

PENGARUH FASILITAS DAN HARGA TERHADAP *WORD OF MOUTH* MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA RUMAH SAKIT ISLAM FATIMAH BANYUWANGI

Rina Arti Ruliati, Program Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Jember, Juli 2022, Pengaruh Fasilitas Dan Harga Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Dosen Penguji: Dr. Nurul Qomariah, SE, MM. Dosen Pembimbing Utama: Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT. Dosen pembimbing pendamping: Dr. Abadi Sanosra, M.M.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh fasilitas rumah sakit dan harga terhadap kepuasan pasien melalui *word of mouth*. Lokasi penelitian adalah Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Jumlah responden yang diteliti sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi.

Keywords: fasilitas, harga, kepuasan, *word of mouth*

PENDAHULUAN

Latar belakang

Rumah sakit adalah institusi atau fasilitas memberikan pelayanan kepada pasien berupa diagnostik dan terapeutik untuk berbagai penyakit dan masalah kesehatan, baik yang bersifat bedah maupun non bedah. Rumah sakit Islam Fatimah Banyuwangi merupakan suatu organisasi yang bersifat pelayanan publik dan juga profit oriented. Sesuai dengan SK Menteri Kesehatan RI No.983/Menkes/SK/XI/1992 tentang Pedoman Organisasi Rumah Sakit Umum, maka rumah sakit harus menjalankan beberapa fungsi disamping sebagai pelayanan medis juga berfungsi sebagai penyelenggara pelayanan penunjang medik dan non medik. Atas dasar aturan tersebut, rumah sakit memiliki kewajiban untuk memberikan jasa pelayanan kesehatan yang dapat memenuhi harapan pasien dan masyarakat pada umumnya. Salah satu bentuk terpenuhinya harapan pasien adalah adanya perilaku *word of mouth* (WOM) yang dilakukan oleh pasien yang telah mendapatkan jasa pelayanan kesehatan.

WOM yaitu pesan tentang produk atau jasa suatu perusahaan, ataupun tentang perusahaan itu sendiri, dalam bentuk komentar tentang kinerja produk, keramahan, kejujuran, kecepatan pelayanan, dan hal lainnya yang dirasakan dan dialami oleh seseorang yang disampaikan kepada orang lain. WOM dapat dipengaruhi oleh kepuasan, fasilitas dan harga pelayanan rumah sakit. Suryani (2015); Harfika dan Nadiya (2017) juga menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Namun Radito (2014) menunjukkan bahwa fasilitas kesehatan kurang berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pasien. Purbandari (2018) dan Netriadi, et, al (2021) menunjukkan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Sedangkan hasil penelitian Mulyono (2020) harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan. Wahyudi dan Yessy (2014); Purbandari (2018); Sumadi (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap *word of mouth*.

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diidentifikasi beberapa fenomena penting yang diangkat dalam penelitian pada Rumah Sakit Islam Fatimah di Banyuwangi, yaitu : Adanya peningkatan jumlah pasien terutama dari pasien BPJS yang menjalani pengobatan rawat jalan dimana peningkatan jumlah pasien ini menunjukkan adanya kepuasan yang dirasakan pasien selama berobat pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Peningkatan tersebut juga dikarenakan adanya berita positif yang didapat dari informasi tentang pelayanan kesehatan yang layak dan memadai sehingga terjadi peningkatan jumlah pasien rawat jalan. Indikasi lain dari peningkatan kepuasan pasien adalah selama tahun 2021 tidak terdapat keluhan atau komplain dari pasien rawat jalan sehingga hal tersebut menunjukkan tingkat kepuasan pasien yang sangat tinggi terhadap pelayanan Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Grand Teori Atribusi

Teori atribusi adalah merupakan teori berusaha untuk menerangkan perihal perilaku yang ada pada seseorang. Teori atribusi mempelajari tentang proses ketika seseorang menginterpretasikan peristiwa, alasan, atau sebab dari perilaku yang dilakukan. Teori atribusi dikembangkan oleh Fritz Heider, pada tahun 1958 yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang akan ditentukan oleh kombinasi antara kekuatan internal, yaitu faktor-faktor yang berasal dari diri seseorang, dan kekuatan eksternal, yaitu faktor-faktor yang berasal dari luar diri seseorang.

Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Rumah Sakit memberikan fasilitas kepada masyarakat untuk mempermudah masyarakat apabila membutuhkan jasa kesehatan. Rumah Sakit selalu berusaha fokus terhadap kepuasan pelanggan dan tanggap terhadap setiap pasien yang datang dan dalam memberikan pelayanan kesehatan memakai tenaga yang terampil dan profesional agar kualitas pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan dari pasien. (Mongkaren, 2013).

Harga

Kotler (2016), bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (*Price, Product, Place dan Promotion*). Harga bagi suatu usaha/badan usaha menghasilkan pendapatan (*income*), adapun adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *Product* (produk), *Place* (tempat/saluran) dan *Promotion* (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha/badan usaha. Harga merupakan pendapatan bagi pengusaha maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang harus

dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dari konsumen tersebut.

Kepuasan

Pohan (2017) menyebutkan bahwa kepuasan pasien adalah tingkat perasaan pasien yang timbul sebagai akibat dari kinerja layanan kesehatan yang diperolehnya, setelah pasien membandingkan dengan apa yang diharapkannya. Kepuasan pasien merupakan evaluasi atau penilaian setelah memakai suatu pelayanan, bahwa pelayanan yang dipilih setidaknya-tidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pasien adalah hasil penilaian dalam bentuk respon emosional (perasaan senang dan puas) pada pasien karena terpenuhinya harapan atau keinginan dalam menggunakan dan menerima pelayanan perawat.

Word of Mouth

Word of Mouth atau komunikasi dari mulut ke mulut adalah rekomendasi atau komentar yang di sebarakan oleh konsumen berdasarkan dari pengalaman yang diperoleh dan memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan yang dilakukan pihak lain. *WOM Marketing* atau pemasaran dari mulut ke mulut dapat di jadikan sebagai referensi bagi harapan konsumen sebagai bauran komunikasi pemasaran. Kotler dan Keller (2012) menyatakan *word of mouth* adalah sebuah proses komunikasi berbentuk pemberian rekomendasi baik itu secara individu atau kelompok terhadap sebuah produk atau jasa dengan tujuan memberikan informasi secara personal.

Pengembangan Hipotesis

Fasilitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Word Of Mouth Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi

Suatu rumah sakit yang memberikan fasilitas kesehatan berhubungan dengan bagaimana rumah sakit tersebut memposisikan dirinya untuk memberikan kesan positif. Artinya fasilitas kesehatan berpengaruh secara positif terhadap WOM positif. Kelayakan dan kenyamanan fasilitas kesehatan berhubungan dengan kepercayaan pasien dan komunikasi WOM yang positif (Zeithamal et al., 2013). Fasilitas kesehatan berpengaruh positif terhadap komunikasi WOM (Harrison dan Walker, 2012) dan (Suryani, 2015), sehingga dapat dihasilkan hipotesis 1 dinyatakan:

H1: Fasilitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap *Word Of Mouth* Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi.

Harga Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Word Of Mouth Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi

Word of mouth merupakan sesuatu hal yang dibicarakan banyak orang. Pembicaraan terjadi dikarenakan ada kontroversi yang membedakan dengan hal-hal yang biasa dan normal dilihat orang. Liu dan Lee (2016) menyebutkan bahwa persepsi harga yang relevan akan membuat konsumen cenderung merekomendasikan kepada orang lain. Disinilah peran *word of mouth* diterapkan dengan tujuan peningkatan informasi harga yang diberikan penjual tentang produk atau jasa. Lestari (2013); Rambe, et, al (2017) juga mendefinisikan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap *word of mouth*, konsumen merekomendasikan mengenai harga dengan tingkat yang sesuai dengan harapan mereka kepada orang lain, sehingga dapat dihasilkan hipotesis 2 yang menyatakan:

H2: Harga Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap *Word Of Mouth* Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi.

Fasilitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen, dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung. Penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2012) menunjukkan harga dan fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Penelitian yang dilakukan oleh Yunus dan Budiarto (2014) dan Radito (2014) menunjukkan fasilitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat dihasilkan hipotesis 3 yang dinyatakan:

H3: Fasilitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi.

Harga Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi

Harga, dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal (Tjiptono, 2017). Hasil penelitian Mulyono (2020); Purbandari, et, al (2018); dan Netriadi, et, al (2021) menyatakan adanya hubungan penetapan harga dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin penetapan harga juga akan menentukan kepuasan konsumen / pasien rumah sakit sehingga hipotesis 4 dapat dinyatakan berikut:

H4: Harga Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi.

Kepuasan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Pada *Word Of Mouth* Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi

Tripathi (2017) menyatakan kepuasan konsumen dihasilkan dari WOM yang positif tentang layanan, sementara konsumen yang tidak puas memiliki kecenderungan kuat untuk memberitahu orang lain tentang kekecewaannya dan bahkan melebih-lebihkan pengalaman buruknya (Wang, 2012). Penelitian Dimiyati (2014); Wahyudi dan Yessy (2014) menunjukkan kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*. Semakin baik tingkat kualitas pelayanan atau jasa, semakin baik pula tingkat kepuasan pasien yang dihasilkan. Pasien yang puas biasanya tetap loyal untuk kembali kontrol, membicarakan hal-hal baik tentang rumah sakit dari segi pelayanan atau jasanya kepada orang lain. Pasien yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit juga cenderung akan melakukan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) positif kepada orang lain, sehingga dapat dinyatakan hipotesis 5 sebagai berikut:

H5: Kepuasan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Kepuasan Pasien Terhadap *Word Of Mouth* Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi.

Fasilitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Pada *Word Of Mouth* Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi

Rumah sakit yang memberikan fasilitas kesehatan berhubungan dengan bagaimana rumah sakit tersebut memposisikan dirinya untuk memberikan kesan positif. Artinya fasilitas

kesehatan berpengaruh secara positif terhadap WOM positif. Kepuasan konsumen dihasilkan dari WOM yang positif tentang layanan, sementara konsumen yang tidak puas memiliki kecenderungan kuat untuk memberitahu orang lain tentang kekecewaannya dan bahkan melebih-lebihkan pengalaman buruknya (Wang, 2012). Semakin baik fasilitas rumah sakit akan meningkatkan *word of mouth* dan semakin baik pula tingkat kepuasan pasien yang dihasilkan sehingga hipotesis 6 dapat dinyatakan:

H6: Fasilitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap *Word Of Mouth* Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi.

Harga Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap *Word Of Mouth* Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi

Kepuasan konsumen yang diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang actual. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Hasil penelitian Lestari (2013) menunjukkan harga berpengaruh terhadap *word of mouth*, sehingga konsumen merekomendasikan mengenai harga dengan tingkat yang sesuai dengan harapan mereka untuk menunjukkan rasa puas atas pelayanan jasa, sehingga dapat dinyatakan hipotesis 7:

H7: Harga Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap *Word Of Mouth* Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian ini merupakan penelitian yang menggambarkan suatu fenomena atau kejadian yang terjadi di suatu objek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan – hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dan juga untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel bebas (*independent*), yaitu fasilitas (X1), harga (X2), dan variabel intervening yaitu kepuasan (Z). sedangkan satu variabel tergantung (*dependent*), yaitu *word of mouth* (Y).

Penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi yang beralamat di jalan Jember no 25 kabat banyuwangi. Waktu penelitian direncanakan selama 3 bulan yaitu Januari sampai dengan Maret 2022 untuk pengumpulan data dan pengolahan data dilanjutkan kegiatan analisa hasil penelitian, diharapkan akan selesai pada bulan April 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan yang berobat di rumah sakit Islam Fatimah Banyuwangi selama bulan Maret tahun 2022. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dimana setiap elemen yang akan ditarik menjadi anggota sampel tidak berdasarkan pada probabilitas yang melekat pada setiap elemen melainkan berdasar karakteristik khusus masing-masing elemen (Sinulingga, 2015). Teknik ini dengan pendekatan *purposive sampling* dimana sampel yang diambil berdasar kriteria dan pertimbangan yang ditentukan oleh penulis sendiri.

Sampel dalam penelitian ini harus memenuhi beberapa kriteria yaitu:

1. Pasien rawat jalan yang berusia 18-50 tahun.
2. Pasien rawat jalan yang berpendidikan minimal SMA.

3. Pasien umum yang tidak terdaftar sebagai peserta asuransi kesehatan BPJS

Uji Outer Model

Uji *outer model* adalah untuk menguji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian.

Uji Validitas

Menurut (Ghozali,2016), validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadinya validitas adalah mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah betul - betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outer loading* dimensi variabel memiliki nilai loading > 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran tersebut memenuhi kriteria validitas konvergen (Kalnadi, 2013).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas ditentukan atas dasar proporsi varian total yang merupakan varian total sebenarnya. Makin besar proporsi tersebut berarti makin tinggi reliabilitasnya. Untuk menguji reliabilitas instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini digunakan rumus koefisien alpha α karena skor pada butir-butir instrumen merupakan skor bertingkat yaitu antara 1 sampai 4 atau 1 sampai 5. Selanjutnya uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability*. Untuk dapat dikatakan suatu item pernyataan reliabel, maka nilai *Cronbach's alpha* harus > 0,6 dan nilai *composite reliability* harus > 0,7. Ghozali (2016) menyatakan bahwa pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan nilai *composite reliability*.

Warp PLS Versi 5.0

PLS dikembangkan oleh Wold sebagai suatu metode menaksir model jalur diantara hubungan konstruk laten yang secara tidak langsung diukur oleh berbagai indikator. Analisa PLS membentuk dua persamaan, yaitu *inner model* dan *outer model*. *Outer model* menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk laten dan konstruk laten lainnya yaitu hubungan variable X, variable Z dan variable Y yang menggunakan pendekatan *reflektif*, sedangkan *inner model* menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk laten dan indikatornya dengan pendekatan *formatif*. Menurut Jogiyanto dan Abdillah (2009) PLS (*Partial Least Square*) adalah: Analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil output WarpPLS 5.0, menunjukan nilai *loading factor* dari indikator yaitu berada diatas 0.5. Artinya, bahwa seluruh indikator telah memenuhi *convergent validity*.

Convergent Validity Variabel Fasilitas

Indikator	<i>Normalized pattern loading</i>	Standar	Keterangan
X11	0,834	0,5	Memenuhi <i>Convergent validity</i>
X12	0,820	0,5	Memenuhi <i>Convergent validity</i>

Sumber: Data diolah Warp PLS 5,0

Tabel Convergent Validity Variabel Harga

Indikator	<i>Normalized pattern loading</i>	Standar	Keterangan
X21	0,897	0,5	Memenuhi <i>convergent validity</i>
X22	0,759	0,5	Memenuhi <i>convergent validity</i>
X23	0,579	0,5	Memenuhi <i>convergent validity</i>
X24	0,603	0,5	Memenuhi <i>convergent validity</i>

Sumber: Data diolah Warp PLS 5,0

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan variabel harga pelayanan yang terdiri dari 4 indikator yaitu: keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat produk menunjukkan nilai *normalized pattern loading factor* diatas 0,5 sehingga ke 4 indikator tersebut memenuhi kriteria *convergent validity*.

Tabel Convergent Validity Variabel Kepuasan

Indikator	<i>Normalized pattern loading</i>	Standar	Keterangan
Z1	0,833	0,5	Memenuhi <i>convergent validity</i>
Z2	0,921	0,5	Memenuhi <i>convergent validity</i>
Z3	0,573	0,5	Memenuhi <i>convergent validity</i>

Sumber: Data diolah Warp PLS 5,0

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kepuasan pasien yang terdiri dari 3 indikator yaitu: teknik pelayanan professional, kepercayaan, dan pendidikan pasien menunjukkan nilai *normalized pattern loading factor* diatas 0,5 sehingga ke 3 indikator tersebut memenuhi kriteria *convergent validity*.

Tabel Convergent Validity Variabel Word Of Mouth

Indikator	<i>Normalized pattern loading</i>	Standar	Keterangan
Y1	0,992	0,5	Memenuhi <i>convergent validity</i>
Y2	0,837	0,5	Memenuhi <i>convergent validity</i>
Y3	0,859	0,5	Memenuhi <i>convergent validity</i>
Y4	0,745	0,5	Memenuhi <i>convergent validity</i>
Y5	0,565	0,5	Memenuhi <i>convergent validity</i>

Sumber: data diolah Warp PLS 5,0

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel word of mouth yang terdiri dari 5 indikator yaitu *Talkers, Topic, Tools, Talking part, dan Tracking* menunjukkan nilai *normalized pattern loading factor* diatas 0,5 sehingga ke 5 indikator tersebut memenuhi kriteria *convergent validity*. Dibawah ini adalah tabel hasil *cross loading* antara indikator dengan konstruksinya :

Tabel Diskriminan Validity Dengan *Combined Loadings And Cross-Loadings*

Variabel	Indikator	<i>Combined Loading</i>	P value	Keterangan
Fasilitas	X11	0.795	<0.001	validitas terpenuhi
	X12	0.652	<0.001	validitas terpenuhi
Harga	X21	0.739	<0.001	validitas terpenuhi
	X22	0.633	<0.001	validitas terpenuhi
	X23	0.637	<0.001	validitas terpenuhi

Kepuasan	X24	0.749	<0.001	validitas terpenuhi
	Z1	0.713	<0.001	validitas terpenuhi
	Z2	0.726	<0.001	validitas terpenuhi
WOM	Z3	0.860	<0.001	validitas terpenuhi
	Y1	0.867	<0.001	validitas terpenuhi
	Y2	0.776	<0.001	validitas terpenuhi
	Y3	0.904	<0.001	validitas terpenuhi
	Y4	0.877	<0.001	validitas terpenuhi
	Y5	0.890	<0.001	validitas terpenuhi

Sumber: data diolah Warp PLS 5,0

Kriteria berikutnya adalah *discriminant validity* dinilai dari *cross loading* pengukuran dengan konstruk-konstruk laten, akan memprediksi indikatornya lebih baik daripada konstruk lainnya jika korelasi konstruk dengan pokok pengukuran (setiap indikator) lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya. Adapun hasil perhitungan nilai *square foot average extracted* (AVE) adalah:

Tabel Normalized pattern loadings and cross-loadings

Variabel	Pattern loading		Standar	Keterangan
	Indikator	Nilai		
Fasilitas	X11	0,691	0,500	Valid terpenuhi
	X12	0,611	0,500	Valid terpenuhi
Harga	X21	0,767	0,500	Valid terpenuhi
	X22	0,580	0,500	Valid terpenuhi
	X23	0,551	0,500	Valid terpenuhi
	X24	0,727	0,500	Valid terpenuhi
Kepuasan	Z1	0,619	0,500	Valid terpenuhi
	Z2	0,756	0,500	Valid terpenuhi
	Z3	0,654	0,500	Valid terpenuhi
WOM	Y1	0,681	0,500	Valid terpenuhi
	Y2	0,595	0,500	Valid terpenuhi
	Y3	0,630	0,500	Valid terpenuhi
	Y4	0,639	0,500	Valid terpenuhi
	Y5	0,612	0,500	Valid terpenuhi

Sumber: Data diolah Warp PLS 5,0

Discriminant validity juga dapat diukur dengan menggunakan cara lain, yaitu dengan melihat nilai *square foot average extracted* (AVE). Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan adalah dengan melihat bagian *cross loading*. Berdasarkan hasil output pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa korelasi masing masing konstruk dan indikator variabel dengan nilai *cross loading* diatas 0,5, hal ini dapat dilihat dari nilai SE yang keseluruhan lebih besar dai 0,5 dan nilai p *value* lebih kecil dari 0,05. Sehingga konstruk memenuhi kriteria *discriminant validity*, dimana seluruh konstruk laten memprediksi indikator mereka lebih besar dari 0,5 dan p *value* lebih kecil dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen dengan menggunakan *software Warp PLS 5.0* ditunjukkan dengan nilai *Composite Reliability* dan *cronbach's alpha* sebagai berikut:

Tabel 4.15 Uji Reliabilitas

Keterangan	Variabel	Hasil perhitungan	Standar	Keterangan
Composite reliability coefficients	X1	0.822	0.600	Reliabel
	X2	0.773	0.600	Reliabel
	Z	0.873	0.600	Reliabel
	Y	0.920	0.600	Reliabel
Cronbach's alpha coefficients	X1	0.729	0.600	Reliabel
	X2	0.650	0.600	Reliabel
	Z	0.782	0.600	Reliabel
	Y	0.869	0.600	Reliabel

Sumber: Data diolah Warp PLS 5.0

Berdasarkan tabel diatas, hasil tersebut menunjukkan *composite reliability* yang memuaskan dari masing-masing variabel, yaitu fasilitas rumah sakit (0,822), harga pelayanan (0,773), kepuasan pasien (0,873), word of mouth (0,920). Hasil dari *cronbach's alpha* juga menunjukkan hasil yang baik, yaitu fasilitas (0,729), harga (0,650), kepuasan (0,782), word of mouth (0,869). Dapat disimpulkan bahwa masing-masing konstruk memiliki *reability* yang tinggi. Hal ini dapat dikarenakan nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* seluruh konstruk lebih besar dari 0.60. (Sugiyono,2018).

Uji Inner Model

Evaluasi struktural (*inner model*) yang meliputi uji kecocokan model (*model fit*), *path coefficient*, dan R². Uji kecocokan model (*model fit*) dilakukan sebelum melakukan uji signifikansi analisis jalur (*path coefficient*). Uji kecocokan model (*model fit*) ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model, terdapat 3 indeks pengujian, yaitu *average path coefficient* (APC), *average R – squared* (ARS), dan *average variances factor* (AVIF) dengan kriteria APC dan ARS diterima dengan syarat p – value lebih kecil dari 0,05 dan AVIF lebih kecil dari 5 atau idealnya 3,3, dan *R-squared contribution ratio* (RSCR) idealnya 1.

Tabel Model fit and quality indices

Keterangan	Hasil perhitungan
Average path coefficient	(APC)=0.372, P<0.001
Average R-squared	(ARS)=0.670, P<0.001
Average adjusted R-squared	(AARS)=0.662, P<0.001
Average block VIF	(AVIF)=1.757, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
Average full collinearity	VIF (AFVIF)=2.646, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
R-squared contribution ratio	(RSCR)=1.000, acceptable if >= 0.9, ideally = 1

Sumber: Data diolah Warp PLS 5.0

Berdasarkan perhitungan *model fit and quality indices* menunjukkan bahwa nilai *Average Path Coefficient* (APC) = 0.372 dan $P < 0.001$ *Average R-squared* (ARS) = 0.670, dan $P < 0.001$ *Average adjusted R-squared* (AARS) = 0.662, $P < 0.001$ *Average block VIF* (AVIF) = 1,757, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3 berarti model penelitian ini dinilai layak dan dapat diterima secara statistik karena nilai *p value* lebih kecil dari 0,05. Nilai *R-squared contribution ratio* (RSCR) = 1.000 berarti tergolong nilai regresi yang ideal secara statistik.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dengan menggunakan *structural equation modelling* (SEM) dengan *software Warp PLS 5.0* bertujuan untuk mengevaluasi hubungan struktural dalam analisis jalur antar variabel laten sebagai berikut:

Tabel Hasil pengujian Warp PLS 5.0

Variabel	Koesifien Pengaruh	Signifikan
H1: Fasilitas terhadap <i>word of mouth</i>	0,36	<0,001
H2: Harga terhadap <i>word of mouth</i>	0,23	<0,001
H3: Fasilitas terhadap kepuasan pasien	0,32	<0,001
H4: Harga terhadap kepuasan pasien	0,52	<0,001
H5: Kepuasan terhadap <i>word of mouth</i>	0,44	<0,001

Sumber: Data diolah Warp PLS

Nilai R^2 variabel kepuasan pasien adalah 0,55 hal ini menunjukkan bahwa variansi variabel kepuasan pasien sebesar 55 % dapat dijelaskan oleh variansi variabel fasilitas dan harga. Nilai R^2 variabel *word of mouth* adalah 0,79, hal ini menunjukkan bahwa variansi variabel *word of mouth* sebesar 79 % dapat dijelaskan oleh variansi variabel fasilitas, harga, dan kepuasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan:

1. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Artinya semakin baik fasilitas yang tersedia di rumah sakit, maka akan semakin meningkatkan perilaku *word of mouth* yang dilakukan oleh pasien.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Artinya semakin baik penetapan harga rumah sakit, maka akan semakin meningkatkan *word of mouth* yang dilakukan oleh pasien.
3. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Artinya semakin baik ketersediaan fasilitas, maka akan semakin meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pasien.
4. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Artinya semakin terjangkau harga, maka akan meningkatkan kepuasan yang berobat di rumah sakit.
5. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Artinya semakin pasien merasakan kepuasan saat berobat ke rumah sakit, maka akan semakin meningkatkan perilaku *word of mouth*.
6. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Artinya

fasilitas yang tersedia di rumah sakit akan meningkatkan *word of mouth* yang dilakukan oleh pasien yang diperkuat dengan kepuasan pasien.

7. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening pada Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi. Artinya semakin terjangkau harga untuk pasien, maka akan meningkatkan *word of mouth* yang dilakukan oleh pasien yang diperkuat dengan kepuasan pasien.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang diajukan oleh peneliti adalah:

1. Bagi Rumah Sakit Islam Fatimah Banyuwangi

Meningkatkan dan membangun fasilitas, sarana dan prasarana untuk menunjang kenyamanan berobat baik rawat jalan maupun rawat inap. Meningkatkan kesesuaian fasilitas pelayanan kesehatan dan harga pelayanan dengan manfaat dan kegunaan pelayanan kesehatan bagi pasien pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Peningkatan fasilitas rumah sakit dan harga pelayanan ini juga diperuntukkan untuk meningkatkan image / citra dan peringkat akreditasi rumah sakit.

2. Bagi peneliti yang akan datang

Berdasarkan hasil pengujian, variansi keputusan berkunjung hanya sebesar 55% dipengaruhi oleh fasilitas rumah sakit dan harga pelayanan, sehingga disarankan untuk penelitian yang akan datang menggunakan variabel penelitian yang lain seperti promosi dan kualitas pelayanan agar didapat hasil penelitian yang lebih baik. Selain itu penelitian yang akan datang dapat menggunakan variabel penelitian yang sama dengan cakupan objek penelitian yang lebih luas atau membandingkan antara satu organisasi dengan organisasi yang lain, atau menggunakan model penelitian lain seperti menggunakan variabel pemoderasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, 2015, hlm. 159.
- Assauri, Sofjan. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Azwar. (2012). *Metode Penelitian*, Yogyakarta. Pustaka pelajar.
- Abdillah., W dan Jogiyanto. (2013). *Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM Dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Bakti, Umar, Hairudin, Robi Setiawan. (2021). Pengaruh Harga, Personal Selling, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Motor Pada Dealer PT. Yamaha Putera Langkapura. *Jurnal Cakrawala Indonesia*, Vol.1, No.1, September 2021.
- Basu Swastha dan Irawan. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta, 2005.
- Daryanto & Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Dewi, Triana. (2019). Pengaruh Kualitas Jasa, Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Pasien Instalansi Rawat Inap Kelas III Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta) *Jurnal EBBANK* Vol.10 No.1 Hal. 49 – 56. Juni 2019.
- Dimiyati, Mohamad (2014). Peranan Experiential Marketing Dan Kepuasan Pasien Dalam Menciptakan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Fatimah Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 2014 - *jurnal.unej.ac.id*.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Edisi 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Haryanto (2013) Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado. *Jurnal EMBA* 1465 Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 1465-1473.
- Hasan , Sabri Aditya Halim Perdana Kusuma Putra (2018). Loyalitas Pasien Rumah Sakit Pemerintah: Ditinjau Dari Perspektif Kualitas Layanan, Citra, Nilai Dan Kepuasan. *Jurnal Manajemen Indonesia* (Vol. 18(3), pp. 184-196, 2018).
- Hair, Joseph E, Jr, et al. (2014), *A primer on partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM)* SAGE Publication, Inc. California. USA.
- Harfika, Jarliyah dan Nadiya Abdullah. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Balance* Vol. XIV No. 1 | Januari 2017.
- Hasan (2012) *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hasan, M Iqbal. (2012). *Pokok-pokok Materi Statistika 1 (Statistik Deskriptif)*. Edisi Kedua. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Indriantoro, Nur and Bambang Supomo. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1. Cetakan ke-12. Yogyakarta: BPFE.
- Kalnadi, D. (2013). *Pengukuran Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Pada UMKM Dengan Menggunakan Metode UTAUT*. Jurusan Adm.Bisnis, Fakultas ISIP, Universitas Lampung. (unpublish)
- Kotler, Philip, dan Keller, K.L. (2012), *Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 1 dan 2*, penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2012), *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prehallindo.
- Lupiyoadi, Rambat, (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat.
- Ma'ruf. Muhammad Hasan, (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Daerah Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*. Vol. 16 No. 02, Januari 2016.
- Mamik (2012). *Organisasi Dan Manajemen Pelayanan Kesehatan Dan Kebidanan*. Edisi 1. Surabaya: Prins Media Publishing
- Mongkaren, Steffi. (2013). Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado. *Jurnal EMBA* Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 493-503.
- Moha, Sartika dan Sjendry Loindong, Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA* Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 575-584.
- Mulyadi, Nitisusastro. (2013). *Perilaku Konsumen dalam perspektif kewirausahaan*. Alfabeta: Bandung.
- Mulyadi, (2017), *Efektivitas Word of Mouth*, Marketing 03/VII/ Maret, 53-54.
- Mulyono, Sri. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas Dan Customer Loyalty Terhadap Kepuasan Pasien. *JIBMS: Journal Of Islamic Business Management Studies*. 01 (1), (2020) 26-34.
- Netriadi, Lira, Salfadri, Tifani Ratu Firdaus (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada Puskesmas Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan. *JM, VOL. , 3 NO. 1 , MARET 2021*, Hal: 91-106.

- Pham, TSH and Ahammad, (2017) Antecedents and consequences of online customer satisfaction: A holistic process perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 124. pp. 332-342. ISSN 0040-1625. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.04.003>
- Pohan (2017) *Jaminan Mutu Layanan kesehatan: dasar-dasar pengertian dan penerapan*. Jakarta: Buku Kedokteran EGC
- Priansa, Donni (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Purbandari, Eny Dyah Sugandini dan Heru Tri Sutiono.(2018). Word Of Mouth Sebagai Konsekuensi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Vol. 11 No. 1 Maret 2018 : 111-124.
- Radito, Th. A. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 11, Nomor 2, April 2014
- Roslina Lali Wuda dan Ni Wayan Sri Suprpti. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Word Of Mouth Pada Hospital Nasional Guido Valadares Dili Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6.11 (2017).
- Riduan (2012). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analysis Jalur)*. Alfabeta : Bandung
- Schiffman dan Kanuk. (2014). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Prentice Hall. Jakarta.
- Sernovitz. (2013). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi (2012). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta : Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sholihin, Mahfud dan Dwi Ratmono, (2013). *Analisis SEM –PLS Dengan Warp PLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suryani, Wan (2015). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit Umum Pirngadi Medan. *Jurnal Implementasi Ekonomi dan Bisnis FE-UNIVA Medan*.
- Sumadi. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Word Of Mouth Positif Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 15 No. 1 Maret 2015: 10 – 18.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Supranto J. & Limakrisna Nandan.(2012). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan bisnis, edisi kedua*, Jakarta, Citra Wacana Media.
- Sinulingga, Sukaria, (2015), *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Srijani, Ninik dan Achmad Sukma Hidayat. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA* Vol. 7, Maret 2017, Hal 31 – 38.
- Sugiyono. (2015) . *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Soeratno dan Lincoln Arsyad, (2003). *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis, Cet ke-4 Edisi Revisi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2003.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 2014. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen)*. BPFE:Yogyakarta
- Tjiptono. Fandy, (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. (2015). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

- Tripathi, Gaurav (2017). Customer Satisfaction And Word Of Mouth Intentions: Testing The Mediating Effect Of Customer Loyalty. *Journal of Services Research*, Volume 17, Number 2 (October 2017).
- Utomo, Mohamad Nur, (2018), *Analisis PLS Dengan Warp PLS 6.0 Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Fakultas Ekonomi, Universitas Borneo Tarakan.
- Wahyudi, Didik dan Yessy Artanti. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pasien RSUD DR Soetomo Graha Amerta. *Jurnal Ilmu Manajemen* | Volume 2 No 2 April 2014.
- Yamit, Zulian. (2012). *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yamin, Sofyan Dan Heri Kurniawan. (2012). *Structural equation model : belajar lebih mudah teknik analisa data qesioner dengan lisrel – PLS*. Jakarta. Salemba empat infotek.
- Yuriansyah, Auli Lucky (2013). Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*. MAJ 2 (1) (2013).

