasi secara *personal*. Wijaya dan Keni (2021) menyatakan bahwa *word of mouth* adalah komunikasi non-formal di antara individu atau kelompok tanpa adanya unsur keuntungan bagi kedua pihak.

Berdasarkan pendapat di atas, *word of mouth* sebagai sebuah bentuk komunikasi mengenai suatu produk, layanan, ataupun perusahaan yang bertujuan untuk menceritakan pengalaman ataupun memberikan rekomendasi. Secara umum, *word of mouth* tentang rumah sakit mencakup berbagai aspek pada rumah sakit, seperti kualitas layanan, fasilitas yang tersedia, dan biaya.

Patient Satisfaction

Amelia dan Keni (2019) menyatakan bahwa kepuasan adalah penilaian konsumen terhadap produk atau jasa berdasarkan respons psikologis konsumen terhadap perbandingan antara harapan dengan kinerja produk atau jasa tersebut. Haming et al. (2019) mendefinisikan *satisfaction* sebagai perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja suatu produk atau jasa dengan ekspektasi terhadap produk atau jasa tersebut. Selanjutnya, Rahayu (2020) berpendapat bahwa *customer satisfaction* adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan ketika pengalaman yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Pengalaman tersebut dapat terjadi ketika mengonsumsi suatu produk yang baru atau produk yang pernah dikonsumsi. Konsumen akan merasa puas dengan produk yang dapat secara konsisten memenuhi ekspektasinya.

Penelitian ini mendefinisikan *patient satisfaction* sebagai keadaan di mana kinerja suatu produk sejalan atau melampaui ekspektasi kinerja pelanggan. Dalam hal ini, *patient satisfaction* mempertahankan tingkat kepuasan yang dialami pasien sehubungan dengan kualitas komprehensif dari layanan kesehatan yang telah diberikan kepada mereka.

Kaitan antar Variabel

Kaitan antara *Patient-Physician Relation* dan Kepuasan Pasien

Pandoh et al. (2020) menyatakan bahwa *patient-physician relation* bertujuan untuk menjelaskan kondisi kesehatan pasien, sehingga dokter dapat mencari alternatif solusi yang tepat. Dayan et al. (2022) menyatakan bahwa hubungan baik antara pasien dan dokter dapat meningkatkan kualitas layanan kesehatan. Hubungan tersebut dapat ditunjukkan melalui durasi konsultasi, dimana semakin baik hubungan, semakin lama konsultasi. Lebih lanjut, menurut Honavar (2018), hubungan baik antara pasien dan dokter ditunjukkan melalui komunikasi yang efektif yang dapat menurunkan tingkat kesalahan dan keluhan, meningkatkan kepatuhan pasien terhadap pengobatan, serta meningkatkan hasil klinis secara keseluruhan. Oleh sebab itu, hubungan yang baik tersebut pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan pasien. Hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁: *Patient-physician relation* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Kaitan antara *Hospital Image* dan Kepuasan Pasien

Sukawati (2021) menyimpulkan bahwa *hospital image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Santana dan Keni (2020) yang meneliti kepuasan konsumen menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara lebih spesifik, Yeo et al. (2021) menyatakan bahwa *hospital image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Berbagai hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Citra rumah sakit mencerminkan kualitas layanan, sehingga semakin baik citra, semakin baik kualitas layanan. Ketika pasien memilih rumah sakit berdasarkan citra, dan pasien memperoleh kualitas layanan yang sesuai dengan citra tersebut, pasien akan merasa puas. Hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₂: *Hospital image* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Kaitan antara *Word of Mouth* dan Kepuasan Pasien

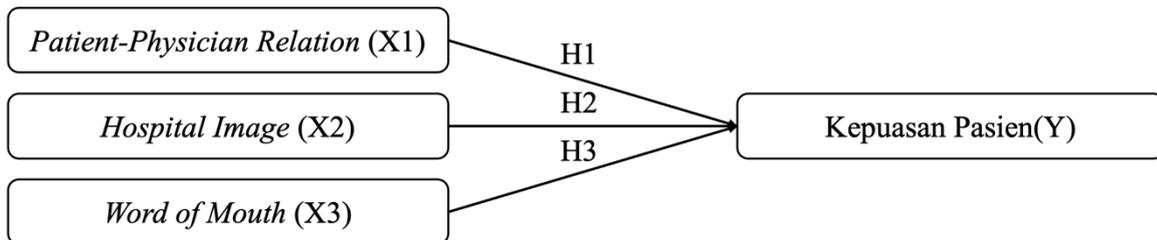
Dayan et al. (2022) menyatakan bahwa *word of mouth* merupakan alat pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pasien. Martin (2017) mengatakan bahwa *positive word of mouth* mengenai produk yang sudah terkenal seharusnya memberikan dampak yang baik. Jika tidak, konsumen akan mengabaikan informasi yang tidak sesuai dengan kepercayaan sebelumnya. Meskipun demikian, Tania et al. (2021) menunjukkan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa *word of mouth* sebenarnya merupakan hasil dari kepuasan pelanggan, bukan sebaliknya. Ketika konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka akan memiliki kecenderungan yang lebih

tinggi untuk merekomendasikan produk tersebut. Hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₃: *Word of mouth* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.

Berdasarkan kaitan antar variabel yang sudah dijelaskan, Gambar 1 menunjukkan model penelitian yang dikembangkan.

Gambar 1
Model Penelitian



Sumber: Peneliti (2023)

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Periode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan teknik *cross-sectional* yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *patient-physician relation*, *hospital image*, dan *word of mouth* terhadap *patient satisfaction* rawat inap pada rumah sakit di Jawa Tengah. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2023-Agustus 2023.

Sumber dan Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber data, yaitu 160 pasien rawat inap pada rumah sakit di Jawa Tengah. Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi 16 pertanyaan dan didistribusikan menggunakan Google Form.

Populasi dan Sampel

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), populasi meliputi peristiwa menarik yang telah dialami oleh sekelompok orang yang ingin dikaji secara lebih mendalam. Kemudian menurut Sekaran dan Bougie (2016), sampel adalah bagian dari populasi yang akan diamati dari sudut pandang tertentu secara lebih lanjut. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *non-probability sampling*, dimana tidak semua anggota populasi dapat dipilih sebagai sampel. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposing sampling*, yaitu memilih responden berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti.

Hair et al. (2021) menjelaskan bahwa untuk menganalisis menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS), sebaiknya ukuran sampel minimal mencapai 5 hingga 10 kali jumlah indikator. Penelitian ini menggunakan 16 indikator, yang jika dikalikan dengan 10 sama dengan 160, sehingga jumlah sampel penelitian ini sebanyak 160 pasien rawat inap pada rumah sakit di Jawa Tengah.

Pengukuran Variabel Penelitian

Tabel 1

Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Kode	Sumber
	Dokter memperlakukan saya secara setara (misalnya, dia tidak memperlakukan saya seperti seorang anak-anak).	PPHR1	Tucker (2014)

Variabel	Indikator	Kode	Sumber
<i>Patient-Physician Relation</i>	Dokter membiarkan saya menjelaskan apa yang saya inginkan (misalnya, mendengarkan dengan saksama, bertanya pertanyaan yang baik, dan tidak menginterupsi saat saya berbicara).	PPHR2	
	Dokter melibatkan saya dalam setiap keputusan (misalnya, bertanya pendapat saya, memberikan pilihan, dan memberi kesempatan kepada saya untuk memutuskan apa yang harus dilakukan; bertanya pendapat saya sebelum memberi petunjuk tentang apa yang harus dilakukan).	PPHR3	
	Dokter mendorong saya untuk mengajukan pertanyaan (misalnya, menjawab pertanyaan dengan jelas, tidak pernah menghindarinya).	PPHR4	
	Saya selalu berusaha mengikuti saran dari dokter.	PPHR5	
	Saya percaya kepada dokter untuk perawatan medis yang saya butuhkan.	PPHR6	
	Hubungan personal telah terjalin antara saya dan dokter saya (misalnya, saya menganggap dokter saya sebagai seorang teman).	PPHR7	
	<i>Hospital Image</i>	Fasilitas kesehatan ini menjunjung tinggi nilai kejujuran, ketulusan dan etika dalam memberikan layanan medis kepada saya.	
Fasilitas kesehatan ini memiliki reputasi yang baik.		HIMG2	
Fasilitas kesehatan ini menggunakan teknologi kesehatan terbaru.		HIMG3	
<i>Word of Mouth</i>	Keluarga/ saudara saya memberikan tanggapan positif tentang fasilitas ini.	WOM1	Cham et al. (2016)
	Pendapat positif dari keluarga/ saudara saya berpengaruh dalam penilaian saya terhadap fasilitas ini.	WOM2	
	Keluarga/ saudara saya membantu saya dalam membuat keputusan untuk memilih fasilitas ini.	WOM3	
<i>Patient Satisfaction</i>	Fasilitas yang disediakan membuat saya memberikan penilaian yang puas.	SAT1	Askariazad & Babakhani (2015)
	Ekspektasi saya sesuai dengan kenyataan.	SAT2	
	Saya mengambil fasilitas kesehatan di sini karena pelayanannya sangat memuaskan	SAT3	

Sumber: Peneliti (2023)

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menganalisis data dengan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui *software* SmartPLS yang terdiri dari pengujian *outer model* dan pengujian *inner model*. Pengujian *outer model* bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas data, sementara pengujian *inner model* bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang dapat dilakukan melalui nilai koefisien determinasi (R^2) dan *goodness of fit index* (GoF).

Pengujian Hipotesis Penelitian

Penelitian ini menguji hipotesis dengan menggunakan uji-t untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hair et al. (2021) mengusulkan bahwa *p-value* dan *t-statistik* berfungsi sebagai alat penting untuk pengujian hipotesis, dengan mematuhi persyaratan yang ditentukan. Jika nilai *t-statistik* melebihi 1,96 dan *p-value* di bawah 0,05 maka hipotesis tidak ditolak. Hipotesis nol ditolak ketika nilai *t-statistik* turun di bawah 1,96 dan nilai *p-value* yang sesuai melebihi 0,05.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Outer Model

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap indikator mampu menjelaskan variabel. Pengujian validitas berupa uji validitas konvergen (nilai Average Variance Extracted/AVE dan *loading factor*) dan validitas diskriminan (nilai HTMT).

Tabel 2
Hasil Uji AVE

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Hospital Image</i>	0,780
<i>Patient-Physician Relation</i>	0,733
<i>Patient Satisfaction</i>	0,770
<i>Word of Mouth</i>	0,763

Sumber: Peneliti (2023)

Tabel 3
Hasil Uji Factor Loading

Indikator	<i>Hospital Image</i>	<i>Patient-Physician Relation</i>	<i>Patient Satisfaction</i>	<i>Word of Mouth</i>
HIMG1	0,888			
HIMG2	0,877			
HIMG3	0,884			
PPHR1		0,860		
PPHR2		0,868		
PPHR3		0,851		
PPHR4		0,857		
PPHR5		0,848		
PPHR6		0,854		
PPHR7		0,856		
SAT1			0,885	
SAT2			0,882	
SAT3			0,866	
WOM1				0,879
WOM2				0,868
WOM3				0,874

Sumber: Peneliti (2023)

Menurut Hair et al. (2021), nilai *outer loadings* dan AVE dapat dinyatakan valid apabila lebih dari 0,5. Berdasarkan Tabel 2 dan Tabel 3, seluruh indikator dan seluruh variabel memiliki nilai *loading factor* dan AVE lebih dari 0,5, sehingga memenuhi kriteria *convergent validity*. Selanjutnya, menurut Hair et al. (2021), nilai HTMT memenuhi kriteria validitas diskriminan apabila kurang dari 0,9. Berdasarkan Tabel 4, nilai HTMT seluruh variabel kurang dari 0,9, sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Tabel 4
Hasil Uji HTMT

	<i>Hospital Image</i>	<i>Patient-Physician Relation</i>	<i>Patient Satisfaction</i>	<i>Word of Mouth</i>
<i>Hospital Image</i>				
<i>Patient-Physical Relation</i>	0,887			
<i>Patient Satisfaction</i>	0,887	0,823		
<i>Word of Mouth</i>	0,880	0,797	0,822	

Sumber: Peneliti (2023)

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen dalam mengukur variabel. Suatu indikator dapat dikatakan reliabel jika tanggapan yang diperoleh dari responden bersifat konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* yang ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5
Hasil Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Hospital Image	0,859	0,914
Patient-Physician Relation	0,939	0,951
Patient Satisfaction	0,851	0,910
Word of Mouth	0,845	0,906

Sumber: Peneliti (2023)

Menurut Hair et al. (2021), nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* yang memenuhi kriteria adalah lebih dari 0,6. Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih dari 0,6 sehingga seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel dan analisis data dapat dilanjutkan dengan analisis *inner model*.

Analisis Inner Model
Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	R ²
Patient Satisfaction	0,643

Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 6, 64,3% variabel *patient satisfaction* dapat dijelaskan oleh *hospital image*, *patient-physician relation*, dan *word of mouth*, sedangkan 35,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Nilai tersebut termasuk dalam kategori sedang karena kurang dari 0,75.

Uji Goodness of Fit Index (GoF)

Tabel 7
Hasil Uji Goodness of Fit Index (GoF)

Variabel	AVE	R ²	(AVE x R ²) ^{.5}
Patient-Physician Relation	0,733	-	0,699
Hospital Image	0,780	-	
Word of Mouth	0,763	-	
Patient Satisfaction	0,770	0,643	

Sumber: Peneliti (2023)

Penghitungan:

$$\text{Nilai Goodness of Fit Index (GoF)} = \text{GoF} = \sqrt{\text{AVE} \times \text{R}^2} = \sqrt{0,7615 \times 0,643} = 0,699$$

Berdasarkan Tabel 7, performa gabungan antara *outer model* dan *inner model* memiliki performa yang baik dan dapat dikatakan valid. Selain itu, ketiga variabel independen menghasilkan nilai GoF > 0,36 dan termasuk dalam kategori GoF besar. Hasil pengujian hipotesis penelitian disajikan pada Tabel 8 berikut.

Tabel 8
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Path coefficient	p-values	t-statistics	Keterangan
H ₁ : Patient-Physician Relation-> Patient Satisfaction	0,294	0,021	2,316	Positif Signifikan
H ₂ : Hospital Image-> Patient Satisfaction	0,357	0,003	2,984	Positif Signifikan
H ₃ : Word of Mouth -> Patient Satisfaction	0,222	0,009	2,624	Positif Signifikan

Sumber: Peneliti (2023)

Pembahasan

Hipotesis H₁ adalah terdapat hubungan positif antara keterlibatan *patient-physician relation* terhadap *patient satisfaction*. Tabel 8 menunjukkan bahwa keterlibatan *patient-physician relation* berpengaruh positif terhadap *patient satisfaction* karena mempunyai nilai *path coefficient* sebesar 0,294. Kemudian, nilai *t-statistics* sebesar 2,316 yang memenuhi persyaratan minimal 1,96, dan *p-value* sebesar 0,021 yang memenuhi persyaratan $< 0,05$, sehingga H₁ didukung. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keterlibatan *patient-physician relation* terhadap *patient satisfaction*. Hasil tersebut sejalan dengan Pandoh et al. (2020) dan Mukuan et al. (2019) yang menunjukkan bahwa *patient-physician relation* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan yang baik di antara pasien dan dokter dapat berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Kondisi tersebut karena pasien merasa didengarkan oleh dokter dan terlibat secara aktif dalam pengambilan keputusan tentang perawatan mereka. Keterlibatan tersebut terjadi ketika pasien dapat memberikan informasi yang lengkap mengenai kondisi kesehatan yang mereka rasakan dan solusi yang diharapkan.

Hipotesis H₂ adalah terdapat hubungan positif antara keterlibatan *hospital image* terhadap *patient satisfaction*. Tabel 8 menunjukkan bahwa keterlibatan *hospital image* berpengaruh positif terhadap *patient satisfaction* karena mempunyai nilai *path coefficient* sebesar 0,357. Kemudian, nilai *t-statistics* sebesar 2,984 yang memenuhi persyaratan minimal 1,96, dan *p-value* sebesar 0,003 yang memenuhi persyaratan $< 0,05$, sehingga H₂ didukung. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keterlibatan *hospital image* terhadap *patient satisfaction*. Hasil tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Afrizal dan Suhardi (2018) serta Anastasia (2021) yang menunjukkan bahwa *hospital image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *patient satisfaction*. Hasil tersebut mengimplikasikan bahwa citra positif dari rumah sakit, seperti reputasi keahlian medis, kualitas layanan, fasilitas yang baik, dan perhatian terhadap pasien dapat meningkatkan kepuasan pasien.

Hipotesis H₃ adalah terdapat hubungan positif antara keterlibatan *word of mouth* terhadap *patient satisfaction*. Tabel 8 menunjukkan bahwa keterlibatan *word of mouth* berpengaruh positif terhadap *patient satisfaction* karena mempunyai nilai *path coefficient* sebesar 0,222. Kemudian, nilai *t-statistics* sebesar 2,624 yang memenuhi persyaratan minimal 1,96, dan *p-value* sebesar 0,009 yang memenuhi persyaratan $< 0,05$, sehingga H₃ didukung. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keterlibatan *word of mouth* terhadap *patient satisfaction*. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atmoko (2022) yang menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *patient satisfaction*.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pasien akan merasa lebih puas ketika memperoleh layanan dari rumah sakit yang sesuai dengan informasi yang diperoleh dari *word of mouth*. Ketika informasi tersebut bersifat positif, pasien akan cenderung merasa puas terhadap layanan yang diperoleh, sedangkan jika informasi tersebut bersifat negatif, pasien akan cenderung mempertanyakan kualitas layanan yang dirasakan dari rumah sakit tersebut, sehingga pada akhirnya menurunkan kepuasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diperoleh beberapa kesimpulan *patient-physician relation*, *hospital image*, dan *word of mouth* masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit di Jawa Tengah.

Dalam hal saran, rumah sakit di Jawa Tengah disarankan untuk terus meningkatkan kualitas hubungan antara pasien dan dokter, membangun citra positif rumah sakit, dan memastikan pasien tidak memiliki pengalaman yang buruk yang dapat menghasilkan *word of mouth* negatif. Selain itu, penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan penambahan

variabel lain untuk menjelaskan lebih komprehensif faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pasien.

Sementara itu, berdasarkan uji R^2 , terdapat 35,7% variasi kepuasan pasien yang dapat dijelaskan oleh variabel lain. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan pasien tersebut, seperti *service quality*, *outcome quality*, *interaction quality*, dan *peer-to-peer quality*. Selain itu, untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian, penelitian selanjutnya dapat meningkatkan ukuran sampel dan mewakili berbagai kelompok pasien, sehingga hasil penelitian akan menjadi lebih representatif dan dapat diterapkan pada populasi yang lebih luas. Selain itu, penambahan jumlah sampel juga dapat mengurangi potensi bias dan meningkatkan validitas data.

Terakhir, penelitian selanjutnya dapat memperluas area penelitian ke rumah sakit di daerah lain atau wilayah geografis lain, sehingga dapat mengidentifikasi perbedaan atau kesamaan hasil penelitian di berbagai lokasi dan memperluas generalisasi temuan. Selain itu, penelitian di rumah sakit lain dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pasien secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, & Suhardi. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, citra rumah sakit dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien dan implikasinya pada loyalitas pasien. *JEM: Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 4(1), 70–86.
<https://journal.stiepertiba.ac.id/index.php/jem/article/view/37>
- Amelia, F., & Keni. (2019). Pengaruh customer perceived value, customer satisfaction, dan product innovation terhadap customer loyalty (Studi kasus rebranding All New Sour Sally). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1), 68–73.
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4927>
- American Medical Association. (2023). *Patient-physician relationships*. AMA Code of Medical Ethics. <https://code-medical-ethics.ama-assn.org/chapters/patient-physician-relationships>
- Anastasia, Y. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan, trust, brand equity, hospital image dan komitmen terhadap loyalitas pasien umum. *Jurnal Ayurveda Medistra*, 3(2), 1–11. <https://doi.org/10.51690/medistra-jurnal123.v3i2.42>
- Anfal, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra rumah sakit terhadap tingkat kepuasan pasien rawat inap rumah sakit umum Sundari Medan tahun 2018. *Excellent Midwifery Journal*, 3(2), 1–19. <https://doi.org/10.55541/emj.v3i2.130>
- Askariyad, M. H., & Babakhani, N. (2015). An application of European Customer Satisfaction Index (ECSI) in Business to Business (B2B) context. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 30(1), 17–31. <https://doi.org/10.1108/JBIM-07-2011-0093>
- Atmoko, W. B. (2022). Word of mouth: Strategi komunikasi legal mempromosikan rumah sakit. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 7(3), 358–375.
<https://doi.org/10.37715/jp.v7i3.411>
- Bambela, I. D. N., & Temesvari, N. A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di rumah sakit: Literature review. *Journal of Hospital Management*, 4(2), 61–65. <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/johm/article/view/4754>
- Cham, T. H., Lim, Y. M., Aik, N. C., & Tay, A. G. M. (2016). Antecedents of hospital brand image and the relationships with medical tourist' behavioral intention. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 10(4), 412–431.
<https://doi.org/10.1108/IJPHM-02-2016-0012>
- Chipidza, F. E., Wallwork, R. S., & Stern, T. A. (2015). Impact of the doctor-patient relationship. *Primary Care Companion to the Journal of Clinical Psychiatry*, 17(5), 360.
<https://doi.org/10.4088/PCC.15f01840>

- Dayan, M., Al Kuwaiti, I. A., Husain, Z., Ng, P. Y., & Dayan, A. (2022). Factors influencing patient loyalty to outpatient medical services: An empirical analysis of the UAE's government healthcare system. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 39(1), 176–203. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-11-2020-0373>
- de Waard, C. S., Poot, A. J., den Elzen, W. P. J., Wind, A. W., Caljouw, M. A. A., & Gussekloo, J. (2018). Perceived doctor-patient relationship and satisfaction with general practitioner care in older persons in residential homes. *Scandinavian Journal of Primary Health Care*, 36(2), 189–197. <https://doi.org/10.1080/02813432.2018.1459229>
- Ernawati, N., & Rizki, M. (2019). Analisis kepuasan pasien terhadap pelayanan dokter di instalasi rawat inap a rumah sakit umum pusat Fatmawati Cilandak Jakarta Selatan. *Journal Educational of Nursing(Jen)*, 2(1), 126–140. <https://doi.org/10.37430/jen.v2i1.17>
- Goenawan, G. (2022, October 17). Kepuasan pasien layanan kesehatan TNI pada BPJS Kesehatan. *Viva.co.id*. <https://www.viva.co.id/vstory/opini-vstory/1533558-kepuasan-pasien-layanan-kesehatan-tni-pada-bpjs-kesehatan>
- Gunawan, G., & Keni. (2022). Pengaruh brand awareness, brand image, dan marketing mix terhadap purchase intention kopi bubuk lokal di Bali. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(4), 353–358. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i4.19314>
- Hair, Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer.
- Haming, M., Murdifin, I., Syaiful, A. Z., & Putra, A. H. P. K. (2019). The application of SERVQUAL distribution in measuring customer satisfaction of retails company. *Journal of Distribution Science*, 17(2), 25–31. <https://doi.org/10.15722/jds.17.02.201902.25>
- Honavar, S. (2018). Patient-physician relationship - Communication is the key. *Indian Journal of Ophthalmology*, 66(11), 1527–1528. https://doi.org/10.4103/ijo.IJO_1760_18
- Indarto, E. W., Suroso, I., Sudaryanto, & Qomariah, N. (2018). The effect of brand image and product attributes on customer satisfaction and customer loyalty. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(3), 457–466. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.03.10>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022, October 19). Kedepankan aspek mutu pelayanan dan keselamatan pasien, Menko Airlangga dorong PERSI tingkatkan daya saing rumah sakit. *Siaran Pers*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4636/kedepankan-aspek-mutu-pelayanan-dan-keselamatan-pasien-menko-airlangga-dorong-persi-tingkatkan-daya-saing-rumah-sakit>
- Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., & Saunders, J. (2008). *Principles of marketing*. Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Prentice-Hall.
- Mahfudhoh, & Muslimin, I. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien pada rumah sakit umum daerah Kota Cilegon. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 39–46. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i1.310>
- Martin, S. (2017). Word-of-mouth in the health care sector: A literature analysis of the current state of research and future perspectives. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 14(1), 35–56. <https://doi.org/10.1007/s12208-016-0154-y>
- Mukuan, H., Tucunan, A. A. ., & Wowor, R. (2019). Hubungan antara komunikasi dokter pasien dengan tingkat kepuasan pasien rawat inap di RS TK II Robert Wolter Mongonsidi. *Kesmas: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 8(7), 1–7. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/kesmas/article/view/27232>
- Padma, P., Rajendran, C., & Lokachari, P. S. (2010). Service quality and its impact on customer satisfaction in Indian hospitals: Perspectives of patients and their attendants. *Benchmarking*, 17(6), 807–841. <https://doi.org/10.1108/14635771011089746>
- Pandoh, E. M., Tucunan, A. A., & Rumayar, A. A. (2020). Hubungan antara komunikasi dokter pasien dengan kepuasan pasien rawat inap di Siloam Hospitals Manado. *Jurnal KESMAS*, 7(4), 1–9. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/kesmas/article/view/23128>

- Pondaag, L. (2013). *Hubungan tingkat kepuasan dengan word of mouth dalam pelayanan keperawatan di ruang rawat inap RSUD Dr. Sam Ratulangi Tondano* [Thesis, Universitas Hasanuddin]. <https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/10086/1/linniepond-2582-1-13-linni-9-1-2.pdf>
- Puspita, L., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2020). Pengaruh lokasi, citra rumah sakit, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih RSUD Pasar Minggu. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 2(3), 64–73. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/585>
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.114>
- Ridd, M., Shaw, A., Lewis, G., & Salisbury, C. (2009). The patient-doctor relationship: A synthesis of the qualitative literature on patients' perspectives. *British Journal of General Practice*, 59(561), 268–275. <https://doi.org/10.3399/bjgp09X420248>
- Santana, A., & Keni. (2020). Pengaruh brand image terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada PT. Brand X di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(4), 150–155. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i4.8678>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed.). Wiley.
- Soumokil, Y., Syafar, M., & Yusuf, A. (2021). Analisis kepuasan pasien di rumah sakit umum daerah Piru. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 10(2), 543–551. <https://doi.org/10.35816/jiskh.v10i2.645>
- Sukawati, T. G. R. (2021). Hospital brand image, service quality, and patient satisfaction in pandemic situation. *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal dan Manajemen Rumah Sakit)*, 10(2), 119–127. <https://doi.org/10.18196/jmmr.v10i2.12230>
- Tania, T., Rayhaan, M. F., & Pasaribu, L. H. (2021). The effect of perceived service quality, word of mouth and price quality on repurchase intention and customer satisfaction on instagramable restaurant in Jakarta Utara. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 808–815. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i1.309>
- Tucker, C. E. (2014). Social networks, personalized advertising, and privacy controls. *Journal of Marketing Research*, 51(5), 546–562. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0355>
- Wijaya, H., & Keni. (2021). Pengaruh service quality, word of mouth, dan brand awareness terhadap keputusan pembelian polis asuransi kendaraan di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(5), 518–523. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i5.13303>
- 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>
- Yeo, I., Baek, S., Kim, J., Elshakh, H., Voronina, A., Lou, M. S., Vapnik, J., Kaler, R., Dai, X., & Goldbarg, S. (2021). Assessment of thirty-day readmission rate, timing, causes and predictors after hospitalization with COVID-19. *Journal of Internal Medicine*, 290(1), 157–165. <https://doi.org/10.1111/joim.13241>