



DOI: <https://doi.org/10.38035/jsmd.v4i1>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh e-WOM terhadap Keputusan Pemilihan Pasien di dengan Kepercayaan Pasien sebagai Variabel Mediasi

Indira Pramesti Cahyani¹, Kartika Imasari Tjiptodjojo²

¹Universitas Kristen Maranatha, Bandung, Indonesia, indirapramestic@gmail.com

²Universitas Kristen Maranatha, Bandung, Indonesia, kartika.it@eco.maranatha.edu

Corresponding Author: kartika.it@eco.maranatha.edu²

Abstract: Digital technology has shifted the way people obtain health information, including through e-WOM, which allows patients to share experiences and reviews related to health services. This information has the potential to influence patient decisions in choosing health services, with patient trust being a crucial factor. This study aims to analyze the influence of e-WOM on patient selection decisions and patient trust, as well as the mediating role of patient trust at Maranatha Dental and Oral Hospital in Bandung. This study examined 111 respondents who met the analysis criteria and were analyzed using PLS-SEM. The results show that e-WOM plays a significant role in improving patient selection decisions, both directly and through patient trust.

Keyword: E-WOM, Patient Trust, Patient Decision-Making.

Abstrak: Teknologi digital telah menggeser cara pandang masyarakat dalam mendapatkan informasi kesehatan, diantaranya melalui e-WOM yang memungkinkan pasien berbagi pengalaman dan ulasan terkait layanan kesehatan. Informasi tersebut berpotensi memengaruhi keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan dengan kepercayaan pasien sebagai faktor yang berperan penting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh e-WOM terhadap keputusan pemilihan pasien dan kepercayaan pasien, serta peran mediasi kepercayaan pasien pada Rumah Sakit Gigi dan Mulut Maranatha Kota Bandung. Penelitian ini meneliti 111 responden yang memenuhi kriteria analisis dan dianalisis melalui PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-WOM berperan penting dalam meningkatkan keputusan pemilihan pasien baik secara langsung maupun melalui kepercayaan pasien.

Kata Kunci: E-WOM, Kepercayaan Pasien, Keputusan Pemilihan Pasien.

PENDAHULUAN

Persaingan layanan kesehatan yang semakin ketat menyebabkan rumah sakit perlu mengetahui faktor yang memengaruhi keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan. Keputusan pemilihan pasien menjadi penting karena berkaitan dengan keberlangsungan dan daya saing rumah sakit dalam memberikan pelayanan yang berkualitas (Massie et al., 2024). Dalam layanan kesehatan gigi dan mulut, pasien seringkali mengalami kecemasan terhadap

perawatan gigi sehingga cenderung membutuhkan rasa aman dan keyakinan sebelum menentukan pilihan layanan kesehatan. Tingkat kecemasan pada kunjungan pertama ke dokter gigi dan tindakan perawatan gigi di Rumah Sakit Gigi dan Mulut (RSGM) Maranatha Kota Bandung diketahui masih ditemukan pada pasien yang menjalani pelayanan kesehatan gigi khususnya restorasi dan ekstraksi gigi (Mathius et al., 2019; Pradana et al., 2023). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pasien layanan kesehatan gigi cenderung membutuhkan rasa aman, informasi, dan pengalaman dari pasien lain sebelum menentukan pilihan layanan kesehatan. Oleh karena itu, informasi yang diperoleh melalui media digital seperti ulasan pasien dan pengalaman pengguna lain menjadi salah satu pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan pasien.

Penggunaan internet di Indonesia terus mengalami peningkatan dengan tingkat penetrasi mencapai 79,5% atau sekitar 221 juta pengguna pada tahun 2024 (Siregar et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin aktif memanfaatkan media digital dalam memperoleh informasi secara cepat dan tanpa batasan ruang dan waktu. Dalam layanan kesehatan, fenomena ini mendorong munculnya komunikasi berbasis digital antar pasien. Seiring perkembangan teknologi, *word of mouth* berkembang menjadi e-WOM yang memiliki jangkauan lebih luas dan penyebaran informasi yang lebih cepat dibandingkan komunikasi tradisional (Fandhira et al., 2025). e-WOM merupakan pertukaran informasi berupa pengalaman, ulasan, dan rekomendasi pengguna yang disampaikan melalui media digital (Az'zahra & Aulia, 2025).

e-WOM dalam layanan kesehatan dapat terlihat melalui ulasan pasien pada platform digital, seperti *google review*. Berdasarkan observasi terhadap *google review* Rumah Sakit Gigi dan Mulut Maranatha Kota Bandung dalam lima tahun terakhir yang diakses pada Mei 2026, ditemukan berbagai ulasan positif dan negatif. Ulasan positif umumnya berkaitan dengan pelayanan tenaga kesehatan dan fasilitas pelayanan, sedangkan ulasan negatif berkaitan dengan waktu tunggu dan pengalaman pelayanan pasien. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pasien secara aktif membagikan pengalaman layanan kesehatan melalui media digital yang berpotensi memengaruhi persepsi, kepercayaan, dan keputusan pasien lain dalam memilih layanan kesehatan. Informasi yang berasal dari pengalaman pengguna lain dinilai lebih kredibel dan relevan dalam membantu individu mengevaluasi layanan sebelum mengambil keputusan. Namun, tidak semua informasi yang tersebar memiliki tingkat kredibilitas yang sama, sehingga dapat menimbulkan ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan pasien (Fandhira et al., 2025).

Dalam layanan kesehatan, kepercayaan merupakan faktor utama yang berkaitan dengan keyakinan terhadap kualitas layanan, keamanan, dan profesionalitas tenaga medis (Wulandari & Paramarta, 2025). Kepercayaan berperan sebagai mekanisme yang memperkuat atau memperlemah pengaruh informasi yang diperoleh melalui e-WOM. Oleh karena itu, kepercayaan pasien dipandang sebagai variabel yang relevan untuk menjelaskan hubungan antara e-WOM dan keputusan pemilihan pasien (Islami et al., 2026). Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat kesenjangan dan keterbatasan penelitian (*research gap*) terkait hubungan antara e-WOM, kepercayaan pasien, dan keputusan pemilihan pasien dalam konteks layanan kesehatan gigi dan mulut khususnya pada Rumah Sakit Gigi dan Mulut Maranatha Kota Bandung.

Fandhira et al. (2025) dan Az'zahra dan Aulia (2025) menyatakan bahwa e-WOM berpengaruh pada keputusan pembelian. Namun demikian, hasil yang berbeda pada Syafitri et al. (2025) menemukan bahwa e-WOM tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan layanan kesehatan.

H1: e-WOM berpengaruh pada keputusan pemilihan pasien

Anjani et al. (2022) dan Habibi et al. (2023) menemukan e-WOM berpengaruh pada kepercayaan pasien. Selain itu, Ivana et al. (2024) menjelaskan bahwa e-WOM berkontribusi

dalam membangun kepercayaan melalui penyampaian pengalaman langsung pengguna yang memengaruhi persepsi terhadap merek atau layanan.

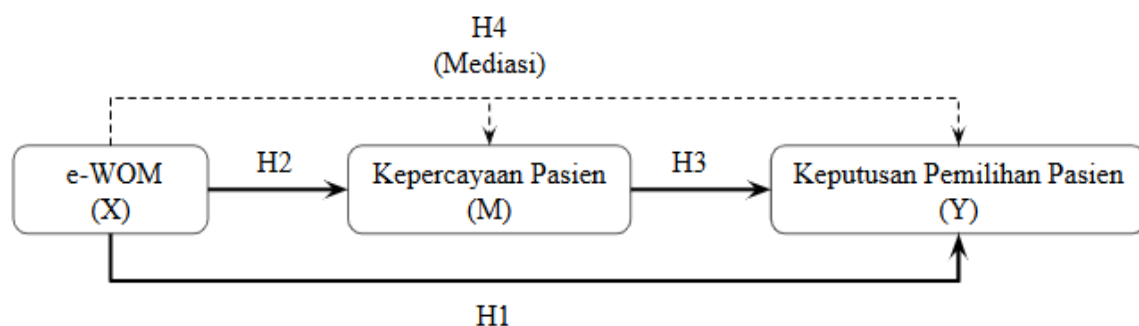
H2: e-WOM berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pasien

Wulandari & Paramarta (2025) dan Atmoko (2022) menemukan bahwa kepercayaan mendorong keputusan pasien dalam memilih rumah sakit. Namun, hasil penelitian Abutar dan Wuisan (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan tidak selalu berpengaruh langsung terhadap keputusan kunjungan ulang pasien.

H3: Kepercayaan pasien berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan pasien

Islami et al. (2026), Krisnanto (2025), serta Anjani et al. (2022) menemukan e-WOM berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian, serta mampu dimediasi secara signifikan oleh kepercayaan.

H4: Kepercayaan pasien memediasi pengaruh e-WOM terhadap keputusan pemilihan pasien di rumah sakit



Sumber: pengolahan data (2026)

Gambar 1. Model penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Pendekatan tersebut digunakan untuk menganalisis pengaruh e-WOM terhadap keputusan pemilihan pasien. Kepercayaan pasien dalam penelitian ini berperan sebagai variabel mediasi dengan populasi merupakan seluruh pasien yang pernah menggunakan layanan di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Maranatha Kota Bandung. Pemilihan populasi ini didasarkan pada kesesuaiannya dengan tujuan penelitian, yaitu untuk memahami bagaimana keputusan pasien dalam memilih layanan kesehatan dipengaruhi oleh informasi digital serta tingkat kepercayaan.

Penentuan sampel didasarkan pada *purposive sampling* dimana yang menjadi kriteria sampel adalah meliputi pasien yang pernah menggunakan layanan, pernah mencari atau melihat informasi atau ulasan terkait Rumah Sakit Gigi dan Mulut Maranatha Kota Bandung melalui media *online*, dan bersedia untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow.

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \approx 100$$

Keterangan:

n adalah jumlah sampel yang dibutuhkan

Z adalah 1,96 untuk tingkat kepercayaan 95%

P adalah proporsi populasi (asumsi 0,5)

d adalah *margin of error* yang ditetapkan sebesar 10%

Indikator diadaptasi dan dikembangkan dari penelitian oleh Baharuddin & Yaacob (2020); Massie et al. (2024); Putri et al. (2025) dengan skala *Likert* 1-5 dan dianalisis dengan *PLS-SEM*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 121 responden berhasil dikumpulkan dan dilakukan *data screening* untuk mengidentifikasi respons yang tidak konsisten. Hasil pemeriksaan menunjukkan terdapat 10 respons yang memiliki pola jawaban yang sama pada seluruh item kuesioner (*straight-lining*), sehingga tidak disertakan dalam analisis. Setelah proses penyaringan data, jumlah responden yang memenuhi persyaratan untuk dianalisis sebanyak 111 responden. Jumlah tersebut masih melebihi jumlah minimum sampel yang ditentukan berdasarkan rumus Lemeshow.

Tabel 1. Karakteristik responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	27	24,3
	Perempuan	84	75,7
Usia (tahun)	<20	5	4,5
	20-30	75	67,6
	31-40	18	16,2
	>40	13	11,7
Pendidikan Terakhir	SD	0	0
	SMP	3	2,7
	SMA/SMK	44	39,6
	Diploma	6	5,4
	S1/S2/S3	58	52,3
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	34	30,6
	Pegawai Negeri (PNS/ASN)	3	2,7
	Pegawai Swasta	31	27,9
	Wiraswasta	6	5,4
	Ibu Rumah Tangga	25	22,5
	Tenaga Kesehatan	4	3,6
	<i>Freelance</i>	5	4,5
	Tidak Bekerja	3	2,7

Sumber: pengolahan data (2026)

Sebagian besar responden adalah perempuan (75,7%) yang berusia 20-30 tahun (67,6%). Sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir S1/S2/S3 (52,3%) dan berstatus sebagai pelajar/mahasiswa (30,6%).

Tabel 2. Pengujian validitas konvergen dengan nilai *outer loading* dan AVE

Variabel	Indikator	<i>Outer Loadings</i>	AVE	Hasil
e-WOM	1	0.751	0.816	Valid
	3	0.720		
	4	0.787		
	5	0.803		
	6	0.730		
Keputusan Pemilihan pasien	1	0.707	0.927	
	4	0.897		
	5	0.854		
Kepercayaan Pasien	1	0.880	0.756	
	2	0.851		
	3	0.886		

4	0.907
5	0.875

Sumber: pengolahan data (2026)

Validitas konvergen dinyatakan terpenuhi apabila *outer loading* $\geq 0,70$ dan nilai AVE $\geq 0,50$ sehingga seluruh indikator memenuhi kriteria validitas konvergen.

Tabel 3. Pengujian validitas diskriminan: *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

	E-WOM	KP	KPP
E-WOM			
KP	0.827		
KPP	0.891	0.848	

Sumber: pengolahan data (2026)

Tabel 4. Pengujian validitas diskriminan: *Fornell-Larcker*

	E-WOM	KP	KPP
E-WOM	0.759		
KP	0.726	0.880	
KPP	0.696	0.717	0.823

Sumber: pengolahan data (2026)

Tabel 5. Pengujian validitas diskriminan: *Cross-Loading*

	E-WOM	KP	KPP
1	0.751	0.528	0.597
3	0.720	0.422	0.483
4	0.787	0.617	0.504
5	0.803	0.623	0.544
6	0.730	0.543	0.509
1	0.687	0.880	0.679
2	0.613	0.851	0.592
3	0.652	0.886	0.605
4	0.618	0.907	0.660
5	0.621	0.875	0.612
1	0.609	0.445	0.707
4	0.598	0.682	0.897
5	0.517	0.623	0.854

Sumber: pengolahan data (2026)

Nilai HTMT $< 0,90$, nilai akar kuadrat AVE $>$ korelasi antar konstruk, *cross loading* setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diukurnya sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Tabel 6. Pengujian reliabilitas

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>
EWOM	0.816	0.872
KP	0.927	0.945
KPP	0.756	0.862

Sumber: pengolahan data (2026)

Nilai *Cronbach's alpha* $\geq 0,07$ dan *composite reliability* $\geq 0,07$ sehingga keseluruhan konstruk telah memenuhi kriteria reliabilitas.

Tabel 7. Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>	Kategori
-----------------	--------------------------	----------

KP	0.527	0.523	Sedang
KPP	0.579	0.571	Sedang

Sumber: pengolahan data (2026)

Nilai R^2 sebesar 0,75 dikategorikan kuat, 0,50 sedang, dan 0,25 lemah (Islami et al., 2026).

Tabel 8. Hasil uji *effect size* (f^2)

Jalur	f^2	Kategori
EWOM → KP	1.116	Besar
EWOM → KPP	0.155	Sedang
KP → KPP	0.224	Sedang

Sumber: pengolahan data (2026)

Nilai f^2 sebesar 0,02-0,15 memperlihatkan efek kecil, 0,15-0,35 memperlihatkan efek sedang, dan nilai $>0,35$ memperlihatkan efek besar (Krisnanto, 2025).

Tabel 9. Hasil pengujian *direct effects*

	<i>Original sample (O)</i>	<i>t-statistics</i>	<i>p-values</i>	Hasil
EWOM → KPP	0.371	3.813	0.000	H1 diterima
EWOM → KP	0.726	16.705	0.000	H2 diterima
KP → KPP	0.447	4.068	0.000	H3 diterima

Sumber: pengolahan data (2026)

Hubungan antar variabel dinyatakan signifikan apabila memiliki nilai *t-statistic* $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,05$ (Islami et al., 2026).

Tabel 10. Hasil pengujian *indirect effects*

	<i>Original sample (O)</i>	<i>t statistics</i>	<i>p- values</i>	Hasil
EWOM → KP → KPP	0.325	3.837	0.000	H4 diterima

Sumber: pengolahan data (2026)

e-WOM berpengaruh pada keputusan pemilihan pasien dengan koefisien jalur sebesar 0,371. Hasil tersebut memperlihatkan informasi pada media elektronik berperan dalam memengaruhi keputusan pasien dalam memilih rumah sakit sebagai penyedia layanan kesehatan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pasien memanfaatkan informasi digital sebagai salah satu sumber referensi sebelum mengambil keputusan penggunaan layanan kesehatan. Dalam konteks rumah sakit, keputusan pemilihan layanan merupakan keputusan yang memiliki tingkat risiko relatif tinggi karena berkaitan dengan kondisi kesehatan, keselamatan pasien, serta kualitas pelayanan yang akan diterima. Oleh karena itu, pasien cenderung melakukan pencarian informasi terlebih dahulu untuk mengurangi ketidakpastian sebelum menentukan pilihan rumah sakit. e-WOM berperan dalam memengaruhi keputusan pemilihan pasien, namun pengaruh tersebut bukan merupakan faktor yang paling dominan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pasien tidak serta-merta mengambil keputusan hanya berdasarkan informasi digital, melainkan tetap melakukan proses evaluasi terhadap kredibilitas informasi dan reputasi rumah sakit sebelum menentukan pilihan layanan kesehatan. Dengan demikian, e-WOM lebih berfungsi sebagai sumber informasi awal yang membantu pasien dalam proses penilaian alternatif rumah sakit. Dalam situasi ketika pasien memiliki keterbatasan informasi mengenai kualitas layanan rumah sakit, e-WOM menjadi sarana yang mampu mengurangi asimetri informasi sehingga mempermudah proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, pengelolaan reputasi digital melalui terciptanya pengalaman positif pasien menjadi faktor yang terpenting bagi rumah sakit untuk meningkatkan kecenderungan masyarakat memilih.

e-WOM berpengaruh secara dominan pada kepercayaan pasien. Besarnya pengaruh tersebut mengindikasikan bahwa pasien membangun kepercayaan tidak hanya melalui pengalaman pribadi, tetapi juga melalui informasi yang diperoleh dari pengalaman pasien lain yang tersebar pada media digital. Dalam layanan kesehatan, pasien umumnya tidak dapat mengevaluasi kualitas pelayanan maupun kompetensi tenaga kesehatan sebelum menggunakan layanan secara langsung. Kondisi tersebut menyebabkan pasien membutuhkan sumber informasi lain yang dianggap mampu memberikan gambaran mengenai kualitas rumah sakit. Informasi yang disampaikan melalui ulasan, testimoni, dan rekomendasi pasien lain berfungsi sebagai sinyal kualitas (*quality signal*) yang membantu masyarakat dalam menilai kredibilitas rumah sakit. Ketika informasi yang diterima bersifat positif, pasien cenderung memiliki keyakinan bahwa rumah sakit mampu memberikan pelayanan yang aman, profesional, dan sesuai dengan harapan. Sebaliknya, informasi yang negatif berpotensi menurunkan keyakinan pasien terhadap kualitas layanan yang diberikan. Kualitas informasi pada media digital menjadi faktor penting dalam proses pembentukan kepercayaan. Secara teoritis, temuan ini memperkuat pandangan bahwa kepercayaan terbentuk melalui proses transfer informasi antar individu. Dalam konteks rumah sakit, kepercayaan memiliki peran yang sangat penting karena pasien menghadapi tingkat risiko yang lebih tinggi dibandingkan keputusan pembelian produk biasa sehingga e-WOM menjadi mekanisme yang membentuk keyakinan masyarakat pada kualitas serta kredibilitas layanan kesehatan rumah sakit.

Kepercayaan pasien berpengaruh pada keputusan pemilihan pasien. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pasien terhadap rumah sakit, semakin besar kecenderungan pasien untuk memilih rumah sakit tersebut sebagai penyedia layanan kesehatan. Besar koefisien jalur menunjukkan bahwa kepercayaan pasien memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap keputusan pemilihan pasien dibandingkan pengaruh langsung e-WOM terhadap keputusan pemilihan pasien. Temuan ini mengindikasikan bahwa informasi yang diperoleh pasien melalui media digital belum tentu secara langsung menghasilkan keputusan pemilihan layanan kesehatan. Informasi tersebut terlebih dahulu harus menghasilkan keyakinan bahwa rumah sakit memiliki kompetensi, kredibilitas, dan kualitas pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan pasien. Dalam konteks pelayanan kesehatan, keputusan pasien tidak hanya dipengaruhi oleh pertumbuhan manfaat layanan, tetapi juga oleh tingkat keyakinan terhadap kemampuan rumah sakit dalam menangani kondisi kesehatan yang dihadapi. Kepercayaan menjadi dasar penting karena pasien menyerahkan sebagian keputusan terkait kesehatannya kepada tenaga kesehatan dan institusi rumah sakit. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki pasien semakin besar kemungkinan pasien memilih rumah sakit tersebut. Besarnya pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pemilihan pasien menunjukkan bahwa dalam layanan kesehatan, keyakinan terhadap kompetensi dan kredibilitas rumah sakit menjadi pertimbangan yang lebih penting dibandingkan informasi promosi maupun komunikasi pemasaran. Kondisi tersebut mencerminkan bahwa keputusan pasien lebih banyak dipengaruhi oleh persepsi keamanan dan kepastian layanan yang akan diterima daripada sekedar informasi yang tersedia di media digital. Wulandari & Paramarta (2025) menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting yang mendorong keputusan pasien dalam memilih rumah sakit karena berkaitan dengan persepsi terhadap kualitas layanan yang diterima. Selain itu, Atmoko (2022) menjelaskan bahwa kepercayaan yang terbentuk terhadap kompetensi, kejujuran, dan kualitas pelayanan akan memengaruhi perilaku pasien, termasuk dalam menentukan pilihan layanan kesehatan. Kesamaan temuan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan faktor fundamental yang memengaruhi perilaku pasien dalam memilih penyedia layanan kesehatan. Kepercayaan pasien mampu memediasi pengaruh e-WOM terhadap keputusan pemilihan pasien. Temuan tersebut menunjukkan e-WOM secara langsung menyediakan informasi yang membantu pasien dalam mengevaluasi alternatif rumah sakit sebelum menentukan pilihan. e-WOM juga membentuk

kepercayaan pasien terhadap kualitas dan kredibilitas rumah sakit, yang selanjutnya meningkatkan kecenderungan pasien untuk memilih rumah sakit tersebut. Peran mediasi kepercayaan pasien terlihat dari besarnya pengaruh e-WOM terhadap kepercayaan pasien yang mencapai 0,726. Nilai tersebut menunjukkan bahwa efektivitas e-WOM dalam memengaruhi keputusan pasien lebih banyak terjadi melalui proses pembentukan keyakinan dibandingkan hanya melalui penyampaian informasi semata. Dengan kata lain, informasi digital akan lebih mampu memengaruhi keputusan pasien apabila informasi tersebut berhasil meningkatkan kepercayaan terhadap rumah sakit. Temuan ini menunjukkan bahwa informasi digital tidak secara otomatis diterjemahkan menjadi keputusan pemilihan layanan kesehatan. Sebelum menghasilkan keputusan, informasi tersebut terlebih dahulu harus membentuk keyakinan pasien terhadap kualitas dan kredibilitas rumah sakit. Dengan demikian, kepercayaan bukan sekedar variabel perantara secara statistik, tetapi merupakan mekanisme utama yang menjelaskan bagaimana e-WOM dapat memengaruhi perilaku pemilihan pasien.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, e-WOM terbukti berpengaruh pada keputusan pemilihan pasien baik secara langsung maupun melalui kepercayaan pasien. Besarnya pengaruh e-WOM terhadap kepercayaan pasien menunjukkan bahwa efektivitas informasi digital dalam memengaruhi keputusan pasien lebih banyak terjadi melalui proses pembentukan kepercayaan daripada sekadar penyediaan informasi. Selain itu, kepercayaan pasien juga terbukti berpengaruh pada keputusan pemilihan pasien yang menunjukkan bahwa keyakinan terhadap kualitas dan kredibilitas rumah sakit menjadi faktor penting dalam mendorong pemilihan layanan kesehatan. Dengan demikian, kepercayaan pasien menjadi faktor kunci yang menghubungkan informasi digital dengan keputusan pemilihan layanan kesehatan. Rumah sakit tidak hanya perlu mengelola informasi dan komunikasi digital secara efektif, tetapi juga memastikan bahwa informasi yang disampaikan mampu membangun dan mempertahankan kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, pengelolaan reputasi digital, ulasan pasien, dan penyediaan pelayanan yang berkualitas perlu menjadi prioritas untuk meningkatkan keputusan pemilihan pasien terhadap layanan kesehatan yang ditawarkan.

REFERENSI

- Abutar, A. U., & Wuisan, D. S. S. (2024). The influence of service quality, word of mouth, patient physician trust on revisit intentions mediated by patient satisfaction in Primaya Hospital Patients. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(2), 746–756. <https://doi.org/10.56457/jimk.v12i2.591>
- Anjani, H., Ruswanti, E., & Indrawati, R. (2022). EWOM, kepercayaan, citra merek terhadap niat pembelian ulang pada poliklinik penyakit dalam di RS ABC Jakarta. *Jurnal Health Sains*, 3(3), 402–414. <https://doi.org/10.46799/jhs.v3i3.445>
- Atmoko, W. B. (2022). Word of Mouth: Strategi komunikasi legal mempromosikan rumah sakit. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 7(3), 358–375. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i3.411>
- Az'ahra, A., & Aulia, S. (2025). Dampak electronic word of mouth (e-WOM) terhadap keputusan pembelian produk Npure pada generasi Z. *Prologia*, 9(1), 164–173. <https://doi.org/10.24912/pr.v9i1.33381>
- Baharuddin, N. A., & Yaacob, M. (2020). Dimensions of eWOM credibility on the online purchasing activities among consumers through social media. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(3), 335–352. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2020-3603-21>
- Fandhira, N. L., Farida, N., & Arso, S. P. (2025). Patient experience in the digital era: A scoping review of eWOM and service quality in hospital outpatient care. *International Journal*

- of Science and Society*, 7(4), 422-434.
<https://ijsoc.goacademica.com/index.php/ijsoc/article/view/1585>
- Habibi, Y., Nursabti, A., & Rahayu, D. D. (2023). The influence of digital marketing and electronic word of mouth on purchasing decisions through trust in Matahari Department Store Pekanbaru city consumers. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 20(2), 96–108.
<https://jurnal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/70665>
- Islami, M. W., Haryanto, T., Miftahudin, M. A., & Kharismasyah, A. Y. (2026). Peran kepercayaan pelanggan dalam mediasi pengaruh E-WOM, dan online customer review terhadap keputusan pembelian di ShopeeFood. *Jurnal Studi Manajemen dan Kewirausahaan (MSEJ)*, 7(2), 996–1012.
<https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/10132>
- Ivana, S. A., & Rohman, F. (2024). Pengaruh electronic word of mouth, brand trust. dan brand image terhadap minat beli. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 3(3), 723–733. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.3.15>
- Krisnanto, K. G. (2025). Pengaruh e-WOM dan kualitas website terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada e-commerce Tokopedia. *Indonesia Economic Journal*, 1(2), 635–664.
<https://ojs.indopublishing.or.id/index.php/iej/article/view/227>
- Massie, A. C., Keni, K., & Gunawan, S. (2024). Faktor penentu keputusan pasien dalam pemilihan rumah sakit swasta di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(6), 1278–1292. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i6.32329>
- Mathius, N. P. N. E., Sembiring, L. S., & Rohinsa, M. (2019). Tingkat kecemasan dental anak usia 7-12 tahun yang akan melakukan ekstraksi gigi di RSGM Maranatha. *Padjadjaran Journal of Dental Researchers and Students*, 3(1), 33–42.
<https://doi.org/10.24198/pjdrs.v3i1.22486>
- Pradana, T., Sembiring, L. S., & Megarini C, M. Y. (2023). Gambaran tingkat kecemasan anak usia 6-12 tahun terhadap perawatan restorasi dan ekstraksi gigi di RSGM Maranatha. *SONDE (Sound of Dentistry)*, 8(2), 34–42. <https://doi.org/10.28932/sod.v8i2.6477>
- Putri, C. F. M., Sudirman, V. W., & Irawati, J. (2025). Understanding patient revisit intention and word of mouth in healthcare services: A servqual-based framework with higher-order constructs. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(2), 286–303.
<https://doi.org/10.26905/jmdk.v13i2.15591>
- Siregar, A. A. H., Apriliani, R. R., & Nurhasanah, N. (2025). Analisis korelasi statistik antara populasi jumlah penduduk dan pengguna internet di Indonesia. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4776–4781.
<https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2684>
- Syafitri, R. D., Rinaldi, E. A., Ambarini, T., & Agustin, D. (2025). The influence of word of mouth, electronic word of mouth, and brand image on outpatient decisions to use healthcare services at Al-Muchtar Islamic Hospital Karawang. *Journal of Ageing and Family*, 4(1), 28–33. <https://doi.org/10.52643/joaf.v4i1.6861>
- Wulandari, N., & Paramarta, V. (2025). The influence of CSR implementation, hospital image, and patient trust on interest in seeking treatment. *International Journal of Economics, Accounting and Management*, 1(6), 366–373. <https://doi.org/10.60076/ijeam.v1i6.1105>