

MINDS

JURNAL MANAJEMEN IDE DAN INSPIRASI

ANTESEDEN LOYALITAS PELANGGAN DOMESTIK GARUDA INDONESIA DI KOTA AMBON

Saul Ronald Jacob Saleky

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Ambon

PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN KECERDASAN SPIRITUAL TERHADAP KINERJA PERAWAT RUMAH SAKIT DAERAH LABUANG BAJI MAKASSAR

Eka Suhartini & Nur Anisa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAMPULABAAAN PADA PERUSAHAAN PERIKANAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)

Suriyanti

Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Indonesia

PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP HARGA SAHAM PADA SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERCATAT DI JAKARTA ISLAMIK INDEX (JII)

Rusdi Raprayogha & Rusnawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Djamila Abbas

Fakultas Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Maluku Utara

PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PT. PLN (PERSERO) WILAYAH SULSELBARABAR

Rika Dwi Ayu Parmitasari, Wahidah Abdullah, & Nirwana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

ANALISIS PERILAKU WISATAWAN DALAM MEMILIH OBYEK- OBYEK WISATA DI KABUPATEN GOWA

Asdi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PASIEN TERHADAP WORDS OF MOUTH PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DR. M. HAULUSSY AMBON

Andrie Ch. Salhuteru

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Ambon

INTENSITAS PENGGUNAAN ELECTRONIC BANKING OLEH NASABAH PT. BANK CENTRAL ASIA CABANG UTAMA AMBON

Gilman Pary

Institut Agama Islam Negeri Ambon

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK SOPHIE MARTIN DI KOTA MAKASSAR

Syaribulan

Universitas Indonesia Timur, Makassar



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum WR. WB.

Puja dan puji syukur mari kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas berkah dan karunia-Nya, maka Jurnal Manajemen dan Inspirasi (MINDS), Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Alauddin Makassar ini dapat diselesaikan. Salam dan shalawat kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, sang pelita di tengah kejumudan dan kejahilyahan, dan sumber informasi dan inspirasi yang terpercaya, beliaulah al-amiin. Terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan jurnal Minds dari awal hingga akhir yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

Adapun jurnal Minds merupakan sebuah kulminasi perwujudan kemamputulisan dari tenaga pendidik yang berada di intra Fakultas maupun luar universitas. Tulisan akademik yang diharapkan menjadi contoh nyata jawaban dari berbagai fenomena empiris yang relevan dari sisi keilmuan Manajemen. Edisi kali ini, yaitu Vol. 4, No.1, 2017, merupakan edisi terakhir yang fokus pada tulisan cetak, karena edisi berikut dari tulisan ini, yaitu untuk penerbitan periode desember akan fokus pada pengembangan *Online Journal System* dimana seluruh proses penerimaan, pengeditan, penelaahan kualitas tulisan akan diimigrasikan ke situs jurnal. Pengembangan ini diharapkan akan mendorong terciptanya proses yang lebih terukur baik dari penulis, mitra bestari, maupun penyunting, sehingga peningkatan kualitas publikasi ilmiah dapat diharapkan sebagai keluaran yang pasti.

Seiring dengan penerbitan jurnal ini, maka mewakili tim publikasi, saya menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya untuk seluruh penulis yang berpartisipasi dalam edisi kali ini, dan kepada para pembaca yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk menelaah tulisan-tulisan yang termuat pada edisi kali ini.

Wassalamualaikum WR.WB.

Manajer Jurnal,

Dr. Alim Syariati, SE., M.Si.



DAFTAR ISI

<p>ANTESEDEN LOYALITAS PELANGGAN DOMESTIK GARUDA INDONESIA DI KOTA AMBON.....</p> <p>Saul Ronald Jacob Saleky Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Ambon</p>	<p>1</p>
<p>PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN KECERDASAN SPIRITUAL TERHADAP KINERJA PERAWAT RUMAH SAKIT DAERAH LABUANG BAJI MAKASSAR</p> <p>Eka Suhartini Nur Anisa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar</p>	<p>16</p>
<p>FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAMPULABAAN PADA PERUSAHAAN PERIKANAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)</p> <p>Suriyanti Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Indonesia</p>	<p>30</p>
<p>PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP HARGA SAHAM PADA SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERCATAT DI JAKARTA ISLAMIK INDEX (JII)</p> <p>Rusdi Raprayogha Rusnawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Djamila Abbas Fakultas Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Maluku Utara</p>	<p>47</p>
<p>PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PT. PLN (PERSERO) WILAYAH SULSELRABAR.....</p> <p>Rika Dwi Ayu Parmitasari Wahidah Abdullah Nirwana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar</p>	<p>61</p>
<p>ANALISIS PERILAKU WISATAWAN DALAM MEMILIH OBYEK-OBYEK WISATA DI KABUPATEN GOWA</p> <p>Asdi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar</p>	<p>73</p>
<p>PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PASIEN TERHADAP WORDS OF MOUTH PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH DR. M. HAULUSSY AMBON</p> <p>Andrie Ch. Salhuteru Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Ambon</p>	<p>84</p>
<p>INTENSITAS PENGGUNAAN <i>ELECTRONIC BANKING</i> OLEH NASABAH PT. BANK CENTRAL ASIA CABANG UTAMA AMBON</p> <p>Gilman Pary Institut Agama Islam Negeri Ambon</p>	<p>95</p>



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN PRODUK SOPHIE MARTIN**

DI KOTA MAKASSAR 107

Syaribulan

Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia Timur, Makassar

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PASIEN
TERHADAP WORDS OF MOUTH PADA RUMAH SAKIT UMUM
DAERAH DR. M. HAULUSSY AMBON**

Andrie Ch. Salhuteru*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pasien terhadap *words of mouth* pada Rumah Sakit Umum Daerah dr. M. Haulussy Ambon. Data penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 105 orang pasien yang dijumpai melalui keluarganya saat menjalani perawatan inap pada RSUD dr. M. Haulussy Ambon. Data yang dikumpulkan selanjutnya diolah menggunakan SPSS 21 dan selanjutnya dianalisis menggunakan analisis jalur. Hasilnya menunjukkan variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *words of mouth* melalui kepuasan pasien. Karena itu direkomendasikan agar pihak manajemen RSUD dr. M. Haulussy Ambon dapat terus berupaya memperbaiki pelayanan yang diberikan agar lebih berkualitas.

Kata kunci : Kualitas layanan, kepuasan, *words of mouth*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and patient satisfaction on words of mouth at the Regional General Hospital dr. M. Haulussy Ambon. The data of this study were collected using questionnaires distributed to 105 patients who were encountered through their family while undergoing inpatient treatment at RSUD dr. M. Haulussy Ambon. The data collected was further processed using SPSS 21 and then analyzed using path analysis. The results show that service quality variables have a positive and significant influence either directly or indirectly on words of mouth through patient satisfaction. Therefore it is recommended that the management of RSUD dr. M. Haulussy Ambon can continuously strive to improve the services provided to be more qualified.

Keywords: Quality of Service, Trust, Commitment, Passenger's Loyalty

PENDAHULUAN

Rumah sakit merupakan salah satu bentuk organisasi yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan dimana salah satu upaya yang dilakukannya adalah menjadi tujuan rujukan dari pelayanan tingkat bawahnya, seperti Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas), dokter praktek swasta dan rumah sakit lainnya. Untuk itu, sebagai salah satu tujuan dari rujukan layanan kesehatan,

* Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Ambon, Jalan Ir. M. Putuhena, Wailela, Ambon (andriesalhuteru@ymail.com)

maka rumah sakit perlu menjaga kualitas layanannya terhadap masyarakat yang membutuhkan.

Pelayanan kesehatan inilah yang selalu dituntut oleh para pengguna jasa di bidang kesehatan agar selalu bertambah baik dan pada akhirnya tujuan organisasi dalam melakukan pelayanan yang prima dan berkualitas dapat terwujud. Untuk mewujudkan hal ini, tentu saja tidak mudah karena perlu adanya perbaikan manajemen pengelolaan layanan dan sudah pasti terdapat persaingan yang semakin ketat antar rumah sakit. Karena rumah sakit tidak hanya bersaing dengan rumah sakit lain, namun juga bersaing dengan layanan kesehatan yang lain, seperti: rumah bersalin, klinik 24 jam, praktek dokter, praktek bidan swasta, dan pelayanan lain - lainnya.

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas layanannya (*service quality*). Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Semakin baik kualitas layanannya, akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Tingginya kualitas layanan juga tidak lepas dari dukungan internal perusahaan, terutama dukungan dari sumber daya manusianya (Chen, 2007).

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor kunci bagi keberhasilan perusahaan dan tidak dapat dipungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi sebuah perusahaan kecuali menempatkan masalah kepuasan pelanggan melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnisnya. Belakangan, para pelaku usaha dituntut untuk berusaha lebih, karena iklim persaingan semakin keras, namun kemampuan ekonomi masyarakat terus menurun. Untuk itu para pelaku usaha perlu melakukan usaha pemasaran yang baik. Yang dimaksud dengan pemasaran itu sendiri adalah proses merencanakan konsepsi, harga, promosi, dan distribusi ide, menetapkan peluang yang dapat memuaskan individu dan sesuai dengan tujuan organisasi (Kotler, 2000). Salah satu bentuk pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan *Words-of-Mouth (WoM)*.

Words-of-Mouth layak dipilih, selain karena biayanya relatif murah, juga karena berdasarkan riset oleh Herr et al (1991, dalam Mangold et al, 1999), menemukan bahwa WoM memiliki impact yang lebih besar daripada informasi tertulis. Informasi yang diperoleh dari seseorang dalam proses WoM biasanya lebih jelas, karena merupakan sebuah bentuk komunikasi. Kejelasan ini mengacu kepada: menarik secara emosional, informasi yang sangat jelas, dan sumber yang sangat dekat (Nisbett dan Ross, 1980 dalam Mangold et al, 1999).

Dalam usaha WOM, memuaskan pelanggan adalah wajib. Dalam sebuah studi *US Office of Consumer Affairs* menunjukkan WoM memberikan efek yang signifikan terhadap penilaian pelanggan. Disebutkan bahwa secara rata-rata, satu pelanggan tidak puas akan mengakibatkan sembilan calon pelanggan lain yang akan menyebabkan ketidakpuasan. Sedangkan pelanggan yang puas hanya akan mengabarkan kepada lima calon pelanggan lain (Knauer, 1992, dalam Mangold, 1999).

Penyampaian layanan yang berkualitas dewasa ini dianggap suatu strategi yang esensial agar perusahaan sukses dan dapat bertahan (Reicheld dan Sasser, 1990). Penerapan manajemen kualitas dalam industri jasa menjadi kebutuhan pokok apabila ingin berkompetisi di pasar domestik apabila di pasar global (Barney, 1991). Hal ini disebabkan keunggulan pelayanan dapat memberi kontribusi pada kepuasan pelanggan, pangsa pasar dan profitabilitas. Oleh karena itu, perhatian para manajer saat ini lebih diprioritaskan pada pemahaman dampak kualitas layanan terhadap keuntungan dan hasil-hasil finansial yang lain dalam perusahaan (Fornel, 1992).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pasien terhadap *words of mouth* pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) dr. M. Haulussy, Ambon.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya Manajemen Pemasaran terutama bagi akademisi yang ingin menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap aktivitas *words of mouth* pelanggan. Secara praktis, merupakan bahan masukan dan evaluasi praktek lapangan, khususnya bagi perusahaan tentang *relationship marketing* dalam perspektif konsumen berdasarkan strategi pemasaran yang akan dilakukan perusahaan sebagai dasar menentukan langkah strategi pemasaran selanjutnya.

Dari uraian di atas, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut “

7. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien pada RSUD dr. M. Haulussy Ambon.
8. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap aktivitas *words of mouth* pasien RSUD dr. M. Haulussy Ambon.
9. Apakah kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap aktivitas *words of mouth* pasien RSUD dr. M. Haulussy Ambon.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan berbagai pihak, bagi pihak manajemen RSUD dr. M. Haulussy Ambon, maupun pelaku bisnis rumah sakit, agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Serta bagi akademisi, agar dapat menambah wacana dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya kualitas layanan, *Words of Mouth*, dan kepuasan pelanggan.

TINJAUAN TEORITIS

Kualitas Layanan

Dalam menghadapi persaingan antar rumah sakit (perusahaan) yang semakin ketat, rumah sakit bersaing untuk memikat agar para pelanggannya tetap loyal dalam memanfaatkan pelayanan kesehatan rumah sakit yang diberikannya. Salah satu aspek yang perlu mendapatkan perhatian penting adalah kualitas layanan yang diberikan oleh rumah sakit.

Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berpikir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah

berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan.

Baik buruknya kualitas layanan menjadi tanggung jawab seluruh bagian organisasi perusahaan. *Total Quality Control (TQC)* merupakan syarat utama dalam bersaing dan bertahan. TQC menjadi tanggung jawab semua orang dalam organisasi dalam rangka menciptakan kualitas layanan, sehingga pada akhirnya pelanggan akan memperoleh tawaran pelayanan dengan kualitas yang tinggi. Pada hakikatnya TQC merupakan bagian dari visi strategi manajemen kualitas (Rusdarti, 2004).

Menurut Asubonteng (1999) kualitas layanan merupakan perbedaan antara perkiraan pelanggan atas performa pelayanan yang utama dari pelayanan yang ditemukan dengan persepsi akan pelayanan yang diterima. Sedangkan Parasuraman (1988) menyatakan kualitas layanan ditentukan oleh perbedaan antara perkiraan pelanggan dari *service* yang disediakan dengan evaluasinya atas pelayanan yang diterima. Sehingga dapat disimpulkan kualitas layanan adalah hasil perbandingan pelanggan antara perkiraannya tentang pelayanan dan persepsinya atas pelayanan yang didapat.

Kualitas layanan adalah suatu kemudahan yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen. Produsen dapat memuaskan konsumen yang baik dengan menciptakan kesan dan kemudahan yang baik bagi konsumen dalam hal pelayanan (Goodman, 2005).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja di bawah harapan, pelanggan akan kecewa. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas (Kotler, 2000).

Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Kotler (2000) kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan.

Saat ini kepuasan pelanggan menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, pelanggan dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena pelanggan akan menyebarkan rasa puasnya ke calon pelanggan, sehingga akan menaikkan reputasi si pemberi jasa.

Kepuasan disebabkan karena adanya interaksi antara harapan dan kenyataan. Sebaliknya apa yang diterima pelanggan sebaik yang diharapkan adalah faktor yang menentukan kepuasan. Jadi harapan pelanggan

dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabat, serta janji dan informasi pemasar dan pesaing. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama tanpa memikirkan harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggan.

Words of Mouth

Words of Mouth, (WoM), menurut *Words of Mouth Association (WOMMA)*, merupakan usaha meneruskan informasi dari satu pelanggan ke pelanggan lain (www.womma.com, 2007). Pada hakekatnya memberikan pelanggan alasan untuk membicarakan produk dan layanan anda, dan memudahkan pembicaraan tersebut terjadi. *Words of Mouth* adalah seni dan ilmu membangun komunikasi yang baik dan saling menguntungkan dari pelanggan-ke-pelanggan maupun pelanggan-ke-produsen.

WoM tidak dapat dibuat-buat atau diciptakan. Berusaha membuat-buat *words-of-mouth* sangat tidak etis dan dapat memberikan efek sebaliknya. Lebih buruk lagi, usaha tersebut dapat merusak brand dan merusak reputasi perusahaan. WoM terkadang lebih efektif daripada iklan. Flintoff (2002), iklan hanya memiliki interaksi satu arah kepada pelanggan, sedangkan WoM memiliki interaksi dua arah. Selain itu WoM dianggap lebih obyektif karena informasi yang sampai kepada calon pelanggan bukan berasal dari perusahaan, sehingga terkadang menyertakan kelemahan dari produk yang dapat diantisipasi oleh pelanggan.

Kinerja WoM dapat diartikan sebagai kesediaan konsumen untuk menyebarkan rekomendasinya kepada calon konsumen lain secara gratis. Stokes dan Lomax, (2001) menyebutkan bahwa manajemen perusahaan harus memberikan semacam intervensi yang dapat memicu terjadinya rekomendasi dari "advokat yang tak dibayar". Picu ini sangat penting, dan harus baru dan spesifik dalam lingkungan pasar.

Hubungan Kualitas Layanan, Kepuasan Pasien, dan Words of Mouth

Menurut Bahia dan Nantel (2000) pasien dan keluarganya cenderung sangat kritis terhadap masalah kesehatannya yang disimpan dalam riwayat kesehatan di dokumen rekam medik rumah sakit sehingga mereka relatif tidak akan mentolerir adanya kesalahan penyampaian jasa pelayanan kesehatan rumah sakit bila berkaitan dengan dana yang dikeluarkan.

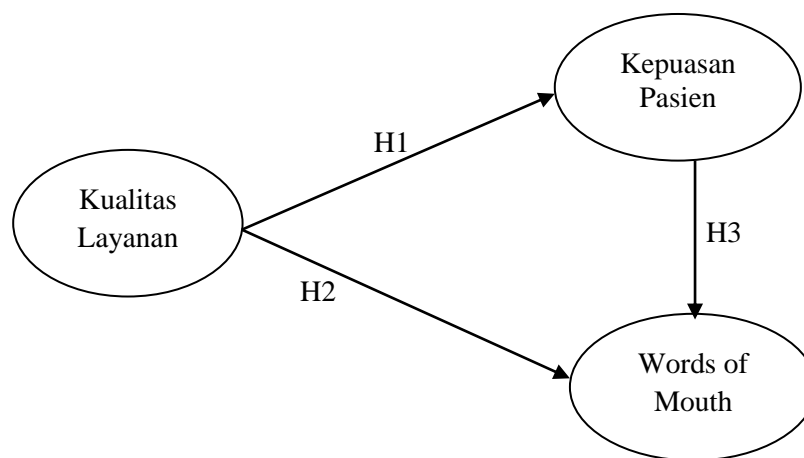
Kepuasan pelanggan dan kualitas layanan mempunyai hubungan yang erat, dimana jika kepuasan pelanggan tinggi maka rangkaian dari kualitas layanan yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan. Untuk menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggan.

Dalam studinya, Goodman (2005) menyebutkan dengan memelihara pelayanan yang baik bagi konsumen, sehingga memberikan pengalaman yang baik bagi konsumen, dapat meningkatkan rekomendasi atau WoM yang positif bagi calon konsumen lain. Selain itu, Babin et al, (2005) dalam studinya di

Korea, juga menyebutkan bahwa kualitas layanan (disebut *hedonic value*), berpengaruh positif bagi kepuasan konsumen (pelanggan).

Produsen berharap bahwa kepuasan pelanggan menciptakan perilaku pelanggan yang dapat membantu perusahaan menciptakan komunikasi yang lebih efektif. Sebagai contoh, kepuasan konsumen akan membentuk WoM yang positif bagi perusahaan (Brown et al, 1997; Szymanski dan Henard 2001, dalam Luo dan Hamburg, 2007). Hal ini dapat mengurangi biaya perusahaan untuk menarik konsumen baru. Dengan kata lain, biaya pemasaran untuk menarik konsumen baru dapat ditekan dengan semakin tingginya kepuasan (Luo dan Hamburg, 2007).

Dari uraian di atas, dapat dikembangkan suatu kerangka konseptual pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Selanjutnya dari uraian di atas, hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

7. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.
8. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Words of Mouth*.
9. Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Words of Mouth*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian *explanatory* yang menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesa. Penelitian ini merupakan *explanatory research* dengan pendekatan kausalitas, yaitu penelitian yang ingin mencari penjelasan dalam bentuk hubungan sebab akibat (cause - effect) antar beberapa konsep atau beberapa variabel atau beberapa strategi yang dikembangkan dalam manajemen (Ferdinand, 2006). Penelitian ini dilakukan di Kota Ambon selama bulan bulan Januari - Maret 2017.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan daftar pertanyaan yang diberikan secara tertulis kepada pasien rawat inap pada RSUD dr. M. Haulussy Ambon pada semua kelas perawatan. Sementara data sekunder

diperoleh melalui literatur, jurnal ilmiah, majalah maupun data dokumen yang sekiranya diperlukan untuk penelitian ini.

Untuk penelitian ini populasi yang digunakan adalah 105 orang pasien rawat inap yang sekurang-kurangnya telah tiga hari menjalani perawatan di RSUD dr. M. Haulussy Ambon. Oleh karena itu, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probabilitas dengan metode *purposive sampling*, di mana peneliti memiliki kriteria atau tujuan tertentu terhadap sampel yang akan diteliti (Indriantoro, 1999).

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan tertutup, untuk mendapatkan data tentang dimensi-dimensi dari kualitas layanan, kepuasan pasien dan *words of mouth*. Pernyataan-pernyataan dibuat dengan menggunakan skala 1 (Sangat Tidak Setuju) - 5 (Sangat Setuju) untuk mendapatkan data yang bersifat interval. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*).

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden penelitian ini berjumlah 105 orang pasien rawat inap pada semua kelas perawatan di RSUD dr. M. Haulussy Ambon. Hasil tabulasi menunjukkan bahwa mereka terdiri dari 58 orang (55,24%) laki-laki dan 47 orang (44,76%) perempuan. Selanjutnya responden penelitian ini yang memiliki tingkat pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 67 orang (63,81%), diploma sebanyak 11 orang (10,48%), Pascasarjana sebanyak 3 orang (2,85%), dan sarjana sebanyak 24 orang (22,86%). Dari jenis pekerjaan, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 42 orang (40,00%), pegawai swasta sebanyak 12 orang (11,43%), wirausaha sebanyak 6 orang (5,71%), serta petani dan nelayan sebanyak 45 orang (42,86%). Sementara itu, responden yang memiliki penghasilan per bulan kurang dari Rp. 3.000.000,- per bulan sebanyak 21 orang (20,00%), antara Rp 3.000.000,- sampai dengan Rp 5.000.000,- sebanyak 52 orang (49,53%), lebih dari Rp. 5.000.000,- sampai dengan Rp. 10.000.000,- sebanyak 26 orang (24,76%), dan selebihnya sebanyak 6 orang (5,71%) responden memiliki penghasila lebih dari Rp 10.000.000,- per bulan.

Hasil Penelitian

Analisis jalur digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung melalui hubungan dengan variabel bebas lainnya.

Ringkasan hasil pengujian persamaan I penelitian ini disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Persamaan Regresi I

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	4.476	.111		40.324	.000
Kualitas Layanan	.621	.146	.597	4.253	.000

R	=	0,772
R ²	=	0,596
F _{hitung}	=	51,776
Sig	=	0,000

Sumber : Hasil Pengolahan, 2017

Berdasarkan tabel di atas, model persamaan I yang diperoleh dari hasil penelitian ini dapat dituliskan dalam bentuk persamaan regresi sederhana adalah :

$$Y = 4,476 + 0,597X_1 + 0,228$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut di atas maka :

$b_0 = 4,476$ merupakan nilai konstanta, artinya tanpa adanya kualitas layanan maka kepuasan pasien terhadap jasa perawatan kesehatan yang ditawarkan oleh RSUD dr. M. Haulussy Ambon adalah sebesar 4,476 atau 447,6%.

$b_1 = 0,597$ menunjukkan apabila kualitas layanan RSUD dr. M. Haulussy Ambon ditingkatkan, sedangkan faktor-faktor lainnya tetap maka akan memengaruhi kepuasan pasien sebesar 0,597 atau 59,7%.

$\varepsilon = 0,228$ menunjukkan nilai residu atau nilai pengaruh dari variabel lain yang tidak diikutkan dalam penelitian ini.

Kemudian nilai $R = 0,772$ atau 77,2% menunjukkan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien, sedangkan nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,596$ menunjukkan kualitas layanan memengaruhi kepuasan pasien sebesar 59,6%, sedangkan sisanya 22,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ikut diteliti. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berkontribusi sebesar 59,6% terhadap pembentukan kepuasan pasien atas jasa perawatan kesehatan pada RSUD dr. M. Haulussy Ambon.

Hasil pengujian dalam tabel di atas menunjukkan nilai t-hitung variabel kualitas layanan sebesar 4.253 dengan level signifikansi 0,000 sementara nilai t-tabel dengan derajat bebas $n-2 = 105-2 = 103$ pada tingkat kepercayaan 95% adalah 1,66 dengan demikian nilai t-hitung > t-tabel, sehingga hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima, di mana kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien RSUD dr. M. Haulussy Ambon.

Selanjutnya ringkasan hasil pengujian persamaan II dalam penelitian ini dalam bentuk persamaan regresi berganda disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Regresi Persamaan II

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.678	.196		8.561	.000
Kualitas Layanan	.530	.143	.521	3.706	.000
Kepuasan Pasien	.682	.132	.677	5.167	.000
R	=	0,698			
R ²	=	0,487			

$$F_{hitung} = 131,772$$

$$Sig = 0,000$$

Sumber : Hasil Pengolahan, 2017

Berdasarkan tabel 2 di atas, model persamaan II yang dari hasil penelitian ini dalam bentuk persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = 1,678 + 0,521X_1 + 0,677X_2 + 0,302$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut di atas maka dapat :

$b_0 = 1,678$ merupakan nilai konstanta, artinya tanpa adanya kualitas layanan dan kepuasan pasien maka *word of mouth* pasien rawat inap pada RSUD dr. M. Haulussy Ambon adalah sebesar 1,678 atau 167,8%.

$b_1 = 0,521$ menunjukkan apabila kualitas layanan RSUD dr. M. Haulussy Ambon ditingkatkan, sedangkan faktor-faktor lainnya tetap maka akan memengaruhi *words of mouth* sebesar 0,521 atau 52,1%.

$b_2 = 0,677$ menunjukkan kepuasan pasien RSUD dr. M. Haulussy Ambon ditingkatkan, sedangkan faktor-faktor lainnya tetap maka akan memengaruhi *words of mouth* sebesar 0,779 atau 77,9%.

$\varepsilon = 0,302$ menunjukkan nilai residu atau nilai pengaruh dari variabel lain yang tidak diikutkan dalam penelitian ini.

Nilai $R = 0,698$ atau 69,8% menunjukkan pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pasien terhadap *words of mouth*, sedangkan nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,487$ menunjukkan kualitas layanan dan kepuasan pasien secara bersama-sama memengaruhi *words of mouth* sebesar 48,7%, sedangkan sisanya 30,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ikut diteliti. Hasil ini menunjukkan kualitas layanan dan kepuasan pasien memberikan kontribusi sebesar 48,7% terhadap pembentukan *words of mouth* pasien RSUD dr. M. Haulussy Ambon.

Tabel 2 menunjukkan nilai t-hitung variabel kualitas layanan sebesar 3.706 dengan signifikansi 0,000 sementara nilai t-tabel adalah 1,66 dengan demikian nilai t-hitung > t-tabel, sehingga hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima, di mana kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *words of mouth* pasien rawat inap RSUD dr. M. Haulussy Ambon.

Kemudian nilai t-hitung variabel kepuasan pasien sebesar 5.167 dengan signifikansi 0,000 sementara nilai t-tabel adalah 2,66 dengan demikian nilai t-hitung > t-tabel, sehingga hipotesis 3 yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima, di mana kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap *words of mouth* pasien rawat inap RSUD dr. M. Haulussy Ambon.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kepuasan pasien dan *words of mouth* pasien rawat inap RSUD dr. M. Haulussy Ambon. Selain itu, variabel kepuasan pasien juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *words of mouth* pasien rawat inap RSUD dr. M. Haulussy Ambon.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya untuk membentuk kepuasan pasien dan *words of mouth activities* pasien dapat diwujudkan melalui adanya pelayanan yang berkualitas.

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen RSUD dr. M. Haulussy Ambon dalam upaya untuk mendapatkan pelanggan yang loyal, di mana mereka dapat memulainya dengan memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dan senantiasa meningkat dari waktu ke waktu. Dengan adanya layanan yang berkualitas, pasien sebagai pelanggan akan dapat secara sukarela menyampaikannya kepada calon pelanggan lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, di mana kualitas layanan dan kepuasan pasien merupakan prediktor utama dalam rangka membangun *words of mouth activities* (kepuasan konsumen akan membentuk WoM yang positif bagi perusahaan (Brown et al., 1997; Szymanski dan Henard 2001; Goodman, 2005; Babin et al., 2005) Luo dan Hamburg, 2007).

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pasien terhadap *words of mouth* pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) dr. M. Haulussy, Ambon. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas layanan terhadap *words of mouth activities* pasien rawat inap pada RSUD dr. M. Haulussy Ambon, baik secara langsung maupun tidak langsung. Demikian pula adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari kepuasan pasien terhadap *words of mouth activities* pasien rawat inap pada RSUD dr. M. Haulussy Ambon, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Saran

Dalam upaya untuk membentuk dan meningkatkan aktivitas *words of mouth* pasien rawat inap, pihak manajemen RSUD dr. M. Haulussy Ambon senantiasa secara bertahap dan berkelanjutan berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asubonteng, P., Mc Clearly, K.J. and Swan, J.E., 1999. Servqual Revisited : A Critical Review Of Service Quality, *The Journal of Services Marketing*, Vol. 10, No. 6, 62-81.
- Babin, Barry J, et al., 2005. Modelling Consumer Satisfaction and Word-of-Mouth : Restaurant Patronage in Korea, *The Journal of Services Marketing*, 19, 3
- Bahia, Kamilia dan Nantel, Jacques, 2000. A Reliable And Valid Measurement Scale For The Perceived Service Quality Of Banks, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 18, No.2, 84-91.

- Barney, J., 1991. Firm Resource and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management*, Vol 17. No. 1
- Brown, Tom J and Dacin, Peter A., 1997. The Company and The Product: Corporate Association and Consumer Product Responses, *Journal of Marketing*, January, 68-84.
- Chen, Cheng-Nan, 2007. The Relation among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures, *Contemporary Management Research*, National Cheng Kung University.
- Ferdinand, Augusty, 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Flintoff, John-Paul. 2002. When The Buzz is not Quite What it Seems, *Financial Times*, London
- Fornel, 1992. A National Customer Satisfaction Barometer : The Swedish Experience, *Journal Marketing*
- Goodman, John. 2005. *Treating Your Customers as Your Media Reps*.
www.brandweek.com
- Kotler, P, 2000. *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*, Prentice Hall International Inc., New Jersey.
- Luo, Xieming and Homburg, Christian, 2007. Neglected Outcomes of Customer Satisfaction, *Journal of Marketing*, April 2007
- Mangold, Glynn, 1999. Word of Mouth Communication in the service Marketplace, *The Journal of Services Marketing*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L., 1988. Servqual: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, Spring, 12-40.
- Reichheld, F.F. and Sasser, W.E. Jr., 1990. Zero Defections: Quality Comes To Services, *Harvard Business Review*, Vol. 68, 105-111.
- Rusdiarti, 2004. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BPD Jawa Tengah Cabang Semarang, *Jurnal Bisnis Strategi*.
- Sekaran, Uma, 2006. *Research Methods for Business*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Singarimbun, 1995, *Metode Penelitian Survei*, LP3ES, Jakarta
- Stokes, David and Lomax, Wendy, 2001. Taking Control of Word-of-Mouth Marketing: The Case of Entrepreneurial Hotelier, *Kingston Business School Occasional Paper Series 44*
- Tjiptono, Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang Jawa Timur.
- Westbrook, Robert A., 1987. Product/Consumption-Based Affective Responses and Postpurchase Processes, *Journal of Marketing Research*, 24 (August), 258-270.