

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kompetensi terhadap Kepuasan Pasien melalui *Word of Mouth* sebagai Variabel Intervening di RS Sari Asih Serang

Atika Izna Ulfia<sup>1\*</sup>, Budiharto<sup>2</sup>, Tjokro Prasetyadi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Magister Manajemen, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kompetensi dokter gigi terhadap kepuasan pasien dengan strategi pemasaran *Word of Mouth* (WOM) sebagai variabel intervening. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kepuasan pasien melalui pelayanan yang berkualitas, kompetensi dokter gigi yang baik, serta penerapan strategi pemasaran WOM yang efektif untuk meningkatkan reputasi Rumah Sakit Sari Asih Kota Serang. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif yang dilakukan di Rumah Sakit Sari Asih Kota Serang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 150 pasien pada Poli Gigi Rumah Sakit Sari Asih. Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS versi 4, dengan pengujian yang meliputi outer model, inner model, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap strategi pemasaran WOM; (2) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien; (3) kompetensi dokter gigi berpengaruh terhadap strategi pemasaran WOM; (4) kompetensi dokter gigi berpengaruh terhadap kepuasan pasien; (5) kepuasan pasien berpengaruh terhadap strategi pemasaran WOM; (6) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien melalui WOM; dan (7) kompetensi dokter gigi berpengaruh terhadap kepuasan pasien melalui WOM.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kompetensi Dokter Gigi, Kepuasan Pasien, Strategi pemasaran *Word of Mouth*

### Abstract

*This study aims to analyze the influence of service quality and dentists' competence on patient satisfaction, with the Word of Mouth (WOM) marketing strategy as an intervening variable. This research is expected to provide benefits in improving patient satisfaction through high-quality services, competent dentists, and the implementation of an effective WOM marketing strategy to enhance the reputation of Sari Asih Hospital, Serang City. This study is an explanatory research using a quantitative approach conducted at Sari Asih Hospital, Serang City. The sampling technique used was purposive random sampling, with a total sample of 150 patients from the Dental Clinic of Sari Asih Hospital. Data analysis was carried out using SmartPLS version 4, including tests of the outer model, inner model, and hypothesis testing. The results show that: (1) service quality has a significant effect on the WOM marketing strategy; (2) service quality affects patient satisfaction; (3) dentists' competence affects the WOM marketing strategy; (4) dentists' competence affects patient satisfaction; (5) patient satisfaction influences the WOM marketing strategy; (6) service quality affects patient satisfaction through WOM; and (7) dentists' competence affects patient satisfaction through WOM.*

**Keywords:** Service quality, Dentist Competence, Patient Satisfaction, Word of Mouth Marketing Strategy

Korespondensi:

Atika Izna Ulfia

([atikaizna10@gmail.com](mailto:atikaizna10@gmail.com))

Submit: 28 Januari 2026

Revisi: 11 Maret 2026

Diterima: 16 Maret 2026

Terbit: 31 Maret 2026



## 1. Pendahuluan

Industri pelayanan kesehatan di Indonesia telah memasuki era persaingan yang semakin ketat, di mana rumah sakit tidak lagi dipersepsikan semata-mata sebagai institusi sosial, melainkan sebagai penyedia layanan yang padat modal, berbasis teknologi, dan keahlian profesional. Dalam pelayanan kesehatan gigi dan mulut, pengambilan keputusan pasien tidak lagi hanya didasarkan pada kebutuhan klinis, tetapi juga mencakup kenyamanan layanan, daya tanggap, serta kredibilitas penyedia layanan. Sebagai pusat pemerintahan Provinsi Banten, Kota Serang merepresentasikan pasar layanan kesehatan yang sangat kompetitif, yang ditandai dengan pesatnya pertumbuhan klinik gigi spesialis dan rumah sakit swasta dengan fasilitas modern.

Kualitas pelayanan merupakan determinan penting dalam keberlanjutan rumah sakit dan kepuasan pasien. Dalam layanan kesehatan, kualitas bersifat multidimensional, mencakup tidak hanya hasil perawatan, tetapi juga proses penyampaian layanan. Dimensi SERVQUAL, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles), masih banyak digunakan sebagai tolok ukur dalam mengevaluasi kualitas layanan kesehatan. Oleh karena itu, rumah sakit dituntut untuk secara konsisten memenuhi ekspektasi pasien yang terus meningkat, khususnya di wilayah perkotaan.

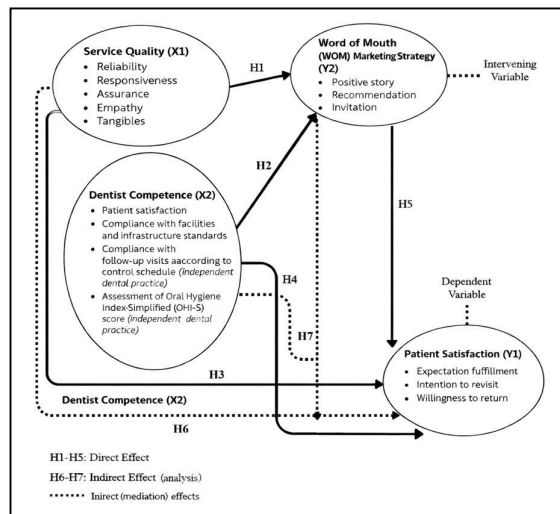
Selain kualitas pelayanan, kompetensi dokter gigi memegang peranan penting dalam membentuk kepuasan pasien. Kompetensi dokter gigi mencakup keahlian klinis, ketepatan diagnosis, etika profesional, serta komunikasi terapeutik yang efektif, yang secara keseluruhan berkontribusi terhadap terbentuknya kepercayaan pasien dan berkurangnya kecemasan selama perawatan. Pasien yang memersepsikan dokter gigi sebagai kompeten cenderung merasa lebih aman dan puas terhadap pelayanan yang diterima.

Namun demikian, kualitas pelayanan dan kompetensi profesional yang tinggi belum tentu memberikan dampak optimal apabila tidak dikomunikasikan secara efektif kepada masyarakat. Word of Mouth (WOM) memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam layanan kesehatan, mengingat adanya keterbatasan etis dalam periklanan konvensional serta tingginya tingkat kepercayaan terhadap rekomendasi interpersonal. WOM positif yang dihasilkan oleh pasien yang puas dapat memperkuat reputasi rumah sakit, meningkatkan loyalitas pasien, serta menarik pasien baru.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kompetensi dokter gigi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, dengan WOM berperan sebagai variabel mediasi yang penting. Namun demikian, bukti empiris dalam konteks rumah sakit daerah di Indonesia masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kompetensi dokter gigi terhadap kepuasan pasien melalui Word of Mouth (WOM) sebagai variabel intervening di Rumah Sakit Sari Asih Kota Serang, sehingga dapat memberikan kontribusi kontekstual dan empiris bagi pengembangan literatur pemasaran layanan kesehatan gigi.

## 2. Metode

Kerangka konseptual merupakan suatu formulasi atau penyederhanaan dari landasan teori yang mendukung penelitian, yang terdiri atas variabel-variabel utama serta hubungan antarvariabel tersebut. Oleh karena itu, kerangka konseptual dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.



**Gambar 1.** Kerangka Penelitian  
Sumber Data: Data diolah oleh Penulis 2025

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah disajikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi pemasaran *Word of Mouth* (WOM).

H2: Kompetensi dokter gigi berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi pemasaran *Word of Mouth* (WOM).

H3: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

H4: Kompetensi dokter gigi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

H5: Variabel intervening *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pasien.

H6: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kepuasan pasien melalui strategi pemasaran *Word of Mouth* (WOM).

H7: Kompetensi dokter gigi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien melalui strategi *Word of Mouth* (WOM).

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner tertutup yang diisi sendiri oleh responden (*self-administered questionnaire*) menggunakan Google Forms. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur kepuasan pasien dan mengharuskan responden mengisi setiap pertanyaan secara mandiri, sehingga membatasi kesempatan responden untuk mengungkapkan pendapat, harapan, atau pengalaman mereka secara verbal (Ramadhani, 2008). Kuesioner disebarkan kepada pasien Rumah Sakit Sari Asih Kota Serang.

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan serta penelaahan dokumen dan arsip, yang meliputi profil institusi, catatan, dan dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Secara khusus, data sekunder mencakup profil Rumah Sakit Sari Asih Kota Serang serta dokumen relevan lainnya yang mendukung analisis kualitas pelayanan, kompetensi dokter gigi, *Word of Mouth* (WOM), dan kepuasan pasien.

Menurut Sugiyono (2019:193), teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data dalam suatu penelitian. Penggunaan data primer dan data sekunder dalam penelitian ini bertujuan untuk menjamin relevansi, kelengkapan, dan validitas data dalam menjawab permasalahan penelitian.

**Tabel 1.** Skoring Jawaban Kuesioner

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Data Penulis 2025

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk mengolah, menganalisis, dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan guna menghasilkan informasi yang bermakna dan sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil interpretasi diharapkan dapat mempermudah pemahaman bagi peneliti dan pemangku kepentingan serta mendukung pengambilan keputusan yang tepat.

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik variabel penelitian, yaitu kualitas pelayanan, kompetensi dokter gigi, kepuasan pasien, dan *Word of Mouth* (WOM). Analisis ini meliputi nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi (Ghozali & Latan, 2020).

Analisis data juga dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4 dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM). Metode SEM dipilih karena dianggap lebih sesuai dan robust dibandingkan teknik SEM lainnya dalam menganalisis hubungan yang kompleks antar variabel laten.

Uji Validitas dilakukan untuk menilai apakah item-item kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila item-item pertanyaannya mampu merepresentasikan konstruk yang diukur. Evaluasi validitas meliputi:

- Validitas konvergen

- *Average Variance Extracted (AVE)*
- Validitas diskriminan

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dan keandalan instrumen pengukuran. Reliabilitas diukur menggunakan *Composite Reliability*, dengan nilai ambang batas lebih besar dari 0,70 yang menunjukkan bahwa konstruk bersifat reliabel (Ghozali, 2021).

Kelayakan model dievaluasi menggunakan beberapa indeks berikut:

- Standardized Root Mean Square Residual (SRMR):  $SRMR \leq 0,08$  menunjukkan model yang baik;  $SRMR < 0,05$  menunjukkan model yang sangat baik.
- Normed Fit Index (NFI):  $NFI \geq 0,90$  menunjukkan model yang baik; nilai antara 0,70–0,90 menunjukkan kecocokan marginal.
- RMS Theta:  $RMS\ Theta > 0,12$  menunjukkan model yang baik, sedangkan nilai yang lebih rendah menunjukkan kecocokan marginal.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai kemampuan prediktif model terhadap variabel endogen. Nilai  $R^2$  diklasifikasikan sebagai berikut:

- 0,75 menunjukkan model kuat
- 0,50 menunjukkan model moderat
- 0,25 menunjukkan model lemah (Ghozali & Latan, 2020)

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan *full Structural Equation Modeling (SEM)* pada SmartPLS. Analisis ini bertujuan untuk mengonfirmasi hubungan teoretis dan menguji hubungan kausal antarvariabel laten. Hipotesis dievaluasi berdasarkan nilai koefisien jalur (*path coefficient*) dan nilai statistik t. Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila:

- nilai t-statistic  $> 1,96$  pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ), dan
- nilai p-value  $< 0,05$  yang menunjukkan pengaruh signifikan.

#### Inner Model:

$$\eta_1 = \gamma_1\xi_1 + \gamma_2\xi_2 + \gamma_3\xi_3 + \gamma_4\xi_4 + \zeta_1$$

$$\eta_2 = \gamma_1\xi_1 + \gamma_2\xi_2 + \gamma_3\xi_3 + \gamma_4\xi_1\xi_3 + \gamma_5\xi_2\xi_3 + \gamma_6\xi_3\xi_3 + \zeta_1$$

Keterangan:

$\xi$  (Ksi) : Variabel laten eksogen

$\eta$  (Eta) : Variabel laten endogen

$\lambda_x, \lambda_y$  : *Factor loading*

$\gamma$  (Gamma) : Koefisien jalur

$\zeta$  (Zeta) : Kesalahan struktural

$\delta, \epsilon$  : Kesalahan pengukuran

### 3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini mengkaji empat variabel. Data deskriptif diklasifikasikan ke dalam lima kriteria berdasarkan nilai rata-rata (mean), yaitu:

- 1,00–1,80 = Sangat Tidak Setuju;
- 1,81–2,60 = Tidak Setuju;
- 2,61–3,40 = Netral;
- 3,41–4,20 = Setuju; dan
- 4,21–5,00 = Sangat Setuju.

**Tabel 2.** Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Kode Indikator	Pernyataan (Ringkasan)	Mean	Kriteria
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	Petugas klinik gigi memberikan pelayanan dengan cepat	3,97	Setuju
	X1.2	Petugas merespons pasien dengan sigap	3,96	Setuju
	X1.3	Petugas memberikan rasa aman	3,93	Setuju
	X1.4	Petugas memahami kebutuhan pasien	3,92	Setuju
	X1.5	Penampilan petugas rapi dan profesional	4,01	Setuju
<b>Rata-rata X1</b>			<b>3,96</b>	<b>Setuju</b>
Kompetensi Dokter Gigi (X2)	X2.1	Kepuasan terhadap pelayanan dokter gigi	4,05	Setuju
	X2.2	Tersedianya fasilitas kebersihan tangan	4,07	Setuju
	X2.3	Pasien hipertensi ditindaklanjuti sesuai jadwal	4,11	Setuju
	X2.4	Terjadi peningkatan skor OHI-S pasien	4,09	Setuju
<b>Rata-rata X2</b>			<b>4,08</b>	<b>Setuju</b>
Kepuasan Pasien (Y1)	Y1.1	Pelayanan gigi sesuai dengan harapan	4,72	Sangat Setuju
	Y1.2	Kesediaan untuk kembali berobat	4,71	Sangat Setuju
	Y1.3	Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain	4,71	Sangat Setuju
<b>Rata-rata Y1</b>			<b>4,71</b>	<b>Sangat Setuju</b>
Word of Mouth (WOM) (Y2)	Y2.1	Ulasan membantu memastikan pilihan layanan yang tepat	4,01	Setuju
	Y2.2	Kesediaan berbagi informasi kepada orang lain	4,01	Setuju
	Y2.3	Berbagi pengalaman layanan secara sosial	4,01	Setuju
<b>Rata-rata Y2</b>			<b>4,01</b>	<b>Setuju</b>

Sumber: Data dikumpulkan dan diolah oleh Penulis 2025

Model pengukuran dievaluasi melalui uji validitas konvergen, reliabilitas konsistensi internal, dan validitas diskriminan. Validitas konvergen dievaluasi menggunakan nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Indikator dinyatakan valid apabila nilai *outer loading* lebih besar dari 0,70, dan konstruk dinyatakan memadai apabila nilai AVE melebihi 0,50, yang menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya.

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Outer Loadings	AVE
Kualitas Pelayanan	0,826	0,743
	0,891	
	0,856	
	0,878	
	0,857	
Kompetensi Dokter Gigi	0,905	0,785
	0,857	
	0,885	
<b>0,896</b>		

Sumber: Data dikumpulkan dan diolah oleh Penulis 2025

Reliabilitas konsistensi internal diuji menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability*. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,70.

**Tabel 4.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan	0,913	0,935
Kompetensi Dokter Gigi	0,909	0,936
Word of Mouth	0,985	0,990
Kepuasan Pasien	0,991	0,994

Sumber: Data diolah oleh Penulis 2025

Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria Fornell–Larcker dan *Heterotrait–Monotrait Ratio* (HTMT). Validitas diskriminan terpenuhi apabila nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain serta nilai HTMT berada di bawah 1,00.

**Tabel 5.** Matriks Fornell–Larcker

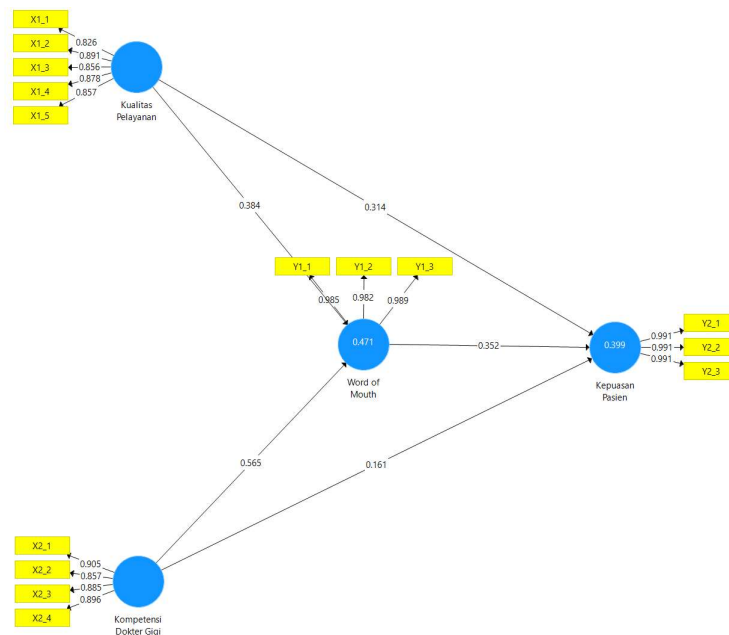
Variabel	Kepuasan Pasien	Kompetensi Dokter Gigi	Kualitas Pelayanan	Word of Mouth
Kepuasan Pasien	0,991			
Kompetensi Dokter Gigi	0,364	0,886		
Kualitas Pelayanan	0,452	0,009	0,862	
Word of Mouth	0,565	0,569	0,389	0,985

Sumber: Data diolah oleh Penulis 2025

**Tabel 6.** Hasil Uji HTMT

Variabel	HTMT < 1
Kualitas Pelayanan	Ya
Kompetensi Dokter Gigi	Ya
Word of Mouth	Ya
Kepuasan Pasien	Ya

Sumber: Data diolah oleh Penulis 2025



**Gambar 2.** Evaluasi Modul menggunakan SmartPLS

Sumber: Data diproses penulis 2025

Hasil pengujian model *PLS Algorithm* pada run 1 menunjukkan bahwa nilai *outer loading* seluruh indikator variabel lebih besar dari 0,70 dan nilai *Heterotrait–Monotrait Ratio* (HTMT) berada di bawah 1. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel penelitian dinyatakan valid, sehingga tidak terdapat indikator yang perlu dieliminasi. Selanjutnya, kesesuaian model (*model fit*) dievaluasi menggunakan indikator SRMR, *Normed Fit Index* (NFI), dan RMS Theta.

**Tabel 7.** Hasil SRMR

Model	Nilai	Interpretasi
Saturated Model	0,046	Perfect Fit
Estimated Model	0,046	Perfect Fit

Sumber Data: Data diolah oleh Penulis 2025

**Tabel 8.** Hasil NFI

Model	Nilai	Interpretasi
Saturated Model	0,926	Good Fit
Estimated Model	0,926	Good Fit

Sumber Data: Data diolah oleh Penulis 2025

**Tabel 9.** Hasil RMS Theta

RMS Theta	Interpretasi
0,188	Good Fit

Sumber Data: Data diolah oleh Penulis 2025

Secara keseluruhan, hasil pengujian *goodness-of-fit* menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kesesuaian yang baik dengan data penelitian. Selanjutnya, Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen.

**Tabel 10.** Hasil  $R^2$ 

Variabel	$R^2$	Adjusted $R^2$
Word of Mouth	0,471	0,463
Kepuasan Pasien	0,399	0,387

Sumber Data: Data diolah oleh Penulis 2025

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel endogen memiliki tingkat daya jelaskan (*explanatory power*) yang berada pada kategori moderat. Ukuran efek ( $f^2$ ) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.

**Tabel 11.** Hasil  $F^2$ 

Hubungan	$F^2$	Ukuran Efek
Kualitas Pelayanan → WOM	0,278	Moderat–Kuat
Kompetensi Dokter Gigi → WOM	0,603	Kuat
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pasien	0,128	Lemah
Kompetensi Dokter Gigi → Kepuasan Pasien	0,027	Lemah
WOM → Kepuasan Pasien	0,109	Lemah

Sumber Data: Data diolah oleh Penulis 2025

Relevansi prediktif ( $Q^2$ ) dievaluasi menggunakan metode *cross-validated redundancy* dan *cross-validated communality*. Seluruh nilai  $Q^2$  lebih besar dari nol, yang menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang memadai.

**Tabel 12.** Hasil  $Q^2$ 

Variabel	CV Communality	CV Redundancy
Kualitas Pelayanan	0,605	–
Kompetensi Dokter Gigi	0,620	–
Word of Mouth	0,868	0,450
Kepuasan Pasien	0,889	0,381

Sumber Data: Data diolah oleh Penulis 2025

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ( $p < 0,05$ ).

**Tabel 13.** Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Jalur	O	T-Statistics	P-Value	Hasil
H1	Kualitas Pelayanan → WOM	0,384	6,227	0,000	Diterima
H2	Kompetensi Dokter Gigi → WOM	0,565	10,400	0,000	Diterima
H3	Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pasien	0,314	4,080	0,000	Diterima
H4	Kompetensi Dokter Gigi → Kepuasan Pasien	0,161	1,943	0,026	Diterima
H5	WOM → Kepuasan Pasien	0,352	4,165	0,000	Diterima
H6	Kualitas Pelayanan → WOM → Kepuasan Pasien	0,135	3,752	0,000	Diterima
H7	Kompetensi Dokter Gigi → WOM → Kepuasan Pasien	0,199	3,501	0,000	Diterima

Sumber Data: Data diolah oleh Penulis 2025

Seluruh tujuh hipotesis menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan secara statistik, yang menegaskan peran langsung serta peran mediasi *Word of Mouth* (WOM) dalam hubungan antara kualitas pelayanan, kompetensi dokter gigi, dan kepuasan pasien.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pemasaran *Word of Mouth* (WOM). Temuan ini sejalan dengan penelitian Yahya (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam mendorong WOM positif serta memperkuat efektivitas pemasaran melalui rekomendasi pelanggan. Di Rumah Sakit Sari Asih Kota Serang, kualitas pelayanan yang direpresentasikan oleh dimensi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) terbukti secara signifikan membentuk kesediaan pasien untuk secara sukarela membagikan pengalaman layanan mereka. Ketika layanan yang dijanjikan diberikan secara akurat dan konsisten, pasien cenderung menyampaikan pengalaman positif kepada lingkungan sosialnya. Daya tanggap petugas rumah sakit meningkatkan persepsi pasien bahwa mereka dihargai, sehingga mendorong munculnya rekomendasi. Jaminan yang tercermin dari kompetensi profesional dan keamanan pasien memperkuat kepercayaan serta memotivasi pasien untuk mengajak keluarga atau kerabat menggunakan layanan yang sama. Selain itu, interaksi yang empatik serta fasilitas fisik yang terawat menciptakan pengalaman yang berkesan dan mudah dibagikan. Secara keseluruhan, dimensi kualitas pelayanan menjadi pendorong utama terciptanya pemasaran WOM yang efektif dan berkelanjutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi dokter gigi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemasaran WOM. Temuan ini mendukung penelitian Rahmalia (2015) yang menyatakan bahwa kompetensi profesional dapat meningkatkan reputasi layanan kesehatan dan mendorong rekomendasi dari pasien. Kompetensi dokter gigi di Rumah Sakit Sari Asih tercermin dari tingkat kepuasan pasien, kepatuhan terhadap standar kebersihan, kedisiplinan dalam tindak lanjut perawatan pasien hipertensi, serta keberhasilan hasil klinis seperti penurunan skor *Oral Hygiene Index Simplified* (OHI-S). Pasien yang merasakan pelayanan gigi yang profesional dan efektif cenderung membagikan pengalaman positif terkait perawatan yang diterimanya. Kepatuhan terhadap standar klinis dan kebersihan memperkuat kepercayaan pasien dan meningkatkan kemungkinan terjadinya rekomendasi. Tindak lanjut yang konsisten serta keberhasilan perawatan yang nyata semakin memperkuat keyakinan pasien, sehingga mendorong mereka untuk mengajak orang lain berobat di fasilitas yang sama. Dengan demikian, kompetensi dokter gigi tidak hanya meningkatkan hasil klinis, tetapi juga menjadi katalisator kuat bagi pemasaran WOM.

Hasil penelitian menegaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, sejalan dengan penelitian Arlan dan Aida (2023), Aryani et al. (2023), serta Ichsan dan Karim (2021). Di Rumah Sakit Sari Asih, keandalan pelayanan membangun kepercayaan pasien melalui pemberian layanan yang tepat dan tepat waktu. Daya tanggap memastikan pasien merasa diprioritaskan, sementara jaminan yang berasal dari tenaga medis profesional meningkatkan rasa aman pasien. Empati menumbuhkan hubungan emosional antara pasien dan penyedia layanan kesehatan, sedangkan aspek bukti fisik seperti kebersihan dan kenyamanan fasilitas memperkuat persepsi positif. Apabila seluruh dimensi ini diberikan secara konsisten, pasien akan merasakan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dan cenderung menunjukkan loyalitas terhadap rumah sakit.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kompetensi dokter gigi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, selaras dengan penelitian Sudarwanto dan Rahman (2021) serta Sahputra dan Abizar (2022). Kompetensi dokter gigi mencakup pengetahuan klinis, keterampilan teknis, serta kemampuan berkomunikasi secara efektif dengan pasien. Diagnosis yang akurat, prosedur perawatan yang profesional, dan penjelasan yang jelas berkontribusi pada kenyamanan dan kepercayaan pasien. Kepatuhan terhadap standar operasional, praktik kebersihan, dan ketepatan waktu semakin memperkuat kepuasan pasien. Pasien yang merasa dihargai dan dilayani dengan baik cenderung memberikan penilaian positif terhadap layanan kesehatan, yang menegaskan pentingnya pengembangan kompetensi berkelanjutan bagi tenaga medis gigi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pemasaran WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, sejalan dengan penelitian Damayanti dan Wasino (2023), Lay dan Marvianta (2022), serta Fajarudin et al. (2023). WOM melalui cerita positif, rekomendasi, dan ajakan membentuk ekspektasi pasien sebelum menggunakan layanan. Informasi yang diperoleh dari individu terpercaya membangun keyakinan dan persepsi positif terhadap rumah sakit. Ketika pengalaman layanan yang diterima sesuai atau melebihi ekspektasi tersebut, tingkat kepuasan pasien akan meningkat secara signifikan. Oleh karena itu, WOM tidak hanya berfungsi menarik pasien baru, tetapi juga memperkuat kepuasan dengan menyelaraskan ekspektasi dan kinerja layanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien melalui pemasaran WOM, yang menegaskan peran mediasi WOM. Kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan pengalaman positif bagi pasien yang kemudian memicu WOM, yang selanjutnya memperkuat kepuasan baik pada pasien lama maupun pasien baru. WOM berperan sebagai jembatan komunikasi yang memperluas dampak kualitas pelayanan terhadap persepsi dan kepuasan pasien di masyarakat.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa kompetensi dokter gigi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien melalui pemasaran WOM, sejalan dengan Jung (2020) yang menekankan pentingnya hubungan antara pasien dan penyedia layanan dalam menghasilkan WOM positif. Pelayanan gigi yang kompeten meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pasien, sehingga mendorong pasien untuk membagikan pengalaman positif kepada orang lain. Pasien baru yang dipengaruhi oleh WOM umumnya datang dengan ekspektasi yang positif, dan ketika ekspektasi tersebut terpenuhi, tingkat kepuasan pun meningkat.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan di Rumah Sakit Sari Asih Kota Serang memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap pemasaran *Word of Mouth* (WOM). Ketika pasien menerima pelayanan yang profesional, responsif, dan penuh perhatian, mereka cenderung membagikan pengalaman positif, termasuk merekomendasikan rumah sakit kepada keluarga dan teman.
2. Kompetensi dokter gigi di Rumah Sakit Sari Asih Kota Serang berpengaruh positif terhadap pemasaran WOM. Melalui tingkat kepuasan pasien yang tinggi, kepatuhan terhadap standar kebersihan, disiplin profesional, serta keberhasilan hasil perawatan, dokter gigi mampu menciptakan pengalaman layanan yang positif sehingga mendorong pasien untuk secara sukarela merekomendasikan rumah sakit, yang pada akhirnya memperkuat pemasaran WOM.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Pelayanan yang andal, responsif, dan dapat dipercaya, didukung oleh sikap empatik serta fasilitas yang memadai, mampu meningkatkan kepuasan pasien dan membantu membangun hubungan jangka panjang antara pasien dan rumah sakit.
4. Kompetensi dokter gigi berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Keahlian klinis, kepatuhan terhadap standar kebersihan, disiplin profesional, serta keberhasilan hasil perawatan menumbuhkan kepercayaan dan kenyamanan pasien. Faktor-faktor tersebut membuat pasien memersepsikan layanan sebagai profesional dan aman, sehingga meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.
5. Pemasaran *Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Pasien yang memperoleh cerita dan rekomendasi positif dari orang lain cenderung membentuk ekspektasi yang baik. Ketika layanan yang diterima sesuai atau melampaui ekspektasi tersebut, tingkat kepuasan pasien akan meningkat. Dengan demikian, WOM efektif dalam membentuk persepsi positif dan meningkatkan kepuasan pasien.
6. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien melalui pemasaran WOM. WOM berperan sebagai mekanisme yang efektif dalam menyebarluaskan pengalaman positif pasien kepada masyarakat luas, sehingga memperkuat dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien secara keseluruhan.
7. Kompetensi dokter gigi berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien melalui pemasaran WOM. Kompetensi klinis, kepatuhan terhadap kebersihan, serta keberhasilan hasil perawatan mendorong kepuasan pasien, yang selanjutnya memotivasi pasien untuk membagikan pengalaman dan rekomendasi positif. Proses ini memperkuat reputasi dokter gigi dan rumah sakit melalui pemasaran WOM.

#### Daftar Pustaka

- Agnes, E. (2022). Hubungan kualitas layanan dan citra rumah sakit terhadap kesediaan rekomendasi pada pelanggan instalasi rawat jalan rumah sakit swasta di Jakarta. *Jurnal Medika Hutama*, 3(2), 2276–2283.
- Agvanesia, R., Agus, Z., & Rahmi, E. (2014). Hubungan komunikasi interpersonal dokter gigi muda dengan mutu pelayanan ditinjau dari kepuasan pasien di Klinik Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Andalas. *Andalas Dental Journal*, 2(2), 70–76.
- Angraini, D., & Zulfa, Z. (2021). Analisis pengaruh brand image terhadap minat ulang pasien rawat inap dengan word of mouth (WOM) sebagai variabel intervening (Studi kasus rumah sakit swasta di Kota Padang). *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 10(4), 277–286.
- Arlan, A. S., & Aida, N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat di Puskesmas Pagat Kecamatan Batu Benawa Kabupaten Hulu Sungai Tengah. *Administratus: Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen*, 7(2), 38–53.
- Aryani, D. N., Hartutik, Yusda, D. D., Diwyarthi, N. D. M. S., & Setianti, Y. (2023). Pengaruh promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(6), 2438–2443. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1664>
- Astianita, A. D., & Lusia, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, citra merek, word of mouth, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3, 6609–6618.

- Chabibah, A. N. (2018). Kualitas fungsional dan kepuasan pasien terhadap perawat dan dokter gigi di rumah sakit. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 6(2), 143–148.
- Damayanti, E. D., & Wasino, W. (2023). Pengaruh electronic word of mouth, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna virtual office di Tripleso Jakarta Pusat. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(6), 708–721. <https://doi.org/10.56799/iceki.v2i6.1861>
- Djen, H. S., Sumaryo, P., & Sabban, Y. A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan word of mouth (WOM) terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan sebagai variabel intervening pada PT Nusantara Sejahtera Logistik. *Journal of Applied Management and Business Research (JAMBiR)*, 4(3).
- Fatkhunnajah, E., Jamil, A., Muhammadiyah, N., & Permadi, N. (2024). Peran kepuasan pasien berbasis kualitas layanan kesehatan terhadap word of mouth positif pada rumah sakit ramah Islam. *Jurnal Ilmiah METADATA*, 6(3), 311–328.
- Fajarudin, R. D., Wihara, D. S., & Djoko, E. (2023). Analisis kualitas pelayanan, kualitas produk, dan word of mouth terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*, 2(1), 149–160.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Konsep, teknik, aplikasi menggunakan SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, G. (2023). Pengaruh word of mouth dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan harga sebagai variabel intervening. *Ekomen*, 23(1), 70–81.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Ichsan, R. N., & Karim, A. (2021). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54–57. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2022). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2022 tentang indikator nasional mutu pelayanan kesehatan tempat praktik mandiri dokter dan dokter gigi, klinik, dan pusat kesehatan*.
- Kusmulyandi, Y., Zubaedah, C., & Usri, K. (2018). Efektivitas pemasaran dari mulut ke mulut pengguna Paviliun Padjadjaran Rumah Sakit Gigi dan Mulut Universitas Padjadjaran. *Padjadjaran Journal of Dental Researchers and Students*, 2(1), 59–64.
- Lay, A. G. M., & Marvianta, Y. A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, electronic word of mouth (E-WOM), dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan aplikasi marketplace. *Jurnal Bangun Manajemen*, 1(2), 90–99. <https://doi.org/10.56854/jbm.v1i2.99>
- Purnawan, I. K. A. W., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh word of mouth dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa Gojek di Kota Denpasar. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 217–225.
- Putri, V. M., & Sijabat, R. (2021). Pengaruh firm-generated content, electronic word of mouth, celebrity endorsement, harga, dan fasilitas terhadap keputusan memilih klinik gigi. *Jurnal InterAct*, 10(1), 57–71.
- Rajeba, H. N., & Pitasari, D. N. (2024). Strategi pemasaran word of mouth Rumah Sakit Ibu dan Anak Mutiara Bunda Kota Cilegon dalam membangun brand awareness. *COMPEDIART*, 1(2), 79–86.
- Rahman, A. S., & Desembrianita, E. (2023). Pengaruh service quality dan hospital image terhadap revisit intention melalui word of mouth pada layanan rawat inap di Rumah Sakit Umum Daerah Ibnu Sina Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Sosial*, 3(1), 199–222.
- Sahputra, M. A., & Abizar, H. (2022). Pengaruh kompetensi karyawan terhadap kepuasan pelanggan bengkel manufaktur di Kota Serang. *STEAM Engineering: Journal of Science, Technology, Education and Mechanical Engineering*, 3(2), 120–126. <https://doi.org/10.37304/jptm.v3i2.4154>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sudarwanto, S., & Rahman, Y. (2021). Pengaruh kompetensi instruktur, motivasi, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus studio yoga di Jakarta). *Jurnal Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(1), 20–27. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v3i1.1840>
- Wuda, R. L., & Suprpti, N. W. S. (2017). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan word of mouth pada Hospital Nacional Guido Valadares Dili Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(11).