

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PASIEN DALAM MEMILIH RUMAH SAKIT

(Survey pada Pasien Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung)

Rozzaki Fatkhurrohman, Ratih Tresnati, Albert Hendarta

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Bandung, Indonesia

*Corresponding Author:

Email: rozzaki.rohman@gmail.com, ratihtresnati27@gmail.com,
hendarta@hcm-excellence.com

Abstract.

This study aims to determine the quality of the website and electronic word of mouth, as well as their influence on the patient's decision-making process in choosing a hospital at Muhammadiyah Bandung Hospital. The type of research used is verification research using survey methods. The research subjects used were patients at Muhammadiyah Bandung Hospital. The number of samples used in this study was 97 from patients at Muhammadiyah Bandung Hospital. The results showed that the website quality at Muhammadiyah Bandung Hospital was generally in the fairly good category, electronic word of mouth at the hospital was generally in the fairly good category, and the patient's decision process was also generally in the fairly good category. Partially, the quality of the website has a significant influence on the patient's decision process in choosing a good hospital, and electronic word of mouth also has a significant influence on the patient's decision process in choosing a hospital at Muhammadiyah Bandung Hospital. As well as based on simultaneous tests, website quality and electronic word of mouth have a significant effect on the patient's decision process in choosing a hospital at Muhammadiyah Bandung Hospital.

Keywords : Website quality, Electronic Word of Mouth, Patient decision making process.

PENDAHULUAN

Bagi setiap negara, fasilitas pelayanan kesehatan adalah salah satu sektor pelayanan sebab peranannya yang begitu diperlukan untuk menyelenggarakan layanan kesehatan serta menjaga dan menangani permasalahan kesehatan pada seluruh masyarakat. Rumah sakit merupakan salah satu jenis fasilitas dalam industri pelayanan kesehatan (Lydia, *et al.*, 2020). Dewasa ini, bagi masyarakat, kesehatan adalah kebutuhan bagi setiap individu. Maka dari itu industri pelayanan kesehatan saat ini merupakan prospek bisnis dengan keuntungan yang menggiurkan dengan kompetisi yang cukup tinggi.

Terdapat 2.601 rumah sakit di tahun 2016 yang mengalami peningkatan di tahun 2017 yakni 2.776 kemudian meningkat kembali menjadi 2.813 di tahun 2018 hingga selanjutnya bertambah menjadi 2.959 tahun 2020 sampai pada di tahun 2021 mencapai total 3.112. Secara lebih rinci rumah sakit di Indonesia hingga tahun 2021 ada 2.514 Rumah Sakit Umum (RSU) sedangkan untuk Rumah Sakit Khusus (RSK) berjumlah 598 Unit. Menurut Badan Pusat Statistik hingga akhir 2019, Provinsi Jawa Barat memiliki 345 unit rumah sakit dan pada tahun 2021 yang kemudian meningkat hingga sebanyak 390 buah dengan Kota Bandung memiliki 38 buah Rumah Sakit. (Badan Pusat Statistik RI, 2021). Dari tahun ke tahun rumah sakit di Kota Bandung selalu mengalami peningkatan untuk mencukupi kebutuhan masyarakat, namun mengalami stagnan pada tahun 2018-2019.



Grafik 1 Jumlah Rumah Sakit di Kota Bandung
Sumber: Dinkes Jabar (2022) <https://diskes.jabarprov.go.id/>

Seiring perkembangan zaman, teknologi dan ilmu pengetahuan semakin meningkat serta akan berpengaruh terhadap sudut pandang setiap orang. Maka akan timbul tatanan masyarakat dengan kemampuan memilih secara cermat terhadap berbagai industri, toko, atau fasilitas pelayanan termasuk fasilitas pelayanan kesehatan. Oleh karenanya dalam persaingan yang kian ketat, rumah sakit dituntut untuk bisa merancang strategi sebaik mungkin untuk menciptakan peningkatan nyata terhadap kualitas pemberian pelayanan terhadap pasien sehingga pasien menggunakan layanan dan loyal terhadap rumah sakit serta meningkatkan kunjungan pasien (Prayoga *et.al.*, 2021). Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan angka kunjungan pasien adalah dengan meningkatkan manajemen rumah sakit dimana perihal tersebut merupakan strategi pemasaran rumah sakit. Bukan rahasia lagi bila tujuan dari strategi pemasaran di bidang rumah sakit adalah untuk mendapatkan respon sebaik mungkin dari pihak pasien. Dengan adanya perkembangan teknologi maka alat bantu pemasaran yang dapat digunakan lebih bervariasi seperti media sosial, *website*, e-mail, dan lain sebagainya. Selain sebagai alat bantu pemasaran, teknologi informasi juga dapat memudahkan konsumen untuk mengetahui pendapat konsumen lain yang sudah merasakan pelayanan atau suatu produk tertentu.

Penelitian yang dilakukan Isa *et al* (2019) mempelajari tentang komponen perilaku (*electronic word of mouth*) yang dinilai bersamaan dengan komponen kognitif (citra rumah sakit dan kualitas yang dirasakan) dinyatakan tidak ditemukan keberpengaruh yang signifikan kepada niat pasien dalam melakukan kunjungan kembali, sementara komponen afektif (pemasaran) dan komponen perilaku (*electronic word of mouth*) dinilai sangat diperlukan untuk memberikan peningkatan terhadap pasien untuk mengunjungi kembali rumah sakit swasta di Penang, Malaysia. Menurut Vidria *et al.* (2017) dalam suatu studi tentang komunikasi pemasaran melalui *website* dan media sosial menunjukkan bahwasannya ditemukan promosi berpengaruh positif sekaligus signifikan terhadap keputusan pasien dalam menentukan pelayanan kesehatan. Hal demikian menunjukkan bahwa kualitas *website* akan sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Penelitian lain yang dilakukan Aghbolagh *et al.* (2021) salah satu faktor yang berpengaruh dalam menarik pasien adalah bagaimana keefektifan rumah sakit dalam mempromosikan fasilitas dan keandalannya melalui *website* rumah sakit. Hal ini membuktikan dengan adanya kemajuan teknologi, konsumen akan lebih sering memanfaatkan teknologi dan lebih selektif dalam memilih penyedia layanan baik barang maupun jasa.

Kondisi kebalikan pembahasan diatas terjadi di Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung, dimana sejumlah masyarakat Kota Bandung memutuskan tidak berobat ke Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung. Hal ini nampak dalam tabel 1.1 Data Kunjungan Pasien RS Muhammadiyah Bandung 2021.

Tabel 1 Data Kunjungan Pasien Rawat Jalan RS Muhammadiyah Bandung 2021

Bulan	Jumlah Kunjungan Pasien
Januari	3291
Februari	4511
Maret	3541
April	3298
Mei	3262
Juni	2450
Juli	4765
Agustus	4354
September	3543
Oktober	2231
November	2567
Desember	2432
Jumlah	40.263

(Sumber: RS Muhammadiyah 2022)

Dijelaskan melalui tabel 1 bahwasanya ada ketidakstabilan terhadap jumlah kunjungan pasien rawat jalan. Jumlah pasien rawat jalan cenderung turun dari bulan ke bulan dengan jumlah paling tinggi yaitu bulan Juli sedangkan Oktober merupakan bulan paling rendahnya (Sumber: hasil pra survey yang dilakukan peneliti di RS Muhammadiyah tahun 2022).

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, berkurangnya kunjungan pasien dapat disebabkan karena kurang baiknya kualitas website RS Muhammadiyah Bandung dan *electronic word of mouth*. Prasurvey yang dilakukan oleh peneliti didapatkan beberapa kekurangan dalam website yang diungkapkan oleh pasien yaitu:

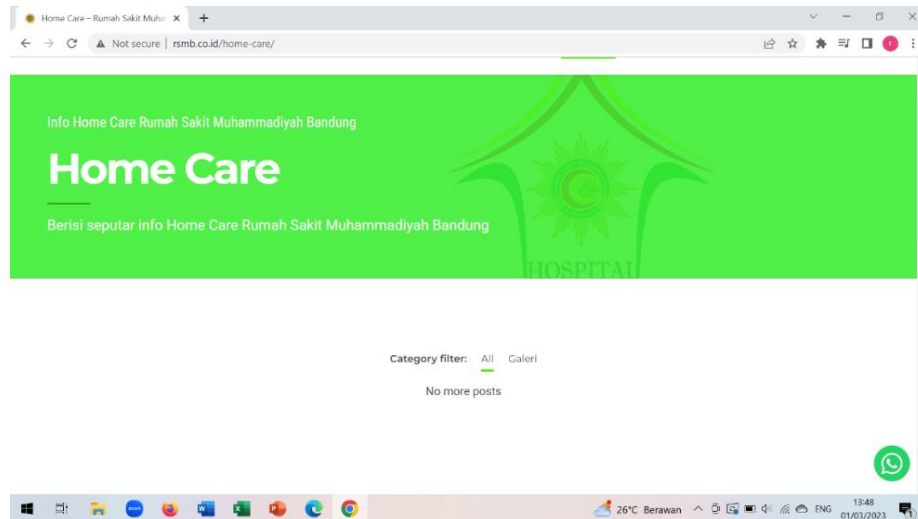
1. Warna *font* tulisan pada website kurang sesuai dan kurang menarik. Hal ini dikarenakan warna *font* yang terlalu mencolok, sehingga pasien yang ingin mendaftar atau ingin mencari tahu mengenai informasi rumah sakit akan cukup terganggu dikarenakan kurang nyaman dengan tampilan warna font yang dipilih. Seperti nampak dalam gambar berikut



Gambar 1 Layar Website RSMB

Sumber: rsmb.co.id (2022)

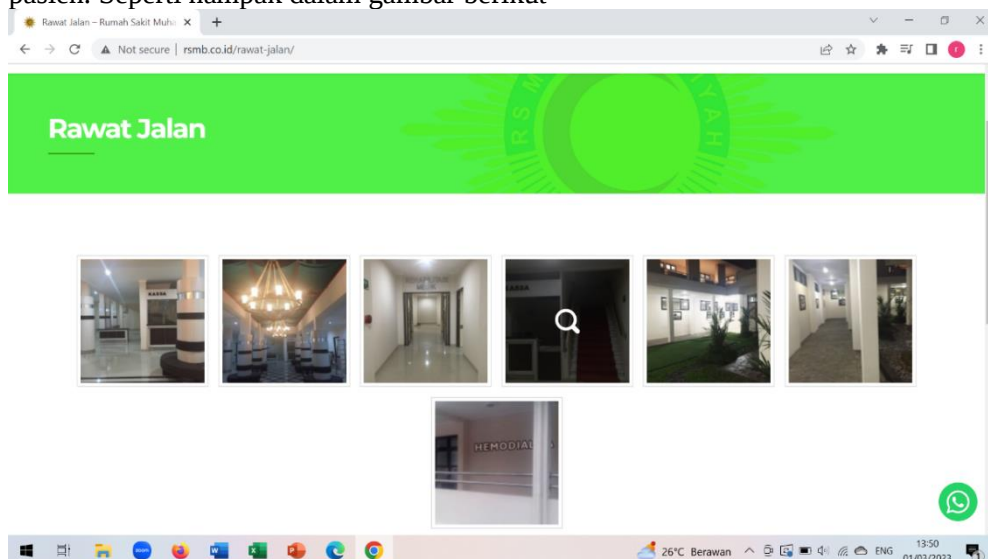
2. Pada menu layanan home care tidak ada deskripsi dan pemilihan warna *background* layanan yang terlalu mencolok serta tidak adanya pemilihan menu yang dapat memudahkan pasien yang mencari informasi, akan menyebabkan pasien yang mencari informasi bingung dan merasa bosan dengan tampilan yang diberikan. Seperti nampak dalam gambar berikut:



Gambar 2 Halaman website tanpa penjelasan

Sumber: rsmb.co.id (2022)

- Informasi mengenai pelayanan poli yang kurang informatif dan hanya ada beberapa saja. Serta dalam gambar yang dimuat mengenai informasi bangsal dan kamar hanya diberikan gambar saja tidak diberikan keterangan, sehingga akan membingungkan pasien yang akan melakukan perawatan rawat jalan. Sehingga akan mengakibatkan adanya disinformasi yang diterima oleh pasien. Seperti nampak dalam gambar berikut



Gambar 3 Halaman hanya foto tanpa penjelasan

Sumber: rsmb.co.id

- Terkadang sulit melakukan registrasi secara online (*failed to connect*) padahal jaringan bagus. Hal tersebut akan berdampak pada sulitnya masyarakat Kota Bandung untuk berobat ke Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung. Sulitnya melakukan registrasi secara *online* di Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung akan mengakibatkan pasien yang tidak memiliki waktu untuk registrasi di rumah sakit, atau ingin mendapatkan nomor antrian yang awal akan mengurungkan niatnya untuk melakukan registrasi dan memilih ke rumah sakit yang dapat melakukan registrasi secara *online* dengan mudah. Serta pasien lama yang mengetahui hal tersebut akan berpikir dua kali untuk melakukan pengobatan. Jika hal ini diabaikan maka pasien lama akan memberikan ulasan mengenai kondisi tersebut, sehingga pasien baru akan mengetahui dari ulasan yang ditinggalkan oleh pasien lama yang sudah pernah melakukan registrasi secara *online*. Hal ini menyebabkan berkurangnya pasien baru yang berkunjung yang disebabkan oleh kualitas website yang tidak memadai.
- Saat memuat *website* agak lama atau tersendat-sendat. Hal tersebut akan berdampak pada pasien enggan untuk mengakses karena akses yang sulit. Sehingga akan memilih ke website rumah sakit yang lain. Hal ini menyebabkan berkurangnya pasien baru yang berkunjung yang disebabkan oleh

kualitas website yang tidak memadai yang disebabkan oleh ulasan yang ditinggalkan oleh pasien lama, mengenai keadaan website yang buruk.

Kondisi website yang kurang baik juga diperkuat dengan situs Webometrics yang merangkum daftar ranking *website* tiap rumah sakit dan menunjukkan bahwa terdapat 25 besar rumah sakit yang masuk dalam *website* rumah sakit terbaik di Indonesia. Hampir dari seluruhnya adalah rumah sakit besar yang memiliki ranking ribuan hingga belasan ribu dalam ranking web rumah sakit dunia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin majunya zaman maka semua industri apapun harus tetap dapat mengikuti arus kemajuan teknologi. Dalam hal ini banyak rumah sakit yang mulai mencoba untuk mengikuti tren marketing 4.0 dalam hal pembuatan *website*.

ranking	World Rank	Instituto
1	3858	Rumah Sakit Mitra Keluarga Group
2	4005	Siloam Hospitals Group
3	4069	Rumah Sakit Dr Oen Surakarta
4	4486	Bali International Medical Centre Hospital
5	5471	Rumah Sakit Bunda Jakarta Hospital
6	6099	Rumah Sakit Pondok Indah
7	7541	Rumah Sakit Islam Jakarta
8	8612	Dharmais Cancer Hospital
9	8781	Rumah Sakit Panti Rapih
10	9035	Medistra Hospital
11	9140	Rumah Sakit Panti Wilasa Citarum
12	9277	Rumah Sakit Pelni Petamburan
13	9432	Pertamedika (Rumah Sakit Pusat Pertamina)
14	9868	Yakarta Eye Center
15	10040	Kasih Ibu Hospital
16	10210	Rumah Sakit Adi Husada
17	10465	International Sos Medical Clinic Bali & Evacuations
18	10605	Pantai Indah Kapuk Hospital Rumah Sakit Pantai Indah Kapuk
19	10728	Surya Husadha General Hospital
20	11461	Ramsay Healthcare Indonesia

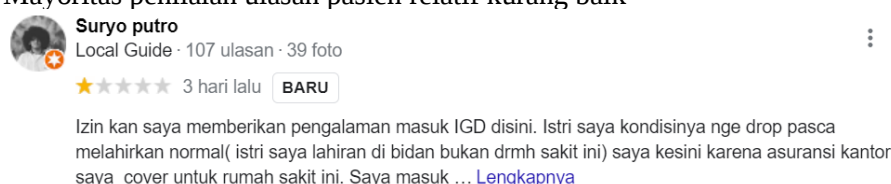
Gambar 4 Peringkat Website Rumah Sakit Indonesia

Sumber: Webometric (2022)

Dalam situs alexa.com, *website* Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung masuk dalam ranking 1.346.561 sedangkan dalam situs SemRush Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung masuk dalam ranking 6.633.435. Hal ini merupakan hasil yang kurang baik, dimana 25 besar *website* rumah sakit terbaik di Indonesia masuk dalam jajaran *website* rumah sakit terbaik dunia pada peringkat ribuan hingga belasan ribuan. Menurut SERanking.com dalam kurun waktu Desember 2020 hingga Februari 2021 jumlah pengunjung *website* RS Muhammadiyah Bandung terus meningkat hingga 2600 pengunjung dan mulai menurun hingga Februari 2022 sejumlah 1290 pengunjung. Hal ini merupakan suatu permasalahan yang harus diperbaiki, terlebih dalam situs tersebut disebutkan kompetitor *website* RSMB adalah *website* digital health seperti alodokter.com, halodoc.com dan lain sebagainya. Untuk itu agar dapat bersaing dengan kompetitor lain di zaman industri 4.0 ini Rumah Sakit Muhammadiyah perlu melakukan adanya perbaikan dalam sistem marketing, salah satunya terkait *website*.

Penyebab lain kunjungan yang menurun adalah akibat *electronic word of mouth* yang kurang baik. Hasil presurvey yang dilakukan mendapat hasil bahwa kekurangan dalam ewom Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung yaitu:

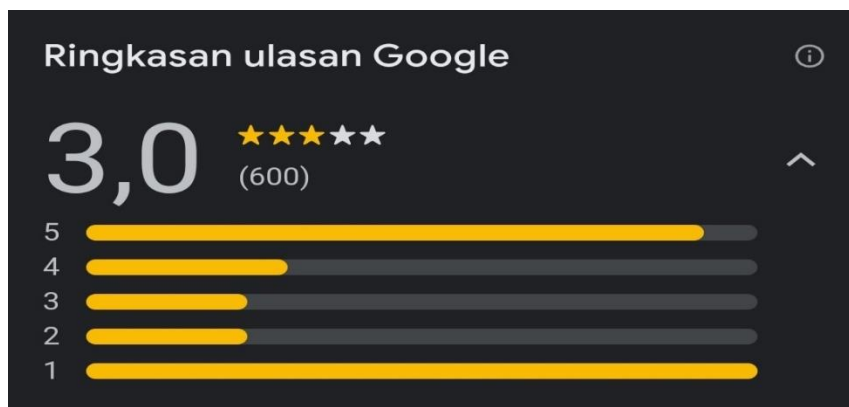
1. Mayoritas penilaian ulasan pasien relatif kurang baik



Gambar 5 Contoh Ulasan RS Muhammadiyah dalam Google

Sumber: Google.com (2022)

Mayoritas penilaian ulasan pasien pada kategori bintang 1 dengan total ulasan sebanyak 600 ulasan.]



Gambar 6 Ringkasan Ulasan RS Muhammadiyah Bandung

Sumber: Google.com (2022)

2. Mayoritas penilaian pasien menunjukkan ketidakpuasan dalam pelayanan Rumah Sakit.



Gambar 7 Contoh Ulasan RS Muhammadiyah dalam Google

Sumber: Google.com (2022)

Proses keputusan pemilihan merupakan suatu kesatuan tahapan dari awal sampai akhir yang akan menghasilkan output sesuai kebutuhan yang lebih terstruktur dan sistematis daripada keputusan. Proses keputusan pasien diawali dari proses pencarian informasi, penerimaan layanan hingga proses evaluasi terkait pelayanan yang didapatkan. Dari beberapa responden yang ditemui peneliti terdapat beberapa fenomena yang perlu digarisbawahi. Tidak semua responden melalui tahapan proses keputusan dari awal hingga akhir. Terdapat beberapa responden yang memilih rumah sakit berdasarkan jarak, riwayat keluarga yang sebelumnya berobat di RS Muhammadiyah Bandung dan sistem rujukan BPJS yang didapatkan. Sehingga pada tahapan ini terdapat beberapa responden yang melewati pencarian informasi mengenai rumah sakit.

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah diuraikan, peneliti berasumsi bahwa fenomena akan kualitas *website* rumah sakit yang baik dan adanya *electronic word of mouth* yang positif di halaman *website* rumah sakit menjadi penunjang meningkatnya jumlah kunjungan Rumah Sakit setiap tahunnya. Selanjutnya, penelitian ini belum banyak dilakukan dari penelitian sebelumnya yaitu mengenai keputusan pengguna layanan akan dipengaruhi oleh kualitas *website* serta *electronic word of mouth* dalam lingkup rumah sakit, dimana mayoritas penelitian dilakukan pada situs *e-commerce*. Sehingga peneliti tertarik untuk memahami dampak kualitas *website* dan eWOM terhadap proses pengambilan keputusan pasien memilih rumah sakit.

METODE

Objek penelitian yang digunakan adalah Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung (RSMB). Penyelenggaraan penelitian ini akan menggunakan pendekatan berjenis dekritif kuantitatif dan biasa dikenal dengan sebutan verifikatif survey. Pelaksanaan dari survey yang dilakukan langsung dengan terjun ke lapangan, peneliti akan melakukan memberikan kuisisioner yang kemudian akan diisi oleh sampel responden agar dimemperoleh fakta relevan atas keterhubungan sebab akibat serta pelaksanaan uji hipotesis. Di samping itu pula peneliti menggunakan deskriptif analitis sebagai metode penelitiannya melalui pengumpulan data dan informasi yang diperoleh dari responden melalui kuesioner. Pasca perolehan data tersebut, selanjutnya akan dilakukan pemaparan deskriptif yang akan diakhiri dengan

penganalisaan pada gambaran mengenai fakta-fakta, sifat maupun hubungan melalui studi penjelasan (*explanatory research*) (Darwin, 2021).

Jenis alat yang dipakai pada penelitian ini juga berbentuk deskriptif dimana dalam mengumpulkan datanya akan terjun langsung ke lapangan. Penjelasan lebih lanjut mengenai penelitian deskriptif yaitu studi yang didasarkan pada keberadaan fakta lapangan yang kemudian akan dilakukan pengolahan pada data yang didapatkan. Dalam studi ini, data primer dan sekunder akan dipergunakan. Pengumpulan data primer pada penelitian ini didapatkan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden, Sementara untuk data sekunder didapatkan melalui *website* instansi, *website* rumah sakit, jurnal, artikel dan berbagai literatur lain. Untuk menjawab rumusan masalah nomor 1 dibutuhkan data kualitas *website* yaitu data primer dan sekunder yang didapatkan dari *website* penilai (*webometric*, *SEMranking*, dan *alexa.com*) dan responden. Untuk menjawab rumusan masalah nomor 2 dibutuhkan data *electronic word of mouth* yaitu data primer dan sekunder dengan didapatkan dari *website* penyedia ulasan dan responden. Untuk menjawab rumusan masalah nomor 3 dibutuhkan data proses keputusan yaitu data primer yang didapatkan dari responden.

Pada penelitian ini, peranan populasi sebagai aspek utama agar diperoleh jawaban atas suatu permasalahan. Cooper dan Schindler (2017) mendefinisikan populasi merupakan kumpulan seluruh obyek yang memiliki peran sebagai sasaran penelitian. Pasien yang datang ke Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung, akan berperan sebagai populasi. Karakteristik khusus yang sejalan dengan keinginan peneliti pada populasi akan dijadikan sebagai populasi sasaran. Subjek penelitian ini adalah para pasien yang sudah pernah melihat tampilan *website* Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung dan *electronic word of mouth* Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung.

Jumlah sampel pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus lemeshow agar dapat diketahui jumlahnya. Berikut ini adalah rumus lemeshow (Sumargo, 2020) :

$$n = \frac{za^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan
- Z α = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1.96$
- P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai 50%
- Q = 1 – P
- L = Tingkat ketelitian 10%

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,01} \\ n &= 96,04 \end{aligned}$$

Melalui perolehan hasil rumus tersebut, sudah dapat ditentukan bahwasannya kebutuhan minimal jumlah sampel studi ini yaitu 96 responden. Penentuan sampel pada penelitian ini akan ditentukan melalui teknik *purposive sampling* secara inklusi eksklusif. Sekaran dan Bougie (2017), metode tersebut memiliki batasan terhadap tipe informan yang bisa diambil informasinya sesuai keperluan peneliti karena pengambilan informasi terbatas pada tipe orang yang mampu memberikan informasi dimana kriteria orang tersebut harus sesuai pada kriteria peneliti. Melalui penggunaan *purposive sampling* bisa memudahkan penelitian untuk menentukan responden sebagai sampelnya yaitu dengan mengkhususkan sampel yang diambil. Para pasien yang sudah pernah melihat tampilan *website* Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung dan *electronic word of mouth* Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung akan ditunjuk sebagai sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji persyaratan analisis dalam penelitian ini adalah meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah ingin mengetahui kenormalan model regresi. Uji Normalitas dapat dilakukan secara statistik dengan menggunakan uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* dengan dasar

pengambilan keputusan nilai signifikansi $> 0,05$ (Santoso, 2017). Berikut adalah hasil uji normalitas yang telah dilakukan:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

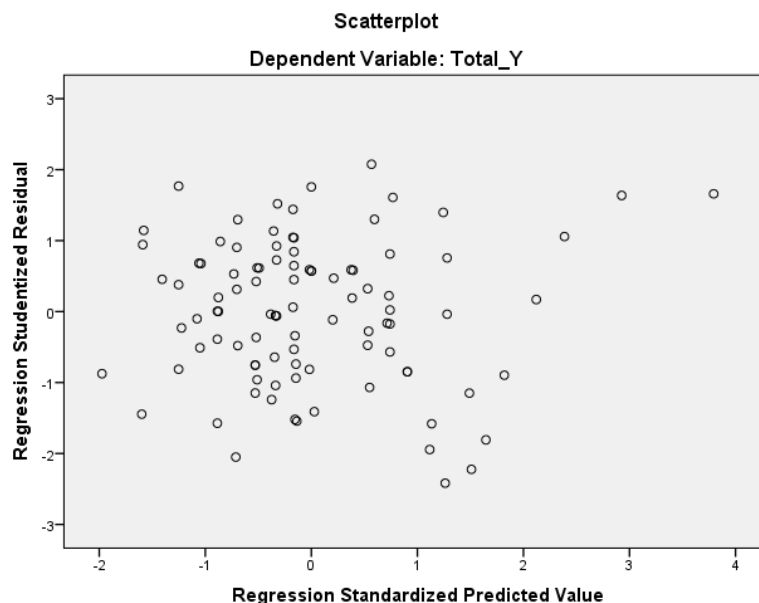
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0E-7
	Std. Deviation		5.06141167
Most Extreme Differences	Absolute		.067
	Positive		.049
	Negative		-.067
Kolmogorov-Smirnov Z			.659
Asymp. Sig. (2-tailed)			.778
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.753 ^c
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.742
		Upper Bound	.764

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi hasil uji normalitas *kolmogorov-smirnov* pada model regresi yang diperoleh adalah sebesar 0.778. Maka dari itu nilai signifikansi yang diperoleh adalah > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa residual regresi memiliki sebaran data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji ada tidaknya perbedaan variance residual antar periode pengamatan. Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas pada suatu model dilihat dengan pola gambar Scatterplot (Darwin, 2021). Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, pola terlihat menyebar di atas atau di bawah pada angka 0. Artinya, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model dengan dasar pengambilan keputusan adalah nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 (Santoso, 2017). Berikut adalah hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	To_Kualitas Website	.952	1.051
	To_EWOM	.952	1.051

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai VIF seluruh variabel adalah < 10 dan nilai *tolerance* keseluruhan variabel telah melebihi 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala multikolinearitas

Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah terdapat korelasi antara problem autokorelasi pada periode t dengan problem autokorelasi pada periode t-1 (periode sebelumnya) pada model regresi linier (Ghozali, 2018). Untuk mengonfirmasi, dapat dilihat dari nilai Durbin-Watson (DW) pada hasil uji. Nilai Durbin-Watson yang menunjukkan tidak terjadi autokorelasi adalah yang melebihi nilai DU namun lebih kecil dari nilai 4-DU. Berikut adalah hasil uji autokorelasi yang telah dilakukan:

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.429 ^a	.184	.167	5.11497	1.861

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

Berdasarkan hasil diatas, nilai DW statistik adalah 1.861. Sedangkan menurut tabel durbin watson, nilai DU dan DL dengan k: 3, n: 97 ialah sebesar DU = 1,7335 dan DL = 1,6063. Sehingga, nilai 4-DU = 2.2665. Untuk mengonfirmasi apakah terdapat autokorelasi atau tidak adalah dengan menggunakan persamaan $DU < DW < 4-DU$. Hasil dari persamaan tersebut adalah $1.7335 < 1.861 < 2.2665$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah terbebas dari gejala autokorelasi.

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F menunjukan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. dasar pengambilan keputusan uji F adalah $< 0,05$. Berikut adalah hasil uji F yang telah dilakukan:

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	555.652	2	277.826	10.619	.000 ^b
	Residual	2459.317	94	26.163		
	Total	3014.969	96			

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

Hasil uji F diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0.000 atau < 0.05 . Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas website dan electronic word of mouth memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pasien dalam memilih rumah sakit.

Analisa Model Regresi

Analisa ini dilakukan untuk mencari pengaruh kualitas website dan eWOM terhadap proses keputusan pasien dalam menentukan rumah sakit. Perhitungan dalam analisis penelitian ini menggunakan bantuan software program SPSS 20. Hasil dari uji hipotesis model regresi linear berganda akan dijabarkan pada penjelasan di bawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji Model Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	47.956	10.502		4.566	.000
	Kualitas Website	.440	.122	.343	3.594	.001
	EWOM	.418	.206	.193	2.025	.046

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengolahan, didapatkan nilai koefisien regresi menghasilkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 47,596 + 0,440x_1 + 0,418x_2$$

Interpretasi hasil pengolahan data, diperoleh nilai koefisien regresi sehingga membentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

1. Koefisien konstanta bernilai 47,596 artinya bahwa dengan mengansumsikan jika tidak terdapat pengaruh variabel kualitas *website* dan eWOM, maka proses keputusan pasien dalam memilih rumah sakit nilainya sebesar 47,596.
2. Koefisien regresi kualitas website bernilai 0,440 terhadap proses keputusan pasien yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0.001 dan nilai t-statistik menunjukkan arah positif sebesar 3.594. Artinya, semakin tinggi kualitas website maka semakin tinggi pula nilai proses keputusan pasien. Setiap peningkatan kualitas website sebesar satu satuan sedangkan variabel eWOM konstan (bernilai 0), akan meningkatkan proses keputusan pemilihan sebesar 0,440 kali.
3. Koefisien regresi eWOM bernilai terhadap proses keputusan pasien yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0.046 dan nilai t-statistik menunjukkan arah positif sebesar 2.025. Artinya, semakin tinggi eWOM maka semakin tinggi pula nilai proses keputusan pasien. Setiap peningkatan eWOM sebesar satu satuan sedangkan variabel kualitas website konstan (bernilai 0), akan meningkatkan proses keputusan pemilihan sebesar 0,418 kali.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk dapat mengetahui sejauh mana pengaruh dari variabel X terhadap variabel dependen Y yang dilakukan secara parsial. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Berikut adalah hasil uji t yang telah dilakukan:

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	47.956	10.502		4.566	.000
	Total_KW	.440	.122	.343	3.594	.001
	Total_EWOM	.418	.206	.193	2.025	.046

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

1. Uji Hipotesis Kualitas Website (H2)

Variabel kualitas website (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.001 atau $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan pada keputusan pasien dan nilai t-statistic menunjukkan arah positif sebesar 3.594. Artinya, kualitas website yang semakin tinggi, maka semakin tinggi juga keputusan pasien dalam memilih rumah sakit, begitupun sebaliknya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima.

2. Uji Hipotesis Electronic Word of Mouth (H3)

Variabel *electronic word of mouth* (X2) memiliki nilai signifikan sebesar 0.046 atau $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan pada keputusan pasien dan nilai t-

statistic menunjukkan arah positif sebesar 2.025. Artinya, *electronic word of mouth* yang semakin tinggi, maka semakin tinggi pula keputusan pasien dalam memilih rumah sakit, begitu pula sebaliknya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur sejauh mana kemampuan untuk menerangkan variasi dari variabel independen. Nilai koefisien determinasi ialah ada diantara nol dan satu. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi yang dilakukan:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.429 ^a	.184	.167	5.11497	1.861

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

Hasil analisis regresi pada tabel diatas menunjukan bahwa nilai adjusted R Square adalah sebesar 0,167 yang berarti bahwa besar pengaruh kualitas website dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pasien dalam memilih rumah sakit adalah sebesar 0.167 atau 16,7% sedangkan lainnya sebanyak 83,3%, variansi keputusan pasien dari dalam dipengaruhi faktor lain dan diluar variabel independen dalam penelitian ini. Kecilnya perolehan nilai R Square dalam penelitian ini dapat dipengaruhi oleh *review* yang diberikan oleh keluarga dan relasi mengenai pengalamannya dalam melakukan pemeriksaan di Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung, selain itu fasilitas pelayanan kesehatan yang belum lengkap sehingga menjadikan nilai R Square kecil.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 9. Hasil Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Uraian Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
Utama	Terdapat pengaruh kualitas <i>website</i> dan <i>electronic word of mouth</i> terhadap keputusan dalam memilih rumah sakit	F statistic: 10.619 Signifikansi: 0.000	Diterima
Subhipotesis	Terdapat pengaruh kualitas <i>website</i> terhadap keputusan pasien dalam memilih rumah sakit	T statistic: 3.594 Signifikansi: 0,001	Diterima
Subhipotesis	Terdapat pengaruh <i>electronic word of mouth</i> terhadap keputusan dalam memilih rumah sakit	T statistic: 2.025 Signifikansi: 0.046	Diterima

Berdasarkan ringkasan hasil pengujian hipotesis pada tabel di atas, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis utama menyatakan kualitas website dan *electronic word of mouth* terhadap proses keputusan dalam memilih rumah sakit. Hipotesis 1 dalam penelitian ini mendukung hasil tersebut sehingga H_1 diterima.
2. Hasil uji subhipotesis menyatakan kualitas website berpengaruh dan signifikan terhadap proses keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Hipotesis dalam penelitian ini mendukung hasil tersebut sehingga H_2 diterima dan berarti bahwa semakin tinggi kualitas *website* maka semakin tinggi keputusan pasien dalam memilih rumah sakit, begitu sebaliknya.
3. Hasil uji subhipotesis menyatakan *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Hipotesis dalam penelitian ini mendukung hasil tersebut sehingga H_3 diterima dan berarti bahwa semakin tinggi *electronic word of mouth* rumah sakit maka semakin tinggi keputusan pasien dalam memilih rumah sakit, begitu sebaliknya.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas *Website* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pasien dalam memilih rumah sakit

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) memiliki nilai f statistik sebesar 10.619 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang membuktikan bahwa kualitas website dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Kedua variabel ini memiliki hasil yang berpengaruh terhadap keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Menurut Kotler dan Kelller (2018) bahwa kualitas website dan *electronic word of mouth* dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Andrea & Fransisco (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel sumber informasi yang didasarkan pada website dan *electronic word of mouth* merupakan faktor penting dalam proses keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Li CR *et al* (2021) juga menyebutkan bahwa website yang memberikan informasi yang positif dan menarik serta eWOM yang memberikan informasi positif akan berpengaruh positif terhadap kunjungan pasien ke rumah sakit tersebut

Berdasarkan hasil penelitian nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas website yang dimiliki oleh rumah sakit dan kemampuan eWOM dalam menjelaskan keputusan pasien dalam memilih rumah sakit sebesar 16,7% sedangkan sisanya 83,3%, variansi keputusan pasien dari dalam dipengaruhi faktor lain dan diluar variabel independen dalam penelitian ini. Walaupun kualitas website serta eWOM yang ditampilkan dan dimiliki oleh RSMB kurang baik, hal ini tidak menjadikan masyarakat untuk tidak datang untuk melakukan pengobatan ke RSMB. Hal ini dikarenakan beberapa indikator dari variabel lain dapat mempengaruhi keputusan pasien dalam memilih rumah sakit, sehingga masyarakat tetap datang untuk berobat.

Miranda *et al* (2023) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa terdapat 6 faktor yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih rumah sakit seperti, lokasi rumah sakit, kebersihan rumah sakit, kedekatan pasien dengan tenaga medis (dokter dan perawat), pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit, fasilitas yang dimiliki oleh rumah sakit, dan pengalaman orang lain yang telah mencoba pelayanan rumah sakit tersebut. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rochmiatai *et al* (2021) menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pasien yaitu kualitas pelayanan secara umum, harga yang ditentukan oleh rumah sakit, keterjangkauan lokasi rumah sakit, rujukan rumah sakit sesuai asuransi maupun reputasi dan pengalaman pasien sebelumnya, dan religiusitas seperti adanya kelembagaan maupun organisasi tertentu. Oleh karena itu hal ini dapat menjadi saran untuk penelitian selanjutnya dimana masih banyak faktor yang dapat diteliti terkait keputusan pasien dalam memilih rumah sakit.

Pengaruh Kualitas Website terhadap Keputusan Pasien dalam memilih rumah sakit

Hasil penelitian ini memiliki nilai t statistic sebesar 3.594 dengan signifikansi 0,001 yang membuktikan kualitas website berpengaruh positif terhadap keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Variabel ini memiliki hasil yang paling berpengaruh terhadap keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Boon-itt (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas website berpengaruh positif terhadap keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Artinya, tingginya kualitas website yang dirasakan oleh pasien dan calon pasien yang dirasakan setelah menggunakan website rumah sakit, maka akan semakin tinggi keputusan pasien dalam memilih rumah sakit tersebut untuk melakukan rawat inap ataupun rawat jalan.

Kualitas *website* merupakan rangsangan penting lain dalam pengalaman online yang berkaitan dengan situs web itu sendiri (Król & Zdonek, 2021). Sebuah *website* dapat dikatakan berkualitas apabila penggunaanya dalam hal ini pasien merasakan bahwa kualitas yang didapatkan sesuai ataupun melebihi apa yang diharapkannya. Penggunaan informasi kesehatan yang diperoleh pasien melalui website rumah sakit dapat terus meningkat. Informasi yang diperoleh pasien melalui website dapat membantu dalam pertemuan pemeriksaan yang dilakukan oleh dokter kepada pasien sehingga dapat meningkatkan hubungan keduanya sehingga lebih kolaboratif.

Penggunaan informasi kesehatan yang didapatkan dari website dapat menghasilkan pasien dengan informasi yang lebih baik dengan kemungkinan kepatuhan yang lebih tinggi dan hasil kesehatan yang lebih baik. Dengan kualitas website yang baik dapat memberikan manfaat yang berpotensi dalam hubungan dokter-pasien dapat meningkatkan komunikasi, akses ke dalam informasi kesehatan dan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pasien dalam memilih rumah sakit serta dapat meningkatkan waktu pemeriksaan menjadi lebih efektif dan efisien.

Web dapat berfungsi sebagai sarana bagi pasien untuk mengakses catatan kesehatannya. Dalam beberapa rumah sakit telah mengizinkan pasien untuk melihat informasi seperti daftar pengobatan, daftar masalah, alergi, hasil lab, dan pemeriksaan lain yang tentunya dengan pendampingan tenaga medis. Website juga dapat memungkinkan komunikasi langsung atau konsultasi secara online antara pasien dan dokter mereka. Hal ini merupakan hal yang baru dikembangkan oleh beberapa *website e-health*. Banyak pasien memanfaatkan layanan tersebut, yang biasanya didominasi usia muda atau paruh baya. Walaupun sebenarnya konsultasi hanya melalui online masih menimbulkan banyak pro dan kontra. Beberapa berpendapat bahwa tanpa adanya pemeriksaan fisik sangat berpengaruh terhadap diagnosis penyakit yang dialami pasien.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadikan informasi berbagai cara salah satunya dengan mengakses website. Maka dari itu kelebihan website inilah yang kini banyak dikembangkan oleh berbagai pihak salah satunya yaitu pengembangan aplikasi berbasis website. Aplikasi berbasis website diharapkan bisa mempermudah proses kerja institusi atau organisasi. Salah satu institusi yang terus mengikuti perkembangan teknologi Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung (RSMB), untuk memberikan kemudahan kepada pasien dalam melakukan proses pendaftaran berobat secara online. Melihat kenyataan tersebut kualitas website merupakan salah satu kunci sukses suatu organisasi dalam pengimplementasiannya. Sehingga, penting bagi manajemen dan praktisi teknologi informasi untuk mengetahui kriteria apa saja yang harus dipertimbangkan dalam mengembangkan website. Sehingga dengan ada atau tidak website yang dimiliki oleh RSMB dijadikan sebagai faktor yang dipertimbangkan oleh pasien dalam memilih rumah sakit.

Menurut Vidria et al (2017) kualitas website rumah sakit yang digunakan sebagai media promosi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Hal ini juga menunjukkan bahwa saat ini website juga bukan hanya sebagai media informasi namun juga dapat digunakan sebagai media promosi. Tentunya dengan kondisi website RS Muhammadiyah saat ini perlu adanya beberapa penyesuaian dan peningkatan untuk lebih bisa memanfaatkan website sebaik mungkin. Aghbolagh et al (2021) juga menyebutkan keefektifan rumah sakit dalam mempromosikan diri melalui website merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pasien memilih rumah sakit.

Berdasarkan penjabaran diatas, hasil analisis data deskriptif variabel kualitas website dari 97 responden terdapat 27 responden yang merasa kualitas website RS Muhammadiyah Bandung memiliki kategori sangat baik dan baik, dengan demikian mayoritas responden merasa kualitas website RSMB masuk dalam kategori sedang, buruk dan sangat buruk. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas website yang dimiliki oleh rumah sakit memang masih kurang baik. Hal ini juga sesuai dengan peringkat website rumah sakit dan jumlah kunjungan website yang terus menurun. Beberapa pasien juga mengeluhkan kekurangan-kekurangan terkait website rumah sakit. Hal ini harus segera menjadi suatu perhatian bagi manajemen rumah sakit.

Menurut Setyawan (2020) keefektifan suatu website harus terdiri dari 7 aspek elemen "C". Dua hal yang utama adalah terkait *Context* dan *Content*. Context merupakan aspek berkaitan dengan desain dan tata letak, sedangkan Content berkaitan dengan tulisan, gambar, video yang terdapat dalam website. Kedua hal ini merupakan aspek utama yang perlu diperhatikan oleh pihak rumah sakit untuk meningkatkan kualitas websitenya yang nantinya akan merangsang keputusan pasien dalam memilih rumah sakit.

Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pasien dalam memilih rumah sakit

Hasil penelitian ini memiliki nilai t statistic sebesar 2.025 dengan signifikansi 0,046 yang membuktikan *electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Variabel ini memiliki hasil yang berpengaruh terhadap keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Sijabat (2021), Sari dan Azizah (2021) dan Bamfo (2017) menunjukkan bahwa variabel eWOM berpengaruh signifikan dalam proses pengambilan keputusan dalam memilih rumah sakit. Banyaknya ulasan ataupun komentar positif mengenai pelayanan yang diberikan oleh pasien lainnya dalam *website* ataupun media sosial rumah

sakit lainnya akan menarik pasien lainnya untuk mengambil keputusan untuk memilih rumah sakit tersebut untuk berobat (Anjani *et al.*, 2022). Andrea & Fransisco (2019) menunjukkan bahwa variabel sumber informasi yang didasarkan pada *website* dan *electronic word of mouth* merupakan faktor penting dalam proses keputusan pasien dalam memilih rumah sakit.

Pesan dalam eWOM dapat secara efektif mengurangi resiko dan ketidakpastian yang dirasakan oleh pasien ketika memutuskan untuk menggunakan jasa sehingga eWOM dapat berdampak pada keputusan pasien. *Electronic word of mouth* saat ini merupakan salah satu komponen yang paling dicari calon pasien, karena dengan membaca eWOM, calon pasien dapat mengetahui bagaimana pelayanan rs tersebut sehingga dapat menentukan apakah berobat ke rs tersebut atau tidak.

Menurut Philip dalam Wulanda, et al (2019), *word of mouth* adalah komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan dan pengalaman membeli atau menggunakan produk dan jasa. Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan memilih sangatlah besar, hal tersebut dikarenakan *word of mouth* berkaitan dengan pengalaman pribadi seorang individu terhadap suatu peristiwa. Pengalaman yang dibagikan tidak terbatas antar individu namun dapat kepada khalayak luas, apalagi di zaman keterbukaan informasi saat ini.

Dalam hasil analisis data deskriptif, variabel eWOM mendapatkan 25 responden yang menilai eWOM RS Muhammadiyah baik dan sangat baik. Dalam hal ini mayoritas responden menganggap eWOM rumah sakit masih dalam kategori sedang, buruk dan sangat buruk. Hal ini sesuai dengan data yang didapatkan peneliti bahwa mayoritas eWOM RS Muhammadiyah masih kurang baik. Ruswanti et al (2017) menyebutkan bahwa ewom dapat meningkatkan kesadaran pasien dan secara positif mempengaruhi pilihan pasien untuk mendapatkan lebih banyak perawatan di rumah sakit yang dipilih. Sehingga hal ini tentu cukup berpengaruh terhadap proses keputusan pasien. Pihak manajemen sebaiknya harus segera memperbaiki hal tersebut karena eWOM saat ini menjadi salah satu hal penting yang dicari pasien sebelum memutuskan untuk memilih rumah sakit.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan maka dapat disimpulkan beberapa hal antara lain:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas website dan *electronic word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel proses keputusan pasien dalam memilih rumah sakit baik secara parsial maupun simultan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum kualitas website yang dimiliki RS Muhammadiyah Bandung mayoritas masuk dalam kategori sedang atau cukup baik. Masih banyak responden yang merasa bahwa website RS Muhammadiyah Bandung harus dilakukan pengembangan dan penyesuaian lebih lanjut
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum *electronic word of mouth* yang dimiliki RS Muhammadiyah Bandung mayoritas masuk dalam kategori sedang atau cukup baik. Masih banyak responden yang merasa bahwa *electronic word of mouth* yang dimiliki RS Muhammadiyah Bandung kurang baik dan perlu adanya evaluasi terkait hal tersebut.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum proses keputusan pasien dalam memilih rumah sakit mayoritas dalam kategori sedang atau cukup baik. Mayoritas pasien dalam tahapan *current experience* merasa masih ada kekurangan dalam hal pelayanan yang diberikan rumah sakit. Selain itu mayoritas responden mengatakan bahwa perlu adanya umpan balik rumah sakit terhadap keluhan pasien.
5. Permasalahan yang dihadapi oleh Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung antara lain:
 - a. Kualitas website yang kurang baik, dilihat dari tampilan warna font yang terlalu mencolok, kurangnya penjelasan pada menu pelayanan, dan aksesibilitas yang cukup terganggu ketika akan melakukan registrasi serta lag saat akan mengakses website.
 - b. *Ewom* yang dimiliki kurang baik dilihat dari masih banyaknya ulasan yang menunjukkan ketidakpuasan pasien, masih banyak ulasan yang menilai dengan *rating* yang rendah yaitu bintang 1.
 - c. Dari proses keputusan pasien yang kurang baik dilihat dari, masih banyaknya pasien yang mengeluhkan kurangnya perhatian para tenaga kesehatan dalam melayani pasien, waktu tunggu dalam menerima pelayanan yang cukup lama, serta banyaknya keluhan negative yang tidak ditanggapi dengan baik.

REFERENSI

- Abdulalem, M., & Abdullah, A. (2021) The mediating role of affective commitment between corporate sosial responsibility and eWOM in the hospitality industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 29:4, 570-594
- Aghbolagh, N. S., Hashim, A., & Mei, C. C. Y. (2021) A genre-based investigation of the "About Us" section of private hospital *website*. *Journal of Asian Pacific Communication*.
- Aghnia, H. N., Komariah, N., & Rizal, E. (2019). Hubungan kualitas informasi *website* RS Paru Dr. HA Rotinsulu dengan pemenuhan kebutuhan informasi. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 7(2), 191-204
- Al-Durgham, Lamees M., and Mahmoud A. Barghash. "Factor and cluster analysis as a tool for patient segmentation applied to hospital marketing in Jordan." *American Journal of Operations Research* 5.04 (2015): 293.
- Andrea, H. C., & Francisco, M. N. (2019) The role of information sources and image on the intention to visit a medical tourism destination: a cross-cultural analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 36(2), 204-219
- Anjani, H., Ruswanti, E., & Indrawati, R. (2022). EWOM, Kepercayaan, Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang pada Poliklinik Penyakit Dalam di RS ABC Jakarta. *Jurnal Health Sains*, 3(3): 402-414.
- Augustyn, M. M., Seakhwa-King, A., & Mason, P. (2022). SERVQUAL Scale. In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Edward Elgar Publishing.
- Azad, A. D., Charles, A.G., Ding, Q., Trickey, A.W., & Wren, S.M. (2020). The gender gap and healthcare: association between gender roles and factor affecting healthcare acces in Central Malawi, June-August 2017. *Archives of Public Health*. 78:119
- Bach, M. P., Seljan, S., Jaković, B., Buljan, A., & Zoroja, J. (2019). Hospital *websites*: from the information repository to interactive channel. *Procedia computer science*, 164, 64-71.
- Bamfo, B. A., & Dogbe, C. S. K. (2017). Factors influencing the choice of private and public hospitals: empirical evidence from Ghana. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*.
- Bilal, M., Jianqiu, Z., Akram, U., Tanveer, Y., Sardar, T., & Rasool, H., Understanding the Effect of Internet Usage Behaviour on eWOM. *International Journal of Information Systems in the Service Sector*, 12(3), 93-113.
- Boon-itt, S. (2019) 'Quality of health *websites* and their influence on perceived usefulness, trust and intention to use: an analysis from Thailand', *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(4).
- Butar, I. K. B. (2022). Analisis Kualitas *Website* Po. Agramas Menggunakan Metode Pieces. *Indonesian Journal Of Networking And Security (IJNS)*, 11(2).
- Chen, M., Zhang, P., & Chen, X. (2018). Influence of electronic and traditional word-of-mouth on patients' health-care-seeking behavior. *Sosial Behavior and Personality: an international journal*, 46(5), 759-768.
- Chen, X., Huang, Q. & Davison, R. (2017). The role of *website* quality and sosial capital in building buyers' loyalty. *International Journal of Information Management*, 37(1), 1563-1574
- CSIS. (2022). Indonesia Ranking Web of Hospitals. <http://hospitals.webometrics.info/en/asia/indonesia%20>.
- Cooper, D.R., & Schindler, P.S. (2017). Metode Penelitian Bisnis Edisi 12 Buku 2
- Darwin, M., Mamondol, M.R., Sormin, S.A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., & Gebang, A.A. (2021). Metode penelitian pendekatan kuantitatif. Media Sains Indonesia.
- De Cruppé, W., & Geraedts, M. (2017). Hospital choice in germany from the patient's perspective: a cross-sectional study. *BMC Health Services Research*, 1(7), 720.
- Dinkes Jabar. (2022). Jumlah Rumah Sakit Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-rumah-sakit-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Eksandy, Arry dan Heriyanto, Fredy. (2017). Analisis Regresi Data Panel dan Regresi Logistik Data Panel Menggunakan Program Eviews. Modul Metode Penelitian Akuntansi dan Keuangan. Universitas Muhammadiyah Tangerang.

- El-baz, Basma El-sayed, Reham Ibrahim Elseidi, dan Aisha Moustafa El-Maniawaty. (2018). "Influence of Electronic Word of Mouth (eWOM) on Brand Credibility and Egyptian Consumers' Purchase Intentions." *International Journal of Online Marketing* 8 (4): 1–14.
- Farrahi, R., Gilasi, H., Khademi, S., & Chopannejad, S. (2018). Towards a comprehensive quality evaluation model for hospital *websites*. *Acta Informatica Medica*, 26(4), 274.
- Gao, W., & Li X., (2019). Building presence in an online shopping *website*: the role of *website* quality. *Journal Behaviour & Information Technology*. 38(1): 28-41.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th Edition). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, F. A., & Suryawati, C. (2019). Analisis Hubungan Karakteristik Pasien Peserta BPJS dengan Tingkat Kepuasan Pasien Peserta BPJS terhadap Pelayanan Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Darul Istiqomah Kendal. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 7(3), 157-162.
- Hanum, S. L., Aulia, D., & Rochadi, K. (2020). Patient Decision Making in the Choice of a Referral Hospital in Hospital of Subulussalam City in 2018. *Britain International of Exact Sciences (BioEx) Journal*, 2(1), 368-376.
- Husen, M. A. T., Andry, & Hilmy, R. (2022). Analisis Pengaruh Keputusan Berobat dalam Memediasi Kunjungan Pasien : Studi SEM Analisis. *Jurnal Health Sains*, 3(3), 445–459.
- Hwang, S., Lee, DH., & Kang, CY. (2018). Medical tourism: focusing on patients' prior, current, and post experience. *International Journal of Quality Innovation*. 4(4): 1-22.
- Isa, SM., Lim GS., & Chin, PN., (2019). Patients' intent to revisit with trust as the mediating role: lessons from Penang Malaysia. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*. 13(2): 140-159
- Iranmanesh, M., Moghavvemi, S., Zailani, S., & Hyun, S.S. (2018). The role of trust and religious commitment in Islamic medical tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(3), 245-259.
- Irmayanti, A., Hidayat, R., & Rahmawati, E. (2021). Analisis Kualitas Website Kabupaten Lamandau Menggunakan Webqual 4.0. *ikraith-informatika*, 5(1), 1-6.
- Irwanda, F., Alima, S., Majesty, Z., & Fahreza, R. (2022, September). Pengukuran Kualitas Website E-Health Surabaya Menggunakan Metode Webqual 4.0. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi* (Vol. 2, No. 1, pp. 154-163).
- Jeddi FR., Nabovati E., & Bigham R., (2020). Usability evaluation of comprehensive national health information system: A heuristic evaluation. *Informatic in Medicine Unlocked*.19(20).
- Kesuma, D. P., & Amelia, L. (2022). Penerapan Quality Function Deployment Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Web Perguruan Tinggi. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 9(2), 1666-1680.
- Kementerian Kesehatan RI. Profil Kesehatan Indonesia 2017. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI. 2018.
- Khoirina, F., Herdiyanti, A., & Susanto, T. D. (2017). Evaluasi Kebergunaan (Usability) pada Aplikasi Daftar Online Rumah Sakit Umum Daerah Gambiran Kediri. *SISFO*, 6(3), 6
- Ko HS. (2021). Effect of hospital mobile *website* quality and service scape perceived by medical tourist on hospital image and revisit intention – focusing on Chinese medical tourist. *Ilkogretim online – elementary education online*. 20(3), 915-923.
- Kotler, P. T., & Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Król, K., & Zdonek, D. (2021). The quality of infectious disease hospital *websites* in poland in light of the covid-19 pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 642.
- Kusumawati, M. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pasien dalam memilih pelayanan rawat inap kebidanan di Rumah Sakit Islam Jakarta Sukapura dan Rumah Sakit Umum Daerah Kojakarta Utara (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).