



## **Analisis Hubungan *Perceived Ease of Use* dan Kualitas Layanan Terhadap Rasa Percaya Pada Alat Digital Radiografi Dalam Meningkatkan *Word of Mouth* Studi Pada Rumah Sakit Rujukan Covid-19**

Dimiyati Ayatulloh<sup>1</sup>, Ratna Wardani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>*Peminatan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), Magister Kesehatan, IIK STRADA Indonesia*

Corresponding Author: Dimiyati Ayatulloh  
e-mail: [dimiyati.ayatuloh@gmail.com](mailto:dimiyati.ayatuloh@gmail.com)

### **ABSTRACT**

**Background:** With the times, Convention Radiography (RK) was replaced by Digital Radiography (RD) because film printing is more efficient, archiving can be done digitally, reducing the risk of losing film due to file backups, and is more environmentally friendly because it does not require chemicals. The purpose of the study was to analyze the perceived ease of use influence on the radiographer's confidence from the digital radiography tool so that word of mouth was achieved to other radiographers at the Covid-19 Referral Hospital.

**Methods:** Design observational research with a cross-sectional approach. The population of all radiographers from 180 Covid 19 referral hospitals has used Digital Radiography. A sample of 170 respondents with cluster random sampling technique. The variables in the study were perceived ease of use, quality of service, user confidence and word of mouth. Research instruments use questionnaire sheets. The analysis used is bivariate analysis and path analysis with SPSS 23 and STATA 13.

**Results:** Design observational research with a cross-sectional approach. The population of all radiographers from 180 Covid 19 referral hospitals has used Digital Radiography. A sample of 170 respondents with cluster random sampling technique. The variables in the study were perceived ease of use, quality of service, user confidence and word of mouth. Research instruments use questionnaire sheets. The analysis used is bivariate analysis and path analysis with SPSS 23 and STATA 13.

**Conclusions:** The development of this technology is used as an excuse that facilitates the subscription of transportation services in fulfilling the quality of their services and makes it easier for consumers or the public to access health services. Healthcare providers mostly achieve success because they are influenced by word of mouth communication or word of mouth marketing.

**Keyword:** perceived ease of use; quality of service; trust; digital radiographic tools.

### **Pendahuluan**

Pemanfaatan sinar-X dengan energi rendah dibidang medik digunakan untuk radiodiagnostik dalam pembuatan foto radiografi konvensional. Pada Radiografi Konvensional detektor terdapat pada film, image intensifier dan flat panel detector. Radiografi Konvensional (RK) masih kurang efektif dalam pemrosesan film karena beberapa faktor, yaitu pasien perlu menunggu beberapa saat untuk pencetakan film radiograf, memerlukan ruang kedap cahaya untuk pemrosesan film, film radiograf tidak selalu berada di dalam ruang arsip, dan dibutuhkan bahan kimia dalam pembuatan film radiograf yang menghasilkan limbah kimia atau limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun) (Afiridi *et al*, 2018).

Seiring perkembangan zaman, Radiografi Konvensional (RK) diganti oleh Radiografi Digital

(RD) karena pencetakan film lebih efisien, pengarsipan dapat dilakukan secara digital, mengurangi resiko kehilangan film karena adanya backup file, serta lebih ramah lingkungan karena tidak memerlukan bahan kimia. Jika ditinjau dari proses konversi Radiografi Digital dikelompokkan menjadi dua yaitu IDR (Indirect Digital Radiography) dan DDR (Direct Digital Radiography). Proses konversi pada CR dilakukan dengan IDR menggunakan detektor photostimulable 2 storage phosphor (PSP) sebagai ganti kaset pada sistem Radiografi Konvensional. Teknologi CR hanya digunakan di rumah sakit dan klinik kesehatan modern sedangkan rumah sakit biasa dan puskesmas masih menggunakan Radiografi Konvensional (Sweeney *et al*, 2014).

Teknologi radiografi diagnostik untuk kepentingan medis yang digunakan pada bagian radiologi di rumah sakit (RS) tipe A atau RS kota-kota besar sudah bergeser dari teknologi radiografi konvensional berbasis film menjadi teknologi radiografi digital tanpa film (filmless), yaitu menggunakan sistem Computed Radiography (CR). Untuk pengadaan sistem CR tentu saja membutuhkan dana yang relatif besar, apalagi untuk perawatan dan penyediaan sumber daya yang tersedia. Umumnya masih menggunakan sistem Radiografi Konvensional (RK), seperti terbentur masalah keterbatasan dana dan kesiapan sumber daya manusianya. Tapi pada perkembangannya sistem radiografi tersebut, prinsip radiografi sinar-X sendiri relatif sama seperti pada saat sinar-X ditemukan, yaitu adanya x-ray generator, kaset film, kamar gelap dan media penangkap gambar atau radiograf film (Smith, 2018).

Beberapa cara aplikasi radiografi tanpa film telah dilakukan, antara lain dengan teknik digitisasi film radiograf atas prinsip densitas optik. Modifikasi sistem RK menjadi sistem Radiografi Digital (RD) dilakukan dengan menambah unit tabung kedap cahaya dibelakang intensifying screen sehingga bayangan obyek bisa ditangkap oleh kamera CCD, kemudian diteruskan ke unit frame grabber atau penangkap gambar VC (video capturer). Data digital yang diperoleh diteruskan ke komputer PC dengan software pengolah citra untuk kemudian citra ditampilkan pada layar monitor PC (Sallam, 2016).

Membangun reputasi dan mengembangkan kepercayaan radiografer berada dalam bagian pembahasan word of mouth yang akan mengkaji dan mendalami dimanakah posisi terbaik bagi radiografer untuk menjamin kepuasan dalam layanan kesehatan. Word of mouth merupakan usaha meneruskan informasi dari satu radiografer ke radiografer lain. Sedangkan word of mouth adalah memberikan radiografer alasan untuk membicarakan produk dan layanan anda, dan memudahkan pembicaraan tersebut terjadi. Word of mouth adalah seni dan ilmu membangun komunikasi yang baik dan saling menguntungkan dari radiografer -ke- radiografer maupun radiografer -ke- produsen. Word of mouth tidak dapat dibuat-buat atau diciptakan (Deheshti *et al*, 2016).

Babin *et al* (2005), menyatakan bahwa WoM yang tinggi dipengaruhi adanya layanan yang baik dari pihak rumah sakit, pengaruhnya kan semakin kuat ketika radiografer sudah percaya atas alat digital radiografi dalam memberikan layanan kesehatan disaat pandemi Covid-19. Dari hal tersebut peneliti tertarik ingin melakukan penelitian tentang “Analisis Hubungan *Perceived Ease of Use* dan Kualitas Layanan Terhadap Rasa Percaya Pada Alat Digital Radiografi Dalam Meningkatkan *Word of Mouth* Studi Pada Rumah Sakit Rujukan Covid 19”.

## Metode

Desain penelitian observasional dengan pendekatan cross-sectional. Populasi semua radiographer dari 180 rumah sakit rujukan Covid 19 yang telah menggunakan Digital Radiografi. Sampel sejumlah 170 responden dengan teknik cluster random sampling. Variabel dalam penelitian adalah *perceived ease of use*, kualitas layanan, rasa percaya diri pengguna dan *word of mouth*. Instrumen penelitian menggunakan lembar kuesioner. Analisis yang digunakan yaitu analisis bivariate dan analisis jalur dengan SPSS 23 dan STATA 13. Etika dalam penelitian ini didasarkan pada lembar persetujuan menjadi responden, *anonymity* (tanpa nama) dan *confidentiality* (kerahasiaan).

## Hasil dan Pembahasan

Lokasi penelitian yang digunakan adalah beberapa rumah sakit rujukan Covid-19 di Jawa Timur. Rumah sakit yang digunakan diantaranya RSUD Caruban, RSUD Lumajang, RSUD Mojosari, RSUP Dr. Saiful Anwar Malang, RSUD dr. M. Soewandhie Surabaya, RSUD Simpang Lima Gumul, RSUD Srengat Blitar, RSUP Dr Soetomo Surabaya, RSUD Dr. R. Sosodoro Djatikoesoemo Bojonegoro, RS Bhayangkara Lumajang, RSUD Mojokerto, RSUD Jombang, RSUD Kabupaten Kediri, RSUD Kanjuruhan Kab Malang, RSUD Malang, RSUD Pare Kediri dan RSUD DR. Soegiri Lamongan.

Hasil penelitian adalah rumah sakit rujukan Covid-19 di Jawa Timur sejumlah 170 responden. Tabel distribusi frekuensi karakteristik subjek penelitian dijelaskan pada table 1.

Tabel 1. Karakteristik subjek penelitian berdasarkan usia, jenis kelamin, dan nama instansi

<b>Karakteristik</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Usia</b>		
< mean (31 tahun)	90	52,9
≥ mean (31 tahun)	80	47,1
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	104	61,2
Perempuan	66	38,8
<b>Tempat Kerja</b>		
RSUD Caruban	4	2,4
RSUD Lumajang	14	8,2
RSUD Mojosari	8	4,7
RSUP Dr. Saiful Anwar Malang	12	7,1
RSUD dr. M. Soewandhie Surabaya	7	4,1
RSUD Simpang Lima Gumul	15	8,8
RSUD Srengat Blitar	7	4,1
RSUP Dr Soetomo Surabaya	9	5,3
RSUD Dr. R. Sosodoro Djatikoesoemo Bojonegoro	11	6,5
RS Bhayangkara Lumajang	6	3,5
RSUD Mojokerto	8	4,7
RSUD Jombang	10	5,9
RSUD Kabupaten Kediri	26	15,3
RSUD Kanjuruhan Kab Malang	13	7,6
RSUD Malang	7	4,1
RSUD Pare Kediri	9	5,3
RSUD DR.Soegiri Lamongan	4	2,4

Tabel 1 menunjukkan hasil karakteristik subjek penelitian berdasarkan usia, jenis kelamin dan nama instansi. Pada kategori usia responden didapatkan hasil bahwa sebagian besar responden berusia kurang dari 31 tahun yaitu 90 responden (52,9%). Kategori jenis kelamin responden paling banyak

laki-laki yaitu 104 responden (61,2%). Kategori tempat kerja paling banyak responden berasal dari RSUD Kabupaten Kediri yaitu 26 responden (15,3%), sedangkan paling sedikit responden berasal dari RSUD Caruban dan RSUD DR. Soegiri Lamongan yaitu 4 responden (2,4%).

Tabel 2. Karakteristik variabel penelitian

<b>Karakteristik</b>	<b>n</b>	<b>Mean</b>	<b>SD</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>
<i>Perceived Ease of Use</i>	170	13,18	1,49	9	15
Kualitas layanan	170	20,82	1,95	16	25
Rasa percaya atas digital radiografi	170	12,89	1,53	10	15
<i>Word of Mouth</i>	170	21,13	2,19	16	25

Tabel 2 menunjukkan hasil karakteristik variabel penelitian yaitu *perceived ease of use* memiliki nilai mean 13,18; SD 1,49; Min 9 dan Max 15, kualitas layanan memiliki nilai mean 20,82; SD 1,95; Min

16 dan Max 25, rasa percaya atas digital radiografi memiliki nilai mean 12,89; SD 1,53; Min 10 dan Max 15 dan *word of mouth* memiliki nilai mean 21,13; SD 2,19; Min 16 dan Max 25.

Tabel 3. Hasil Analisis Multivariat Hubungan *Perceived Ease of Use*, Kualitas Layanan, Rasa Percaya Atas Digital Radiografi Terhadap *Word of Mouth*

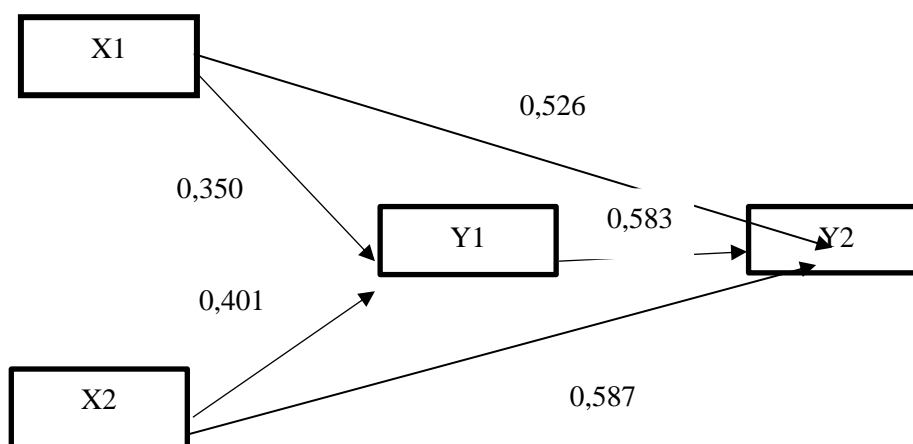
Variabel	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,445	0,079	0,302	5,666	0,000
Kualitas Layanan	0,092	0,061	0,082	1,509	0,133
Rasa Percaya	0,833	0,078	0,583	0,583	0,000
R Square	: 0,729				

Keterangan : Uji Regresi Linier

Hasil analisis regresi linier menunjukkan angka R Square 0,729 yang artinya penelitian ini dapat menjelaskan 72,90% hubungan variable dalam penelitian (*perceived of use*, kualitas layanan dan rasa percaya atas digital radiografi) terhadap *word of mouth*. Hasil nilai p menunjukkan ada hubungan *perceived of use* ( $p=0,000$ ) dan rasa percaya atas digital radiografi ( $p=0,000$ ) terhadap *word of mouth*. Namun, tidak ada hubungan antara kualitas layanan ( $p=0,133$ ) terhadap *word of mouth*. Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut pengaruh *perceived of use* terhadap *word of mouth* diperoleh koefisien regresi sebesar 0,445 dengan nilai t statistik sebesar 5,666 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan pada tingkat signifikansi 0,05, artinya semakin tinggi *perceived of use* maka

berpengaruh signifikan terhadap semakin tinggi *word of mouth*.

Pengaruh kualitas layanan terhadap *word of mouth* diperoleh koefisien regresi sebesar 0,092 dengan nilai t statistik sebesar 1,509 dan nilai signifikansi sebesar 0,133. Hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif namun tidak signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Pengaruh rasa percaya atas digital radiografi terhadap *word of mouth* diperoleh koefisien regresi sebesar 0,833 dengan nilai t statistik sebesar 0,583 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan pada tingkat signifikansi 0,05, artinya semakin tinggi rasa percaya atas digital radiografi maka berpengaruh signifikan terhadap semakin tinggi *word of mouth*.



### Hubungan Kualitas Layanan Terhadap *Word Of Mouth* Melalui Rasa Percaya Atas Digital Radiografi

Hasil penelitian menunjukkan hasil nilai p menunjukkan ada hubungan *perceived of use* ( $p=0,000$ ) dan rasa percaya atas digital radiografi ( $p=0,000$ ) terhadap *word of mouth*. Namun, tidak ada hubungan antara kualitas layanan ( $p=0,133$ )

terhadap *word of mouth*. Faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan

dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan terhantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Chaniotakis dan Lymperopoulos (2009), ditemukan bahwa hanya satu dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi perilaku *word of mouth* secara langsung, yaitu empati. Empat dimensi lainnya, yaitu keandalan, ketanggapan, jaminan, dan bukti fisik mempengaruhi WOM secara tidak langsung. Pada penelitian ini, ditemukan bahwa kepuasan menjadi mediator antara kualitas layanan terhadap perilaku WOM. Pranastiti (2012) menemukan adanya hubungan antara kualitas produk, kepuasan, dan *word of mouth*. Selain memiliki memiliki pengaruh langsung, kualitas layanan juga dapat berpengaruh tidak langsung. Pirantika dan Purwanti (2017) juga menemukan bahwa WOM tidak dipengaruhi secara langsung oleh kualitas layanan, melainkan secara tidak langsung melalui peran kepuasan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Pratama *et al* (2019) yang menunjukkan adanya hubungan antara kualitas pelayanan terhadap WOM secara tidak langsung, dimana kepuasan pelanggan menjadi variabel mediasi dalam penelitian tersebut.

Kualitas layanan itu sendiri dinilai oleh penerima bukanlah dari ukuran penyedia jasa seperti yang diungkapkan oleh Astar *et al* (2018). Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelanggan (bukan penyedia jasa) yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Budaya kualitas dapat dikembangkan dalam sebuah perusahaan dengan diadakannya komitmen menyeluruh dari semua anggota organisasi dari yang teratas hingga terendah. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang berkenaan dalam peningkatan kualitas (Alhaddad, 2015).

## Simpulan

Perkembangan teknologi ini dijadikan suatu alasan yang memudahkan penyelenggara pelayanan jasa transportasi dalam memenuhi kualitas pelayanannya dan memudahkan konsumen atau masyarakat dalam mengakses pelayanan kesehatan. Penyedia jasa kesehatan sebagian besar meraih kesuksesan karena dipengaruhi oleh *word of mouth communication* atau pemasaran dari mulut ke mulut. Ada hubungan variable dalam penelitian (*perceived of use*, kualitas layanan dan rasa percaya

atas digital radiografi) terhadap *word of mouth*. Hasil nilai p menunjukkan ada hubungan *perceived of use* ( $p=0,000$ ), kualitas layanan ( $p=0,133$ ) dan rasa percaya atas digital radiografi ( $p=0,000$ ) terhadap *word of mouth*.

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh rumah sakit rujukan Covid 19 yang bersedia memberikan data selama penelitian. Kemudian, terima kasih penulis ucapkan kepada IIK STRADA Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian terkait hubungan *perceived ease of use* dan kualitas layanan terhadap rasa percaya pada alat digital radiografi dalam meningkatkan *word of mouth* studi pada rumah sakit rujukan Covid-19.

## Daftar Pustaka

- Afridi, Sajjad Ahmad; Maqsood Haider and Waqar Alam, (2018), " Impact of Service Quality on Word of Mouth Communication: Mediating Role of Customer Satisfaction," *Journal of Managerial Sciences*
- Alhaddad, Abdullah, (2015), " Perceived Quality, Brand Image and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty," *Journal of Research in Business and Management*
- Astar, F., Tamsah, H., & Kadir, I. (2018). Pengaruh Pelayanan Asuhan Keperawatan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Takalala Kabupaten Soppeng. *Mirai : Journal of Management*, 1(2), 33–57. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/download/231/123>
- Babin, Barry J., Yong-Ki Lee., Eun-Ju Kim., dan Mitch Griffin. 2005. Modeling Consumer Satisfaction and Word of Mouth : Restaurant Patronage in Korea. *The Journal of Services Marketing*, 19(3) : 133-139.
- Deheshti, Mohammad, Javad Adabi Firouzjah, Hossein Alimohammadi, (2016), " The Relationship between Brand Image and Brand Trust in Sporting Goods Consumers," *Annals of Applied Sport Science*
- Direktorat Bina Upaya Kesehatan. *Data Rumah Sakit Online*. <http://sirs.buk.depkes.go.id> (diunduh tanggal 27 Maret 2016).
- E. Chaniotakis, Loannis., dan Constantine Lymperopoulos. 2009. Service Quality Effect on Satisfaction and Word of Mouth in The Health Care Industry. *Managing Service Quality*, 19(2) : 229 – 242.

- Harsiti, Tedi, Purnamasari, M., & Dwiyatno, S. (2017). Rancang Bangun Aplikasi e-health Untuk Peningkatkan Pelayanan Kesehatan Pada Puskesmas Kibin. *Jurnal Sistem Informasi*, 1–4. <http://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/jsii/article/view/128>
- Hasan, Syed Akif, Muhammad Imtiaz Subhani and Amber Osman, (2012), " Effect of Trust Factors on Consumer's Acceptance of Word of Mouth Recommendation," Iqra University Research Centre (IURC)
- Kemendes RI. (2016). Sistem Informasi Puskesmas (SIP). *Buletin Jendela Data Dan Informasi Kesehatan*, 1, 22–29.
- Pirantika, A. Purwanti, R. S. (2017). Analisis Penggunaan Sistem Pendaftaran Online (EHealth) Berdasarkan Unified Theory of Acceptance and use of Technology (Utaut). *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01, 1–7. <http://www.albayan.ae>
- Pranastiti, Paula Dinar Widya. 2012. Hubungan antara Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen dengan *Word of Mouth Communication* pada Mahasiswa Pengguna *Blackberry* di Universitas Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 1(1) : 1 – 8.
- Pratama, Randy Imam Pratama; Dian Dewi Megadini; Tanti Kusriandini, (2019), "Effect of Perceived Ease of Use, Word-of-Mouth Communication, and Brand Image on Decision to Use Lazada E-Commerce Services," *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*
- Rahayu, Sri, (2018), "Customer Satisfaction and Service Quality to Develop Trust and Positive Word of Mouth in Vocational Education," *The 2nd International Conference on Vocational Higher Education (ICVHE)*
- Sallam, Methaq Ahmed, (2016), " An Investigation of Corporate Image Effect on WOM: The Role of Customer Satisfaction and Trust," *International Journal of Business Administration*
- Smith, Roger and Christine Ennew, (2018), " Service Quality and its Impact on Word-of-Mouth Communication in Higher Education," *University of Nottingham*
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sweeney, Jill., Geoff Soutar., dan Tim Mazzarol. 2014. Factors Enhancing Word of Mouth Influence : Positive and Negative Service Related Messages. *European Journal of Marketing*, 48(1/2) : 336 – 359.