
Dampak *Customer Sociability*, *Customer Service Experience*, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pasien

Nurmulia Wunaini Ngkolu¹, Muh. Alfian Zulkarnain², Mohammad Ardani Samad³, Ricky Perdana Poetra⁴, Firasrudin Rahim⁵

^{1,2,3,4}Institut Ilmu Kesehatan Pelamonia Makassar

⁵Universitas Karya Persada Muna

Abstrak

Keywords :

Customer Sociability; *Customer Service Experience*; Loyalitas Pasien; Rumah Sakit; *Word Of Mouth*.

Kontak :

Nurmulia Wunaini Ngkolu
Email : nurmuliawunaini@gmail.com
Program Studi Administrasi Rumah Sakit, Institut Ilmu Kesehatan Pelamonia Makassar

Vol 7 No 1 September 2024

DOI: <https://doi.org/10.31605/j-healt.v2i1>

©2024J-Healt

ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah licenci CC BY-NC-4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



Interaksi antar pasien melalui percakapan serta pengalaman pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pasien. Selain itu, teori menyebutkan bahwa *word of mouth* berperan dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk memilih suatu layanan, yang tercermin dari peningkatan jumlah kunjungan pasien instalasi rawat inap dari 2020 hingga 2022, mencapai 14.095 kunjungan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *customer sociability*, *customer service experience*, dan *word of mouth* terhadap loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUD Haji Makassar Tahun 2023. Metode: Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain *cross sectional study*. Penelitian ini dilakukan di instalasi rawat jalan RSUD Haji Makassar sebanyak 399 responden yang ditentukan melalui teknik *accidental sampling*. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner dan data sekunder rumah sakit. Hasil: analisis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *customer sociability* terhadap loyalitas pasien dengan nilai ($p=0,105$), terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *customer service experience* ($p=0,000$ dan juga variabel *word of mouth* ($p=0,001$) terhadap loyalitas pasien. Kemudian hasil uji F diperoleh nilai $p=0,000$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara *customer sociability*, *customer service experience*, dan *word of mouth* terhadap loyalitas pasien instalasi rawat jalan di Rumah Sakit Umum Daerah Haji Makassar. Kemudian hasil uji F diperoleh nilai $p=0,000$. Kesimpulan: Terdapat pengaruh secara simultan antara *customer sociability*, *customer service experience*, dan *word of mouth* terhadap loyalitas pasien. Rekomendasi : Penelitian ini menyarankan agar RSUD Haji Makassar meningkatkan kualitas pengalaman layanan dan memanfaatkan *word of mouth* positif untuk meningkatkan loyalitas pasien.

Abstract

Patient interactions through conversations and positive service experiences are crucial factors in maintaining patient loyalty. Furthermore, theory suggests that word of mouth plays a significant role in influencing one's decision to choose a service, as reflected in the increase of inpatient visits from 2020 to 2022, reaching 14,095 visits. This study aims to examine the influence of Customer Sociability, Customer Service Experience, and word of mouth on the loyalty of outpatients at RSUD Haji Makassar in 2023. Methodology: A quantitative research approach with a cross-sectional study design was employed, involving 399 respondents selected through accidental sampling at the outpatient department of RSUD Haji Makassar. Data were collected using questionnaires and secondary hospital data. Results: Analysis showed no significant influence between customer sociability and patient loyalty ($p=0.105$), while there was a significant influence of both customer service experience ($p=0.000$) and word of mouth ($p=0.001$) on patient loyalty. The F-test results yielded $p=0.000$, indicating a simultaneous influence of customer sociability, customer service experience, and word of mouth on patient loyalty at the outpatient department of Haji Makassar Regional Public Hospital. Conclusion: There is a simultaneous influence of customer sociability, customer service experience, and word of mouth on patient loyalty. Recommendations: It is recommended that RSUD Haji Makassar enhance service quality and leverage positive word of mouth to improve patient loyalty.

PENDAHULUAN

Menurut UU Nomor 44 Tahun 2009 Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Rumah sakit harus mempunyai misi memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas, serta terjangkau oleh masyarakat yang membutuhkan dengan tujuan untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat atau lebih sering disebut pasien (Republik Indonesia, 2009). Persaingan antara rumah sakit swasta dan rumah sakit milik pemerintah memberikan lebih banyak pilihan bagi masyarakat luas, yang memungkinkan mereka untuk memilih layanan kesehatan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Persaingan ini mendorong kedua jenis rumah sakit untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan efisiensi biaya. Sebagai contoh, penelitian di Malaysia menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih penyedia layanan kesehatan berdasarkan persepsi harga dan kualitas yang berbeda tergantung pada kondisi kesehatan tertentu (Lim et al., 2022). Selain itu, studi di Inggris menunjukkan bahwa persaingan non-harga antar rumah sakit dapat mengurangi tingkat kematian keseluruhan dan mempercepat waktu tunggu, meskipun juga meningkatkan tingkat readmisi pasien (Brekke et al., 2021). Dengan demikian, persaingan antara rumah sakit swasta dan milik pemerintah menciptakan dinamika pasar yang kompleks, yang pada akhirnya menguntungkan konsumen dengan meningkatkan aksesibilitas dan kualitas layanan kesehatan.

Kemampuan rumah sakit untuk menarik dan mempertahankan pasien baru merupakan sebuah fungsi yang tidak berasal dari produk atau pelayanan itu sendiri, namun juga berkaitan dengan bagaimana organisasi tersebut melayani pasien dan reputasi yang diciptakan oleh rumah sakit, baik di dalam maupun di luar rumah sakit. Mencari pasien baru lebih sulit dan memerlukan biaya lebih mahal dibandingkan bila mempertahankan pasien lama (Saputra, 2018)

Pengalaman pelayanan yang dirasakan oleh pasien di rumah sakit memiliki peran penting dalam membentuk persepsi keseluruhan mereka terhadap kualitas layanan kesehatan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan langsung oleh pasien, seperti perhatian yang diberikan oleh perawat, kebersihan lingkungan rumah sakit, serta komunikasi yang jelas mengenai pengobatan, sangat memengaruhi kepuasan pasien (Kang & Yu, 2022). Selain itu, penelitian lain menemukan bahwa pengalaman yang baik dengan perawatan keperawatan di rumah sakit secara langsung terkait dengan peningkatan loyalitas pasien, menunjukkan bahwa perawatan yang lebih personal dan perhatian terhadap kebutuhan individual pasien dapat meningkatkan pengalaman keseluruhan pasien (Chen et al., 2022a)

Pengalaman pelayanan yang positif juga berhubungan langsung dengan peningkatan loyalitas pasien. Loyalitas pasien bukan hanya penting untuk mempertahankan basis pasien yang ada, tetapi juga untuk menarik pasien baru melalui rekomendasi mulut ke mulut. Studi menemukan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi meningkatkan kepercayaan pasien terhadap rumah sakit, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pasien. Dalam hal ini, kepuasan pasien memainkan peran mediasi yang signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pasien, menunjukkan bahwa pengalaman yang baik dengan pelayanan kesehatan dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pasien (Shie et al., 2022a). Pengalaman pelayanan yang baik di rumah sakit dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pasien, yang merupakan faktor penting dalam mempertahankan pasien dalam jangka panjang. Penelitian menunjukkan bahwa ketika pasien memiliki pengalaman yang positif dengan layanan kesehatan, mereka lebih cenderung mempercayai rumah sakit tersebut dan kembali untuk perawatan di masa depan (Aladwan et al., 2021). Loyalitas ini tidak hanya didasarkan pada kualitas klinis layanan yang diberikan, tetapi juga pada faktor-faktor seperti kehangatan, perhatian, dan komunikasi yang efektif antara pasien dan penyedia layanan kesehatan. Oleh karena itu, penting bagi rumah

sakit untuk fokus pada peningkatan kualitas pengalaman pelayanan yang diberikan kepada pasien. Hal ini dapat dilakukan dengan melatih staf untuk lebih responsif terhadap kebutuhan pasien, meningkatkan fasilitas rumah sakit, dan memastikan bahwa setiap pasien merasa didengar dan dihargai. Dengan melakukan ini, rumah sakit dapat meningkatkan kepuasan pasien, yang secara langsung berkontribusi terhadap loyalitas pasien yang lebih tinggi (Fitriah, 2023). Pada akhirnya, peningkatan loyalitas pasien ini akan menguntungkan rumah sakit dalam jangka panjang dengan memastikan aliran pendapatan yang stabil dan meningkatkan reputasi rumah sakit di mata masyarakat.

Loyalitas pasien di rumah sakit juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *Costumer Sociability*, *Costumer Sociability*, dan *word of mouth*. *Costumer Sociability*, yang mencakup kemampuan pasien untuk berinteraksi secara positif dengan staf rumah sakit dan pasien lain, dapat memperkuat ikatan emosional mereka dengan rumah sakit dan meningkatkan loyalitas. Pengalaman pelayanan pelanggan yang positif, termasuk interaksi yang ramah dan responsif dari staf serta perhatian pada kebutuhan individual pasien, berkontribusi pada persepsi kualitas tinggi dan kepuasan pasien, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka terhadap rumah sakit (Chen et al., 2022b). Selain itu, *word of mouth* yang positif, di mana pasien merekomendasikan rumah sakit kepada teman dan keluarga berdasarkan pengalaman baik mereka, dapat menarik pasien baru dan memperkuat loyalitas pasien yang sudah ada (Shie et al., 2022b). Dengan demikian, rumah sakit yang berfokus pada meningkatkan interaksi sosial, pengalaman pelayanan pelanggan, dan mendorong *word of mouth* yang positif dapat mencapai tingkat loyalitas pasien yang lebih tinggi.

Pemilihan RSUD Haji Makassar sebagai lokasi penelitian ini didasarkan pada perannya yang strategis sebagai pusat rujukan di wilayah bagian selatan Sulawesi Selatan dan peningkatan yang signifikan dalam jumlah kunjungan pasien rawat jalan yang berulang

selama tiga tahun terakhir. Berdasarkan data yang diperoleh, kunjungan pasien lama di instalasi rawat jalan RSUD Haji Makassar mengalami peningkatan yang mencolok dari 6.992 kunjungan pada tahun 2020 menjadi 14.095 kunjungan pada tahun 2022. Kenaikan ini menunjukkan potensi penting dalam mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien, seperti *Costumer Sociability*, *Costumer Sociability*, dan *word of mouth*, yang diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang berkontribusi terhadap loyalitas pasien di RSUD Haji Makassar. Selain itu, lokasi RSUD Haji yang diapit oleh dua rumah sakit besar lainnya, yaitu RS Bayangkara di sebelah utara dan RS Wisata Universitas Indonesia Timur di sebelah selatan, juga menambah relevansi penelitian ini karena menciptakan dinamika persaingan yang unik dan mempengaruhi perilaku serta loyalitas pasien.

Penelitian ini menawarkan kebaharuan dibandingkan penelitian-penelitian sebelumnya dengan menggabungkan tiga variabel utama: *Costumer Sociability*, *Costumer Sociability*, dan *word of mouth*, untuk memahami pengaruhnya terhadap loyalitas pasien di konteks rumah sakit pemerintah di Indonesia. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mungkin hanya fokus pada satu atau dua aspek, penelitian ini berusaha untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana ketiga faktor tersebut berinteraksi dan mempengaruhi loyalitas pasien di rumah sakit umum. Sebagai contoh, studi oleh (Shie et al., 2022b) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pasien. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperluas cakupan penelitian tentang loyalitas pasien di Indonesia, tetapi juga memberikan kontribusi baru terhadap literatur dengan menilai efek gabungan dari ketiga variabel tersebut, khususnya dalam konteks RSUD Haji Makassar yang memiliki karakteristik geografis dan demografis unik. Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh *Costumer Sociability*, *Costumer Sociability* dan

word of mouth terhadap loyalitas pasien Instalasi Rawat Jalan di RSUD. Haji Makassar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Rumah Umum Daerah (RSUD) Haji Makassar Provinsi Sulawesi Selatan pada bulan Mei 2023. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain *cross sectional study* yaitu suatu penelitian yang digunakan untuk mempelajari dinamika korelasi (pengaruh) antara faktor dependen dan independent dengan cara melakukan survei, observasi, dan pengumpulan data langsung dalam satu waktu tertentu.

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien lama rawat jalan di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Haji Makassar dengan total 14.095 pasien. Dalam pengambilan sampel, penulis menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh jumlah sampel sebesar 399 responden. Metode sampling menggunakan *accidental sampling* disebabkan ini sesuai untuk kondisi lingkungan rumah sakit yang sibuk dan dinamis khususnya pada rawat jalan sehingga lebih tepat menggunakan *accidental sampling*. Data dianalisis menggunakan aplikasi spss, kemudian dilakukan analisis bivariat dan multivariat.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

No	Jenis Kelamin	n	%
1	Laki – laki	206	51,6
2	Perempuan	193	48,4
Total		399	100,0

Berdasarkan table 1, distribusi responden eberdasarkan jenis kelamin Pasien sebagian besar berjenis kelamin laki - laki sebanyak 206 responden (51,5), dan sebagian kecil berjenis kelamin perempuan sebanyak 193 responden (48,4%).

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	n	%
1	SLTA/ SMA	100	25
2	DIII	154	38,6
3	S1	117	29,3
4	S2	9	2,3
5	Lainnya	19	4,8
Total		399	100,0

Berdasarkan tabel di atas, distribusi responden berdasarkan pendidikan Pasien Rawat Jalan Haji Tahun 2023 dari total 399 responden menunjukkan bahwa sebagian besar berpendidikan DIII sebanyak 154 responden (38,6%) dan sebagian kecil berpendidikan S2 sebanyak 9 responden (2,3%).

Tabel 3. Pengaruh *Costumer Sociability* terhadap Loyalitas Pasien

No	<i>Costumer Sociability</i>	Loyalitas Pasien				Total	P Value	
		Loyal		Tidak Loyal				
		n	%	n	%			N
1	Baik	348	92,8	20	83,3	368	100,0	0,105
2	Kurang Baik	27	7,2	4	16,7	31	100,0	
Total		375	100,0	24	100,0	399	100,0	

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa pengaruh *Costumer Sociability* terhadap loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUD Haji dari 368 responden yang memiliki *Costumer Sociability* baik, sebagian besar responden loyal yakni sebanyak 348 responden dengan persentase 92,8%. Dari 31 responden yang memiliki *Costumer Sociability* kurang baik, sebagian besar tidak loyal yakni sebanyak 4 responden dengan persentase 16,7%. Hasil analisis dapat dilihat pada nilai *fisher's expect test* diperoleh nilai p value = 0.105 yang dimana $p > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh variabel *Costumer Sociability* terhadap loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUD Haji Makassar Tahun 2023.

Tabel 4. Pengaruh *Customer Service Experience* terhadap Loyalitas Pasien

No	Customer Service Experience	Loyalitas Pasien				Total	p-Value
		Loyal		Tidak Loyal			
		n	%	n	%	N	
1	Baik	348	94,3	20	27,7	368	100,0
2	Kurang Baik	21	5,7	10	2,3	31	100,0
Total		369	100,0	30	100,0	399	100,0

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pengaruh *Customer Service Experience*, terhadap loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUD Haji dari 368 responden yang memiliki *Customer Service Experience* baik, sebagian besar responden loyal yakni sebanyak 348 responden dengan persentase 94,3%. Dari 31 responden yang memiliki *Customer Service Experience* kurang baik, sebagian besar kurang loyal yakni sebanyak 10 responden dengan persentase 2,3%. Hasil analisis menunjukkan nilai *fisher's expect test* diperoleh nilai $p=0.000$ yang dimana $p > 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh variabel *Customer Service Experience* terhadap loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUD Haji Makassar Tahun 2023.

Tabel 5. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Loyalitas Pasien

No	Word Of Mouth	Loyalitas Pasien				Total	P
		Loyal		Tidak Loyal			
		n	%	n	%	N	
1	Baik	347	92,8	21	83,3	368	100,0
2	Kurang Baik	23	7,2	8	16,7	31	100,0
Total		370	100,0	29	100,0	399	100,0

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa pengaruh *Word Of Mouth* terhadap loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUD Haji dari 368 responden yang memiliki *Word Of Mouth* baik, sebagian besar responden loyal yakni sebanyak 347 responden dengan persentase 92,8%. Dari 31 responden yang memiliki *Word Of Mouth* kurang baik, sebagian besar tidak loyal yakni sebanyak 8 responden dengan persentase 16,7%. Hasil analisis dapat dilihat pada nilai *fisher's expect test* diperoleh nilai $p = 0.001$ yang dimana $p > 0.05$ maka H_0 ditolak

dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh variabel *Word Of Mouth* terhadap loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUD Haji Makassar Tahun 2023.

Hasil Uji Multivariat

Sebelum diuji regresi berganda dilakukan uji multikolinearitas pada variabel *Customer Sociability*, dan *Word Of Mouth* mendapatkan nilai tolerance $> 0,100$ dan nilai VIF $< 10,0$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model regresi. Artinya, tidak ada hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model regresi linear berganda. Sehingga dapat dilanjutkan ke uji heteroskedastisitas.

Tabel 6. Persamaan Regresi Linear Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi
1	Constant	6,949
2	Customer Sociability	0,057
3	Customer Service Experience	0,181
4	Word Of Mouth	0,015

Berdasarkan tabel 6, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 6,949 + 0,057 X_1 + 0,181 X_2 + 0,015 X_3$$

Keterangan :

1. Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel independen (X_1 dan X_2).
2. Nilai koefisien regresi X_1 bernilai positif sebesar 0,057, artinya apabila variabel *Customer Sociability* meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan loyalitas pada pasien instalasi rawat jalan di RSUD Haji Makassar.
3. Nilai koefisien regresi X_2 bernilai positif sebesar 0,181, artinya apabila variabel *Customer Service Experience* meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan loyalitas pada pasien instalasi rawat jalan di RSUD Haji Makassar.
4. Nilai koefisien regresi X_3 bernilai positif sebesar 0,015, artinya apabila variabel *Word Of Mouth* meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan loyalitas pada pasien instalasi rawat jalan di RSUD Haji Makassar.

Tabel 7. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji f)

No.	Kriteria	Keterangan
1	F _{hitung} (36,447)	F _{tabel} (2,62) Signifikan
2	Nilai signifikan (0,000)	Taraf signifikan (0,05) Signifikan

Berdasarkan Tabel di atas, bahwa dari hasil uji F menunjukkan nilai $F_{hitung} = 36,447 > F_{tabel} = 2,62$ atau nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak artinya variabel independen yang terdiri dari customer sociability, customer service experience, dan word of mouth secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pada pasien di RSUD Haji Makassar.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Kriteria	Koefisien
R Square	0,217

Berdasarkan Tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari koefisien determinasi berganda hasil analisis dapat dilihat dari nilai *R Square* yaitu sebesar 0,217 hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya persentase pengaruh variabel *customer sociability*, *customer service experience*, dan *word of mouth* terhadap Loyalitas pada pasien instalasi rawat jalan di RSUD Haji Makassar sebesar 21,7% dan sisanya 78,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Sosiabilitas atau *sociability* adalah kepribadian seseorang yang berkaitan dengan hubungan interpersonal. Hubungan interpersonal yang dimaksud ini ialah interaksi yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lain dalam berbagai situasi (Utami dkk., 2018).

Pada penelitian ini *sociability* yang dimaksud ialah bagaimana kepribadian pasien dalam bersosialisasi misal keramahannya antar sesama pasien ataupun justru sebaliknya. lingkungan, teman sepeergaulan, dan juga tingkat pendidikan mempengaruhi cara

memandang dan penilaian kepada banyak hal termasuk sikap loyal pada produk ataupun jasa (Yuntanti, dkk. dalam (Pratama, 2020).

Berdasarkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Costumer Sociability* terhadap loyalitas pasien instalasi rawat jalan. Berdasarkan hasil uji startistik bahwa tidak ada pengaruh *Costumer Sociability* terhadap loyalitas pasien di rawat jalan secara parsial. Kemampuan pasien untuk bersosialisasi atau berinteraksi dengan pasien lain dan staf rumah sakit tidak secara langsung mempengaruhi keputusan mereka untuk tetap setia atau loyal terhadap rumah sakit tersebut. Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor lain yang menjadi penyebab langsung. Penelitian ini mengevaluasi kualitas layanan rumah sakit dari sudut pandang pasien di Iran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang lebih signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien dibandingkan dengan faktor-faktor sosial seperti *Costumer Sociability*. Studi ini mengindikasikan bahwa pengalaman langsung pasien dengan layanan kesehatan yang diberikan, seperti profesionalisme dan sikap responsif dari staf medis, lebih menentukan loyalitas pasien daripada interaksi sosial di antara pasien atau antara pasien dan staf (Zarei et al., 2020).

Service experience adalah kesan atau persepsi yang tercipta. *Service experience* dimana pelanggan mengkonsumsi produk atau jasa layananyang ditawarkan oleh perusahaan (Haeckel, dkk., 2003 dalam Husain, 2020). Menurut (Pratiwi, 2019), pengalaman pasien adalah salah satu aspek yang berpengaruh terhadap loyalitas pasien, pengalaman pasien yang semakin baik, akan meningkatkan secara signifikan loyalitas pasien di Rumah Sakit. Bila pengalaman yang dimiliki pasien bernilai positif, dapat diprediksikan pasien akan dengan senang hati melakukan kunjungan kembali ke Rumah Sakit. Hasil uji bivariat menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Customer Service Experience* terhadap loyalitas pasien instalasi

rawat jalan di RSUD Haji Makassar. Artinya jika nilai *Customer Service Experience* baik maka semakin tinggi tingkat loyalitas pasien, sebaliknya jika *customer service experience* kurang baik maka semakin kurang pula loyalitas pasien.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi, 2019) bahwa terdapat *customer experience* sebesar 13,35% terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Islam Tasikmalaya tahun 2018. Penelitian ini menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utari dkk., (2018) dimana ditemukan hasil bahwa ada Pengaruh signifikan antara pengalaman pasien terhadap loyalitas pasien pada instalasi rawat inap RSUD Haji Makassar dengan hasil (p value $(0.001) < 0.05$).

WOM (Word of Mouth) atau informasi/ucapan dari mulut ke mulut dapat terjadi apabila *customer* atau pasien mendapatkan pengalaman yang berkesan, hal ini bahkan sampai merekomendasikan produk tersebut kepada kerabat, keluarga maupun orang lain. Saluran komunikasi personal yang berupa ucapan atau perkataan dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) dapat menjadi metode promosi yang efektif karena pada umumnya disampaikan dari konsumen oleh konsumen dan untuk konsumen, sehingga konsumen yang puas dapat menjadi media iklan bagi perusahaan (Oliviana dkk., 2017 dalam (Subhan dkk., 2022)).

Pada penelitian ini *Word Of Mouth* yang dimaksud yaitu gambaran isi pesan yang ingin disampaikan baik itu terkait fasilitas di rumah sakit maupun kualitas dari petugas kesehatannya. Berdasarkan penelitian di lapangan di RSUD Haji Makassar masih terdapat beberapa pasien yang mau berbagi informasi kepada sesama pasien, keluarga maupun kerabatnya. Hasil uji statistik analisis bivariat terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *word of mouth* terhadap loyalitas pasien instalasi rawat jalan di RSUD

Haji Makassar. Artinya jika nilai *word of mouth* baik maka semakin tinggi tingkat loyalitas pasien, sebaliknya jika *word of mouth* kurang baik maka semakin kurang pula loyalitas pasien. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Subhan dkk., (2022) di klinik Medika Plaza dengan temuan hasil yang menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan atau pasien. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sumeliani (2021) dengan hasil temuan yang menyatakan bahwa *word of mouth* mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien di RSUD Kabupaten Buleleng.

Pengaruh Secara Simultan *Costumer Sociability, Customer Service Experience, dan Word Of Mouth* terhadap Loyalitas Pada Pasien Di RSUD Haji Makassar. Hasil analisis data menunjukkan variabel independen yang terdiri dari *Costumer Sociability, Customer Service Experience, dan word of mouth* secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pada pasien di RSUD Haji Makassar. Berdasarkan hal tersebut dimana terdapat pengaruh secara simultan atau bersama – sama dari tiga variabel X terhadap variabel Y maka tentu rumah sakit harus lebih memperhatikan terkait dari ketiga variabel X tersebut terutama mengenai *Customer Service Experience* atau pengalaman layanan pelanggan yang dapat dikatakan mempunyai perananan penting dalam meningkatkan loyalitas pada pasien dikarenakan pengalaman ini dapat memberikan perasaan senang ataupun kecewa terhadap layanan yang pasien dapatkan dan dengan memberikan pelayanan yang bagus maka dapat memberikan pengalaman pasien secara positif serta juga dapat menciptakan promosi *word of mouth* (informasi dari mulut ke mulut).

Berdasarkan hasil uji F, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratama, 2020) dengan temuan hasil bahwa kualitas pelayanan dan *the big five personality* (kepribadian) bersama – sama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,692

dengan signifikasnsi 0,00 ($p > 0,05$). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yunus dkk.,2019) dengan temuan hasil yang menyatakan bahwa variabel *Customer Service Experience* atau pengalaman layanan pelanggan/ pengalaman pasien memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyalitas pasien dengan persentase 42,7%. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sumeliani (2021) pada variabel *word of mouth* dimana ditemukan hasil bahwa *word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien pada RSUD Kabupaten Buleleng.

Perbedaan signifikansi hubungan antar variabel karena setiap variabel memiliki karakteristik dan dampak yang berbeda terhadap loyalitas pasien. *Costumer Sociability* yang terkait dengan kemampuan bersosialisasi pasien tidak memiliki pengaruh signifikan karena faktor-faktor seperti kualitas layanan, keandalan, dan responsivitas staf medis lebih menentukan loyalitas dibandingkan interaksi sosial antar pasien. Sementara itu, *Customer Service Experience* (pengalaman layanan) memiliki pengaruh signifikan karena pengalaman positif pasien secara langsung mempengaruhi keputusan mereka untuk kembali menggunakan layanan rumah sakit. *Word of Mouth* juga memiliki pengaruh signifikan karena rekomendasi dan informasi dari pasien yang puas menjadi metode promosi yang efektif dalam mempengaruhi loyalitas pasien lain.

Perbedaan signifikansi hubungan antar variabel karena setiap variabel memiliki karakteristik dan dampak yang berbeda terhadap loyalitas pasien. *Costumer Sociability* yang terkait dengan kemampuan bersosialisasi pasien tidak memiliki pengaruh signifikan karena faktor-faktor seperti kualitas layanan, keandalan, dan responsivitas staf medis lebih menentukan loyalitas dibandingkan interaksi sosial antar pasien. Sementara itu, *Customer Service Experience* (pengalaman layanan) memiliki pengaruh signifikan karena pengalaman positif pasien secara langsung mempengaruhi keputusan

mereka untuk kembali menggunakan layanan rumah sakit. *Word of Mouth* juga memiliki pengaruh signifikan karena rekomendasi dan informasi dari pasien yang puas menjadi metode promosi yang efektif dalam mempengaruhi loyalitas pasien lain. Temuan ini menekankan pentingnya rumah sakit memperhatikan ketiga variabel tersebut, terutama *Customer Service Experience* yang berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif pasien dan dapat mendorong promosi *word of mouth*.

KESIMPULAN

Terdapat pengaruh signifikan antara *Costumer Sociability*, *Customer Service Experience*, dan *Word Of Mouth* terhadap loyalitas pasien, tetapi tidak terdapat pengaruh signifikan dari *Costumer Sociability*. Kiranya pihak Rumah Sakit, jika ingin meningkatkan loyalitas pasien prioritas utama adalah memperbaiki hal-hal yang berhubungan langsung dengan pasien

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih untuk tim peneliti dan institusi Ilmu Kesehatan Pelamonia Makassar yang memberi memfasilitasi pelaksanaan penelitian

REFERENSI

- Aladwan, M. A., Salleh, H. S., Anuar, M. M., ALhwadi, H., & Almomani, I. (2021). relationship among service quality, patient satisfaction and patient loyalty: case study in Jordan Mafrag hospital. *Linguistics and Culture Review*, 5(S3), 27–40. <https://doi.org/10.21744/LINGCURE.V5NS3.1368>
- Brekke, K. R., Canta, C., Siciliani, L., & Straume, O. R. (2021). Hospital competition in a national health service: Evidence from a patient choice reform. *Journal of Health Economics*, 79. <https://doi.org/10.1016/J.JHEALECO.2021.102509>
- Chen, X., Zhao, W., Yuan, J., Qin, W., Zhang, Y., & Zhang, Y. (2022a). The Relationships Between Patient Experience with Nursing Care, Patient Satisfaction and Patient Loyalty: A Structural Equation

- Modeling. *Patient Preference and Adherence*, 16, 3173–3183. <https://doi.org/10.2147/PPA.S386294>
- Chen, X., Zhao, W., Yuan, J., Qin, W., Zhang, Y., & Zhang, Y. (2022b). The Relationships Between Patient Experience with Nursing Care, Patient Satisfaction and Patient Loyalty: A Structural Equation Modeling. *Patient Preference and Adherence*, 16, 3173–3183. <https://doi.org/10.2147/PPA.S386294>
- Fitriah, Z. (2023). The Influence of Effective Communication, Patient Experience on Patient Loyalty Mediated By Trust. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9), 2674–2685. <https://doi.org/10.58344/JMI.V2I9.532>
- Husain, F. F. (2020). *Pengaruh Service Experience Terhadap Kepuasan Pasien Instalasi Rawat Inap RSI Faisal Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin)
- Kang, H. J., & Yu, S. (2022). Nurses' Perspectives of the Patient Care Experience Assessment Items Using Importance-Performance Analysis. *Journal of Nursing Management*, 30(7), 3247–3255. <https://doi.org/10.1111/JONM.13755>
- Lim, K. S., Yap, W. A., & Yip, W. (2022). Consumer choice and public-private providers: The role of perceived prices. *Health Economics*, 31(9), 1898–1925. <https://doi.org/10.1002/HEC.4554>
- Pratiwi, L. U. S. Y. (2019). *Bauran Pemasaran, Customer Relationship Management, Mutu Layanan, Customer Experience dan Citra Terhadap Loyalitas Pasien* (Doctoral dissertation, Tesis] Pascasarjana Ilmu Kesehatan Masyarakat STIKIM Jakarta).
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit*.
- Saputra, A. A. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *ManajemenKewirausahaan JMK*, 3(2), 72–89. <https://doi.org/10.32503/jmk.v3i2.344>
- Shie, A. J., Huang, Y. F., Li, G. Y., Lyu, W. Y., Yang, M., Dai, Y. Y., Su, Z. H., & Wu, Y. J. (2022a). Exploring the Relationship Between Hospital Service Quality, Patient Trust, and Loyalty From a Service Encounter Perspective in Elderly With Chronic Diseases. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/FPUBH.2022.876266/PDF>
- Shie, A. J., Huang, Y. F., Li, G. Y., Lyu, W. Y., Yang, M., Dai, Y. Y., Su, Z. H., & Wu, Y. J. (2022b). Exploring the Relationship Between Hospital Service Quality, Patient Trust, and Loyalty From a Service Encounter Perspective in Elderly With Chronic Diseases. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/FPUBH.2022.876266/PDF>
- Sumeliani, N. K. (2022). Word Of Mouth, Citra Rumah Sakit Dan Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Buleleng. *Widya Amerta*, 8(2), 62-78.
- Subhan, S., & Iswati, H. (2022). Pengaruh Kualitas 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.
- Utari, U., Rivai, F., & Andi, N. S. (2018). Pengaruh Pengalaman Pasien Terhadap Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah Haji Makassar. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Maritim*, 1(2).
- Yunus, N. W., & Aribowo, A. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pasien Rawat Inap Kelas Vip Di Rumah Sakit Immanuel Bandung. *Majalah Ilmiah Unikom*, 18(1), 29-36
- Zarei, E., Bagheri, A., Daneshkohan, A., & Khodakarim, S. (2020). Patients' Views on Service Quality in Selected Iranian Hospitals: An Importance-Performance Analysis. *Shiraz E-Medical Journal*, 21(8), 1–7. <https://doi.org/10.5812/SEMJ.97938>