

## MEMBANGUN *WORD OF MOUTH* POSITIF

Rauly Sijabat

Fakultas Ekonomi, STIE Semarang

### Abstrak

Studi mengenai *Word of Mouth* (WoM) bukanlah hal yang baru. Banyak studi-studi terdahulu yang meneliti peubah-peubah yang menjelaskan WoM. Namun, studi-studi yang telah dilakukan tersebut memberikan hasil yang belum konklusif terutama terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Berangkat dari temuan tersebut, obyektif dari studi ini adalah untuk mengkaji kembali pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam membangun WoM positif. Hasil studi ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara statistik terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap WoM.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, *Word of Mouth*

### 1. Pendahuluan

Studi mengenai *Word of Mouth* (WoM) merupakan hal yang menarik. Terdapat beberapa alasan yang mendasarinya. Pertama, pelanggan akan memandang bahwa informasi lebih kredibel ketika informasi tersebut diterima dari pelanggan lainnya sehingga memiliki kekuatan dalam menentukan pengambilan keputusan (Lovelock, 2011). Kedua, WOM 7 kali lebih efektif dibandingkan iklan dimajalah dan koran, 4 kali lebih efektif dari personal selling serta 2 kali lebih efektif dari pada iklan radio pada usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan suatu produk (Reingen dan Walker, 2001). Ketiga, karakteristik unik yang melekat pada konsumen di Indonesia adalah suka berkumpul (like to socialize) (Irawan, 2003) menyebabkan metode pemasaran tradisional *Word of Mouth* (WoM) menjadi metode pemasaran yang efektif (Indriani & Nurcaya, 2015).

Merujuk pada alasan-alasan tersebut maka menjadi hal penting untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi WoM. Pada umumnya, topik pembicaraan di dalam WoM terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Indriani & Nurcaya, 2015). Namun, beberapa studi yang mengkaitkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap WoM masih menunjukkan hasil yang belum konklusif.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telah diteliti oleh Wardana (2015), Aryani & Rosinta (2010), Batubara, Ginting & Lubis (2014), Saidani & Arifin (2012) yang hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara statistik terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun studi Sigit & Oktafani (2014) dan Yesenia & Siregar (2014) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap WoM juga telah dilakukan oleh Batubara, Ginting & Lubis (2014), Indriani & Nurcaya (2015), Lestari (2012) dan Andayani (2016) yang hasilnya menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Sedangkan pada studi Li (2013) dan Wahyuni, Fitriani & Nainggolan (2016) menunjukkan hasil yang berbeda.

Studi lainnya seperti Batubara, Ginting & Lubis (2014), Lestari (2012), dan Andayani (2016) yang meneliti pengaruh kepuasan pelanggan terhadap WoM menunjukkan hasil yang positif dan signifikan sedangkan pada studi Li (2013), Wahyuni, Fitriani & Nainggolan (2016) dan Yasvari, Ghassemi & Rahrovoy (2012) menunjukkan hasil kontradiktif.

Berangkat dari uraian-uraian di atas maka studi ini diarahkan untuk mengkaji kembali mengenai "Bagaimana membangun WoM positif melalui pendekatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan?"

## 2. Telaah Pustaka dan Pengembangan Model

### 2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merefleksikan perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja produk/jasa yang dipersepsikan terhadap ekspektasi pelanggan (Kotler dan Keller, 2009). Pelanggan akan tidak puas/kecewa ketika kinerja produk/jasa tidak dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Namun, ketika kinerja produk/jasa dapat memenuhi ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas (Wardana, 2015). Berangkat dari uraian tersebut maka dapat diketahui keterkaitan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Keterkaitan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut, secara empiris telah banyak diteliti. Studi yang dilakukan oleh Wardana (2015) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara statistik terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian pula dengan studi yang dilakukan oleh Aryani & Rosinta (2010), Batubara, Ginting & Lubis (2014), Saidani & Arifin (2012), dan Lestari (2012) juga menunjukkan adanya keterkaitan pada kedua variabel tersebut.

Namun, tidak demikian dengan hasil studi dari Sigit & Oktafani (2014). Studi tersebut meneliti faktor-faktor dari kualitas pelayanan yang mencakup bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan. Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa masing-masing aspek kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini juga ditunjukkan pada studi yang dilakukan oleh Yesenia & Siregar (2014) yang juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berangkat dari uraian di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan**

### 2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Word of Mouth

WoM adalah suatu bentuk komunikasi yang terjadi ketika pelanggan berbicara kepada orang lain mengenai pendapatnya terkait suatu produk atau jasa. Isi komunikasi yang disampaikan tersebut biasanya terkait dengan kualitas dari barang atau jasa (Indriani & Nurcaya, 2015). Oleh sebab itu, membangun kualitas pelayanan yang prima akan dapat mendorong terjadinya WoM positif apabila dikelola dengan baik.

Studi yang dilakukan oleh Batubara, Ginting & Lubis (2014) pada variabel kualitas pelayanan dan WoM menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara statistik terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap WoM. Demikian pula hasil studi yang dilakukan oleh Indriani & Nurcaya (2015), Lestari (2012) dan Andayani (2016) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap WoM.

Namun, pada studi yang dilakukan oleh Li (2013) pada variabel kualitas pelayanan dan WoM menunjukkan hasil yang berbeda. Pada studi Li (2013), kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif tidak signifikan terhadap WoM. Demikian pula dengan studi yang telah dilakukan oleh Wahyuni, Fitriani & Nainggolan (2016) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif tidak signifikan terhadap WoM.

Berangkat dari uraian di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Word of Mouth**

### 2.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Word of Mouth

Produk atau jasa yang ada di pasar akan dapat memberikan perasaan puas ataupun kecewa pada pelanggan. Namun pada umumnya, produk atau jasa yang dipilih oleh pelanggan adalah produk atau jasa yang dapat memuaskan pelanggan tersebut. Pelanggan yang terpuaskan dengan produk atau jasa tersebut akan cenderung untuk menceritakan pengalamannya kepada orang lain sehingga terciptalah WoM yang positif.

Studi yang dilakukan oleh Batubara, Ginting & Lubis (2014), Lestari (2012), dan Andayani (2016) pada variabel kepuasan pelanggan dan WoM menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara statistik terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap WoM.

Berbeda dengan penelitian-penelitian Batubara, Ginting & Lubis (2014), Lestari (2012), dan Andayani (2016), studi yang dilakukan oleh Li (2013) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif tidak signifikan terhadap WoM. Demikian pula dengan studi yang telah dilakukan

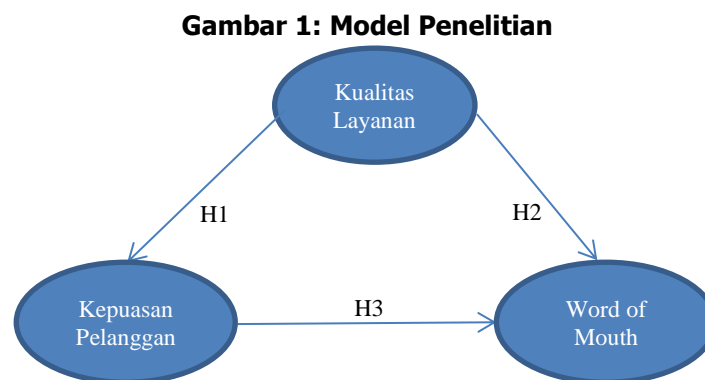
oleh Wahyuni, Fitriani & Nainggolan (2016) dan Yasvari, Ghassemi & Rahrovy (2012) juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif tidak signifikan terhadap WoM.

Berangkat dari uraian di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H3: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap Word of Mouth**

## 2.4. Model Penelitian

Gambar berikut ini memberikan ilustrasi mengenai pengaruh antar variabel yang diteliti dalam studi ini.



Sumber: Dikembangkan untuk Penelitian ini, 2015

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1. Populasi dan Sampel

Penentuan jumlah sampel untuk analisis Structural Equation Modeling menggunakan rumus (Ferdinand, 2005) jumlah indikator x 5 sampai 10. Selanjutnya Hair, dkk dalam Ferdinand (2005) menemukan bahwa ukuran sampel yang sesuai untuk SEM adalah antara 100 – 200 sampel. Dengan mengacu pada pendapat Hair maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 100 responden pasien Rawat Jalan di RS XXX di Semarang.

### 3.2. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data penelitian, kuesioner dipilih sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan tipe pernyataan tertutup. Jawaban yang disediakan oleh peneliti atas tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan penelitian menggunakan skala Agree – Disagree Scale pada rentang jawaban 1-10.

### 3.3. Pengembangan Indikator Variabel Penelitian

Pengukuran variabel kualitas pelayanan dilakukan dengan menggunakan indikator-indikator yang diadopsi dari kebijakan di RS XXX di Semarang. Adapun indikator kualitas pelayanan mencakup:

1. Kemudahan mengakses layanan rawat jalan (X1)
2. Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit (X2)
3. Ruang tunggu yang representatif (X3)
4. Ketepatan jam pelayanan (X4)
5. Kecepatan tindakan medis (X5)
6. Kemudahan layanan penunjang medis (X6)
7. Kenyamanan sarana di poliklinik (X7)
8. Pelayanan yang informatif (X8)
9. Ketepatan dan standar tindakan medis (X9)

Variabel laten kedua yang diteliti dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Untuk mengukur kepuasan pelanggan digunakan tiga indikator yang diadopsi dari kebijakan RS XXX di Semarang yaitu:

1. Senang (X10)

2. Tidak komplain (X11)
3. Tidak mengeluh (X12)
4. Nyaman (X13)

Variabel WoM diukur dengan menggunakan beberapa indikator yang diadopsi dari penelitian Lestari (2012) yang meliputi:

1. Menceritakan kualitas (X14)
2. Menceritakan kepuasan (X15)
3. Mengajak (X16)
4. Merekomendasikan (X17)

### 3.4. Teknik Analisis

Untuk menguji model dan hubungan yang dikembangkan dalam penelitian ini diperlukan suatu teknik analisis. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM).

## 4. HASIL PENELITIAN

### 4.1. Pengujian Asumsi SEM

#### 1. Evaluasi Normalitas Data

Estimasi dengan Maximum Likelihood menghendaki variable observed harus memenuhi asumsi normalitas multivariate. Analisa normalitas dilakukan dengan mengamati nilai CR untuk multivariate dengan rentang  $\pm 2.58$  pada tingkat signifikansi 1% (Ghozali, 2004).

**Tabel 1**  
**Hasil Pengujian Normalitas Data**

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X17	1,000	9,000	,313	1,278	-,524	-1,070
X16	1,000	10,000	,238	,970	-,427	-,872
X15	1,000	9,000	,339	1,385	-,572	-1,167
X14	1,000	10,000	,242	,986	-,329	-,671
X13	1,000	10,000	,380	1,551	-,647	-1,320
X12	1,000	10,000	,376	1,535	-,516	-1,052
X11	1,000	10,000	,609	2,488	-,496	-1,012
X10	1,000	10,000	,167	,680	-,564	-1,151
X9	1,000	9,000	,232	,947	-,411	-,840
X8	1,000	10,000	,449	1,835	-,454	-,926
X7	1,000	9,000	,436	1,780	-,447	-,912
X6	1,000	10,000	,305	1,246	-,876	-1,787
X5	1,000	10,000	,504	2,057	,541	1,103
X4	1,000	10,000	,500	2,043	-,023	-,048
X3	1,000	10,000	,519	2,120	,259	,530
X2	1,000	10,000	,633	2,584	,116	,236
X1	1,000	10,000	,464	1,893	-,022	-,044
Multivariate					5,397	1,062

Sumber : Data prime yang diolah, 2015

Hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa nilai CR untuk multivariate adalah 1,062 yang berada di bawah 2,58, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat bukti bahwa distribusi data variable observed tidak normal.

#### 2. Evaluasi Outliers

Outliers adalah observasi atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda dengan data lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk variable tunggal maupun kombinasi (Hair, et al, 1995, p.57). Evaluasi atas outliers multivariate dijelaskan di bawah ini.

Uji Jarak Mahalanobis (Mahalanobis Distance) digunakan untuk melihat ada tidaknya outliers secara multivariate. Untuk menghitung Mahalanobis Distance berdasarkan nilai Chi-Square pada derajat bebas 17 (jumlah indikator) pada tingkat  $p < 0,001$  adalah  $\chi^2(17; 0,001) = 40,790$  (berdasarkan tabel distribusi  $\chi^2$ ). Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa jarak Mahalanobis maksimal adalah 32,530 yang lebih kecil dari  $\chi^2_{tabel}(40,790)$  yang berarti bahwa tidak terdapat multivariate outliers sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah outliers pada data penelitian.

**3. Evaluasi Multicollinearity dan Singularity**

Pengujian data selanjutnya adalah untuk melihat apakah terdapat multikolinieritas dalam sebuah kombinasi variabel eksogen. Indikasi adanya multikolinieritas dan singularitas dapat diketahui melalui nilai determinan matriks kovarians yang benar-benar kecil atau mendekati nol. Dari hasil pengolahan data, nilai determinan matriks kovarians sample adalah:

$$\text{Determinant of sample covariance matrix} = 201861,693$$

Dari hasil pengolahan data tersebut dapat diketahui nilai determinant of sample covariance matrix berada jauh dari nol. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian yang digunakan tidak terdapat multikolinieritas.

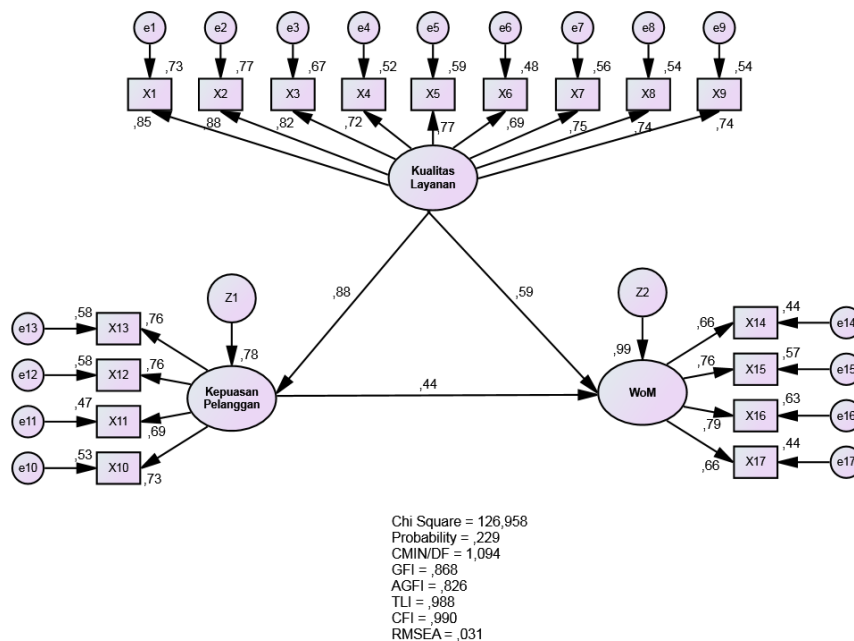
**4. Evaluasi Nilai Residual**

Setelah melakukan estimasi, residualnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi frekuensi dari kovarians residual haruslah bersifat simetrik. Jika suatu model memiliki nilai kovarians residual yang tinggi ( $> 2,58$ ) maka sebuah modifikasi perlu dipertimbangkan dengan catatan ada landasan teoritisnya. Dari hasil analisis statistik yang dilakukan dalam penelitian ini, tidak ditemukan satu nilai standardized residual kovarians yang lebih dari 2.58 sehingga dapat disimpulkan bahwa syarat residual terpenuhi.

**4.2. Pengujian Kelayakan Model Penelitian**

Setelah melalui pengujian asumsi SEM maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian pada model penelitian yang dikembangkan dalam studi ini.

**Gambar 1**  
**Pengujian Model Penelitian**



Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Tahap pertama dalam pengujian model penelitian adalah melakukan analisis kelayakan model penelitian. Adapun hasil pengujian kelayakan pada model penelitian yang dikembangkan dalam penelitian ini, disajikan dalam Tabel 2 berikut ini.

**Tabel 2**  
**Hasil Pengujian Kelayakan Model Penelitian**

Goodness of Fit Indeks	Cut off Value	Hasil	Evaluasi Model
Chi-Square (df = 116)	< 142,138	126,958	Baik
Probability	≥ 0,05	0,229	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	1,094	Baik
GFI	≥ 0,90	0,868	Marginal
AGFI	≥ 0,90	0,826	Marginal
TLI	≥ 0,95	0,988	Baik
CFI	≥ 0,95	0,990	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,031	Baik

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan hasil pengujian kelayakan model yang disajikan dalam Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa secara keseluruhan kriteria pengujian dalam kategori baik atau memenuhi kriteria penilaian yang dipersyaratkan. Hanya saja untuk nilai indeks kelayakan GFI dan AGFI termasuk dalam kategori marginal karena nilai GFI dan AGFI berkisar antara 0 (*poor fit*) sampai 1 (*perfect fit*) dan nilai AGFI 0,90 merupakan *good fit* (model baik), sedangkan  $0,8 \leq \text{GFI dan AGFI} \leq 0,90$  sering disebut sebagai *marginal fit* (model cukup baik). Oleh karena nilai GFI dan AGFI yang dihasilkan pada pengujian ini adalah sebesar 0,889 dan 0,858 yang berada pada rentang  $0,8 \leq \text{GFI dan AGFI} \leq 0,90$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai indeks GFI dan AGFI termasuk dalam kategori marginal atau cukup baik.

Pada uji Chi-Square, sebuah model akan dianggap baik jika hasilnya menunjukkan nilai Chi-Square hitung yang lebih kecil dari nilai Chi-Square tabel. Semakin Chi-Square hitung yang lebih kecil dari nilai Chi-square tabel menunjukkan bahwa semakin baik model tersebut berarti tidak ada perbedaan antara estimasi populasi dengan sampel yang diuji. Model penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Chi-Square hitung adalah 126,958, sedangkan nilai kritis/tabel Chi-Square dengan  $df = 116$  adalah 142,138. Oleh karena nilai Chi-Square hitung dalam penelitian ini lebih kecil dari nilai kritis/tabelnya ini berarti bahwa model penelitian ini tidak berbeda dengan populasi yang diestimasi/model dianggap baik (diterima).

### 4.3. Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan penilaian terhadap asumsi-asumsi yang ada pada SEM, selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis sebagaimana diajukan pada bab terdahulu. Pengujian keempat hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis nilai Critical Ratio (CR) dan probabilitas dari suatu hubungan kausalitas.

Tabel 3  
Pengujian Hipotesis

		Std Estimate	Estimate	S.E.	C.R.	P
Kepuasan_Pelanggan	<--- Kualitas_Layanan	,885	,887	,120	7,416	***
WoM	<--- Kepuasan_Pelanggan	,441	,378	,168	2,250	,024
WoM	<--- Kualitas_Layanan	,586	,504	,165	3,049	,002

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

#### 1. Pengujian Hipotesis 1

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai CR sebesar 7,416 dengan probabilitas sebesar 0,000. Oleh karena nilai probabilitas < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan secara statistik terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 2. Pengujian Hipotesis 2

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh kepuasan pelanggan terhadap WoM menunjukkan nilai CR sebesar 2,250 dengan probabilitas sebesar 0,024. Oleh karena nilai probabilitas < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan secara statistik terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap WoM.

#### 3. Pengujian Hipotesis 3

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh kualitas layanan terhadap WoM menunjukkan nilai CR sebesar 3,049 dengan probabilitas sebesar 0,002. Oleh karena nilai probabilitas < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan secara statistik terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap WoM.

## 5. PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

#### 1. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan*

##### **H<sub>1</sub>: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan**

Dengan menggunakan data empiris yang diperoleh dari kuesioner dapat dibuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil studi ini mendukung studi yang telah dilakukan oleh Wardana (2015) yang juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara statistik terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian pula dengan studi yang dilakukan oleh Aryani & Rosinta (2010), Batubara, Ginting & Lubis (2014), Saidani & Arifin (2012), dan Lestari (2012) juga menunjukkan adanya keterkaitan pada kedua variabel tersebut.

#### 2. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Words of Mouth (WoM)*

##### **H<sub>2</sub>: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Words of Mouth (WoM)**

Dengan menggunakan data empiris yang diperoleh dari kuesioner dapat dibuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Words of Mouth (WoM). Hasil studi ini memperkuat hasil studi yang telah dilakukan oleh Batubara, Ginting & Lubis (2014) pada variabel kualitas pelayanan dan WoM yang juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara statistik terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap WoM. Demikian pula hasil studi yang dilakukan oleh Indriani & Nurcaya (2015), Lestari (2012) dan Andayani (2016) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap WoM.

#### 3. *Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Words of Mouth (WoM)*

##### **H<sub>3</sub>: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap Words of Mouth (WoM)**

Dengan menggunakan data empiris yang diperoleh dari kuesioner dapat dibuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Words of Mouth (WoM). Hasil studi ini sejalan dengan studi yang telah dilakukan oleh Batubara, Ginting & Lubis (2014), Lestari (2012), dan Andayani (2016) pada variabel kepuasan pelanggan dan WoM menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara statistik terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap WoM.

### 5.2. Keterbatasan Penelitian

Adapun beberapa keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi;

1. Pada hasil kelayakan model (goodness of fit test) pada full model untuk nilai indeks GFI dan AGFI berada dalam kategori marginal.
2. Hasil penelitian tidak dapat digeneralisir pada kasus yang tidak memiliki karakteristik yang sama dengan sampel penelitian karena sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pasien / pengguna jasa kesehatan.

### 5.3. Agenda Penelitian Mendatang

Mengingat keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini, maka pada penelitian mendatang perlu dilakukan :

1. Menambahkan sample penelitian untuk meningkatkan nilai GFI dan AGFI agar dapat masuk dalam kategori baik.
2. Memungkinkan untuk dilakukan penelitian pada kasus perusahaan penyedia jasa yang lain, misal : industri perbankan atau industri telekomunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, Dwo Giri.** 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Word of Mouth (WoM), Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen (Studi pada Salon Kecantikan De'Mode Purworejo).
- Aryani, Dwi & Febrina Rosinta.** 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Bisnis dan Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17 (2), 114-126.
- Batubara, Aida W., Paham Ginting & Arlina Nurbaity Lubis.** 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Word of Mouth Mahasiswa Program Studi Diploma III Administrasi Perpajakan Fisip USU, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14 (2), 191-202.
- Ferdinand, Augusty.** 2005. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam.** 2004. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, BP Undip, Semarang.
- Indriani, Anak Agung Sagung Istri & I.N Nurcaya.** 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Word of Mouth yang Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan pada PT Auto Bagus Rent a Car Denpasar, *e-Jurnal Manajemen Unud*, 4 (5), 1301-1321.
- Irawan, Handi.** 2003. *Manajemen Pemasaran 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, PT. Gramedia, Jakarta.
- Kotler, P dan L.K Keller.** 2009. *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Lestari, Anik A.** 2012. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Word of Mouth dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Timezone Plaza Surabaya), *Buletin Ekonomi*, 11 (1), 1-86.
- Li, Shao Chang.** 2013. Exploring the Relationship among Service Quality, Customer Loyalty and Word of Mouth for Private Higher Education in Taiwan, *Asia Pacific Management Review*, 18 (4), 375-389.
- Lovelock, C & J. Wirtz.** 2011. *Service Marketing: People, Technology, Strategy*, Pearson Education, New Jersey.
- Saidani, Basrah & Samsul Arifin.** 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3 (1), 1-22.
- Sigit, Reza Dimas & Farah Oktafani.** 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Lapangan Futsal (Studi Kasus pada IFI Futsal Bandung), *JURNAL*.
- Wahyuni, Sri., Nani Fitriani & Trinita Beatrice Nainggolan.** 2016. Does Service of Customer Support Influence Customer Satisfaction and Word of Mouth: A Case Study at PT Amadeus Indonesia, *International Journal of Advanced Research*, 4 (2), 397-404.
- Wardana, Aditya.** 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia, *DeReMa Jurnal Manajemen*, 10 (2), 273-284.
- Yasvari, Tahmoures., Reza Abachian Ghassemi & Elnaz Rahrov.** 2012. Influential Factors on Word of Mouth in Service Industries (The Case of Iran Airline Company), *International Journal of Learning & Development*, 2 (5), 227-242.
- Yesenia & Edward H Siregar.** 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken di Tangerang Selatan, *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5 (3), 183-199.