# PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *WORD OF MOUTH*, DAN WAKTU TUNGGU TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT JALAN DI RUMAH SAKIT SWASTA TIPE B DI JAKARTA SELATAN

James Putra Wiranata
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
jameswiranata@gmail.com

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

*Masuk: 14-11-2024, revisi: 06-12-2024, diterima untuk diterbitkan: 12-12-2024*

**Abstract:** In the past decade, the service sector, especially healthcare providers such as hospitals, has become the backbone of the Indonesian economy. However, as with other service sectors, there are customers who are dissatisfied with the services they receive from hospitals. These conditions indicate that hospitals in Indonesia must strive to improve patient satisfaction so that patients believe that hospitals can provide quality services. Therefore, this study aims to identify factors that can affect patient satisfaction. The population used in this study were outpatients of a type B private hospital in South Jakarta. Data collection was carried out using a questionnaire until 62 respondents were collected who fit the criteria. The data analysis method used is Structural Equation Model (SEM) using SmartPLS 4 software. The results of this study concluded that the service quality variable has a positive and significant effect on patient satisfaction, while the word of mouth and waiting time variables are not significant.
**Keywords:** Word of Mouth, Waiting Time, Service Quality, Patient Satisfaction

**Abstrak:** Dalam satu dekade terakhir, sektor jasa terutama penyedia layanan kesehatan, seperti rumah sakit telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Namun, sama halnya dengan sektor layanan yang lain, terdapat pelanggan yang merasa tidak puas dengan layanan yang diperoleh dari rumah sakit. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa rumah sakit di Indonesia harus berupaya untuk meningkatkan kepuasan pasien supaya pasien meyakini bahwa rumah sakit dapat menyediakan layanan yang berkualitas. Oleh sebab itu, penelitian ini ingin mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pasien. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan rumah sakit swasta tipe B di Jakarta Selatan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner hingga terkumpul 62 responden yang sesuai dengan kriteria. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, sedangkan variabel *word of mouth* dan waktu tunggu tidak signifikan.
**Kata Kunci:** *Word of Mouth*, Waktu Tunggu, Kualitas Layanan, Kepuasan Pasien

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Setiap Dalam satu dekade terakhir, sektor jasa telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia (Kompas, 2023). Sektor tersebut mencakup industri perhotelan, asuransi, perbankan, penerbangan, pariwisata, telekomunikasi, dan penyedia layanan kesehatan, seperti rumah sakit dan puskesmas.

Rumah sakit merupakan lembaga penyedia jasa yang bertanggung jawab memberikan pengobatan, mengupayakan kesembuhan dan kesehatan pasien, serta mengedukasi masyarakat

mengenai pola hidup sehat (Hewagama *et al.*, 2019; Lystad *et al.*, 2020). Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340/MEN/KES/PER/III/2010, rumah sakit adalah lembaga yang menyelenggarakan layanan kesehatan secara lengkap melalui layanan rawat inap, rawat jalan, dan unit gawat darurat.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 340/MENKES/PER/III/2010, rumah sakit diklasifikasikan menjadi kelas A, B, C, dan D berdasarkan fasilitas dan kemampuan pelayanan, yang meliputi pelayanan, sumber daya manusia, peralatan, sarana dan prasarana, dan administrasi dan manajemen. Sedangkan berdasarkan kepemilikan, rumah sakit diklasifikasikan menjadi rumah sakit pemerintah dan rumah sakit swasta.

Persaingan dalam industri kesehatan terutama bisnis rumah sakit swasta semakin ketat. Setiap rumah sakit swasta dituntut untuk dapat bersaing secara positif tertutama dalam segi kualitas pelayanan yang diberikan. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pasien. Berbagai inovasi dan strategi harus dilakukan rumah sakit tersebut agar dapat bertahan dan unggul dari pesaing-pesaingnya.

Pada dasarnya, setiap rumah sakit dikelola oleh tenaga medis dan non-medis yang kompeten, serta dilengkapi dengan prosedur yang rinci dan fasilitas yang memadai dalam rangka merealisasikan kepuasan pasien. Namun, sama halnya dengan sektor layanan yang lain, terdapat pelanggan yang merasa tidak puas dengan layanan yang diperoleh dari rumah sakit (Republika, 2024; Antara, 2023).

Selain itu, berdasarkan studi literatur, di RS Martapura, kepuasan pasien rawat jalan masih di bawah SPM (Standar Pelayanan Minimal dalam peraturan kesehatan), yaitu sebesar 90 (Jannah *et al.*, 2020), sementara di RSUD Kabupaten Indramayu, terdapat 76 pasien (82,6% dari responden) yang menyatakan tidak puas dengan layanan yang diperoleh dari rumah sakit tersebut (Laeliyah & Subekti, 2017).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa rumah sakit di Indonesia harus berupaya untuk meningkatkan kepuasan pasien supaya pasien meyakini bahwa rumah sakit dapat menyediakan layanan yang berkualitas. Selain itu, upaya tersebut menjadi semakin penting supaya secara jangka panjang, tidak semakin banyak masyarakat Indonesia yang lebih memilih untuk berobat ke luar negeri (CNBC Indonesia, 2024). Oleh sebab itu, penelitian ini ingin mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pasien.

Bramasta dan Keni (2024) menyimpulkan bahwa patient-physician relation, hospital image, dan word of mouth (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Selain itu, Kawi dan Keni (2024) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

Selanjutnya, Sari, Daihani, dan Astuti (2022) menunjukkan bahwa waktu tunggu, nilai pelanggan, dan pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Sementara itu, penelitian Eliza dkk. (2022) menyimpulkan bahwa kompetensi, komunikasi interpersonal, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

Penelitan ini ingin mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan, word of mouth, dan waktu tunggu terhadap kepuasan pasien. Kualitas layanan adalah penilaian pelanggan terhadap suatu layanan berdasarkan ekspektasi pelanggan terhadap layanan tersebut (Wilson, Keni, & Tan, 2019).

Kualitas layanan rumah sakit dapat dinlai berdasarkan keunggulan sarana prasarana, ketersediaan peralatan yang memadai, kondisi rumah sakit yang nyaman, serta komitmen dan kemampuan petugas dalam melakukan tindakan (Supartiningsih, 2017). Penilaian yang positif terhadap berbagai layanan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pasien terhadap layanan yang diterima dari rumah sakit.

Selanjutnya, word of mouth adalah kesediaan konsumen untuk menyampaikan informasi mengenai suatu perusahaan kepada orang lain (Veronica & Keni, 2022). Secara umum, informasi tersebut berupa pengalaman yang dirasakan oleh pasien ketika berobat ke suatu

rumah sakit. Ketika memperoleh informasi tersebut, pasien lain akan menjadikan informasi tersebut sebagai ekspektasi terhadap layanan rumah sakit dan pada akhirnya dapat merasa puas jika layanan yang diperoleh sesuai dengan ekspektasi tersebut.

Sementara itu, waktu tunggu menunjukkan berapa lama pasien berada di rumah sakit sejak mendaftar sampai diperiksa oleh dokter (Torry *et al.*, 2016). Waktu tunggu yang lama dapat menyebabkan ketidaknyamanan pada pasien, sehingga pada akhirnya pasien merasa tidak puas. Seringkali, pasien sudah diinformasikan mengenai waktu yang tepat untuk datang ke rumah sakit, tetapi pasien memutuskan untuk datang lebih awal supaya nomor antreannya tidak terlewat. Akibatnya, pasien menunggu terlalu lama dan merasa tidak puas.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini ingin mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pasien, sehingga penelitian ini dilakukan dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan, *Word of Mouth*, dan Waktu Tunggu terhadap kepuasan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Swasta Tipe B di Jakarta Selatan".

**Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan waktu tunggu terhadap kepuasan pasien.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Layanan

Menurut Wilson *et al*. (2019) menyimpulkan bahwa kualitas layanan adalah perbandingan antara ekspektasi pelanggan terhadap suatu layanan dengan kinerja layanan tersebut. Selain itu, Syahsudarmi (2022, p. 32) menyimpulkan bahwa *". . . service quality is a measure ot the level of service provided to consumers based on consumer expectations and desires with their level of perception*." Kualitas layanan adalah penilaian terhadap suatu layanan berdasarkan ekspektasi dan keinginan konsumen terhadap layanan tersebut.

Zebrga dan Zaveri (2020, p. 670) mendefinisikan variabel tersebut sebagai ". . . *the difference between customer's expectation for service performance prior to the service encounter and their perception of the service received.*" Kualitas layanan adalah perbedaan antara ekspektasi pelanggan terhadap kinerja suatu layanan sebelum memperoleh layanan tersebut dengan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diperoleh.

Penelitian ini menyimpulkan kualitas layanan sebagai penilaian pelanggan terhadap kinerja layanan berdasarkan ekspektasi pelanggan terhadap layanan tersebut. Pada rumah sakit, layanan tersebut dapat dirasakan melalui keamanan dalam memberikan layanan kesehatan, pemberian layanan secara setara kepada setiap orang, layanan berdasarkan kondisi yang sebenarnya, dan mengutamakan efisiensi (Sholeh & Chalidyanto, 2021).

Selanjutnya, Parasuraman *et al.,* (1988) menjelaskan bahwa kualitas layanan dapat diukur berdasarkan lima dimensi, yaitu:

a. Tangibles

Tangibles dapat berupa harga, peringkat perusahaan dibandingkan dengan pesaing, komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan (Ismagilova *et al.*, 2019), fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan karyawan.

b. Reliability

Reliability melibatkan kepercayaan terhadap layanan dan konsistensi dalam pemberian perawatan secara andal dan akurat. Dimensi tersebut mencakup kerahasiaan privasi, penyediaan layanan sesuai janji, dan layanan yang setara bagi setiap orang.

c. Responsiveness

Responsiveness mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan yang cepat dan berkualitas. Nambisan *et al.*, (2016) menjelaskan bahwa dimensi tersebut terdiri dari empat tugas utama, yaitu memberikan perhatian kepada pelanggan, melayani secara cepat, membantu pelanggan secara aktif, dan ketersediaan karyawan saat dibutuhkan.

d. Assurance

Assurance mengacu pada keterampilan dan kompetensi yang digunakan dalam melayani pelanggan. Wu *et al.*, (2015) menjelaskan bahwa assurance dapat meningkatkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan, yang kemudian menimbulkan perasaan aman dan nyaman pada pelanggan.

e. Empathy

Empathy mengacu pada perhatian yang diberikan kepada setiap pelanggan. Murray *et al.*, (2019) menjelaskan bahwa empathy dapat ditunjukkan melalui kesopanan dan keramahan karyawan, memahami kebutuhan spesifik pelanggan, memberikan perhatian khusus kepada pelanggan, dan meluangkan waktu untuk menjelaskan prosedur pemberian layanan.

***Word of Mouth***

Ruliarto (2023) mendefinisikan word of mouth (WOM) sebagai ". . . *a form of written, spoken, or electronic communication between consumers who have a good perception of the product or experience of the product or service is felt.*" WOM adalah sebuah komunikasi secara tertulis, lisan, ataupun melalui media elektronik diantara konsumen yang memiliki persepsi positif mengenai suatu produk ataupun pengalaman yang dirasakan dari suatu produk atau jasa.

Sementara itu, melaui penelitiannya, Wijaya dan Keni (2021) menyimpulkan bahwa word of mouth merupakan komunikasi informal diantara individu ataupun kelompok mengenai saran ataupun pengalaman ketika berinteraksi dengan suatu produk, merek, ataupun perusahaan.

Selain itu, Tjahjaningsih *et al.,* (2023, p. 77) berpendapat bahwa "*Word of mouth is when customers tell others about their opinion about a certain brand, product, service, or company*." Word of mouth terjadi ketika pelanggan memberi tahu orang lain mengenai pendapat mereka tentang suatu merek, produk, layanan, atau perusahaan.

Berdasarkan definisi di atas, penelitian ini mendefinisikan word of mouth sebagai komunikasi informal diantara individu ataupun kelompok yang dapat dilakukan secara tertulis ataupun lisan mengenai pendapat dan pengalaman mereka dengan suatu produk, layanan, merek, ataupun perusahaan. Pada layanan kesehatan, WOM dapat diperoleh dari pasien lain ataupun dari dokter ketika memberikan rujukan mengenai pasien kepada dokter lain (Dayan *et al.*, 2022).

**Waktu Tunggu**

Menurut Hidayat *et al*., (2023, p. 653), "*Waiting time is the length of time patients wait for health services until they are examined by a doctor*." Waktu tunggu adalah durasi pasien menunggu di fasilitas layanan kesehatan sampai pasien tersebut diperiksa oleh dokter. Selain itu, Sari *et al*., (2022) berpendapat bahwa waktu tunggu merupakan waktu yang digunakan oleh pasien untuk mendapatkan layanan kesehatan yang dimulai sejak pendaftaran sampai dengan ruang pemeriksaan oleh dokter.

Sementara itu, Kapojos *et al.,* (2023, p. 441) berpendapat bahwa, "*Waiting time can be interpreted as the time needed by customers to receive the service or product they ordered, starting from the time the customers orders until receiving the product or service*." Waktu tunggu adalah waktu yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk memperoleh layanan atau produk yang mereka pesan, mulai dari pelanggan melakukan pemesanan sampai dengan memperoleh produk atau layanan tersebut.

Penelitian ini menyimpulkan waktu tunggu sebagai waktu yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau layanan yang dipesan. Secara umum, waktu tunggu di rumah sakit dimulai sejak pasien tiba di meja registrasi sampai dengan meninggalkan rumah sakit, yaitu setelah berkonsultasi dengan dokter ataupun setelah memperoleh obat berdasarkan resep dokter.

**Kepuasan Pasien**

Laksana dan Ekawati (2020, p. 21) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai "*The gap between consumers' expectation and the actual performance of the product/ service . . . .*" Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara ekspektasi konsumen terhadap suatu produk dengan kinerja produk tersebut.

Selain itu, Elisabeth *et al*., (2019) berpendapat bahwa "*Customer satisfaction is the level of one's feelings after comparing the benefits or values that he feels compared to his expectations*." Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan individu setelah membandingkan manfaat atau nilai yang diperoleh dari suatu produk atau jasa dengan ekspektasi terhadap produk atau jasa tersebut.

Sementara itu, Saman *et al*., (2023, p. 11) menyimpulkan bahwa customer satisfaction adalah ". . . *the overall emotional response that customer may experience after consuming a product or service.*" Kepuasan pelanggan adalah keseluruhan respon emosional yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa.

Berdasarkan definisi di atas, penelitian ini mendefinisikan kepuasan pasien sebagai keseluruhan respon emosional yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa. Respon tersebut dapat dirasakan ketika pasien mengantre untuk berkonsultasi dengan dokter ataupun ketika pasien memperoleh layanan medis dan non-medis dari rumah sakit.

**Kaitan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pasien**

Martono dan Keni (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko keramik di Tanjungpinang. Dayan *et al.*, (2022) menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di rumah sakit pemerintah Uni Emirat Arab. Selain itu, Mahfudhoh dan Muslimin (2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di Cilegon.

Kepuasan yang dirasakan oleh pasien dari layanan kesehatan dapat bersumber dari layanan medis dan layanan non-medis. Layanan medis dapat berupa konsultasi yang diperoleh dari dokter, sementara layanan non-medis dapat dirasakan melalui suasana ruang tunggu ataupun fasilitas rumah sakit. Penilaian yang positif terhadap berbagai layanan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pasien.

H1: Kualitas layanan berpengaruh positif pada kepuasan pasien rawat jalan Rumah Sakit Swasta Tipe B di Jakarta Selatan.

**Kaitan *Word of Mouth* dan Kepuasan Pasien**

Dayan *et al.*, (2022) yang meneliti pasien di rumah sakit pemerintah Uni Emirat Arab menunjukkan bahwa word of mouth (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Bramasta dan Keni (2024) menyimpulkan bahwa WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di Jawa Tengah. Selain itu, Subhan dan Iswati (2022) menunjukkan bahwa WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di Jakarta.

Pada layanan kesehatan, WOM sudah menjadi sumber informasi yang dapat diandalkan untuk mengetahui mengenai suatu rumah sakit (Soare *et al.,* 2022). Kesesuaian informasi tersebut dengan layanan rumah sakit dapat membuat pasien merasa puas karena meyakini bahwa mereka sudah memilih rumah sakit yang tepat. Selain itu, informasi yang diperoleh dari WOM dapat menjadi ekspektasi pasien terhadap layanan rumah sakit, sehingga ketika pasien merasa bahwa layanan yang dirasakan sesuai dengan ekspektasi tersebut, mereka akan merasa puas.

H2: *Word of mouth* berpengaruh positif pada kepuasan pasien rawat jalan Rumah Sakit Swasta Tipe B di Jakarta Selatan.

**Kaitan Waktu Tunggu dan Kepuasan Pasien**

Pada dasarnya, semakin lama waktu yang dihabiskan oleh pasien selama berada di rumah sakit, semakin rendah kepuasan pasien tersebut (Alrasheedi *et al.*, 2019). Namun, Dayan *et al*. (2022) menyimpulkan bahwa waktu tunggu tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, sehingga pasien dapat merasa tidak nyaman jika menunggu terlalu lama, tetapi perasaan tersebut tidak berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Selanjutnya, Zhang *et al.*, (2023) mengkaji pengaruh waktu tunggu secara lebih rinci dengan mengidentifikasi variabel tersebut secara subjektif dan objektif. Secara subjektif, variabel tersebut diidentifikasi berdasarkan expected waiting time, tolerance waiting time, perceived waiting time, dan reasonable waiting time, sedangkan secara objektif, variabel tersebut diidentifikasi berdasarkan actual waiting time.

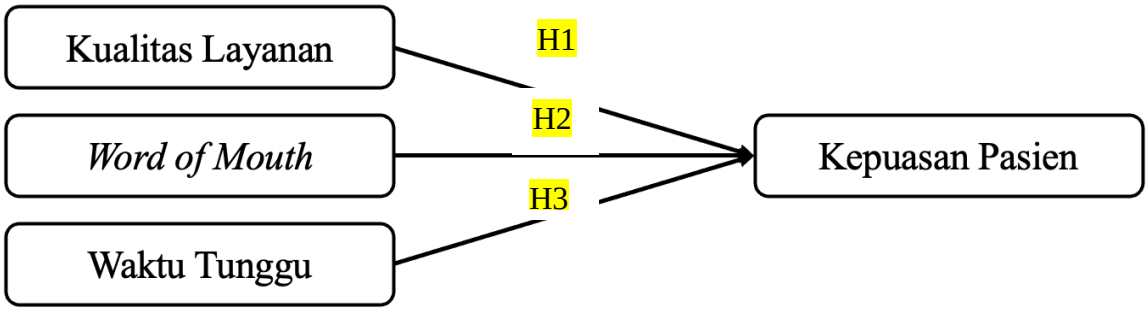
Zhang *et al.*, (2023) menyimpulkan bahwa waktu tunggu yang diidentifikasi secara subjektif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, sedangkan waktu tunggu yang diidentifikasi secara objektif tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil tersebut sesuai dengan pendapat Dayan *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa pasien memiliki harapan yang berbeda mengenai waktu tunggu berdasarkan status kesehatan, usia, atau status mereka sebagai pasien atau pendamping (Dayan *et al*., 2022).

Oleh sebab itu, penelitian ini mengidentifikasi pengaruh waktu tunggu terhadap kepuasan pasien secara subjektif, seperti yang dilakukan oleh Sari *et al*., (2022) yang menunjukkan bahwa waktu tunggu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, sehingga pasien dapat merasa puas ketika memiliki persepsi yang positif terhadap waktu yang dihabiskan selama berada di fasilitas layanan kesehatan. Persepsi tersebut dapat dipengaruhi oleh suasana ruang tunggu yang nyaman ataupun faktor lainnya yang dirasakan oleh pasien selama menunggu.

H3: Waktu tunggu berpengaruh positif pada kepuasan pasien rawat jalan Rumah Sakit Swasta Tipe B di Jakarta Selatan.

Berdasarkan uraian kaitan antar variabel di atas, penelitian ini mengembangkan model penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 1.

***Gambar 1***
***Model Penelitian***




Sumber: Peneliti (2024)

**METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, *word of mouth* (WOM), dan waktu tunggu terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Swasta tipe B di Jakarta Selatan. Selain itu, penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dan *cross sectional*, yaitu pengumpulan data dilakukan sebayak satu kali selama pelaksanaan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan September 2024.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari pasien rawat jalan di Rumah Sakit Swasta tipe B di Jakarta Selatan. Data tersebut diperoleh

dengan menggunakan metode kuesioner yang terdiri dari beberapa bagian, yaitu pertanyaan mengenai profil responden dan pengukuran variabel penelitian.

Populasi adalah seluruh orang, peristiwa, atau fenomena menarik yang hendak diteliti (Bougie & Sekaran, 2020). Populasi yang diteliti pada penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan di Rumah Sakit Swasta tipe B di Jakarta Selatan.

Selanjutnya, pemilihan sampel dilakukan secara *non-probability sampling*, yaitu setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sementara itu, teknik pemilihan sampel yang dilakukan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut adalah pasien di Rumah Sakit Swasta tipe B di Jakarta Selatan yang sedang berobat ataupun pernah berobat rawat jalan di rumah sakit tersebut.

Lebih lanjut, jumlah sampel minimal ditetapkan berdasarkan Hair *et al.*, (2019), yaitu jumlah sampel sebaiknya berjumlah lebih dari lima kali jumlah indikator dan jumlah sampel minimal sebanyak 100. Penelitian ini menggunakan 31 indikator yang jika dikalikan dengan 5 sama dengan 155, sehingga jumlah sampel penelitian ini minimal sebanyak 155. Data penelitian ini diperoleh dari 62 responden yang pernah menjalani pelayanan rawat jalan di rumah sakit tipe B di Jakarta Selatan. Karakteristik responden pada penelitian ini antara lain: mayoritas responden berusia lebih dari 35 tahun (50%), pekerjaan sebagai wiraswasta (27,4%), memiliki pendapatan lebih dari Rp12.000.000 per bulan (59,7%), memiliki pendidikan terakhir S1 (67,7%), dan rumah sakit yang paling sering dikunjungi oleh responden adalah RS Pondok Indah (23,3%).

Variabel independen pada penelitian ini berupa kualitas layanan, waktu tunggu, dan WOM, sedangkan variabel dependen berupa kepuasan pasien. Variabel tersebut diukur dengan menggunakan skala likert 5 poin, dimana 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju.

***Tabel 1***
***Definisi Operasional Variabel Penelitian***

| Variabel dan Sumber | Definisi Operasional | Indikator | Skala Pengukuran |
|---|---|---|---|
| Kualitas layanan | Penilaian pelanggan terhadap kinerja layanan berdasarkan ekspektasi pelanggan terhadap layanan tersebut. | Indikator diadaptasi dari Dayan *et al.*, (2022):<br>*Tangible*<br>1. Kemudahan menemukan tempat parkir di rumah sakit.<br>2. Akses rumah sakit.<br>3. Kebersihan ruang tunggu.<br>4. Peralatan yang modern.<br>*Reliability*<br>1. Pelayanan medis yang benar sejak kunjungan pertama.<br>2. Pelayanan medis yang dapat diandalkan.<br>3. Pelayanan medis berdedikasi untuk memecahkan masalah.<br>4. Pelayanan medis tepat waktu.<br>5. Penyimpanan catatan medis yang akurat.<br>*Responsiveness*<br>1. Staf rumah sakit tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan.<br>2. Informasi mengenai durasi pelayanan.<br>3. Staf selalu bersedia dengan sigap melayani pasien. | Interval |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 4. Pelayanan yang cepat dari staf rumah sakit.<br>*Assurance*<br>1. Staf dapat dipercaya.<br>2. Pasien merasa aman saat menerima layanan.<br>3. Staf memperlakukan pasien dengan sopan<br>4. Staf memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan.<br>*Empathy*<br>1. Atensi dari staf.<br>2. Jam kerja sesuai kebutuhan pasien.<br>3. Mengutamakan kebutuhan pasien.<br>4. Staf mengetahui kebutuhan pasien. | |
| *Word of Mouth* | Komunikasi informal diantara individu ataupun kelompok yang dapat dilakukan secara tertulis ataupun lisan mengenai pendapat dan pengalaman mereka dengan suatu produk, layanan, merek, ataupun perusahaan. | Indikator diadaptasi dari Dayan *et al.*, (2022):<br>1. Lingkungan sosial berbicara secara positif tentang rumah sakit.<br>2. Lingkungan sosial memengaruhi secara positif penilaian terhadap rumah sakit.<br>3. Lingkungan sosial saya membantu dalam membuat keputusan untuk memilih rumah sakit. | Interval |
| Waktu Tunggu | Waktu yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau layanan yang dipesan. | Indikator diadaptasi dari Dayan *et al.*, (2022):<br>1. Waktu tunggu di rumah sakit lebih singkat daripada waktu tunggu yang diharapkan.<br>2. Ruang tunggu rumah sakit yang nyaman.<br>3. Pasien tidak merasa bosan selama menunggu.<br>4. Kepuasan pasien secara umum dengan waktu tunggu. | Interval |
| Kepuasan Pasien | Keseluruhan respon emosional yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa. | Indikator diadaptasi dari Dayan *et al.*, (2022):<br>1. Kepuasan pasien secara umum dengan pengalaman di rumah sakit.<br>2. Ekspektasi pasien terpenuhi.<br>3. Kepuasan pasien dengan keputusannya dalam memilih rumah sakit. | Interval |

Sumber: Peneliti (2024)

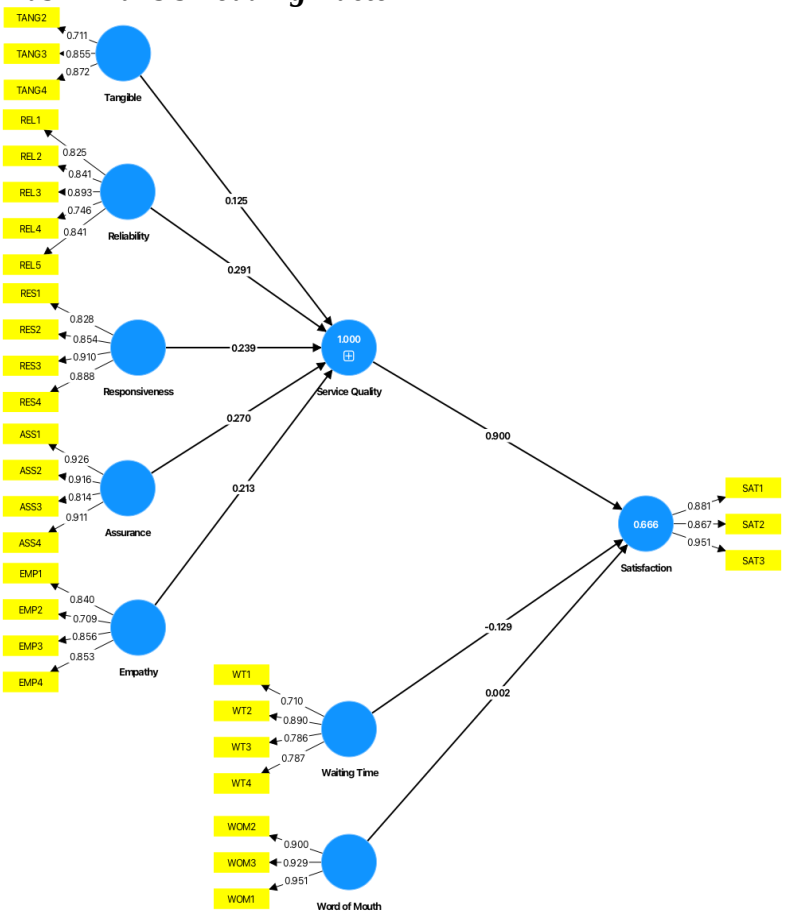
## HASIL DAN KESIMPULAN

### Hasil Penelitian

Penelitian ini menganalisis data dengan metode *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Analisis tersebut terdiri dari analisis outer model dan analisis inner model. Analisis outer model terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas yang sudah dibahas pada bagian sebelumnya.

Setelah analisis outer model, analisis data dilanjutkan dengan analisis inner model yang bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel. Analisis tersebut dapat dilakukan melalui nilai koefisien determinasi ($R^2$), *effect size* (f2), *goodness of fit index* (GoF), dan *path coefficient*.

***Gambar 2***
***Hasil Analisis Loading Factor Akhir***




Sumber: Peneliti (2024)

***Tabel 2***
***Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)***

| **Variabel** | ***Average Variance Extracted* (AVE)** |
|---|---|
| *Word of Mouth* | 0,859 |
| Waktu Tunggu | 0,633 |
| *Tangible* | 0,666 |
| *Reliability* | 0,690 |
| *Assurance* | 0,797 |
| *Empathy* | 0,667 |
| *Responsiveness* | 0,758 |
| Kepuasan Pasien | 0,811 |
| Kualitas layanan | 0,549 |

Sumber: Peneliti (2024)

Hasil uji Average Variance Extracted (AVE) dapat dilihat pada Tabel 2. Berdasarkan tabel tersebut, nilai AVE setiap variabel lebih dari 0,5, sehingga memenuhi kriteria pengujian tersebut dan pengujian validitas konvergen.

***Tabel 3***
***Hasil uji Heterotrait-Monotrait Ration (HTMT)***

| Variabel | *Assurance* | *Empathy* | *Reliability* | *Responsiveness* | *Satisfaction* | *Tangible* | Waktu Tunggu |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ***Assurance*** | | | | | | | |
| ***Empathy*** | 0,847 | | | | | | |
| ***Reliability*** | 0,927 | 0,787 | | | | | |
| ***Responsiveness*** | 0,735 | 0,816 | 0,824 | | | | |
| ***Satisfaction*** | 0,847 | 0,856 | 0,819 | 0,794 | | | |
| ***Tangible*** | 0,813 | 0,594 | 0,994 | 0,617 | 0,604 | | |
| **Waktu Tunggu** | 0,660 | 0,576 | 0,813 | 0,660 | 0,530 | 0,899 | |
| **WOM** | 0,490 | 0,421 | 0,530 | 0,334 | 0,401 | 0,629 | 0,618 |

Sumber: Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel tersebut, seluruh variabel memiliki nilai HTMT kurang dari 1, sehingga memenuhi kriteria pengujian tersebut (Henseler *et al.*, 2015) dan memenuhi uji validitas diskriminan. Dengan demikian, seluruh data pada penelitian ini dapat dinyatakan valid.

***Tabel 4***
***Hasil Uji Reliabilitas***

| Variabel | *Cronbach's Alpha* | *Composite Reliability* |
|---|---|---|
| *Word of Mouth* | 0,914 | 0,918 |
| Waktu Tunggu | 0,816 | 0,928 |
| *Tangible* | 0,744 | 0,754 |
| *Reliability* | 0,887 | 0,891 |
| *Assurance* | 0,914 | 0,918 |
| *Empathy* | 0,832 | 0,845 |
| *Responsiveness* | 0,894 | 0,906 |
| Kepuasan Pasien | 0,882 | 0,886 |

Sumber: Peneliti (2024)

Dengan demikian, seluruh data dapat dinyatakan valid dan reliabel, sehingga analisis data dapat dilanjutkan dengan analisis inner model.

***Tabel 5***
***Hasil Uji Koefisien Determinasi ($R^2$)***

| Variabel | $R^2$ | $R^2$ *adjusted* |
|---|---|---|
| Kepuasan Pasien | 0,666 | 0,649 |

Sumber: Peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 5, nilai R2 kepuasan pasien sebesar 0,666, sehingga *word of mouth*, waktu tunggu, dan kualitas layanan dapat menjelaskan variasi kepuasan pasien sebanyak 66,6%, sedangkan 33,4% sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Nilai tersebut termasuk dalam kategori moderat karena bernilai lebih dari 0,26, tetapi kurang dari 0,74 (Hair *et al.*, 2019).

***Tabel 6***
***Hasil Uji Effect Size ($f^2$)***

| Variabel | $f^2$ |
|---|---|
| Kualitas Layanan | 1,230 |
| Waktu Tunggu | 0,023 |
| *Word of Mouth* | 0,000 |

Sumber: Peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 6, nilai f2 kualitas layanan sebesar 1,230, sehingga memberikan efek besar terhadap kepuasan pasien karena lebih dari 0,35, nilai f2 waktu tunggu sebesar 0,032, sehingga memberikan efek kecil terhadap kepuasan pasien karena lebih dari 0,02, tetapi kurang dari 0,15, sementara nilai f2 variabel WOM sebesar 0,000, sehingga tidak memberikan efek terhadap kepuasan pasien karena kurang dari 0,02 (Hair *et al.*, 2019).

***Tabel 7***
***Hasil Uji Path Coefficient***

| Variabel | AVE | $R^2$ |
|---|---|---|
| Kualitas Layanan | 0,549 | |
| *Word of Mouth* | 0,849 | |
| Waktu Tunggu | 0,633 | |
| Kepuasan Pasien | 0,881 | 0,666 |
| **Rata-rata** | **0,728** | **0,666** |

Sumber: Peneliit (2024)

Berdasarkan nilai rata-rata AVE dan koefisien determinasi yang ditunjukkan pada Tabel 7, hasil perhitungan GoF adalah sebagai berikut:

$$\text{GoF} = \sqrt{\overline{\text{AVE}} \times \overline{\text{R}^2}}$$
$$= \sqrt{0{,}728 \times 0{,}666}$$
$$= 0{,}696$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, nilai GoF yang diperoleh sebesar 0,696, sehingga kepuasan pasien dapat memprediksi keseluruhan model penelitian dengan baik dan termasuk dalam kategori besar karena lebih dari 0,36 (Hair *et al.*, 2019).

***Tabel 8***
***Hasil Uji Path Coefficient***

| Hubungan Variabel | *Path Coefficient* |
|---|---|
| *Assurance* → Kualitas layanan | 0,270 |
| *Empathy* → Kualitas layanan | 0,213 |
| *Reliability* → Kualitas layanan | 0,291 |
| *Responsiveness* → Kualitas layanan | 0,239 |
| *Tangible* → Kualitas layanan | 0,900 |
| Kualitas layanan → Kepuasan pasien | 0,125 |
| Waktu tunggu → Kepuasan pasien | -0,129 |
| *Word of mouth* → Kepuasan pasien | 0,002 |

Sumber: Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* yang ditunjukkan pada Tabel 8. kualitas layanan (0,125) dan *word of mouth (*0,002) berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, sedangkan waktu tunggu (-0,129) berpengaruh negatif terhadap kepuasan pasien.

***Tabel 9***
***Hasil Pengujian Hipotesis***

| Hipotesis | *Path Coefficient* | *t-statistics* | *p-values* | Hasil |
|---|---|---|---|---|
| H1: Kualitas Layanan → Kepuasan Pasien | 0,900 | 11,437 | 0,000 | Didukung |
| H2: *Word of Mouth* → Kepuasan Pasien | 0,002 | 0,023 | 0,981 | Tidak Didukung |
| H3: Waktu Tunggu → Kepuasan Pasien | -0,129 | 1,113 | 0,253 | Tidak Didukung |

Sumber: Peneliti (2024)

**Diskusi**

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pasien. Tabel 9. menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,900, serta nilai *t-statistics* sebesar 11,437 dan *p-values* sebesar 0,000, sehingga hipotesis pertama didukung, yang berarti kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil tersebut sesuai dengan Bramasta dan Keni (2024) dan Eliza dkk. (2022) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil tersebut menujukkan bahwa setiap layanan kesehatan harus memperhatikan kualitas layanan yang diberikan, sehingga setiap pasien dapat merasakan kepuasan saat berkunjung. Selain itu, dimensi *tangible* memiliki nilai *path coefficient* yang lebih tinggi daripada dimensi lain, sehingga dimensi tersebut memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap penilaian pasien terhadap kualitas rumah sakit. Oleh sebab itu, pasien rumah sakit swasta tipe B di Jakarta Selatan mempersepsikan berbagai aspek tangible, seperti fasilitas rumah sakit, sebagai aspek yang paling penting dalam menentukan kepuasan mereka. Kondisi tersebut mengimplikasikan bahwa semakin banyak fasilitas rumah sakit, semakin banyak metode yang dapat digunakan untuk memberikan solusi kepada pasien, sehingga pada akhirnya meningkatkan kepuasan pasien.

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif *word of mouth* terhadap kepuasan pasien. Berdasarkan Tabel 9., *word of mouth* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,247, tetapi nilai *t-statistics* sebesar 0,023 dan *p-values* sebesar 0,981, sehingga hipotesis kedua tidak didukung, yang berarti *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil tersebut tidak sesuai dengan Bramasta dan Keni (2024) dan Subhan dan Iswati (2022) yang menyimpulkan bahwa WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil tersebut mengimplikasikan bahwa meskipun pada dasarnya, WOM dapat memengaruhi keputusan pasien untuk memilih suatu layanan kesehatan, tetapi informasi yang diperoleh dari WOM belum tentu memengaruhi kepuasan pasien. Informasi yang diperoleh dari WOM dapat meningkatkan ekspektasi pasien terhadap layanan rumah sakit, sehingga jika ekspektasi tersebut menjadi terlalu tinggi, pasien dapat merasa tidak puas karena layanan rumah sakit tidak dapat memenuhi ekspektasi tersebut.

Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif waktu tunggu terhadap kepuasan pasien. Berdasarkan Tabel 9., waktu tunggu berpengaruh negatif terhadap kepuasan pasien dengan nilai *path coefficient* sebesar -0,129, serta nilai *t-statistics* sebesar 1,113 dan *p-values* sebesar 0,253, sehingga hipotesis ketiga tidak didukung, yang berarti waktu tunggu tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil tersebut sesuai dengan Dayan *et al.,* (2022) yang menyimpulkan bahwa waktu tunggu tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Secara umum, pasien akan merasa tidak nyaman ketika mengantre terlalu lama, tetapi masyarakat memiliki kecenderungan yang tinggi untuk menormalisasikan bahwa antrean di rumah sakit selalu memerlukan waktu yang lama, sesuai dengan nomor antrean yang didapatkan oleh pasien. Oleh sebab itu, penelitian ini mengimplikasikan bahwa walaupun pasien merasa tidak nyaman ketika mengantre, tetapi pasien dapat merasa puas jika memperoleh layanan yang berkualitas, sehingga pasien akan bersedia untuk menunggu dengan durasi yang panjang jika meyakini bahwa mereka akan mendapatkan solusi kesehatan yang dapat mengurangi ataupun menyembuhkan keluhan mereka.

**Kesimpulan**

Pada penelitian ini diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, (2) *Word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, dan (3) waktu tunggu tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, sehingga faktor tersebut perlu diperhatikan oleh penyedia layanan kesehatan. Kualitas layanan dapat ditingkatkan dengan melakukan pelatihan dan peningkatan kompetensi staf rumah sakit secara rutin, penggunaan teknologi termutakhir untuk mendukung layanan, menjaga kebersihan dan kenyamanan fasilitas, menjaga koordinasi yang baik antar staf ataupun antara staf dengan pasien, serta melakukan evaluasi dan audit secara berkala untuk menjaga standar kualitas layanan.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *tangible* pada kualitas layanan berpengaruh paling tinggi terhadap kualitas layanan yang dirasakan oleh pasien. Oleh sebab itu, penyedia layanan kesehatan dapat secara berkala memperbaharui ataupun melengkapi fasilitasnya dalam rangka meningkatkan penilaian pasien terhadap kualitas layanan yang diberikan yang pada akhirnya dapat memengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh pasien terhadap penyedia layanan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA


Adrian, I. & Keni, K. (2023). Pengaruh Food Quality dan Perceived Price Fairness terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 7(2),* 329-342. https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i2.23355

Aliman, S. L. & Keni. (2023). Peran Mediasi Brand Satisfaction terhadap Faktor-Faktor yang dapat Memprediksi Purchase Decision. *Business Management Journal*, 19(1), 55-72. http://dx.doi.org/10.30813/bmj.v19i1.4063

Alrasheedi, K. F., Al-Mohaithef, M., Edrees, H. H., Chandramohan, S. (2019). The Association between Wait Times and Patient Satisfaction: Findings from Primary Health Centers in the Kingdom of Saudi Arabia. *Health Serv Res Manag Epidemiol, 6,* 1-7. https://doi.org/10.1177/2333392819861246

Antara. (2023). Pasien RSUD Teungku Peukan Abdya Keluhkan Pelayanan Kurang Profesional. https://aceh.antaranews.com/berita/348498/pasien-rsud-teungku-peukan-abdya-keluhkan-pelayanan-kurang-profesional?page=all, diakses pada tanggal 29 April 2024.

Bramasta, A. A. & Keni, K. (2024). Studi Mengenai Kepuasan Pasien Rawat Inap di Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, *8*(2), 443-454. https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i2.29692

Bougie, R., & Sekaran, U. (2020). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach (8th ed.)*. John Wiley & Sons.

CNBC Indonesia. (2024). Jokowi: 1 Juta Warga Indonesia Masih Berobat ke Luar Negeri. https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240424101827-33-532905/jokowi-1-juta-warga-indonesia-masih-berobat-ke-luar-negeri, diakses pada tanggal 30 April 2024.

Elisabeth, D. R., Nasir, A., & Suyono, J. (2019). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Koperasi Karyawan PT. Lotus Indah Textile Industry. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 2(2), 172-178. https://doi.org/10.29138/ijebd.v2i2.766

Eliza, Y., Lina, E., Irnovriadi, & Jasmalinda. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Badan Penyelenggara Jaminan Sosial pada RSUD Padang Pariaman. *Target: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *4*(2), 163-174. https://doi.org/10.30812/target.v4i2.2519

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115-135. https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8

Hidayat, E. H., Pelealu, A., Polumulo, S. N. (2023). The Relationship of Waiting Time to Outpatient Satisfaction in the Work Area Puskesmas Popayato. *Promotor: Jurnal Mahasiswa Kesehatan Masyarakat*, 6(6), 653-657. https://doi.org/10.32832/pro.v6i6.484

Hovland, C., Janis, I., & Kelley, H. (1953). Communication and Persuasion. *New Haven: Yale University Press.*

Kapojos, A. L. N., Saerang, D. P. E., & Gunawan, E. M. (2023). The Effect of E-Service Quality and Waiting Time towards Customer Satisfaction at Pizza Hut Restaurant in Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 11(4), 439-449. https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51230

Kawi, J. S. & Keni, K. (2024). Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 8*(2), 407-418. https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i2.29670

Kompas. (2023). Bergantung pada Sektor Jasa, Ekonomi RI Tumbuh Kurang Produktif. https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/11/14/terlalu-bergantung-ke-sektor-jasa-ekonomi-ri-tumbuh-kurang-produktif, diakses pada tanggal 27 April 2024.

Laksana, I. P. G. J. & Ekawati, N. W. (2020). Word of Mouth and Customer Satisfaction in Mediating the Relationship between Service Quality and Revisit Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(9), 19-28.

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

Martono & Keni. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Store Atmosphere, dan Price Fairness terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Keramik dan Bangunan Tanjungpinang. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(5), 1072-1084. https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i5.26507

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Republika. (2024). Viral, Curhatan Pasien yang Alami Pelayanan Kurang Puas di RS Otista Bandung. https://rejabar.republika.co.id/berita/s7ror5512/viral-curhatan-pasien-yang-alami-pelayanan-kurang-puas-di-rs-otista-bandung, diakses pada tanggal 28 April 2024.

Ruliarto, H. (2023). Does Product Quality, Word of Mouth Influence Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction? *Jurnal Ekonomi*, 12(3), 600-606.

Sari, D. M., Daihani, D. U., & Astuti, P. (2022). Determinan Kepuasan Pasien dengan Metode SEM-PLS: Pengaruh Waktu Tunggu dan Nilai Pelanggan melalui Pelayanan Prima dan Kewajaran Harga pada Rumah Sakit Swasta "X" di Kota Pekanbaru. *Jurnal Teknik Industri, 12*(1), 91-99. https://doi.org/10.25105/jti.v12i1.14030

Saman, Y. T., Keni, K., & Muthuveloo, R. (2023). Store Atmosphere and Quality of Personal to Predicate Repatronage Intentions at Local Convenience Stores: The Role of Customer Satisfaction as A Mediation Variable. *International Journal of Application on Economics and Business*, *1*(1), 10-17. https://doi.org/10.24912/ijaeb.11.10-17

Subhan & Iswati, H. (2022). Pengaruh Kualiats Pelayanan, Harga, Word of Mouth terhadap Loyalitas dan Kepuasan Pasien sebagai Intervening di Klinik Medika Plaza. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia, 7*(3), 1316-1328. https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i3.6438

Syahsudarmi, S. (2022). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study. *International Journal of Indonesian Business Review*, *1*(1), 29-37. https://doi.org/10.54099/ijibr.v1i1.253

Tjahjaningsih, E., Rivai, A. R., Widyasari, S., & Cahyani, A. T. (2023). The Role of Satisfaction and Word of Mouth in Influencing Loyalty: A Study on Karya Kriya Batik in Semarang, Indonesia. *Hong Kong Journal of Social Sciences*, *62*, 76-88. https://doi.org/10.55463/hkjss.issn.1021-3619.62.8

Veronica, H. & Keni. (2022). Pengaruh Kepuasan, Word-of-Mouth, dan Perceived Usefulness terhadap Intensi Membeli Kembali Produk Kecantikan Merek Lokal di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(6), 594-599. https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i6.20661

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. http://dx.doi.org/10.24912/jmbk.v5i5.13303

Wilson, N., Keni, & Tan, P. H. P. 2019. The Effect of Website Design Quality and Service Quality on Repurchase Intention in the E-Commerce Industry: A Cross-Continental Analysis. *Gadjah Mada International Journal of Business*, *21*(2), 187-222. http://doi.org/10.22146/GAMAIJB.33665

Zebrga, F. W. & Zaveri, B. (2020). Effect of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Hotels in Ethiopia. *International Journal of Management*, *11*(3), 668-677. https://doi.org/10.34218/IJM.11.3.2020.068

Zhang, H., Ma, W., Zhou, S., Zhu, J., Wang, L., & Gong, K. (2023). Effect of Waiting Time on Patient Satisfaction in Outpatient. *Medicine*, *102*(40), e35184. https://doi.org/10.1097/MD.0000000000035184