

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari pada periode Januari hingga April 2026. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 162 responden secara daring melalui (*google form*) dan secara luring (*hard copy*). Dari total kuesioner yang disebar sebanyak 155 kuesioner yang berhasil dikumpulkan untuk diolah lebih lanjut. Penyebaran kuesioner yang dilaksanakan secara online melalui platform media sosial, seperti WhatsApp dan secara luring (*hard copy*) bertemu langsung dengan konsumen. Untuk pengumpulan kuesioner peneliti membutuhkan waktu 1 bulan, karena jumlah sampel yang banyak. Kemudian hasil responden dianalisis dan disesuaikan kriteria seperti usia, pendidikan, dan frekuensi menjalani rawat inap. Karena menggunakan purposive sampling, akhirnya setelah disesuaikan kriteria tersebut maka menjadi 155 responden untuk dijadikan sampel penelitian yang kemudian dapat diuji dan dianalisis.

Tabel 4.1
Hasil Pengumpulan Data Primer

Keterangan	Jumlah	Presentasi
Kuesioner yang disebar	162	100%
Jumlah kuesioner yang tidak kembali	5	3,09 %
Jumlah kuesioner yang kembali	157	96,91%
Sesuai kriteria	155	95,68%
Tidak sesuai kriteria	2	1,23%

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Kuesioner yang disebar oleh peneliti berjumlah sebanyak 162, kuesioner yang sesuai kriteria adalah 155 dan tidak sesuai kriteria 2 dengan tingkat pengembalian 157, serta jumlah kuesioner yang tidak kembali adalah 5.

Tabel 4.2
Demografi Responden

Keterangan	Total	Presentase
Jumlah Sampel	155	100%
Jenis Kelamin:		
Laki-laki	50	32,26%
Perempuan	105	67,74%
Usia:		
14-23	23	14,84%
24-33	27	17,42%
34-43	23	14,84%
44-53	29	18,71%
54-63	33	21,29%
64-73	20	12,90%
Pendidikan:		
SD/Sederajat	69	44,52%
SMP/Sederajat	40	25,81%
SMA/Sederajat	40	25,81%
S1/D3/S2	6	3,87%
Berapa kali pernah Ranap:		
<2	111	71,61%
2-5	35	22,58%
>5	9	5,81%

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Dari tabel di atas yang bersumber dari kuesioner yang telah dikumpulkan peneliti, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan. Jumlah responden perempuan adalah 105 (67,74%) sedangkan laki-laki hanya 50 (32,26%), karena tingginya proporsi pasien perempuan ini dipengaruhi oleh banyaknya populasi pasien di lokasi penelitian, di mana perempuan lebih dominan dalam memanfaatkan layanan perawatan medis rawat inap.

Usia pada responden mayoritas adalah 54-63 tahun sebanyak 33 (21,29%) sedangkan usia 14-23 tahun sebanyak 23 (14,84%), usia 24-33 tahun sebanyak 27 (17,42%), usia 34-43 tahun sebanyak 23 (14,84%), usia 44-53 tahun sebanyak 29 (18,71%) dan usia 64-73 tahun sebanyak 20 (12,90%). Berdasarkan data, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap yang berusia antara 54-63 tahun. Dominasi pada kelompok usia ini terjadi karena rentang umur tersebut seseorang mulai memasuki fase lansia awal, dimana kesehatan tubuh cenderung menurun dan membutuhkan perhatian medis yang lebih ekstra. Oleh karena itu, tingkat kunjungan maupun kebutuhan layanan rawat inap dirumah sakit menjadi lebih tinggi dibandingkan kelompok usia lainnya.

Kemudian, pendidikan dari responden yaitu mayoritas SD/Sederajat sebanyak 69 (44,52%), sedangkan SMP/Sederajat sebanyak 40 (25,81%), SMA/Sederajat sebanyak 40 (25,81%) dan S1/D3/S2 sebanyak 6 (3,87%), banyaknya pasien berpendidikan dasar ini sejalan dengan kondisi di lapangan, di mana pasien yang membutuhkan perawatan inap di RSUD dominan berasal dari kalangan masyarakat umum dan usia lanjut dengan tingkat pendidikan yang masih terbatas.

Dan jumlah responden yang sering melakukan rawat inap mayoritas kurang dari dua kali sebanyak 111 (71,61%), dua sampai lima kali sebanyak 35 (22,58%) dan lebih dari lima kali sebanyak 9 (5,81%). Dominasi pasien dengan intensitas rawat inap kurang dari dua kali ini menunjukkan bahwa mayoritas pasien yang berobat menjalani perawatan untuk kasus penyakit akut atau

kondisi medis mendesak yang tidak memerlukan perawatan inap berulang dalam jangka pendek.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif terhadap tanggapan responden dilakukan dengan data kuesioner yang telah diisi oleh responden guna menyesuaikan variabel yang diteliti.

Tabel 4 3
Analisis Deskriptif Variabel
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Sdt.Deviation
Kualitas Pelayanan	155	28	45	38,03	3,525
Word of Mouth	155	9	15	12,47	1,534
Citra Merek	155	9	15	12,56	1,387
Kepuasan Pasien	155	9	15	12,75	1,416
Valid N (listwise)	155				

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Dari hasil uji analisis deskriptif, variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan rata-rata hitung sebesar 38,03 dari kemungkinan skor tertinggi 45. Hal ini mengindikasikan bahwa pandangan dan evaluasi pasien rawat inap terhadap mutu layanan rumah sakit tergolong sangat positif secara keseluruhan. Nilai standar deviasi sebesar 3,525 menunjukkan adanya variasi atau sebaran jawaban yang sedang di antara responden, yang berarti terdapat perbedaan pengalaman individu antar pasien namun secara keseluruhan tetap berada pada rentang penilaian yang tinggi.

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif, variabel Word of Mouth (WOM) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 12,47 dari skor maksimum sebesar

15. Angka ini mencerminkan bahwa mayoritas responden menerima, memercayai, serta merespon positif informasi maupun ulasan elektronik terkait rumah sakit. Nilai standar deviasi sebesar 1,534 mengindikasikan sebaran data yang relatif kecil, yang menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap penyampaian informasi *Word of Mouth* atau komunikasi dari mulut ke mulut menunjukkan sifat yang homogen, di mana seluruh pandangan cenderung terpusat pada satu persepsi yang sama.

Hasil uji dari analisis Berdasarkan uji deskriptif, variabel Citra Merek mencatatkan skor rata-rata sebesar 12,56 dari skor maksimum sebesar 15. Hasil ini mengindikasikan bahwa rumah sakit memiliki reputasi dan merek memiliki citra yang positif serta terpercaya di mata para pasien rawat inap. Dengan nilai standar deviasi sebesar 1,387 (nilai SD terkecil di antara seluruh variabel), jawaban responden sangat mengelompok di sekitar nilai rata-rata, yang menunjukkan keberadaan kesamaan pandangan yang sangat kuat dan konsisten di antara pasien mengenai reputasi rumah sakit.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Kepuasan Pasien memperoleh nilai rata-rata (mean) tertinggi, yaitu sebesar 12,75 dari skor maksimum 15. Angka tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pasien rawat inap secara umum berada pada level sangat tinggi. Standar deviasi 1,416 yang relatif kecil menunjukkan penyebaran jawaban responden rendah, artinya sebagian besar pasien merasakan pengalaman kepuasan yang sama dan positif..

4.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Pada penelitian ini, variabel Kualitas Pelayanan diukur dengan menggunakan 9 indikator, di mana setiap indikator terdiri dari 9 butir pertanyaan.

Tabel 4.4
Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
X1.1	46	102	6	0	1	155
X1.2	45	89	19	1	1	155
X1.3	63	83	8	1	0	155
X1.4	47	97	11	0	0	155
X1.5	45	97	13	0	0	155
X1.6	39	110	6	0	0	155
X1.7	43	95	17	0	0	155
X1.8	46	98	11	0	0	155
X1.9	48	100	7	0	0	155

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) pada pernyataan X1.1“Saya melihat lingkungan rumah sakit (lorong dan halaman) bersih dan tertata dengan baik” sebanyak 102 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban yang diberikan didominasi oleh kategori setuju. Ini berarti bahwa mayoritas responden memiliki pandangan yang sejalan terhadap setiap butir pertanyaan yang diberikan. Hal ini menandakan bahwa kebersihan dan kerapian fisik rumah sakit (*Tangibles*) cukup menonjol dan dapat meningkatkan persepsi positif dan kepuasan konsumen.

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) pada pernyataan X1.2” Saya merasa suasana diruang rawat inap tenang dan tidak bising” sebanyak 89 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 45 responden yang sangat setuju. Ini menandakan bahwa pasien rawat inap menilai positif kondisi lingkungan rumah sakit yang nyaman dan kondusif. dan minim

dari gangguan kebisingan. Dengan demikian, suasana ruang rawat inap yang kondusif dan bebas dari kebisingan dapat menjadi faktor utama dalam memberikan rasa nyaman dan mempercepat proses pemulihan konsumen.

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) pada pernyataan X1.3” Saya merasa petugas rumah sakit berkomunikasi dengan saya secara jelas dan mudah difahami” sebanyak 83 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 63 responden yang sangat setuju. Ini menunjukkan bahwa pegawai mampu menyampaikan instruksi maupun penjelasan kondisi dengan bahasa yang komunikatif dan ramah. Kemampuan komunikasi yang efektif ini secara nyata menjadi dorongan utama dalam menciptakan pengalaman perawatan yang memuaskan bagi konsumen.

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) pada pernyataan X1.4” Saya merasa petugas rumah sakit memperlakukan saya dengan penuh perhatian” sebanyak 97 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 47 responden yang memberikan tanggapan pada kategori sangat setuju. Ini menandakan bahwa kebanyakan pasien rawat inap merasakan langsung kepedulian emosional, kehangatan interaksi, serta ketanggapan dari para staf medis. Perlakuan yang penuh perhatian (*empathy*) ini terbukti menjadi dimensi penting dalam menciptakan suasana perawatan yang humanis dan memperkuat rasa puas pada diri pasien.

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) pada pernyataan X1.5” Saya merasa petugas rumah sakit bekerja dengan cekatan dan terampil” sebanyak 97 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul

oleh 45 responden yang sangat setuju. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien rawat inap menilai para tenaga kesehatan memiliki tingkat profesionalisme, kecakapan teknis, serta ketanggapan yang tinggi dalam memberikan prosedur tindakan medis. Keahlian dan efisiensi kerja staf ini terbukti menjadi elemen krusial dalam menciptakan rasa aman dan mendorong kepuasan pasien.

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) pada pernyataan X1.6” Saya merasa rumah sakit ini memiliki standar keamanan yang baik dalam pelayanan” sebanyak 110 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 39 partisipan yang memilih opsi sangat setuju. Ini menandakan bahwa manajemen instansi mampu memberikan rasa aman dan jaminan keselamatan yang optimal kepada pasien rawat inap. Penerapan standar keamanan medis yang ketat ini secara nyata berkontribusi positif dalam meningkatkan kepuasan pasien.

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) pada pernyataan X1.7” Saya merasa petugas rumah sakit memberikan pelayanan dengan tepat waktu” sebanyak 95 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 43 partisipan yang memilih opsi sangat setuju. Ini menandakan bahwa para tenaga kesehatan maupun staf medis di instansi ini memiliki disiplin, efisiensi waktu, serta ketepatan yang tinggi dalam memberikan pelayanan perawatan. Dengan demikian, ketepatan waktu dalam penanganan medis menjadi indikator kunci dalam memberikan kepastian pelayanan,

menghindarkan pasien dari rasa cemas, serta meningkatkan kepuasan pasien secara menyeluruh.

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) pada pernyataan X1.8” Saya merasa proses pendaftaran pasien berjalan dengan mudah” sebanyak 98 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 46 partisipan yang memilih opsi sangat setuju. Ini menandakan bahwa sistem administrasi dan alur penerimaan pasien rawat inap yang diterapkan oleh penyedia layanan tergolong efisien, praktis, serta tidak berbelit-belit. Dengan demikian, kemudahan dan kepraktisan dalam prosedur pendaftaran menjadi indikator penting dalam memberikan kesan awal yang positif serta meningkatkan kepuasan pasien secara menyeluruh.

Variabel Kualitas Pelayanan (X1) pada pernyataan X1.9” Saya merasa informasi yang diberikan petugas rumah sakit mudah difahami” sebanyak 100 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 48 partisipan yang memilih opsi sangat setuju. Ini menandakan bahwa kebanyakan pasien rawat inap menilai penjelasan dan edukasi medis yang diberikan oleh tenaga kesehatan disampaikan dengan bahasa yang komunikatif dan transparan. Efektivitas penyampaian informasi ini terbukti menjadi dimensi pelayanan yang sangat penting dalam membangun pemahaman yang baik serta mendorong kepuasan pasien.

4.2.2 Deskripsi Variabel *Word of Mouth*

Pada penelitian ini, variabel *Word of Mouth* diukur dengan menggunakan 3 indikator, di mana setiap indikator terdiri dari 3 butir pertanyaan.

Tabel 4.5
Instrumen Variabel *Word of Mouth* (X2)

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
X2.1	40	84	31	0	0	155
X2.2	49	83	22	1	0	155
X2.3	51	92	12	0	0	155

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Variabel *Word of Mouth* (X2) pada pernyataan X2.1 “Saya sering menceritakan pengalaman saya selama dirawat dirumah sakit ini kepada orang lain” sebanyak 84 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju. Ini menandakan bahwa kebanyakan responden memiliki pandangan yang mendukung pernyataan tersebut. Ini menandakan bahwa pasien memiliki kecenderungan yang tinggi untuk membagikan pengalaman perawatan mereka secara sukarela kepada lingkungan sekitarnya, sehingga pengalaman pasien menjadi sarana penyebaran informasi yang efektif.

Variabel *Word of Mouth* (X2) pada pernyataan X2.2” Saya menyampaikan memberikan rekomendasi dan ulasan positif mengenai rumah sakit ini kepada pihak lain” sebanyak 83 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 49 responden yang sangat setuju. Ini menandakan bahwa kebanyakan pasien puas dengan pelayanan yang didapatkan. sehingga terdorong untuk menyebarkan impresi dan opini positif kepada masyarakat umum.

Variabel *Word of Mouth* (X3) pada pernyataan X2.3” Pasien bersedia menyarankan rumah sakit ini kepada kerabat atau sahabatnya untuk mendapatkan perawatan kesehatan.” sebanyak 92 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 51 responden yang sangat setuju. Ini menandakan bahwa pasien sangat percaya dan loyal terhadap mutu pelayanan rumah sakit, sehingga bersedia merekomendasikan tempat pelayanan ini sebagai pilihan utama perawatan medis kepada kerabat terdekat.

4.2.3 Deskripsi Variabel Citra Merek

Pada penelitian ini, variabel Citra Merek diukur dengan menggunakan 3 indikator, di mana setiap indikator terdiri dari 3 butir pertanyaan.

Tabel 4.6
Instrumen Variabel Citra Merek (X3)

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
X3.1	51	98	6	0	0	155
X3.2	43	102	10	0	0	155
X3.3	38	88	29	0	0	155

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Variabel Citra Merek (X3) pada pernyataan X3.1 “Saya menilai rumah sakit ini memiliki kualitas yang baik” sebanyak 98 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju. Ini menandakan bahwa kebanyakan responden sependapat dengan pernyataan tersebut. Ini menandakan bahwa persepsi pasien terhadap standar mutu, fasilitas, dan pelayanan medis yang disajikan oleh penyedia layanan tergolong sangat positif dan konsisten di mata pengguna jasa.

Variabel Citra Merek (X3) pada pernyataan X3.2” Saya percaya rumah sakit ini memiliki reputasi yang baik di masyarakat” sebanyak 102 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 43 partisipan yang memilih opsi sangat setuju. Ini menandakan bahwa instansi ini sukses membangun kepercayaan publik (*public trust*) yang tinggi dan memiliki rekam jejak nama baik yang diakui secara luas oleh masyarakat.

Variabel Citra Merek (X3) pada pernyataan X3.3” Saya menilai rumah sakit ini memiliki ciri khas yang lebih unggul dibandingkan rumah sakit lain” sebanyak 88 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 38 partisipan yang memilih opsi sangat setuju. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tempat pelayanan ini memiliki daya saing, identitas pembeda, serta keunggulan kompetitif yang membedakannya secara positif dari fasilitas kesehatan sejenis lainnya.

4.2.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Pasien

Variabel Kepuasan Pasien dalam penelitian ini, pengukuran dilakukan menggunakan 3 indikator yang masing masing terdiri dari 3 pertanyaan.

Tabel 4.7
Instrumen Variabel Kepuasan Pasien (Y)

Item Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah
Y.1	52	91	12	0	0	155
Y.2	53	91	11	0	0	155
Y.3	44	102	9	0	0	155

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Variabel Kepuasan Pasien (Y) pada pernyataan Y.1 “Saya merasa puas dengan sistem pelayanan yang diterapkan dirumah sakit ini” sebanyak 91

responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju. Ini menandakan bahwa kebanyakan responden sependapat dengan pernyataan tersebut. Ini menandakan bahwa keseluruhan tata kelola, alur, dan prosedur sistem pelayanan yang dijalankan oleh penyedia layanan telah sesuai dengan harapan pasien rawat inap.

Variabel Kepuasan Pasien (Y) pada pernyataan Y.2” Saya merasa puas dengan kemudahan akses layanan dirumah sakit ini” sebanyak 91 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 53 responden yang sangat setuju. Ini menandakan bahwa pihak tempat pelayanan berhasil memberikan keterjangkauan, kemudahan prosedur, serta alur informasi yang efisien sehingga memudahkan pasien dalam memperoleh perawatan medis.

Variabel Kepuasan Pasien (Y) pada pernyataan Y.3” Saya merasa pengalaman pelayanan dirumah sakit ini memuaskan” sebanyak 102 responden yang merupakan mayoritas memberikan jawaban setuju, dan disusul oleh 44 responden yang sangat setuju. Ini menandakan bahwa keseluruhan proses interaksi dan pengalaman emosional yang dirasakan pasien selama masa perawatan rawat inap memberikan kesan yang sangat positif dan memenuhi ekspektasi mereka secara menyeluruh.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Validitas merujuk pada prosedur atau metode yang digunakan sebagai alat ukur dengan instrumen penelitian dalam praktik seperti kuesioner. Uji validitas

dimaksudkan untuk menentukan seberapa baik instrumen dapat mencerminkan kondisi atau karakteristik yang diteliti.

Tabel 4.8
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)			
1	0,685	0,157	Valid
2	0,575	0,157	Valid
3	0,700	0,157	Valid
4	0,647	0,157	Valid
5	0,679	0,157	Valid
6	0,683	0,157	Valid
7	0,716	0,157	Valid
8	0,715	0,157	Valid
9	0,645	0,157	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang telah dilaksanakan, diketahui bahwa keseluruhan butir pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) memperoleh nilai r hitung sebesar 0,685, 0,575, 0,700, 0,647, 0,679, 0,683, 0,716, 0,715, 0,645. Angka-angka yang diperoleh tersebut terbukti melebihi nilai r tabel sebesar 0,157, sehingga seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid. Dari semua nilai, yang paling tinggi adalah 0,716 (pernyataan 7) dengan indikator Keandalan (*Realibility*) hal ini menunjukkan kemampuan instansi dalam memberikan pelayanan yang tepat, teliti, konsisten, dapat diandalkan, dan sesuai dengan keinginan konsumen. Sementara itu, indikator lain meskipun tetap valid namun memiliki nilai lebih rendah, temuan ini memperlihatkan bahwa indikator-indikator tersebut hanya memberikan kontribusi yang relatif kecil atau belum menjadi fokus utama dalam membentuk variabel kulalitas pelayanan dibandingkan dengan indikator keandalan (*Reability*).

Tabel 4.9
Uji Validitas *Word of Mouth* (X2)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
<i>Word of Mouth (X2)</i>			
1	0,793	0,157	Valid
2	0,830	0,157	Valid
3	0,739	0,157	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Pada variabel *Word of Mouth* (X2), diperoleh nilai *r* hitung sebesar 0,793, 0,830, dan 0,739. Ketiga nilai tersebut terbukti melampaui nilai *r* tabel yang ditetapkan sebesar 0,157. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel tersebut dinyatakan valid. Dari semua nilai, yang paling tinggi adalah 0,830 (pernyataan 2) dengan indikator valensi komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa aspek valensi komunikasi yaitu isi pesan yang bersifat positif paling dominan dalam mengukur variabel ini yang artinya, pengalaman responden terkait *Word of mouth* paling banyak ditentukan oleh seberapa bagus atau bermanfaatnya ulasan positif yang mereka dengar. Sementara itu, indikator lain seperti frekuensi komunikasi dan niat memberikan rekomendasi meskipun tetap valid namun memiliki nilai lebih rendah, temuan ini memperlihatkan bahwa indikator-indikator tersebut hanya memberikan kontribusi yang relatif kecil atau belum menjadi fokus utama dalam membentuk variabel *Word of mouth* dibandingkan dengan indikator valensi komunikasi.

Tabel 4.10
Uji Validitas Citra Merek (X3)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
<i>Citra Merek (X3)</i>			
1	0,769	0,157	Valid
2	0,818	0,157	Valid
3	0,805	0,157	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Pada variabel Citra Merek (X3), diperoleh nilai r hitung sebesar 0,769, 0,818, dan 0,805 ketiga nilai tersebut terbukti melampaui nilai r tabel yang ditetapkan sebesar 0,157. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel tersebut dinyatakan valid. Dari semua nilai, yang paling tinggi adalah 0,818 (pernyataan 2) dengan indikator kekuatan asosiasi merek. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kekuatan merek paling dominan dan akurat mengukur variabel lain. Artinya, citra merek dalam penelitian ini terutama ditentukan oleh seberapa kuat ingatan dan pemahaman positif yang dimiliki konsumen terhadap merek tersebut. Sementara itu, indikator lain seperti keunggulan asosiasi merek dan keunikan asosiasi merek meskipun tetap valid namun memiliki nilai lebih rendah, temuan ini memperlihatkan bahwa indikator-indikator tersebut hanya memberikan kontribusi yang relatif kecil atau belum menjadi fokus utama dalam membentuk variabel citra merek dibandingkan dengan indikator kekuatan asosiasi merek.

Tabel 4.11
Uji Validitas Kepuasan Pasien (Y)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepuasan Pasien (Y)			
1	0,822	0,157	Valid
2	0,842	0,157	Valid
3	0,810	0,157	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Pada variabel kepuasan pasien (Y) memiliki nilai r hitung 0,822, 0,842, dan 0,810 yang dimana nilainya lebih besar dari r tabel 0,157, maka semua item pernyataan dinyatakan valid. Dari semua nilai, yang paling tinggi adalah 0,842 (pernyataan 2) dengan indikator kepuasan dengan akses dan kualitas layanan kesehatan. Hal ini menunjukkan pengalaman langsung konsumen terkait

kemudahan prosedur dan Kualitas pelayanan kesehatan menjadi tolok ukur utama dalam menciptakan kepuasan bagi mereka.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas yang dilakukan untuk melihat sejauh mana instrumen tersebut reliabel tidaknya pada butir pernyataan. Uji ini umumnya berfungsi untuk mengetahui tingkat keakuratan, keandalan, konsistensi serta ketelitian indikator kuesioner.

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,848	0,60	Reliabel
Word of Mouth (X2)	0,695	0,60	Reliabel
Citra Merek (X3)	0,708	0,60	Reliabel
Kepuasan Pasien (Y)	0,764	0,60	Reliabel

Sumber: Data olahan peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan terhadap keseluruhan variabel, diperoleh nilai Cronbach's Alpha masing-masing sebesar 0,848 untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1), 0,695 untuk *Word of Mouth* (X2), 0,708 untuk Citra Merek (X3), dan 0,764 untuk Kepuasan Pasien (Y). Seluruh nilai yang diperoleh tersebut berada di atas ambang batas minimum reliabilitas yaitu 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang cukup memadai. Oleh karena itu, data yang telah terkumpul dinilai valid dan layak untuk digunakan dalam tahapan analisis selanjutnya

4.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilaksanakan dengan tujuan untuk meneliti apakah data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal. Apabila nilai signifikansi yang diperoleh menunjukkan angka lebih besar dari 0,05, maka data tersebut dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas. Namun, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data regresi dianggap tidak berdistribusi normal atau menyimpang dari asumsi yang ditetapkan.

Tabel 4.13
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		155
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,02572536
Most Extreme Differences	Absolute	,051
	Positive	,044
	Negative	-,051
Test Statistic		,051
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sekitar 0,200. Karena angka tersebut melebihi batas kritis 0,05, maka data dapat dinyatakan terdistribusi secara normal. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa data residual melemahkan asumsi kenormalan.

4.3.4 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilaksanakan untuk mengidentifikasi serta menilai keberadaan korelasi yang signifikan di antara variabel-variabel independen dalam model regresi linier, yang berpotensi mempengaruhi kestabilan estimasi parameter model. Uji ini bertujuan memastikan bahwa variabel-variabel bebas

tidak saling berkorelasi kuat, agar model regresi yang dihasilkan stabil, dapat diandalkan, dan memberikan hasil estimasi yang tepat

Tabel 4.14
Uji Multikolineritas
Coefficientsa

Model	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
(X1)	0,488	2,050
(X2)	0,536	1,865
(X3)	0,529	1,889

a. Dependent Variable: Y

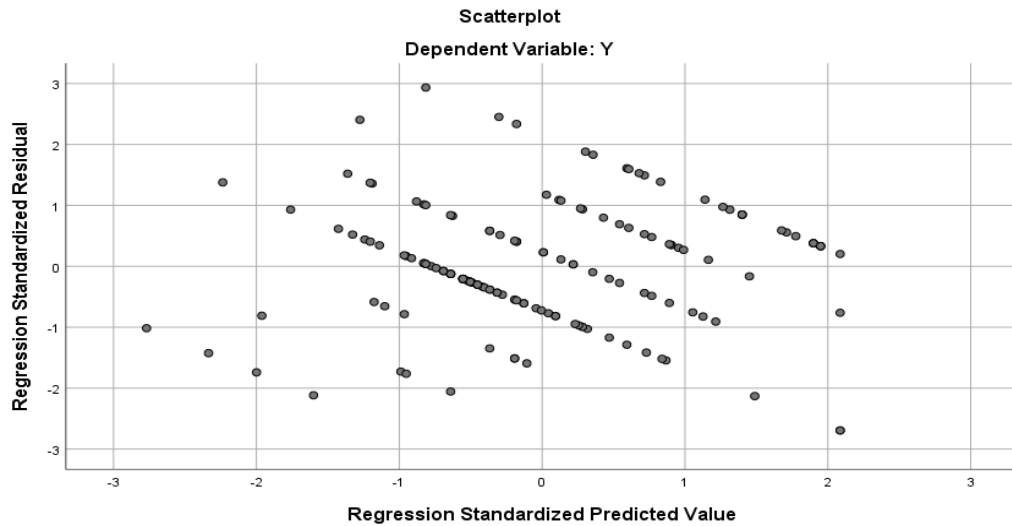
Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang telah dilaksanakan oleh peneliti, diperoleh nilai Tolerance untuk masing-masing variabel, yaitu Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,488, *Word of Mouth* (X2) sebesar 0,536, dan Citra Merek (X3) sebesar 0,529 yang berarti itu ($>0,10$), artinya tidak ada masalah multikolineritas berdasarkan nilai tolerance. Untuk nilai VIF (variance inflation factor) variabel Kualitas Pelayanan (X1) 2,050, *Word of Mouth* (X2) 1,865, dan Citra Merek (X3) 1,889 yang dimana itu (<10) Jadi, bisa disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas.

4.3.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah ada ketidakseragaman varians residual pada model regresi. Pengujian ini dilakukan guna memastikan apakah varians dari residual bersifat homogen atau tetap konstan (homoskedastisitas) atau tidak konstan (heteroskedastisitas), yang dapat memengaruhi validitas estimasi model.

Gambar 2. 1
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di sekitar garis nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.3.6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, jika jumlah variabel bebasnya lebih dari satu.

Tabel 4.15
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,154	,931		2,315	,022
	X1	,133	,038	,298	3,525	,001
	X2	,183	,074	,199	2,465	,015
	X3	,303	,083	,297	3,667	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data olahan peneliti (2026)

Hasil dari analisis regresi linier berganda, Variabel Kualitas Pelayanan (X1), *Word of Mouth* (X2), Citra Merek (X3) dan Kepuasan Pasien (Y) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,154 + 0,133 + 0,183 + 0,303 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2,154 mengindikasikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X1), *Word of Mouth* (X2), dan Citra Merek (X3) dianggap bernilai nol atau tidak memberikan pengaruh, maka nilai Kepuasan Pasien (Y) akan berada pada angka 2,154. Angka ini merupakan *baseline* dari Kepuasan Pasien dalam kondisi variabel bebas lainnya konstan.
2. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,133 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan satu unit pada Kualitas Pelayanan akan mendorong peningkatan Kepuasan Pasien sebesar 0,133, dengan catatan variabel *Word of Mouth* (X2) dan Citra Merek (X3) diasumsikan tetap atau tidak berubah. Karena nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, maka pengaruh tersebut dinyatakan signifikan secara statistik.

3. Koefisien regresi untuk variabel *Word of Mouth* (X2) sebesar 0,183 mengandung makna bahwa setiap kenaikan satu unit pada variabel tersebut akan meningkatkan Kepuasan Pasien sebesar 0,183, dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Citra Merek (X3) dalam kondisi tetap. Mengingat nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,015 lebih kecil dari 0,05, maka pengaruh tersebut dinyatakan signifikan secara statistik.
4. Koefisien regresi untuk variabel Citra Merek (X3) sebesar 0,303 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel tersebut akan mendorong kenaikan Kepuasan Pasien sebesar 0,303, dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan *Word of Mouth* (X2) dalam keadaan tetap. Dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, maka pengaruh tersebut dinyatakan signifikan secara statistik.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dipaparkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Word of Mouth, maupun Citra Merek masing-masing memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien.

4.3.7 Uji Hipotesis (Uji T)

Tabel 4.16
Uji Hipotesis (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,154	,931		2,315	,022
	X1	,133	,038	,298	3,525	,001
	X2	,183	,074	,199	2,465	,015
	X3	,303	,083	,297	3,667	,000

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

1. H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien.

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,525 yang melampaui t tabel (1,975), dengan tingkat signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien (Y).

2. H2: *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien.

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,465 yang melampaui t tabel (1,975), dengan tingkat signifikansi 0,015 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H2 diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel *Word of Mouth* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien (Y).

3. H3: Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien.

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,667 yang melampaui t tabel (1,975), dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H3 diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel Citra Merek (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pasien (Y).

4.3.8 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model regresi dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 4.17
Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,689 ^a	,475	,465	1,036
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				

Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh nilai sebesar 0,475. Angka ini mengindikasikan bahwa 47,5% variasi pada variabel Kepuasan Pasien (Y) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Word of Mouth (X2), dan Citra Merek (X3). Sementara itu, sisanya sebesar 52,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model regresi. Dengan demikian, model ini menunjukkan kontribusi yang cukup kuat terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari, meskipun masih terdapat faktor eksternal lain yang turut berperan.

4.4. Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien

Hipotesis pertama dalam penelitian ini terbukti, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan bermakna secara statistik terhadap kepuasan pasien di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari. Dengan demikian, temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan

yang diberikan oleh tenaga medis maupun staf rumah sakit akan diiringi oleh peningkatan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pasien. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak yang nyata dan berarti dalam membentuk persepsi pasien. Oleh karena itu, peningkatan standar pelayanan seperti keakuratan tindakan medis, kecepatan penanganan, dan keramahan petugas menjadi faktor utama bagi rumah sakit dalam memberikan rasa nyaman, meminimalisir keluhan, serta membangun kepercayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan studi terdahulu yang dilaporkan oleh (Deby Aulia et al., 2024), yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien sangat bergantung pada seberapa baik mutu layanan yang mereka terima. Hubungan yang positif menunjukkan bahwa perbaikan pada cara melayani seperti sikap yang ramah, ruang tunggu yang nyaman, serta pengobatan yang cepat dan tepat akan secara otomatis meningkatkan rasa puas pasien. Sementara itu, sifatnya yang signifikan menegaskan bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak yang sangat nyata dalam membentuk persepsi dan kenyamanan pasien selama berobat.

4.4.2 Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Pasien

Hipotesis kedua dalam penelitian ini terbukti, yang menunjukkan bahwa *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan bermakna secara statistik terhadap kepuasan pasien di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari. Yang

artinya, hal ini berarti bahwa kepuasan pasien sangat ditentukan oleh reputasi dan ulasan positif di masyarakat, yang tidak terfokus pada pelayanan medis saja, tetapi juga mencakup keterjangkauan biaya, kebersihan dan kelengkapan fasilitas, dan kemudahan akses layanan. Informasi positif dari keluarga atau kerabat mengenai berbagai keunggulan tersebut membentuk ekspektasi yang baik dan memberikan rasa tenang bagi pasien sebelum datang berobat. Dengan demikian, penciptaan pengalaman pasien yang memuaskan pada seluruh aspek operasional rumah sakit secara konsisten merupakan faktor kunci dalam memperkuat kepercayaan masyarakat dan meningkatkan kepuasan pasien secara menyeluruh.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan studi terdahulu yang dilaporkan oleh (Harun Raudhatul Na'im & Wiyadi, 2024) yang menyatakan bahwa Word of Mouth memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hal ini menunjukkan bahwa ulasan dan rekomendasi positif yang beredar di masyarakat merupakan faktor utama dalam membentuk persepsi konsumen. Informasi yang diperoleh dari orang-orang terdekat, seperti keluarga dan teman, cenderung memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan komunikasi pemasaran yang bersifat formal. Ketika cerita atau pengalaman memuaskan yang disampaikan dari mulut ke mulut terbukti sesuai dengan realita pelayanan yang diterima, hal tersebut secara nyata mendorong peningkatan rasa puas dan kepercayaan konsumen.

4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pasien

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga, ditemukan bukti bahwa citra merek memberikan kontribusi yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pasien di RSUD Ki Ageng Selo Wirosari. Yang artinya, hal ini menjelaskan bahwa tingkat kepuasan pasien sangat bergantung pada seberapa baik citra dan reputasi yang dimiliki oleh rumah sakit. Nama besar dan kesan positif yang melekat pada RSUD Ki Ageng Selo Wirosari memberikan keyakinan awal bagi pasien bahwa mereka akan ditangani oleh lembaga medis yang profesional dan dapat diandalkan. Oleh sebab itu, konsistensi dalam mempertahankan citra merek yang baik menjadi pilar perlu bagi rumah sakit untuk mewujudkan pengalaman layanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pasien secara berkelanjutan.

Temuan dalam penelitian ini konsisten dengan hasil kajian terdahulu yang dilakukan oleh (Oktafiyana & Paludi, 2024) yang memperlihatkan bahwa citra merek berpengaruh secara baik dan nyata terhadap kepuasan pasien. Ini merupakan bahwa persepsi dan kumpulan kesan yang tertanam di benak pasien dari pengalaman pelayanan sebelumnya. Hasil yang positif dan berarti ini menunjukkan bahwa nama baik serta reputasi tepercaya dari RSUD Ki Ageng Selo Wirosari secara nyata mampu menumbuhkan rasa percaya dan aman. Ketika ekspektasi tinggi terhadap reputasi baik rumah sakit sejalan dengan pelayanan nyata yang diterima di lapangan, hal tersebut secara langsung mendorong terciptanya tingkat kepuasan pasien yang tinggi dan berkelanjutan.