

Reputasi Digital sebagai Aset Tak Berwujud: Analisis Keputusan Pasien pada Sektor Kesehatan dengan Keterlibatan Tinggi

Digital Reputation as a Strategic Asset: Predicting Hospital Selection in the High-Involvement Healthcare Market

Safari Hasan^{1*}, Elshadai Zefanya Siwabessy²

1. ¹Fakultas Teknologi dan Manajemen Kesehatan, IIK Bhakti Wiyata, Kediri, Indonesia *

2. ²Fakultas Teknologi dan Manajemen Kesehatan, IIK Bhakti Wiyata, Kediri, Indonesia

*Korespondensi: safari.hasan@iik.ac.id

Abstract. *Digital transformation has fundamentally changed consumer behavior, including in the decision-making process within the high-involvement healthcare sector. Although research on electronic word-of-mouth (e-WOM) is widely conducted in commercial contexts, empirical evidence regarding its influence on non-insurance healthcare consumers in developing countries remains limited. This study aims to analyze the effect of online customer ratings and reviews on the decision to select healthcare services by non-BPJS patients at Private General Hospital, Kediri, Indonesia. This study used a quantitative approach with a cross-sectional survey design involving 67 purposively selected respondents. Data were collected via a validated Likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS v.26. The results showed that online customer ratings ($\beta = 0.948$; sig. < 0.05) and online customer reviews ($\beta = 0.387$; $p < 0.001$) had a significant positive effect on selection decisions, with a simultaneous contribution of 94.7% of the variance ($R^2 = 0.947$). These findings confirm the role of digital reputation in strengthening trust and lowering risk perception in independent patients. This study expands the literature by integrating signaling theory and trust theory in the health context and provides practical implications for hospital management in strategically managing digital reputation.*

Keywords: *online customer ratings, online customer reviews, healthcare selection decisions, non-BPJS patients, e-WOM*

Abstrak. Transformasi digital telah mengubah secara fundamental perilaku konsumen, termasuk dalam proses pengambilan keputusan pada sektor layanan kesehatan yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi. Meskipun penelitian mengenai *electronic word-of-mouth* (e-WOM) cukup banyak dilakukan dalam konteks komersial, bukti empiris mengenai pengaruhnya terhadap konsumen layanan kesehatan non-asuransi di negara berkembang masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penilaian pelanggan daring dan ulasan pelanggan daring terhadap keputusan pemilihan jasa layanan kesehatan oleh pasien non-BPJS di sebuah Rumah Sakit Umum Swasta di Kediri, Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei *cross sectional* yang melibatkan 67 responden yang dipilih secara *purposive*. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert yang telah divalidasi, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS v.26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian pelanggan daring ($\beta = 0,948$; sig. < 0,05) dan ulasan pelanggan daring ($\beta = 0,387$; $p < 0,001$) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pemilihan, dengan kontribusi simultan sebesar 94,7% varians ($R^2 = 0,947$). Temuan ini menegaskan peran reputasi digital dalam memperkuat kepercayaan dan menurunkan persepsi risiko pada pasien mandiri. Penelitian ini memperluas literatur melalui integrasi teori sinyal dan teori kepercayaan dalam konteks kesehatan, serta memberikan implikasi praktis bagi manajemen rumah sakit dalam mengelola reputasi digital secara strategis.

Kata kunci: penilaian pelanggan daring, ulasan pelanggan daring, keputusan pemilihan layanan kesehatan, pasien non-BPJS, e-WOM

Pendahuluan

Transformasi layanan kesehatan global tengah mengalami percepatan signifikan yang didorong oleh penetrasi teknologi digital. Pergeseran ini mengubah posisi pasien dari penerima pasif rekomendasi medis menjadi partisipan aktif dalam pengambilan keputusan klinis⁽¹⁾. Di Indonesia, fenomena ini semakin relevan mengingat hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pada tahun 2024 tingkat penetrasi internet telah mencapai 79,5% atau setara dengan 221,6 juta jiwa. Tidak hanya meningkat secara kuantitatif, penggunaan internet juga

mengalami diversifikasi secara fungsional, di mana salah satu alasan utama masyarakat mengakses internet adalah untuk memperoleh informasi, termasuk informasi terkait layanan kesehatan(2).

Dalam sektor yang berlandaskan kepercayaan seperti layanan kesehatan, di mana kualitas bersifat tidak berwujud dan hasilnya penuh ketidakpastian, konsumen cenderung mencari informasi tambahan untuk meminimalkan risiko. Dalam konteks ini, *electronic word-of-mouth* (e-WOM) muncul sebagai sumber informasi yang krusial (3). Berbeda dengan komunikasi tradisional dari mulut ke mulut, e-WOM memiliki jangkauan yang lebih luas, sifat yang abadi, serta dapat diakses secara fleksibel. Kondisi ini menjadi semakin penting bagi pasien non-BPJS yang memiliki keleluasaan penuh dalam menentukan penyedia layanan kesehatan, sehingga informasi daring berperan strategis dalam proses pengambilan keputusan mereka(4).

Penilaian pelanggan daring yang umumnya ditampilkan dalam bentuk skor berbintang, berfungsi sebagai heuristik instan untuk menilai kualitas layanan, sedangkan ulasan pelanggan daring memberikan narasi lebih kaya yang mengontekstualisasikan pengalaman pasien sebelumnya (5). Terdapat celah riset yang jelas dan penting dimana penggunaan e-WOM dalam sektor kesehatan semakin meluas, namun bukti empiris mengenai pengaruh spesifik maupun gabungannya terhadap pasien non-asuransi di negara berkembang masih terbatas.

Perilaku Konsumen Kesehatan di Era Digital

Perubahan perilaku konsumen dalam memilih layanan kesehatan telah menjadi isu yang semakin penting dalam era digital. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023, konten mengenai kesehatan tercatat sebagai salah satu yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia di internet, dengan 36,96% responden menyatakan lebih sering mencari informasi tersebut(6). Fakta ini menunjukkan bahwa pasien di Indonesia tidak lagi hanya mengandalkan rekomendasi dokter secara eksklusif, melainkan mulai mengadopsi pendekatan mandiri dalam memperoleh informasi dan mengambil keputusan terkait layanan kesehatan. Tren ini sejalan dengan konsep *patient self-management* yang didorong oleh perkembangan teknologi digital, sekaligus menandai meningkatnya kebutuhan terhadap layanan kesehatan berbasis teknologi seperti konsultasi virtual dan pemantauan pasien jarak jauh(7).

Electronic Word-of-Mouth (e-WOM)

Electronic word-of-mouth (e-WOM) didefinisikan sebagai pernyataan positif maupun negatif yang disampaikan oleh konsumen mengenai produk atau layanan suatu perusahaan, yang kemudian disebarkan melalui media daring(8). Mekanisme ini memfasilitasi komunikasi informal antar konsumen, memungkinkan individu untuk berbagi pengalaman serta pandangan mereka. Dalam konteks layanan kesehatan, e-WOM berperan sebagai proksi yang signifikan dalam mengevaluasi pengalaman pasien, sekaligus membantu calon pasien meminimalkan risiko yang dirasakan dan ketidakpastian terkait kualitas layanan(9)(10). Hal ini menjadi krusial mengingat kualitas layanan kesehatan bersifat tidak berwujud dan sulit diukur secara objektif sebelum layanan dikonsumsi(11)(12).

Teori Sinyal dan Penilaian Pelanggan Daring

Teori sinyal dikembangkan untuk menjelaskan interaksi dalam kondisi asimetri informasi. Teori ini menyatakan bahwa pihak pengirim dapat menyampaikan sinyal kredibel untuk merepresentasikan atribut yang sulit diamati secara langsung(13). Dalam konteks layanan kesehatan, rumah sakit berperan sebagai pengirim sinyal yang memanfaatkan penilaian pelanggan daring sebagai indikator terukur mengenai kualitas serta profesionalisme layanan yang ditawarkan.

Penilaian pelanggan daring berfungsi sebagai sinyal yang efisien karena memberikan informasi instan dengan biaya kognitif rendah bagi calon pasien sebagai penerima sinyal. Penilaian yang konsisten tinggi mengimplikasikan standar layanan yang dapat diandalkan, suatu atribut yang sangat esensial dalam sektor kesehatan yang sarat risiko. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sinyal yang dipersepsikan pasien, termasuk kebijakan dan layanan tambahan seperti efisiensi, ketersediaan

sistem, privasi, dan pemenuhan janji layanan meningkatkan *patient perceived value*, yang lalu secara signifikan menaikkan kepuasan, sebagai prediktor kuat niat terus menggunakan layanan(14).

Teori Kepercayaan dan Ulasan Pelanggan Daring

Teori Kepercayaan menekankan bahwa kepercayaan merupakan mekanisme fundamental yang mengurangi kompleksitas dan ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan. Dalam konteks sistem kesehatan yang kompleks, ketika kepastian dan kesepakatan menurun, kompleksitas meningkat, sehingga kebutuhan akan kepercayaan menjadi semakin penting untuk memungkinkan kolaborasi dan tindakan kolektif(15). Tinjauan sistematis 49 studi tentang kepercayaan dalam *digital healthcare* menemukan bahwa banyak definisi berporos pada "*willingness to rely or depend on something or someone*" di bawah kondisi ketidakpastian dan kerentanan(16). Rumah sakit sebagai penyedia layanan menghadapi tantangan untuk membangun kepercayaan ini melalui ulasan pelanggan daring yang berfungsi sebagai bukti sosial dan simulasi pengalaman nyata dari pasien sebelumnya.

Ulasan pelanggan daring berperan penting dalam membentuk persepsi kepercayaan apabila lingkungan digital mampu meminimalkan keraguan terhadap konten yang tidak akurat atau manipulatif (17). Kredibilitas sumber ulasan dan kualitas argumentasi yang terkandung di dalamnya menjadi determinan utama. Ulasan dari akun terverifikasi, misalnya, cenderung dipersepsikan lebih kredibel karena mengurangi ketidakpastian mengenai identitas penulis(18). Hal ini konsisten dengan temuan bahwa komunikasi dan kepercayaan antara penyedia layanan kesehatan dan pasien merupakan faktor signifikan dalam proses pengambilan keputusan (18). Dengan demikian, ulasan yang detail, kredibel, dan kontekstual memiliki peran vital dalam memperkuat keyakinan pasien terhadap integritas serta kualitas layanan rumah sakit..

Proses Keputusan Pemilihan Layanan Kesehatan

Proses keputusan pemilihan konsumen, sebagaimana dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong, terdiri atas lima tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pemilihan, dan perilaku pascapemilihan (19). Dalam konteks pasien non-BPJS, tahap pencarian informasi memperoleh pengaruh signifikan dari sumber digital. Penilaian pelanggan daring dan ulasan pelanggan daring berfungsi sebagai masukan utama pada tahap evaluasi alternatif (20).

Pasien non-BPJS umumnya melakukan penelusuran informasi secara lebih mendalam karena keputusan pemilihan layanan kesehatan didasarkan pada pertimbangan finansial pribadi serta persepsi risiko. Kondisi tersebut menjadikan ulasan daring sebagai sumber informasi dominan yang membentuk keyakinan serta preferensi pasien terhadap penyedia layanan kesehatan(21).

Penelitian ini dirancang untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis bagaimana penilaian dan ulasan pelanggan daring secara parsial maupun simultan memengaruhi keputusan pemilihan layanan kesehatan oleh pasien non-BPJS di salah satu Rumah Sakit Umum Swasta dengan akreditasi Paripurna di Kota Kediri. Secara teoretis, penelitian ini mengadopsi teori sinyal untuk mengkaji fungsi penilaian daring sebagai sinyal kredibel kualitas layanan, serta teori kepercayaan untuk mengeksplorasi bagaimana ulasan daring membangun kepercayaan di kalangan konsumen(13)(16). Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan literatur e-WOM dalam konteks kesehatan, sekaligus menyajikan implikasi manajerial yang relevan bagi penyedia layanan dalam merancang strategi pengelolaan reputasi digital

Metode

Desain dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan survei *cross-sectional* yang dilaksanakan di sebuah Rumah Sakit Umum Swasta Kota Kediri pada Juli 2025.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah pasien non-BPJS yang mencari informasi daring sebelum berkunjung ke rumah sakit. Sampel berjumlah 67 responden yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*, sesuai kriteria inklusi usia 18–65 tahun, status non-BPJS, serta riwayat pencarian informasi daring. Jumlah sampel memenuhi kriteria Green ($N \geq 50 + 8m$) untuk dua prediktor.

Instrumen Penelitian

Data dikumpulkan melalui kuesioner skala *Likert* 5 poin yang mengukur penilaian pelanggan daring (X_1), ulasan pelanggan daring (X_2), dan keputusan pemilihan layanan kesehatan (Y). Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item valid, sedangkan uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,600 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Analisis Data

Data dianalisis dengan regresi linear berganda menggunakan SPSS v.26 setelah melalui uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas).

Hasil

Karakteristik demografi responden disajikan pada Tabel 1. Mayoritas responden berada pada rentang usia 18–29 tahun (52,20%) dan 30–44 tahun (43,30%), menunjukkan dominasi kelompok usia produktif yang aktif mengakses informasi kesehatan daring. Dari sisi jenis kelamin, perempuan (56,72%) lebih banyak dibandingkan laki-laki (43,28%). Temuan ini mencerminkan karakteristik *digital natives* dan *digital immigrants* yang memiliki literasi teknologi tinggi serta kecenderungan kuat untuk melakukan riset daring sebelum mengambil keputusan medis. Dari sisi gender, mayoritas responden adalah perempuan (56,72%), yang sejalan dengan literatur pemasaran kesehatan dimana perempuan sering berperan sebagai *primary caregiver* atau pengambil keputusan kesehatan utama dalam keluarga (22).

Tabel 1. Karakteristik Demografi Pasien

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Usia	18 – 29 tahun	35	52,20%
	30 – 44 tahun	29	43,30%
	45 – 54 tahun	2	3,00%
	55 – 65 tahun	1	1,50%
Jenis Kelamin	Perempuan	38	56,72%
	Laki-Laki	29	43,28%
Pekerjaan	Pelajar	10	14,00%
	Karyawan	15	22,40%
	Wirausaha	19	28,40%
	Lainnya	23	34,30%

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Hasil uji asumsi klasik (Tabel 2) menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi kriteria kelayakan. Data residual terdistribusi normal ($p=0,108 > 0,05$), tidak terdapat multikolinieritas (Tolerance $> 0,10$; VIF < 10), serta tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas (Sig. $> 0,05$).

Tabel 2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Indikator	Nilai	Kriteria	Keterangan
Normalitas	Monte Carlo	0,108	Sig. $> 0,05$	Memenuhi
Multikolinieritas	Tolerance	0,111	Tolerance : $> 0,10$	Memenuhi
	VIF	8,997	VIF : < 10	
Heteroskedastisitas	Glejser (X_1)	0,184	Sig. $> 0,05$	Memenuhi
	Glejser (X_2)	0,331		

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Analisis regresi linear berganda (Tabel 3) menghasilkan persamaan: $Y = 1,789 + 0,948X_1 + 0,387X_2$. Setiap peningkatan satu unit pada variabel Penilaian Pelanggan Daring (X_1) akan meningkatkan keputusan pemilihan sebesar 0,948, sementara peningkatan satu unit pada variabel Ulasan Pelanggan Daring (X_2) akan meningkatkan keputusan pemilihan sebesar 0,387. Nilai konstanta sebesar 1,789 mengindikasikan bahwa tanpa adanya informasi daring (rating dan ulasan bernilai nol), keputusan pemilihan rumah sakit tetap memiliki nilai dasar positif, namun peningkatannya sangat bergantung pada variabel digital.

Tabel 3. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized B	Sig. (p-value)
Konstanta	1,789	-
Penilaian Pelanggan Daring	0,948	0,000
Ulasan Pelanggan Daring	0,387	0,000

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,947 (Tabel 4). Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel Penilaian Pelanggan Daring (X_1) dan Ulasan Pelanggan Daring (X_2) secara simultan mampu menjelaskan 94,7% variasi Keputusan Pemilihan layanan kesehatan.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
1	0,937	0,947	0,945	1,510

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan uji hipotesis (Uji T dan Uji F), Penilaian Pelanggan Daring berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pemilihan (t -hitung 6,731 > t -tabel 1,997; Sig. 0,000). Ulasan Pelanggan Daring juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan (t -hitung 4,660 > t -tabel 1,997; Sig. 0,000). Secara simultan (Uji F), kedua variabel berpengaruh signifikan (F -hitung 567,544 > F -tabel 3,140; Sig. 0,000).

Koefisien Penilaian Pelanggan Daring (X_1) sebesar 0,948 menunjukkan dominasi variabel ini dibandingkan Ulasan Pelanggan Daring (X_2) yang memiliki koefisien 0,387. Artinya, perubahan persepsi pada skor bintang (rating) memiliki dampak hampir 2,5 kali lipat lebih besar terhadap keputusan pasien dibandingkan narasi ulasan.

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,945 menegaskan bahwa model ini sangat *robust*. Sebanyak 94,5% variasi keputusan pasien non-BPJS di Rumah Sakit Umum swasta ini dapat dijelaskan secara eksklusif oleh reputasi digital mereka. Hal ini menyisakan celah yang sangat kecil (5,5%) bagi faktor tradisional lain (seperti lokasi fisik atau rekomendasi lisan *offline*) dalam konteks sampel penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menegaskan relevansi *electronic word-of-mouth* (e-WOM) dalam konteks layanan kesehatan. Penilaian pelanggan daring ($\beta=0,948$) terbukti memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pemilihan, selaras dengan teori sinyal (13)(21)(23). Dalam ekosistem informasi yang kompleks, penilaian berbintang berfungsi sebagai sinyal agregat yang efisien dan kredibel, sehingga calon pasien dapat menilai kualitas layanan secara cepat tanpa perlu mengolah informasi secara mendalam (23)(24). Sinyal ini menjadi krusial bagi pasien non-BPJS yang membutuhkan kepastian kualitas untuk meminimalkan risiko finansial dan medis.

Sebaliknya, meskipun kontribusinya relatif lebih rendah, ulasan pelanggan daring ($\beta=0,387$) tetap signifikan dan memperkuat teori kepercayaan. Ulasan naratif menyediakan bukti sosial yang memberikan konteks dan kedalaman yang tidak dapat dicapai melalui angka semata (24)(25)(26). Kredibilitas sumber dan kualitas argumen menjadi elemen kunci, sejalan dengan temuan meta-analitik yang menunjukkan bahwa kepercayaan digital sangat bergantung pada persepsi terhadap keaslian dan kelengkapan konten (16)(18). Dengan demikian, ulasan yang detail dan autentik mampu mengurangi ketidakpastian serta meningkatkan keyakinan pasien dalam proses pemilihan layanan.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,947 menunjukkan bahwa reputasi digital, melalui kombinasi penilaian dan ulasan pelanggan daring, merupakan determinan utama dalam keputusan pemilihan layanan kesehatan oleh pasien non-BPJS di Rumah Sakit Umum swasta ini. Proses ini mencerminkan hubungan komplementer: penilaian berperan sebagai penyaring awal, sedangkan ulasan menyediakan validasi kualitatif yang membangun kepercayaan lebih mendalam. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa e-WOM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan konsumen (27)(28), sekaligus membuka ruang penelitian lanjutan terkait hubungan penggunaan informasi daring dengan tingkat kepuasan pasien.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan analisis dan pengujian hipotesis, penelitian ini menyimpulkan bahwa penilaian pelanggan daring dan ulasan pelanggan daring berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan pemilihan jasa layanan kesehatan oleh pasien non-BPJS di Rumah Sakit Umum Swasta Kota Kediri, dengan nilai koefisien determinasi tinggi ($R^2=0,947$) yang menunjukkan dominasi reputasi digital dalam proses pengambilan keputusan pasien. Penilaian pelanggan daring berfungsi sebagai sinyal kualitas yang efisien, sementara ulasan pelanggan daring membangun kepercayaan melalui narasi yang kredibel dan informatif, menunjukkan sinergi empiris antara Teori sinyal dan Teori kepercayaan. Implikasi manajerial mencakup perlunya menjaga konsistensi kualitas layanan, mengelola reputasi daring secara proaktif, dan mendorong ulasan pasien yang rinci dan kredibel untuk memperkuat keyakinan calon pasien.

Penelitian ini membuktikan bahwa reputasi digital merupakan aset tak berwujud (*intangible asset*) yang paling berharga bagi rumah sakit dalam menggaet pasar pasien umum (non-BPJS). Penilaian pelanggan daring (rating) terbukti menjadi faktor dominan yang bekerja sebagai sinyal kualitas instan, sementara ulasan pelanggan daring (review) berperan memperkuat kepercayaan melalui validasi pengalaman. Kombinasi keduanya mampu memprediksi keputusan pemilihan rumah sakit dengan tingkat akurasi yang sangat tinggi (94,7%). Rumah sakit yang mengabaikan manajemen reputasi digital berisiko kehilangan pangsa pasar potensial di era di mana "ulasan" di dunia maya lebih dipercaya daripada promosi konvensional.

Dalam perspektif *Signaling Theory* (13), rating bintang berfungsi sebagai "sinyal efisiensi tinggi" di tengah asimetri informasi antara rumah sakit dan pasien. Calon pasien, yang sering kali tidak memiliki kompetensi medis untuk menilai kualitas klinis dokter atau teknologi rumah sakit secara objektif, menggunakan rating agregat sebagai *proxy* atau indikator pengganti kualitas yang paling mudah dicerna.

Tingginya pengaruh rating dibanding ulasan naratif dapat dijelaskan melalui konsep *cognitive load* atau beban kognitif. Dalam situasi pencarian layanan kesehatan yang seringkali dibarengi kecemasan atau urgensi, otak manusia cenderung menggunakan heuristik (jalan pintas mental). Rating bintang 4.5 hingga 5.0 memberikan konfirmasi instan akan keamanan dan kualitas tanpa mengharuskan pasien membaca ratusan teks. Hal ini sejalan dengan temuan Baghsaw *et al* (29) yang menyebutkan bahwa *star-ratings* secara signifikan mempengaruhi pengambilan keputusan bagi pasien, terutama ketika membandingkan beberapa penyedia layanan sekaligus.

Meskipun koefisien regresinya lebih rendah ($\beta=0,387$), Ulasan Pelanggan Daring memiliki peran vital yang bersifat melengkapi (*complementary*). Jika rating berfungsi menarik perhatian awal, maka

ulasan berfungsi mengonversi ketertarikan tersebut menjadi keputusan final melalui mekanisme kepercayaan. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya tentang hubungan antara rating, kepercayaan dan pengambilan Keputusan(30)(31).

Analisis mendalam menunjukkan bahwa ulasan teks memberikan konteks yang tidak dapat ditangkap oleh angka. Pasien non-BPJS, yang mengeluarkan biaya pribadi, cenderung mencari ulasan spesifik terkait "keramahan perawat", "kejelasan penjelasan dokter", atau "transparansi biaya". Ulasan yang mendetail bertindak sebagai *social proof* yang memvalidasi skor rating yang tinggi(32). Ketika calon pasien membaca pengalaman positif orang lain yang memiliki keluhan serupa, terjadi transfer kepercayaan yang menurunkan persepsi risiko (*perceived risk*).

Lebih lanjut, keberadaan ulasan yang otentik—bahkan yang mengandung kritik konstruktif—justru meningkatkan kredibilitas rating itu sendiri. Rating sempurna tanpa ulasan sering kali dicurigai sebagai manipulasi, sedangkan rating tinggi yang didukung ulasan naratif yang relevan (seperti yang ditemukan pada penelitian Jason Tongget al. 2022 (33)) menciptakan persepsi transparansi yang kuat.

Penelitian ini secara spesifik menyoroti perilaku pasien non-BPJS (pasien umum/asuransi swasta). Kelompok ini memiliki karakteristik "konsumen kritis" karena adanya keterlibatan finansial langsung. Tingginya nilai R^2 (94,7%) mengindikasikan bahwa bagi segmen pasar ini, reputasi digital bukan sekadar pelengkap, melainkan fondasi utama keputusan. Berbeda dengan pasien BPJS yang mungkin terikat pada sistem rujukan berjenjang (Faskes 1 ke Faskes Lanjutan), pasien non-BPJS memiliki kebebasan penuh memilih (*free choice*). Kebebasan ini membuat mereka sangat sensitif terhadap sinyal kualitas di ranah digital.

Temuan ini mengonfirmasi pergeseran paradigma di mana pasien mandiri kini memperlakukan layanan kesehatan serupa dengan layanan jasa *high-involvement* lainnya (seperti perhotelan atau pendidikan), di mana jejak digital penyedia layanan menjadi jaminan mutu sebelum transaksi terjadi(34)(35).

Bagi manajemen Rumah Sakit Umum swasta yang diteliti, hasil ini membawa implikasi strategis yang mendesak:

1. **Manajemen Rating Agresif:** Karena rating memiliki dampak dominan, rumah sakit harus memiliki prosedur standar (SOP) untuk mendorong pasien yang puas agar memberikan rating bintang lima segera setelah pelayanan selesai. Penurunan rating sedikit saja (misal dari 4.8 ke 4.3) berpotensi menurunkan probabilitas kunjungan pasien baru secara drastis.
2. **Respons Ulasan sebagai *Service Recovery*:** Mengingat peran ulasan dalam membangun kepercayaan, manajemen wajib merespons setiap ulasan yang masuk. Respons terhadap ulasan negatif yang dilakukan secara empatik dan solutif dapat memicu *Service Recovery Paradox*, di mana kepercayaan pasien justru meningkat setelah melihat keseriusan rumah sakit menangani keluhan.
3. **Audit Saluran Digital:** Rumah sakit perlu memastikan profil digital mereka di Google Maps, media sosial, dan platform kesehatan (seperti Halodoc atau Alodokter) selalu mutakhir dan menampilkan citra profesional, karena inilah "etalase" pertama yang dilihat pasien non-asuransi.

Keterbatasan penelitian ini meliputi desain cross-sectional yang tidak menangkap dinamika perilaku dari waktu ke waktu, sampel terbatas dari satu rumah sakit, serta potensi bias data *self-reported*. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan studi longitudinal dan multi-lokasi, mengintegrasikan variabel tambahan seperti literasi kesehatan dan kualitas layanan tatap muka, serta menyelidiki peran mediasi atau moderasi seperti persepsi risiko pasien, guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap pengaruh e-WOM dalam konteks layanan kesehatan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih penulis kepada penyandang dana penelitian dan pihak yang berperan serta dalam pengambilan data untuk tulisan, namun tidak ikut dalam penulisan artikel.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada manajemen Rumah Sakit Umum Swasta atas akses penelitian yang diberikan dan kepada para responden yang bersedia berpartisipasi. Penulis juga menghargai dukungan dari Institut Ilmu Kesehatan Bhakti Wiyata, yang sangat berkontribusi dalam terselesaikannya penelitian ini.

Kontribusi Penulis

SH berperan dalam konseptualisasi penelitian, analisis data, dan penulisan naskah utama. EZS berperan dalam validasi instrumen, dan penyuntingan naskah akhir pengumpulan, pengolahan dan analisis data.

Daftar Pustaka

1. Meskó B, deBronkart D. Patient Design: The Importance of Including Patients in Designing Health Care. J Med Internet Res [Internet]. 2022;24. Available from: <https://consensus.app/papers/patient-design-the-importance-of-including-patients-in-meskó-debronkart/3e3f90ec65bc570a88bd43a3e135c24f/>
2. APJII. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2024. Sebaran Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2024. Available from: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
3. Rahaman MA, Hassan H, Asheq A Al, Islam K. The interplay between eWOM information and purchase intention on social media: Through the lens of IAM and TAM theory. PLoS One [Internet]. 2022;17. Available from: <https://consensus.app/papers/the-interplay-between-ewom-information-and-purchase-rahaman-hassan/4687d24bcf615855a8423dd68e3c3abd/>
4. Farsi D, Martinez-Menchaca H, Ahmed M, Farsi N. Social Media and Health Care (Part II): Narrative Review of Social Media Use by Patients. J Med Internet Res [Internet]. 2021;24. Available from: <https://consensus.app/papers/social-media-and-health-care-part-ii-narrative-review-of-farsi-martinez-menchaca/0e9aed4c855657a2b982ab007f4e7b65/>
5. Khanbhai M, Anyadi P, Symons J, Flott K, Darzi A, Mayer E. Applying natural language processing and machine learning techniques to patient experience feedback: a systematic review. BMJ Heal Care Informatics [Internet]. 2021;28. Available from: <https://consensus.app/papers/applying-natural-language-processing-and-machine-khanbhai-anyadi/1e2526ec57815a7bab7c3bdf32f7b6de/>
6. Hidayah FN. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2023 [cited 2025 Dec 29]. Konten Favorit yang Sering Dikunjungi Masyarakat Indonesia 2023. Available from: <https://data.goodstats.id/statistic/konten-kesehatan-jadi-yang-paling-banyak-diakses-masyarakat-indonesia-2023-2qYFO>
7. Rosenlund M, Kinnunen U, Saranto K. The Use of Digital Health Services Among Patients and Citizens Living at Home: Scoping Review. J Med Internet Res [Internet]. 2023;25. Available from: <https://consensus.app/papers/the-use-of-digital-health-services-among-patients-and-rosenlund-kinnunen/55510b27cb1c586a8693f2856272005e/>
8. Feng M, Feng Y, Li Y. Online reviews, customer Q&As, and product sales: A PVAR approach. PLoS One [Internet]. 2023;18. Available from: <https://consensus.app/papers/online-reviews-customer-qas-and-product-sales-a-pvar-feng-feng/31211a11d5c75586971dfdc0c8d1b53d/>
9. Wen Y, Wang YL, Pai LN, Yang SH, Chang TY, Chen SH, et al. Word-of-mouth referrals between patients are a critical component of medical tourism for pediatric hematopoietic cell transplantation. Medicine (Baltimore) [Internet]. 2025;104. Available from:

- <https://consensus.app/papers/wordofmouth-referrals-between-patients-are-a-critical-wen-wang/3645298b50075435b0e2393ef575d763/>
10. Han L, Thongpapanl N, Li O. The mechanism of word-of-mouth learning on chronic disease patients' physician choice in online health communities: Latent Dirichlet allocation analyses and cross-sectional study. Digit Heal [Internet]. 2025;11. Available from: <https://consensus.app/papers/the-mechanism-of-wordofmouth-learning-on-chronic-disease-han-thongpapanl/3afbfcadcca9356e7a4e013e7a66a46b2/>
 11. Batalden M, Batalden P, Margolis P, Seid M, Armstrong G, Opiari-Arrigan L, et al. Coproduction of healthcare service. BMJ Qual Saf [Internet]. 2015;25:509–17. Available from: <https://consensus.app/papers/coproduction-of-healthcare-service-batalden-batalden/72cc815904985cf49b74b5cad493bf0a/>
 12. Mosadeghrad A. Factors Influencing Healthcare Service Quality. PSN Heal Care Deliv [Internet]. 2014; Available from: <https://consensus.app/papers/factors-influencing-healthcare-service-quality-mosadeghrad/1d7884a5799f535a98c2541646c316f2/>
 13. Guo S, Wang K, Yang L, Dang Y. Extending Signaling Theory in Online Health Communities to Address Medical Information Asymmetry: Systematic Review With Narrative Synthesis. J Med Internet Res [Internet]. 2025;27. Available from: <https://consensus.app/papers/extending-signaling-theory-in-online-health-communities-guo-wang/02d10bdd30e85980a39dd1b4c870466e/>
 14. Wang J, Fu L, Huang Z, Hu K, Lin Z, Tang Q. How AI-powered consultation services in internet hospitals influence patient satisfaction: A structural analysis. Digit Heal [Internet]. 2025;11. Available from: <https://consensus.app/papers/how-ai-powered-consultation-services-in-internet-wang-fu/ddafbfd4497f5f3ab39a08754aad3537/>
 15. Finegood D, Yakimov C. Why Systems Thinking Is Needed to Center Trust in Health Policy and Systems. Int J Heal Policy Manag [Internet]. 2024;13. Available from: <https://consensus.app/papers/why-systems-thinking-is-needed-to-center-trust-in-health-finegood-yakimov/ae4404fdaf8f59fabdb916bd43c263c8/>
 16. Catapan S, Sazon H, Zheng S, Gallegos-Rejas V, Mendis R, Santiago P, et al. A systematic review of consumers' and healthcare professionals' trust in digital healthcare. NPJ Digit Med [Internet]. 2025;8. Available from: <https://consensus.app/papers/a-systematic-review-of-consumers-and-healthcare-catapan-sazon/5266b53cd704581cad94a5f5cf1ea94f/>
 17. Wang M, Kong R, Wang Y. Probing the intrinsic mechanism and evolution characteristics of online shopping customer satisfaction via text mining of online reviews. PLoS One [Internet]. 2025;20. Available from: <https://consensus.app/papers/probing-the-intrinsic-mechanism-and-evolution-wang-kong/1c6807395a0258d3b3c3498d929c32f4/>
 18. Zhang Y, Kim Y. Consumers' Evaluation of Web-Based Health Information Quality: Meta-analysis. J Med Internet Res [Internet]. 2022;24. Available from: <https://consensus.app/papers/consumers-evaluation-of-webbased-health-information-zhang-kim/158f554152a15e179f739188acc58f18/>
 19. Martins J, Moguluwa S, Lucas JL, Iloka CB, Mata M. Does perceived quality mediate the relationship between country of origin image and consumer buying behaviour in Nigerian hypermarkets? PLoS One [Internet]. 2023;18. Available from: <https://consensus.app/papers/does-perceived-quality-mediate-the-relationship-between-martins-moguluwa/409be0eeca16583db2c87f7b413a3dd1/>
 20. Ferraris G, Monzani D, Coppini V, Conti L, Pizzoli SFM, Grasso R, et al. Barriers to and facilitators of online health information-seeking behaviours among cancer patients: A systematic review. Digit Heal [Internet]. 2023;9. Available from: <https://consensus.app/papers/barriers-to-and-facilitators-of-online-health-ferraris-monzani/58f9af33db01518b979eefa82e273c5d/>
 21. Smith G, Banegas M, Acquati C, Chang S, Chino F, Conti R, et al. Navigating financial toxicity in patients with cancer: A multidisciplinary management approach. CA Cancer J Clin [Internet]. 2022;72. Available from: <https://consensus.app/papers/navigating-financial-toxicity-in-patients-with-cancer-a-smith-banegas/9387c3e7dc335d4b87f853f0a143fa37/>

22. Domínguez-Castillo P, Bonilla-Campos A, Pujal I Llombart M. "We can't allow ourselves to fall ill": Health and (self-)discipline in female family caregivers from a gender perspective. *J Women Aging*. 2025;37(1):15–34.
23. Zhang X, Sun J, Li X, Liu Y, Li C. Developing a Framework for Online Review-Based Health Care Service Quality Assessment: Text-Mining Study. *J Med Internet Res [Internet]*. 2024;27. Available from: <https://consensus.app/papers/developing-a-framework-for-online-reviewbased-health-care-zhang-sun/50761096939e527f95347a4f2bb31cdf/>
24. Morenigbade H, Jaber T Al, Gordon N, Eke G. Evaluating and implementing machine learning models for personalised mobile health app recommendations. *PLoS One [Internet]*. 2025;20. Available from: <https://consensus.app/papers/evaluating-and-implementing-machine-learning-models-for-morenigbade-jaber/d8a7b73a810d5134b9659869f0c2fbf8/>
25. Zhou S, Xie K, Zhang X. Identify doctors' online performance and prioritize service attributes: A framework with aspect-based sentiment analysis and empirical investigation. *Digit Heal [Internet]*. 2025;11. Available from: <https://consensus.app/papers/identify-doctors-online-performance-and-prioritize-zhou-xie/ae235d562dc2568fa73fb7040e5c6070/>
26. Taylor L, Nong P, Platt J. Fifty Years of Trust Research in Health Care: A Synthetic Review. *Milbank Q [Internet]*. 2023; Available from: <https://consensus.app/papers/fifty-years-of-trust-research-in-health-care-a-synthetic-taylor-nong/7abdd7c3c565585f8f9d1a720a87f0a6/>
27. Zainuddin M, Sulhaini S, Saufi A. The Effect of E-Wom, Health Awareness, and Perceived Risks on Visiting Decisions in the Era of the Covid-19 Pandemic. *Int J Multicult Multireligious Underst*. 2022;9(2):231.
28. Kanimozhi G, Sengottuvel C. Electronic Word-of-Mouth (E-Wom) and Its Impact on Customer Trust and Buying Decisions in Social Commerce. *SJCC Manag Res Rev*. 2023;80–92.
29. Bagshaw K, Gettel CJ, Li Q, Lin Z, Suter LG, Rothenberg E, et al. Inclusion of Veterans Health Administration Hospitals in Centers for Medicare & Medicaid Services Overall Hospital Quality Star Ratings. *J Hosp Med*. 2024;20(3):258–65.
30. Shukla A, Mishra A. Role of Review Length, Review Valence and Review Credibility on Consumer's Online Hotel Booking Intention. *FiiB Bus Rev*. 2022;12(4):403–14.
31. Choudhary RK. Understanding the Role of Online Reviews and Ratings in Consumer Decision-Making. *Int Sci J Eng Manag*. 2025;04(06):1–9.
32. Gross CE, Scott DJ, Samora JB, Khan M, Kang DG, Frank RM. Physician-Rating Websites and Social Media Usage: A Global Survey of Academic Orthopaedic Surgeons. *J Bone Jt Surg*. 2021;104(2):e5.
33. Tong J, Akpek E, Naik A, Sharma M, Boateng D, Andy A, et al. Reporting of Discrimination by Health Care Consumers Through Online Consumer Reviews. *Jama Netw Open*. 2022;5(2):e220715.
34. Hussain A, Ruowei W, Xia X, Jameel A, Chunhong S, Ahmad S. A Cross-Sectional Study on the Impact of Administrative Procedures and Medical Staff Services on Patient Satisfaction With Trust in Public Sector Hospitals: The Moderating Role of E-Health Knowledge. *BMC Health Serv Res*. 2025;25(1).
35. Jaber-Chehayeb R. Analyzing the Mediating Role of Service Quality in the Relationship Between Service Quality and Patient Satisfaction at Rafic Hariri University Hospital. *Int J Prof Bus Rev*. 2023;8(11):e03827.