

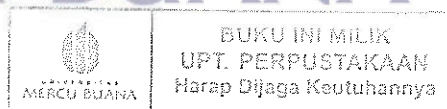
ABSTRAK

Perkembangan rumah sakit di Indonesia terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu, banyaknya rumah sakit swasta akan meningkatkan persaingan, untuk meningkatkan daya saingan dalam industrinya diperlukan kualitas jasa yang mengarah pada tercapainya kepuasan dan loyalitas konsumen yang mengarah ke terciptanya suatu rekomendasi dari konsumen pemakai jasa kepada orang lain. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa yang dibentuk oleh dimensi-dimensi kualitas jasa tersebut terhadap kepuasan konsumen/pasien, dan rekomendasi verbal. Tujuan lainnya adalah untuk mengetahui pengaruh dari kepuasan terhadap rekomendasi verbal pada rumah sakit.

Subjek penelitian adalah pasien RS Panti Rapih Yogyakarta dengan sampel sebanyak 199 responden. Penentuan sampel menggunakan metode non - probability sampling, yaitu purposive sampling. Data dianalisis dengan menggunakan teknik SEM (Structural Equation Modelling) PLS. Uji validitas terhadap variable menggunakan faktor konfirmatori, sedangkan uji reliabilitas menggunakan construct reliability. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis konfirmatori full model struktural dilakukan terhadap lima dimensi kualitas jasa yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan rekomendasi verbal. Terdapat juga pengaruh kepuasan konsumen secara positif dan signifikan terhadap rekomendasi verbal. Implikasi terhadap strategi pemasaran RS Panti Rapih Yogyakarta adalah terus mengupayakan dan mengerahkan secara konsisten kualitas jasa yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang dikerjakan pesaing. Hal ini dapat dilakukan dengan melampaui harapan para konsumen/pasien melalui terciptanya kepuasan konsumen. Pada saat kepuasan mengalami penurunan, maka rekomendasi verbal pun mengalami hal yang sama. Untuk itu, kualitas jasa menjadi penentu tetap terjaganya rekomendasi verbal dari satu orang ke orang lain perlu diterapkan sebaik mungkin dengan strategi yang tepat.

Kata kunci : Rumah Sakit, Kualitas jasa, Kepuasan konsumen, Rekomendasi verbal.

MERCU BUANA



ABSTRACT

The development of hospitals in Indonesia had been increasing over time, the number of private hospitals will increase the competition, to increase competition within the industry, every hospital need quality services that lead to the achievement of customer satisfaction and loyalty which leads to the creation of a recommendation from the end-user service to others. This research was conducted to determine the effect of service quality established by the dimensions of service quality to satisfaction of the consumer / patient, and word of mouth. Another aim is to find out the effect of customer satisfaction with the word of mouth at the hospital. Subjects were consumer / patient RS Panti Rapih Yogyakarta, with a sample of 199 peoples. Sampling determination is using probability sampling methods, namely simple random sampling. Data were analyzed by using SEM (Structural Equation Modelling) PLS. Validity test of the variables using confirmatory factor while the reliability test using the construct reliability. Based on the results of research using confirmatory analysis, that performed with full structural model of five dimensions of service quality which is physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy influence on consumer satisfaction and word of mouth recommendations. There is also positive and significantly influence of customer satisfaction and influence on word of mouth recommendations. Implications for marketing strategy RS Panti Rapih Yogyakarta is to continue to strive and exert consistently higher quality service than the competitors do. This can be done to exceed the expectations of the consumer / patient through the creation of customer satisfaction. At the time of satisfaction has decreased, then the recommendation by word of mouth also experienced the same thing. For that, the quality of services become determinants remain subdued recommendation by word of mouth from one person to another needs to be applied as possible with the right strategy.

Key words : Hospital, Service Quality, Customer Satisfaction, Word of Mouth

MERCU BUANA

