

ABSTRAK

Rumah Sakit Gigi dan Mulut (RSGM) Maranatha merupakan pengembangan dari Pusat Pelayanan Kesehatan Maranatha. Selain sebagai sarana pendidikan program profesi kedokteran gigi, RSGM Maranatha juga diharapkan dapat menjadi rumah sakit yang mandiri dan bahkan dapat mendukung pelaksanaan pendidikan. Manajemen RSGM Maranatha berusaha melakukan usaha pemasaran yang dikemas sedemikian rupa sehingga tetap berjalan optimal tetapi tidak melanggar norma, moral dan Kode Etik Rumah Sakit Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas, dilaksanakan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan jasa dan komunikasi dari mulut ke mulut terhadap keputusan pemilihan penyedia jasa pelayanan kesehatan gigi di RSGM Maranatha Bandung. Variabel penelitian adalah kualitas pelayanan dengan lima subvariabel penelitian yaitu dimensi *tangibles*, dimensi *empathy*, dimensi *reliability*, dimensi *responsiveness*, dan dimensi *assurance*. Variabel komunikasi dari mulut kemulut dengan 3 subvariabel yaitu *intensity*, *positif valence*, *negatif valenve*. Variabel Keputusan pemilihan penyedia jasa pelayanan kesehatan gigi dengan subvariabel *problem recognition*, *information search*, *evaluation of alternatives*, *postpurchase behavior*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan metode penelitian survey. Data diperoleh melalui kuesioner, wawancara dan observasi di lapangan. Hasil pengumpulan data dengan sumber data primer, diperoleh jumlah sampel sebesar 93 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian berdasarkan analisis statistik menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi dari mulut ke mulut secara simultan dan parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan penyedia jasa pelayanan kesehatan gigi di RSGM Maranatha Bandung dimana f hitung (34,065) $\geq f$ tabel (3,10) dan t hitung (kualitas pelayanan : 4,534 ; komunikasi dari mulut ke mulut : 5,443) $> t$ tabel (1,99). Nilai koefisien jalur variabel Komunikasi dari mulut ke mulut (0,449) lebih besar dibandingkan koefisien jalur variabel Kualitas pelayanan (0,374) artinya komunikasi dari mulut ke mulut lebih menentukan (berpengaruh lebih besar) terhadap keputusan pemilihan penyedia jasa pelayanan kesehatan gigi di RSGM Maranatha Bandung dibandingkan Kualitas pelayanan baik secara langsung maupun tak langsung.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Komunikasi dari mulut ke mulut, Keputusan pemilihan penyedia jasa pelayanan kesehatan gigi.

ABSTRACT

Maranatha Oral and Dental Hospital (RSGM) is a development of Maranatha Medical center. Beside it function as the educational facilities of dentistry profession program, RSGM Maranatha is also expected to be an independent hospital and can even support the implementation of education. The new management of RSGM is trying to do the marketing efforts in such a way as to keep it running optimally but does not violate the norms and Hospital ethical Code of Indonesia.

The research had conducted on the influence of the service quality and word of mouth communications to decision of the selection of dental health service provider in RSGM Maranatha Bandung. The research variables are the service quality with 5 subvariables : the dimension of tangibles, empathy, reliability, responsiveness, and assurance. The word of mouth communications with 3 subvariabel : intensity, positive valence, negative valenve. The selection decision of dental care providers with subvariabel problem recognition, information search, evaluation of alternatives, postpurchase behavior.

The type of research is descriptive and verificative with survey research methods. The data obtained through questionnaires, interviews and observations in the field. The results of the data collection of primary data sources, obtained from the sample of 93 respondents. The method of analysis used was path analysis.

The results based on statistical analysis showed that the services quality and word of mouth communication simultaneously and partially have significant influence on the decision of the selection of dental care providers in RSGM Maranatha Bandung with f count ($34.065 \geq f$ table (3.10)) and t count (quality of service: 4.534 ; marketing by word of mouth: $5.443 > t$ table (1.99)). Variable path coefficient value of word of mouth communications (0.449) was greater than the services quality of is variable path coefficient (0.374) means that word of mouth communications are more decisive (greater influence) against the decision of the selection of dental care providers in the Hospital Quality Maranatha Bandung compared to service quality either directly or indirectly.

Keywords: Service Quality, word of mouth communication, decision selection of dental care providers.