

ABSTRAK

Banyaknya jumlah rumah sakit yang tersedia di Surabaya menyebabkan adanya persaingan yang sangat ketat dalam bidang kesehatan. Dalam bidang jasa meningkatkan kualitas pelayanan dianggap dapat meningkatkan kepuasan pasien. Untuk mengukur kualitas pelayanan menggunakan dimensi SERVQUAL (*service quality*) yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Kepuasan pasien dapat menyebabkan terjadinya *word of mouth* dan niat berkunjung kembali untuk menggunakan jasa rumah sakit. *Word of mouth* dianggap cukup efektif dalam mempengaruhi calon pasien untuk melakukan penggunaan jasa rumah sakit.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 200 pasien rawat jalan RS. Husada Utama Surabaya dan dianalisis dengan SEM (*structural equation modelling*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tangible*, *assurance* dan *empathy* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pasien, sedangkan *reliability* dan *responsiveness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Sementara hasil lain juga disimpulkan bahwa kepuasan pasien memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *word of mouth* dan niat berkunjung kembali. *Word of mouth* juga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

Kata Kunci: Dimensi SERVQUAL, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Word of Mouth*, Kepuasan Pasien, Niat Berkunjung Kembali.

ABSTRACT

A large number of hospitals available in Surabaya led to fierce competition in the health sector. In the service sector to improve the quality of service is considered to improve patient satisfaction. To measure the quality of service using the dimensions of SERVQUAL (service quality), which consists of tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy. Patient satisfaction can lead to word of mouth and repurchase intention to use the services of the hospital. Word of mouth is considered quite effective in influencing prospective patients to use of hospital services.

This study uses a quantitative approach with a sample of 200 outpatients RS. Husada Utama Surabaya and analyzed by SEM (structural equation modelling). The results showed that tangible, assurance and empathy have a significant positive effect on patient satisfaction, while reliability and responsiveness did not have a significant impact on patient satisfaction. While other results also concluded that patient satisfaction has a significant positive effect on word of mouth and repurchase intention. Word of mouth also has a significant positive effect on the repurchase intention.

Key Words: SERVQUAL Dimensions, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Word of Mouth, Patient Satisfaction, Repurchase Intention.