

**HUBUNGAN *WORD OF MOUTH* DENGAN MINAT KUNJUNGAN PASIEN RAWAT JALAN  
DI RSD IDAMAN BANJARBARU***THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH ON OUTPATIENT VISIT INTEREST  
AT RSD IDAMAN BANJARBARU*Hilda<sup>1</sup>, Melinda Restu Pertiwi<sup>2</sup>, Martini Nur Sukmawaty<sup>3</sup><sup>1,2</sup>Program Studi Sarjana Administrasi Rumah Sakit Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Intan Martapura,  
Banjar, Indonesia<sup>3</sup>Program Studi Sarjana Keperawatan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Intan Martapura, Banjar, IndonesiaEmail: [hildahl579@gmail.com](mailto:hildahl579@gmail.com)**ABSTRAK**

**Pendahuluan:** *Word of Mouth* (WOM) merupakan salah satu strategi pemasaran yang memiliki pengaruh besar terhadap minat kunjungan pasien ke rumah sakit. Penurunan tingkat kepuasan pasien akan meningkatkan kemungkinan munculnya WOM cukup baik yang memiliki kekuatan besar dalam menentukan citra rumah sakit di mata masyarakat. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara WOM dengan minat kunjungan pasien rawat jalan di RSD Idaman Banjarbaru. **Metode:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *cross-sectional*. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat jalan di RSD Idaman Banjarbaru, dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat menggunakan uji korelasi *Gamma Somers' d*. **Hasil:** penelitian menunjukkan bahwa WOM yang baik berjumlah 55.4% dan minat kunjungan pasien yang berminat yaitu 99.9% memanfaatkan layanan di RSD Idaman Banjarbaru. Hasil analisis statistik menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara WOM dengan minat kunjungan pasien rawat jalan ( $p\text{-value} = 0,002$ ). **Kesimpulan:** Hal ini mengindikasikan bahwa semakin positif WOM yang diterima, semakin tinggi pula minat pasien untuk berkunjung ke rumah sakit. RSD Idaman Banjarbaru. **Saran:** disarankan meningkatkan aspek pelayanan, terutama dalam hal komunikasi, kebersihan, kecepatan, dan keramahan, guna mengurangi persepsi negatif dan memperkuat WOM baik.

**Kata kunci:** *word of mouth*, minat kunjungan, pasien, rawat jalan**ABSTRACT**

**Introduction:** *Word of Mouth* (WOM) is one of the marketing strategies that has a significant influence on patients' interest in visiting hospitals. A decrease in patient satisfaction increases the likelihood of moderate to positive WOM, which plays a crucial role in shaping the hospital's image in the community. **Objective:** This study aims to determine the relationship between WOM and the interest of outpatients in visiting RSD Idaman Banjarbaru. **Methods:** This research employed a quantitative approach with a *cross-sectional* design. The population consisted of outpatients at RSD Idaman Banjarbaru, with a total sample of 99 respondents selected using *accidental sampling* techniques. The research instrument was a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Data were analyzed using univariate and bivariate analyses with the *Gamma Somers' d* correlation test. **Results:** The findings revealed that 55.4% of respondents reported positive WOM, while 99.9% expressed interest in utilizing services at RSD Idaman Banjarbaru. Statistical analysis indicated a significant relationship between WOM and the interest of outpatients in visiting the hospital ( $p\text{-value} = 0.002$ ). **Conclusion:** These results indicate that the more positive the WOM received, the higher the patients' interest in visiting RSD Idaman Banjarbaru. **Recommendations:** It is recommended to improve service aspects, particularly communication, cleanliness, speed, and friendliness, to reduce negative perceptions and strengthen positive WOM.

**Keywords:** *word of mouth*, visit interest, patients, outpatient

---

Cite this as : Hilda, Pertiwi, MR., & Sukmawaty, MN. (2025). Hubungan *Word Of Mouth* Dengan Minat Kunjungan Pasien Rawat Jalan Di Rsd Idaman Banjarbaru. *Journal of Intan Hospital Administration*, 2 (2) 57-62.

---

**PENDAHULUAN**

Rumah sakit adalah industri yang erat kaitannya dengan kepuasan penggunaannya. Sebagai penyedia layanan kesehatan bagi masyarakat, rumah sakit menghadapi tantangan utama dalam memastikan bahwa pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan pasien. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pasien, sehingga rumah sakit perlu terus menjaga kepercayaan mereka dengan senantiasa meningkatkan mutu pelayanan (Angraini & Zulfa, 2021).

Persaingan pada pelayanan kesehatan di era globalisasi ini semakin kuat, karena masyarakat semakin cermat dalam memilih fasilitas pelayanan kesehatan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pada tahun 2011, jumlah rumah sakit di Indonesia hanya 1.721 unit. Sepuluh tahun kemudian, jumlah rumah sakit meningkat 80,8%. Pada tahun 2020 terdapat 2.959 unit rumah sakit, dan di tahun 2021 naik 5,17% sebagai 3.112 unit. Angka tersebut sudah termasuk rumah sakit umum dan khusus. Secara spesifik, Indonesia memiliki 2.514 rumah sakit umum 598 unit dan sisanya merupakan rumah sakit khusus (Nuraina, dkk. 2023).

Hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh calon peneliti pada RSD Idaman Banjarbaru didapatkan data kunjungan pada poli rawat jalan di tiga bulan terakhir pada tahun 2024, yaitu 14.748 pada bulan Oktober, 13.151 pada bulan November, dan 12.602 pada bulan Desember. Kunjungan pasien dalam tiga bulan terakhir tersebut mengalami penurunan sekitar 1.597 pada bulan Oktober ke November, sedangkan pada bulan November ke Desember mengalami penurunan sekitar 549 pasien. Setelah dilakukan wawancara pada tanggal 23 Januari 2025 kepada 10 orang pasien rawat jalan di RSD Idaman Banjarbaru, menunjukkan bahwa ada 5 orang pasien memiliki minat kunjungan karena saran atau arahan dari orang lain seperti keluarga, teman tentang poli yang ada di RSD Idaman Banjarbaru itu bagus, dan 5 orang lagi datang kunjungan poli karena sudah rutin melakukan kontrol ke poli sesuai dengan keluhan penyakitnya. Beberapa dari pasien yang datang menyatakan bahwa kekurangan layanan berkaitan kebersihan.

Kepuasan pasien muncul ketika pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi ekspektasi, dan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu pelayanan (Maretta, 2022). Rumah sakit yang memberikan pelayanan berkualitas mampu menciptakan kepuasan, mendorong pemanfaatan ulang, serta menghasilkan *word of mouth* (WOM) positif yang berdampak pada meningkatnya minat kunjungan (Fauzi et al., 2020). WOM merupakan komunikasi interpersonal berdasarkan pengalaman langsung yang dinilai lebih kredibel dan efektif dibandingkan promosi formal (Schiffman & Wisenblit, 2019). WOM positif yang berasal dari pengalaman memuaskan mampu memperkuat citra rumah sakit dan menarik minat masyarakat untuk berkunjung kembali (Wago & Nabuasa, 2021). Sebaliknya, WOM negatif dapat menurunkan reputasi rumah sakit dan mengalihkan minat pasien ke layanan lain. Minat kunjungan merujuk pada keinginan pasien untuk kembali memanfaatkan layanan kesehatan. Faktor-faktor yang memengaruhi minat ini meliputi kepuasan terhadap pelayanan, komunikasi, kenyamanan, serta rekomendasi dari orang terdekat (Amalia et al., 2023). Pasien yang merasa puas lebih mungkin merekomendasikan layanan kepada orang lain dan menjalin hubungan jangka panjang dengan rumah sakit (Marlina et al., 2024). Pelayanan rawat jalan menjadi fokus utama dalam membentuk kesan pertama terhadap rumah sakit. Oleh karena itu, kualitas pelayanan di unit ini harus ditingkatkan untuk mendorong loyalitas pasien dan memudahkan pelaksanaan program promotif, preventif, serta rehabilitatif (Hartoyo, 2022).

Penelitian sebelumnya banyak menyoroti pengaruh WOM dalam konteks rawat inap dan keputusan pembelian (Angraini & Zulfa, 2021; Wulanda et al., 2019), namun penelitian khusus mengenai pengaruh WOM terhadap minat kunjungan pasien rawat jalan masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan *word of mouth* dengan minat kunjungan pasien rawat jalan di RSD Idaman Banjarbaru Tahun 2025.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional. Penelitian dilaksanakan di Rumah Sakit Daerah (RSD) Idaman Banjarbaru pada bulan Maret hingga April 2025. Populasi berjumlah 12.602 dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan yang berkunjung ke RSD Idaman Banjarbaru selama waktu penelitian. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 99 responden, yang diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu pasien yang memenuhi kriteria inklusi dan bersedia mengisi kuesioner saat datang berobat. Kriteria inklusi meliputi pasien usia di atas 17 tahun, mampu membaca dan menulis, serta tidak dalam kondisi gawat darurat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Word of Mouth* (WOM), sedangkan variabel dependen adalah minat kunjungan pasien. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dengan nilai  $r$  hitungan berkisaran 0,45 sampai 0,78 yang lebih besar dari pada  $r_{tabel} = 0,30$ . Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *cronbach's alpha* dan diperoleh nilai sebesar 0,864, sehingga kuesioner dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik. Data dianalisis menggunakan uji korelasi *Gamma Somers'd*, dengan bantuan program SPSS versi 25. Uji ini digunakan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antar dua variabel ordinal. Penelitian ini telah memperoleh izin etik dari Komite Etik Penelitian STIKes Intan Martapura dengan nomor sertifikat etik No. 026/KE/YBIP-SI/IV/2025.

## **HASIL**

Gambar dan Tabel ditempatkan terpisah pada halaman terakhir naskah dan harus sebagai berikut:

**Tabel 1. Karakteristik Responden di RSD Idaman Banjarbaru Tahun 2025**

Variabel	N	%
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	32	31.7
Perempuan	69	68.3
<b>Umur</b>		
Dewasa	76	75.2
Prаланjut Usia	19	18.8
Lanjut Usia	6	5.9
<b>Pendidikan</b>		
SD	14	13.9
SMP	15	14.9
SMA/SMK	41	40.6
Perguruan Tinggi	31	30.7
<b>Pekerjaan</b>		
Pelajar/Mahasiswa	12	11.9
TNI/Polri	1	1.0
PNS	6	5.9
Pegawai Swasta	16	15.8
Wiraswasta	18	17.8
Lain- Lain	47	46.5
Total	403	398,9

Sumber : Data primer yang sudah diolah (2025)

Berdasarkan tabel 1 diketahui 403 responden menunjukkan yang paling besar adalah yang berumur dewasa sebanyak 76 orang (75.2%), berjenis kelamin perempuan sebanyak 69 orang (68.3%), memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 41 orang (40.6%), dan memiliki pekerjaan Lain- Lain sebanyak 47 (46.5%).

**Tabel 2. Distribusi Frekuensi *Word Of Mouth* di rawat jalan RSD Idaman Banjarbaru Tahun 2025**

<i>Word Of Mouth</i>	N	%
Cukup Baik	27	26.7
Baik	56	55.4
Sangat Baik	17	16.9
Total	100	99.9

Sumber: Data Primer (2025)

Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil dari analisis untuk variabel *word of mouth* diketahui bahwa mayoritas responden yang menilai dengan kategori cukup baik sebanyak 27 orang (26.7%), baik sebanyak 56 orang (55.4%) dan sangat baik sebanyak 17 orang (16.9%).

**Tabel 3. Distribusi Frekuensi Minat Kunjungan Pasien di rawat jalan RSD Idaman Banjarbaru Tahun 2025**

Minat Kunjungan Pasien Rawat Jalan	N	%
Tidak Berminat	1	1
Berminat	100	99.9
Total	101	101

Sumber: Data Primer (2025)

Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil analisis untuk variabel minat kunjungan pasien rawat jalan di ketahui bahwa mayoritas responden yang menilai dengan kategori tidak berminat sebanyak 1 orang (1%), dan berminat sebanyak 100 orang (99.9%).

Uji hipotesis dilakukan dengan uji *Gamma Somers 'd* untuk mengetahui hubungan antara *word of mouth* dengan minat kunjungan pasien rawat jalan di RSD Idaman Banjarbaru Tahun 2025. Hasil analisis data disajikan pada tabel 4. Berdasarkan tabel 4 mayoritas responden yang menyatakan *word of mouth* dengan kategori baik dan responden merasa puas sebanyak 56 responden dengan persentase 55.4%. Hasil uji statistik *Gamma Somers 'd* menunjukkan nilai  $\rho$ -value 0,002 ( $\leq 0,05$ ). Terdapat hubungan yang signifikan antara WOM dan minat kunjungan pasien rawat jalan di RSD Idaman

Banjarbaru. Semakin baik penilaian pasien terhadap WOM, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berkunjung ke rumah sakit tersebut.

**Tabel 4. Hasil Analisis Hubungan Antara *Word Of Mouth* dengan Minat Kunjungan Pasien di rawat jalan RSD Idaman Banjarbaru Tahun 2025**

WOM	Minat Kunjungan				Total		P value
	Berminat		Tidak Berminat		n	%	
	n	%	n	%			
Cukup Baik	27	26.7	1	1	28	27.7	0.002
Baik	56	55.4	0	0.0	56	55.4	
Sangat Baik	17	16.9	0	0.0	17	16.9	
Total	100	99.9	1	1	101	100	

Sumber: Data Primer (2025)

## PEMBAHASAN

### *Word Of Mouth* Pada Pasien Rawat Jalan

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 5.5, diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi word of mouth (WOM) yang baik, yaitu sebanyak 55,4% responden, sedangkan sisanya 44,6% memiliki WOM yang kurang baik. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pasien rawat jalan di RSD Idaman Banjarbaru mendapatkan informasi positif tentang rumah sakit melalui rekomendasi keluarga, teman, atau kerabat.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Schiffman & Wisenblit (2019) yang menyatakan bahwa WOM merupakan bentuk komunikasi interpersonal di mana konsumen yang merasa puas akan cenderung membagikan pengalaman positifnya kepada orang lain. Informasi positif yang tersebar secara alami akan membentuk citra yang baik terhadap suatu pelayanan kesehatan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan studi Salim et al. (2024) yang menemukan bahwa WOM memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan keputusan konsumen memilih layanan kesehatan. Dalam konteks rumah sakit, WOM yang baik sangat penting untuk menarik pasien baru dan mempertahankan pasien lama.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa WOM berperan besar dalam memberikan informasi dan membentuk persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan rumah sakit. Oleh sebab itu, pihak RSD Idaman Banjarbaru perlu terus meningkatkan kualitas layanan, keramahan, dan komunikasi tenaga medis agar WOM positif semakin meluas.

### Minat Kunjungan Pasien Rawat Jalan

Berdasarkan tabel 5.6, diketahui bahwa mayoritas responden memiliki minat kunjungan yang tinggi, yaitu sebesar 99,9%, sedangkan hanya 0,1% responden yang memiliki minat rendah untuk memanfaatkan layanan rawat jalan di RSD Idaman Banjarbaru. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pasien memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan kembali layanan rumah sakit.

Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Amiarno (2022) bahwa minat kunjungan dipengaruhi oleh pengalaman dan kepuasan terhadap layanan yang diberikan. Semakin baik pengalaman yang diperoleh pasien, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan kunjungan ulang atau memanfaatkan layanan di fasilitas tersebut.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian Rahmiati (2020) yang menunjukkan bahwa pasien yang merasa puas terhadap pelayanan rumah sakit memiliki kemungkinan besar untuk kembali berkunjung dan bahkan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Dengan demikian, tingginya minat kunjungan pasien rawat jalan di RSD Idaman Banjarbaru merupakan indikator positif bahwa pelayanan yang diberikan rumah sakit telah sesuai dengan harapan pasien. Namun, rumah sakit tetap perlu meningkatkan aspek-aspek pelayanan seperti kecepatan, keramahan, dan kebersihan agar minat kunjungan pasien dapat terus dipertahankan.

### Hubungan *Word Of Mouth* dengan Minat Kunjungan Pasien Rawat jalan

Hasil uji bivariat pada tabel 5.7 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara word of mouth (WOM) dengan minat kunjungan pasien rawat jalan di RSD Idaman Banjarbaru dengan nilai  $p = 0,002$  ( $p < 0,05$ ) dan koefisien korelasi Gamma Somers'd sebesar 0,522. Hal ini berarti semakin positif WOM yang diterima oleh pasien, maka semakin tinggi pula minat pasien untuk berkunjung.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Aisyah Salim & Runggandini (2024) yang menyatakan bahwa WOM berperan penting dalam memengaruhi keputusan pasien memilih fasilitas kesehatan. Demikian pula, penelitian Wago &

Larasati, L., Reviagana, KV., Norfitri, R. (2025). *Faktor-Faktor Yang Berhubungan* Nabuasa (2021) menunjukkan bahwa pengalaman memuaskan yang dibagikan melalui WOM positif dapat meningkatkan minat kunjungan pasien terhadap suatu rumah sakit.

Secara teori, hal ini sesuai dengan pendapat Schiffman & Kanuk (2019) yang menegaskan bahwa komunikasi WOM yang positif menciptakan efek domino, di mana persepsi yang baik akan memengaruhi niat dan keputusan konsumen untuk menggunakan kembali layanan tersebut. Sebaliknya, WOM negatif dapat mengurangi minat kunjungan dan berdampak pada reputasi rumah sakit.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa WOM memiliki peran strategis dalam meningkatkan minat kunjungan pasien. Oleh karena itu, pihak rumah sakit perlu terus menjaga kualitas pelayanan, meningkatkan komunikasi antar tenaga medis dan pasien, serta memastikan kenyamanan fasilitas sehingga WOM positif dapat terus terbentuk dan meningkatkan loyalitas pasien.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *Word of Mouth* (WOM) dengan minat kunjungan pasien rawat jalan di RSD Idaman Banjarbaru. Semakin positif informasi WOM yang diterima, maka semakin tinggi minat pasien untuk berobat atau kembali berkunjung ke rumah sakit. Hal ini menguatkan hipotesis bahwa WOM memiliki pengaruh dalam membentuk keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan. Temuan ini menegaskan pentingnya peran WOM sebagai strategi pemasaran nonformal yang efektif dalam meningkatkan citra dan daya tarik rumah sakit di mata masyarakat.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar RSD Idaman Banjarbaru terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, terutama dalam hal kenyamanan, keramahan petugas, dan kejelasan informasi yang disampaikan kepada pasien. Hal ini penting untuk menjaga dan memperkuat persepsi positif yang berkembang melalui *Word of Mouth* (WOM) di masyarakat. Selain itu, rumah sakit juga dapat mengelola WOM secara lebih strategis dengan memanfaatkan media sosial dan testimoni pasien untuk memperluas jangkauan informasi positif. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji faktor lain yang dapat memengaruhi minat kunjungan pasien seperti kepercayaan, kepuasan, atau pengalaman pasien secara menyeluruh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, H. A., Arni, R. R. dan Ella, A. (2023) Faktor yang berhubungan dengan minat berkunjung kembali pada pasien di RSIA Permata Hati Makassar. *Window of Public Health Journal*, 4 (6), pp. 968–977.
- Amiarno, Y. (2022) Bauran pemasaran, word of mouth dan brand image terhadap minat berkunjung kembali di radioterapi. *Journal of Public Health Education*, 1 (3), pp. 117–129.
- Angraini, D. dan Zulfa, Z. (2021) Analisis pengaruh brand image terhadap minat ulang pasien rawat inap dengan word of mouth sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 10 (4), pp. 277–286.
- Bakri, A. A. M., Ahri, R. A. dan Batara, A. S. (2022) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali pasien melalui kepuasan pasien rawat inap. *Journal of Muslim Community Health*, 3 (4), pp. 1–15.
- Fauzi, A., Rukmini dan Wulandari, S. (2020) Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian produk pada PT Kedaung Medan LTD. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1 (1), pp. 1–13.
- Fransisca, W., Nabuasa, E. dan Talan, D. (2021) Hubungan persepsi pasien tentang mutu pelayanan kesehatan dengan minat kunjungan ulang rawat jalan di Puskesmas Bakunase. *Media Kesehatan Masyarakat*, 3 (1), pp. 63–71.
- Gozal, F., Saptaningsih, A. B. dan Nugroho, M. N. (2022) Analisis faktor yang mempengaruhi minat kunjungan ulang pasien rawat jalan RS X pada masa pandemi Covid-19. *Journal of Hospital Management*, 5 (1), pp. 39–54.
- Hartoyo, M. T. M. dan Ahmad, H. M. (2022) Hubungan kualitas pelayanan dengan minat kunjungan ulang pasien rawat jalan di Puskesmas Poasia. *Jurnal Administrasi Kesehatan*, 4 (3), pp. 143–152.
- Indriani, D., Akbar, M. dan Arianto, A. (2023) Pengaruh word of mouth terhadap keputusan memilih layanan rumah sakit pendidikan Universitas Hasanuddin. *Wardah*, 24 (2), pp. 75–91.
- Lailaturrahmah, G., Rahman, N. A. dan Marliadi, R. (2024) Pengaruh word of mouth marketing terhadap citra rumah sakit dan loyalitas pasien. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 16 (1), pp. 1–16.
- Maria, I., Zubaidah, Rusdiana, Pusparina, I. dan Norfitri, R. (2020) *Caring dan comfort perawat dalam kegawatdaruratan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Marlina, S.R., Ruswanti E., dan Mulyani, Y.E (2024). Pengaruh Pengalaman Pasien, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas dengan Ewom sebagai Mediasi pada Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit X Jawa Barat. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(3), 395–407.
- MoH (Kementerian Kesehatan RI) (2013) *Sosialisasi Global Code of Practice on the International Recruitment of Health Personnel*. Available at: [http://bppsdmk.depkes.go.id/...](http://bppsdmk.depkes.go.id/) (Accessed: 2 December 2014).

- Nuraini Novia. (2023). Hubungan Empati dan Keandalan Perawat dengan Minat Kunjungan Ulang Pasien Rawat Inap di Ruangan Penyakit Dalam RSUD Ratu Zalecha Martapura. *Skripsi*. Stikes Intan Martapura.
- Nursalam, Haryanto dan Dira, A. (2006) The effect of Kegel management of urine elimination problems for elderly. *Folia Medica Indonesiana*, 42 (2), pp. 102–106.
- Rahmiati, N. A. T. (2020) Hubungan dimensi kualitas pelayanan dengan minat kunjungan ulang pasien di instalasi rawat jalan Rumah Sakit Umum Kabupaten Tangerang. *Jurnal Kesehatan*, 13 (1), pp. 13–21.
- Salim, N. A., Runggandini, S. A., Kesehatan, F. I., Karawang, U. S., Pasien, K., & Sakit, R. (2024). Pengaruh Komitmen dan Kepuasan Pasien BPJS terhadap *Word Of Mouth* di Rawat Jalan RSUD Muhammadiyah Yogyakarta. *Jurnal Surya Muda*, 6(2), 168-185.
- Septyandani, E., Dewi, R. S. dan Hidayatullah, D. M. S. (2020) Peranan word of mouth terhadap kepercayaan konsumen pada jasa studio foto di Banjarbaru. *Jurnal Kognisia*, 3 (1), pp. 30–33.
- Sholeh, M. dan Chalidyanto, D. (2021) The effect of service quality on loyalty through patient satisfaction in outpatient of Hospital X, Malang. *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal dan Manajemen RS)*, 10 (2), pp. 148–157.
- Smet, B. (1994) *Psikologi kesehatan*. (Kunta, R., penerj.) Jakarta: Anggota IKAPI.
- Wulanda, N., Wahab, Z., & Widad, A. (2019). Pengaruh Harga, *Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dalam Memilih *Event Organizer* (Studi Kasus di UN Production). *Journal of Management and Business Review*, 16(1), 43–70.