

PENGARUH PATIENT PERCEPTION OF MEDICAL ARTIFICIAL INTELLIGENCE, EFFECTIVE COMMUNICATION, DAN SELF-SERVICE TECHNOLOGY TERHADAP PATIENT SATISFACTION DAN WORD-OF-MOUTH BEHAVIOR DALAM PENGALAMAN LAYANAN KESEHATAN DI RS HERMINA DAAN MOGOT JAKARTA

Hielvita Ludiya¹⁾, Robert Kristaung²⁾, Wulandari Asri³⁾

¹Manajemen Perhotelan, Universitas Asa Indonesia

²Manajemen, Universitas Jakarta Internasional

Email: faytavita@gmail.com¹⁾

ABSTRAK

Pesatnya transformasi digital dalam layanan kesehatan mendorong rumah sakit untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi dan kualitas komunikasi dalam memberikan pelayanan kepada pasien. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis, komunikasi efektif, dan teknologi layanan mandiri terhadap kepuasan pasien dan perilaku *word-of-mouth*, serta peran kepuasan pasien sebagai mediator. Penelitian dilakukan pada pasien rawat inap di Rumah Sakit Hermina Daan Mogot, Jakarta Barat. Data dikumpulkan dari 234 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* melalui kuesioner daring menggunakan Google Forms dan dianalisis dengan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis, komunikasi efektif, dan teknologi layanan mandiri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dan perilaku *word-of-mouth*. Kepuasan pasien juga secara signifikan memediasi hubungan antara persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis dan perilaku *word-of-mouth*, serta antara komunikasi efektif dan perilaku *word-of-mouth*. Sebaliknya, kepuasan pasien tidak memediasi secara signifikan hubungan antara teknologi layanan mandiri dan perilaku *word-of-mouth*. Temuan ini menegaskan pentingnya optimalisasi teknologi digital dan komunikasi pelayanan untuk meningkatkan pengalaman pasien, kepuasan, dan perilaku *word-of-mouth* positif.

Kata kunci: persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis, komunikasi efektif, teknologi layanan mandiri, kepuasan pasien, perilaku *word-of-mouth*

ABSTRACT

The rapid transformation of digital healthcare has encouraged hospitals to enhance the utilization of technology and the quality of communication in delivering patient care. This study aims to examine the effects of patients' perceptions of medical artificial intelligence, effective communication, and self-service technology on patient satisfaction and word-of-mouth behavior, as well as the mediating role of patient satisfaction. The study was conducted among inpatients at Hermina Daan Mogot Hospital, West Jakarta. Data were collected from 234 respondents selected using purposive sampling through an online questionnaire administered via Google Forms and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 3.0. The results indicate that patients' perceptions of medical artificial intelligence, effective communication, and self-service technology have positive and significant effects on patient satisfaction and word-of-mouth behavior. Patient satisfaction also significantly mediates the relationships between patients' perceptions of medical artificial intelligence and word-of-mouth behavior, as well as between effective communication and word-of-mouth behavior. In contrast, patient satisfaction does not significantly mediate the relationship between self-service technology and word-of-mouth behavior. These findings highlight the importance of optimizing digital technologies and service communication to enhance patient experience, patient satisfaction, and positive word-of-mouth behavior.

Keywords: patient perception of medical artificial intelligence, effective communication, self-service technology, patient satisfaction; word-of-mouth behavior

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam penyelenggaraan berbagai jenis layanan, termasuk pelayanan kesehatan. Salah satu teknologi yang semakin berkembang adalah kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), yaitu teknologi komputasi yang memungkinkan mesin menjalankan fungsi kognitif tertentu melalui kemampuan mempelajari informasi, mengenali pola, memecahkan masalah, menganalisis data, dan mendukung pengambilan keputusan (Alowais et al., 2023; Hulsén, 2023). Dalam berbagai konteks pelayanan, pemanfaatan teknologi tidak hanya diarahkan untuk mendukung proses operasional, tetapi juga perlu mempertimbangkan kebutuhan pengguna guna menunjang kualitas pelayanan dan pengalaman pengguna atau *user experience* (Jang et al., 2021). Perspektif tersebut menegaskan bahwa keberhasilan penerapan teknologi layanan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknologinya, tetapi juga oleh sejauh mana teknologi tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan pengalaman yang positif bagi pengguna. Penerapan kecerdasan buatan medis (*medical artificial intelligence*) merujuk pada pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan, seperti *machine learning*, *deep learning*, dan *natural language processing*, dalam mendukung berbagai aktivitas layanan kesehatan. Teknologi tersebut memungkinkan pengolahan dan analisis data kesehatan serta mendukung proses diagnosis, pengambilan keputusan klinis, perencanaan pengobatan, dan pemantauan kondisi pasien (Alowais et al., 2023; Li & Hu, 2025). Dengan kemampuan tersebut, kecerdasan buatan medis tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pendukung aktivitas klinis, tetapi juga berpotensi mempengaruhi kualitas dan efektivitas proses pelayanan kesehatan serta pengalaman pasien dalam menerima layanan.

Kecerdasan buatan medis (*medical artificial intelligence*) memiliki potensi untuk mengatasi berbagai tantangan dalam pelayanan kesehatan melalui dukungan terhadap proses diagnosis, pengambilan

keputusan klinis, pengelolaan administratif, serta optimalisasi alur pelayanan.

Penerapannya juga berpotensi meningkatkan efisiensi proses, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, menekan biaya pelayanan, dan mempercepat penyampaian layanan kesehatan (Bohr & Memarzadeh, 2020; Kraus et al., 2021). Selain manfaat operasional tersebut, kapabilitas kecerdasan buatan, khususnya *machine learning* dan *expert systems*, juga dapat berkontribusi terhadap kepuasan pasien (*patient satisfaction*) menurut Al-Oraini (2024). Lebih lanjut, penelitian menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam pelayanan kesehatan berkaitan dengan kepuasan pasien (*patient satisfaction*), terutama ketika teknologi tersebut mampu memberikan manfaat yang dirasakan dan meningkatkan kualitas serta efektivitas proses pelayanan dan perawatan (Jabbar et al., 2024; Hoff et al., 2025). Temuan tersebut menunjukkan bahwa persepsi pasien terhadap pemanfaatan kecerdasan buatan medis (*medical artificial intelligence*) menjadi aspek penting dalam memahami bagaimana teknologi dapat membentuk evaluasi pasien terhadap pelayanan kesehatan yang diterimanya.

Selain pemanfaatan teknologi, komunikasi antara tenaga kesehatan dan pasien merupakan bagian penting dalam pelayanan kesehatan karena mendukung pertukaran informasi, pengambilan keputusan, serta pembentukan hubungan terapeutik. Penerapan komunikasi yang efektif (*effective communication*) dan berorientasi pada pasien memungkinkan tenaga kesehatan memberikan respons yang sesuai terhadap kebutuhan, kekhawatiran, preferensi, dan perspektif pasien, sekaligus mendukung keterlibatan pasien dalam proses perawatan (Sharkiya, 2023; Kwame & Petrucka, 2021).

Dalam hubungan medis, komunikasi mencakup aspek instrumental yang mendukung proses perawatan dan perbaikan kondisi pasien, serta aspek sosial-emosional yang berkaitan dengan pembentukan hubungan interpersonal. Interaksi yang dilandasi kepercayaan, empati, dan perlakuan

yang baik dapat mendukung terbentuknya rasa aman pasien selama berinteraksi dengan tenaga kesehatan. Kulińska et al. (2022) menemukan bahwa rasa aman pasien memiliki hubungan positif dengan akses terhadap informasi kesehatan, perlakuan yang ramah dari tenaga medis, kepercayaan terhadap tenaga kesehatan, dan kepuasan selama menjalani perawatan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif (*effective communication*) tidak terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga mencakup kualitas interaksi interpersonal yang dapat memperkuat rasa aman, kepercayaan, dan pengalaman positif pasien selama proses perawatan. Komunikasi efektif (*effective communication*) juga berperan dalam membentuk evaluasi pasien terhadap kualitas pelayanan yang diterimanya. Elrayah & Keong (2025) menunjukkan bahwa komunikasi efektif memperkuat pengaruh kualitas fungsional pelayanan terhadap kepuasan pasien (*patient satisfaction*), sementara kepercayaan terhadap dokter turut berperan dalam proses pembentukan kepuasan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi yang jelas dan empatik dapat mendukung terbentuknya pengalaman pelayanan yang lebih positif serta mendukung terbentuknya kepuasan pasien (*patient satisfaction*).

Kualitas komunikasi dalam pelayanan kesehatan juga memiliki implikasi terhadap perilaku pasien setelah menerima layanan. Komunikasi yang positif antara dokter dan pasien dapat meningkatkan kecenderungan pasien untuk merekomendasikan dokter kepada orang lain melalui *word-of-mouth* (Mehra & Mishra, 2021). Selain itu, kualitas pelayanan kesehatan, termasuk kualitas interaksi melalui komunikasi yang jelas dan kepedulian empatik, berkontribusi terhadap kepuasan pasien (*patient satisfaction*), yang selanjutnya dapat membentuk loyalitas pasien terhadap penyedia layanan kesehatan (Bentum-Micah et al., 2024; Chocknakawaro & Pusaksrikit, 2025). Dengan demikian, komunikasi efektif (*effective communication*) tidak hanya berkaitan dengan kualitas interaksi selama proses perawatan, tetapi juga berpotensi membentuk kepuasan pasien dan

mendorong penyampaian pengalaman positif kepada orang lain melalui perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*).

Di samping kecerdasan buatan dan komunikasi antara tenaga kesehatan dengan pasien, perkembangan teknologi digital juga telah mengubah penyelenggaraan pelayanan kesehatan melalui berbagai saluran yang memperluas akses dan meningkatkan fleksibilitas bagi pasien (Woods et al., 2023). Salah satu penerapannya adalah teknologi layanan mandiri (*self-service technology*), yang memungkinkan pasien menyelesaikan aktivitas pelayanan tertentu dengan keterlibatan langsung tenaga kesehatan yang lebih terbatas, seperti melalui *patient portals*, aplikasi kesehatan berbasis gawai, *self-service kiosks*, dan teknologi seluler (Thakral et al., 2025; Wang et al., 2024). Pemanfaatan teknologi tersebut dapat meningkatkan kemudahan pasien sekaligus mendukung efisiensi proses pelayanan. Wang et al. (2024), misalnya, menunjukkan bahwa penggunaan teknologi seluler untuk *self-registration* dapat mempercepat proses *pretriage* dan mempermudah penyelesaian tugas pengguna.

Persepsi pengguna terhadap kemudahan, manfaat, dan pengalaman penggunaan merupakan aspek penting dalam mengevaluasi teknologi layanan mandiri (*self-service technology*). Dalam pelayanan kesehatan, teknologi digital dapat mendukung perluasan akses dan fleksibilitas penyelenggaraan layanan bagi pasien (Golinelli et al., 2020). Pada konteks SST, persepsi terhadap manfaat dan pengalaman penggunaan berkaitan dengan kepuasan pengguna (Zaitouni & Murphy, 2025). Kepuasan terhadap SST selanjutnya dapat berkaitan dengan kecenderungan pengguna untuk menyampaikan pengalaman positif melalui *word-of-mouth* (Asiedu et al., 2024; Leung, 2024). Leung (2024) menunjukkan bahwa kepuasan terhadap SST berperan sebagai mediator dalam hubungan antara persepsi terhadap kemudahan penggunaan, manfaat, dan kontrol dengan niat melakukan *word-of-mouth*. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa evaluasi positif terhadap teknologi layanan mandiri tidak hanya berkaitan dengan pengalaman

penggunaan, tetapi juga dapat berimplikasi pada perilaku pengguna dalam menyampaikan pengalaman kepada orang lain.

Meskipun penelitian terdahulu telah membahas persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patient perception of medical AI*), teknologi layanan mandiri (*self-service technology*), dan komunikasi efektif (*effective communication*) dalam pelayanan kesehatan, ketiganya umumnya masih dikaji secara terpisah. Penelitian yang mengintegrasikan ketiga variabel tersebut dalam satu kerangka untuk menjelaskan kepuasan pasien (*patient satisfaction*) dan perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*), termasuk peran kepuasan pasien sebagai mekanisme yang menjembatani pengaruh ketiganya terhadap perilaku *word-of-mouth*, masih terbatas. Selain itu, sebagian besar bukti empiris mengenai transformasi digital dalam pelayanan kesehatan berasal dari negara maju, sedangkan penelitian dalam konteks negara berkembang, khususnya Asia Tenggara, masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya celah penelitian untuk menguji pengaruh persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis, teknologi layanan mandiri, dan komunikasi efektif terhadap kepuasan pasien dan perilaku *word-of-mouth* secara simultan dalam konteks pelayanan kesehatan di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research* berlandaskan paradigma postpositivisme untuk menguji hubungan antarvariabel melalui analisis statistik (Creswell & Creswell, 2021). Desain penelitian bersifat potong lintang (*cross-sectional*) dengan objek pasien yang pernah menerima pelayanan di Rumah Sakit Hermina Daan Mogot, Jakarta Barat. Variabel penelitian meliputi persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patient perception of medical artificial intelligence*), komunikasi efektif (*effective communication*), teknologi layanan mandiri (*self-service technology*), kepuasan pasien (*patient satisfaction*), dan

perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*).

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1–5, dengan indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan konteks pelayanan kesehatan. Persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patient perception of medical artificial intelligence*) diukur dengan 13 butir dari Irgang et al. (2025), Alowais et al. (2023), dan Oraini (2023); komunikasi efektif (*effective communication*) dengan 9 butir dari Elrayah dan Keong (2025) serta Versluijs et al. (2021); teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) dengan 7 butir yang diadaptasi dan dikembangkan dari Alves et al. (2025); kepuasan pasien (*patient satisfaction*) dengan 7 butir dari Kesting et al. (2026); dan perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*) dengan 6 butir dari Akbolat et al. (2021). Responden dipilih menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria penelitian. Sebanyak 234 responden dilibatkan dalam analisis PLS-SEM. Kecukupan sampel diuji melalui *a priori statistical power analysis* menggunakan G*Power dengan *effect size* $f^2 = 0,15$, $\alpha = 0,05$, *power* = 0,80, dan tiga prediktor. Hasil menunjukkan kebutuhan minimum 77 responden, sehingga jumlah sampel aktual telah memenuhi kecukupan statistik sebagaimana prinsip *statistical power* dalam PLS-SEM (Hair et al., 2021). Data dikumpulkan secara daring menggunakan kuesioner melalui *Google Forms*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Convergen Validity

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *software* SmartPLS versi 3.0. Pengujian *convergent validity* dilakukan dengan mengevaluasi nilai *outer loading* setiap indikator. Suatu indikator dinyatakan memiliki validitas konvergen yang memadai apabila nilai *outer loading* berada pada atau di atas 0,70 (Hair et al., 2021). Berikut disajikan nilai *outer loading* masing-masing indikator pada variabel penelitian.

Tabel 1. Outler Loading

	Effective Communication (EFC)	Patient Perception of Medical AI (PPMAI)	Patient Satisfaction (PAS)	Self-Service Technology (SST)	Word-of- Mouth Behavior (WMB)
EFC1	,796				
EFC2	,803				
EFC3	,730				
EFC4	,753				
EFC5	,721				
EFC6	,800				
EFC7	,760				
EFC8	,760				
EFC9	,748				
PPMAI1		,771			
PPMAI10		,780			
PPMAI11		,708			
PPMAI12		,706			
PPMAI13		,703			
PPMAI2		,775			
PPMAI3		,786			
PPMAI4		,722			
PPMAI5		,798			
PPMAI6		,801			
PPMAI7		,782			
PPMAI8		,765			
PPMAI9		,768			
PAS1			,761		
PAS2			,804		
PAS3			,780		
PAS4			,758		
PAS5			,792		
PAS6			,810		
PAS7			,807		
SST1				,771	
SST2				,788	
SST3				,831	
SST4				,832	
SST5				,885	
SST6				,873	
SST7				,879	
WMB1					,740
WMB2					,793
WMB3					,758
WMB4					,783
WMB5					,808
WMB6					,756

Sumber: Sumber: Pengolahan Data, (2026)

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* > 0,70, sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen dan layak dipertahankan dalam model pengukuran.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Evaluasi model pengukuran reflektif mencakup reliabilitas konsistensi internal,

validitas konvergen, dan validitas diskriminan. Reliabilitas dinilai melalui *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR), validitas konvergen melalui AVE, dan validitas diskriminan melalui HTMT. Nilai *Cronbach's Alpha* dan CR > 0,70 serta AVE > 0,50 menunjukkan terpenuhinya kriteria reliabilitas dan validitas konvergen (Hair et al., 2021). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh konstruk memenuhi kriteria tersebut.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Patient Perception of Medical AI	,941	,942	,948	,586
Effective Communication	,911	,914	,926	,584
Self-Service Technology	,929	,929	,943	,702
Patient Satisfaction	,898	,899	,920	,620
Word-of-Mouth Behavior	,866	,868	,899	,598

Sumber: Pengolahan Data, (2026)

Evaluasi Inner Model

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk menilai kemampuan model struktural dalam menjelaskan varians konstruk endogen. Salah satu ukuran yang digunakan adalah *R-square* (R^2), yang menunjukkan proporsi varians konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh

konstruk prediktornya. Nilai R^2 yang lebih tinggi menunjukkan daya jelas model yang lebih besar, dengan interpretasi yang tetap mempertimbangkan konteks dan kompleksitas model (Hair et al., 2021).

Tabel 3. Nilai R-Square

	R Square	Adjusted R Square
Patient Satisfaction (PAS)	,595	,590
Word-of-Mouth Behavior (WMB)	,695	,690

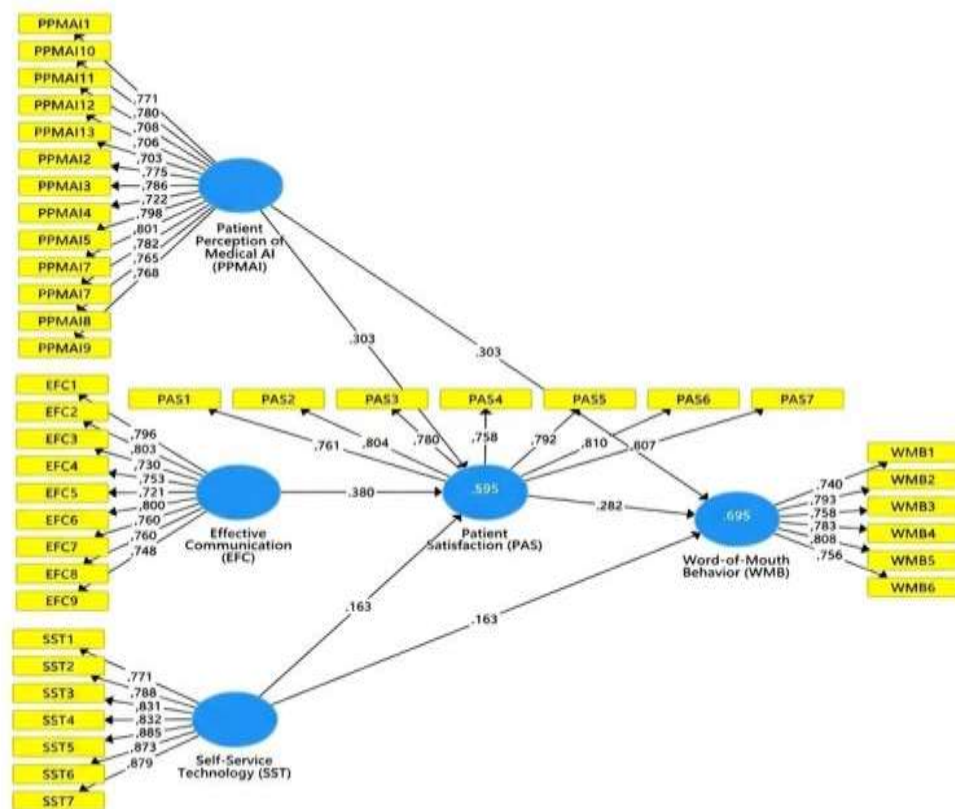
Sumber: Pengolahan Data, (2026)

Nilai R^2 pada Tabel 3 menunjukkan bahwa persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patient perception of medical artificial intelligence*), komunikasi efektif (*effective communication*), dan teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) secara bersama-sama menjelaskan 59,5% varians kepuasan pasien (*patient satisfaction*) dengan $R^2 = 0,595$. Sementara itu, persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patient perception of medical artificial intelligence*), teknologi layanan mandiri (*self-service technology*), dan kepuasan pasien (*patient satisfaction*) menjelaskan 69,5%

variens perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*) dengan $R^2 = 0,695$). Dengan demikian, masing-masing 40,5% dan 30,5% varians pada kedua konstruk endogen tersebut belum dijelaskan oleh konstruk prediktor dalam model.

Pengujian Model Struktural

Evaluasi model struktural dilakukan untuk menguji pengaruh antarvariabel dalam kerangka konseptual penelitian. Hasil pengujian model struktural disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Full Model Structural Equation Modeling (Output Bootstrapping)

Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* untuk mengevaluasi signifikansi koefisien jalur (*path coefficient*) dalam model struktural. Signifikansi hubungan antar konstruk dievaluasi berdasarkan nilai *t-statistics* dan *p-values*. Pada tingkat

signifikansi 5% dengan pengujian dua arah, hubungan dinyatakan signifikan apabila nilai *t-statistics* > 1,96 dan *p-value* < 0,05 (Hair et al., 2021). Hasil pengujian hipotesis disajikan pada tabel *path coefficients*.

Tabel 4. Path Coefficients

	Sampel Asli (O)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Patient Perception of Medical AI -> Patient Satisfaction	,303	3,361	,001
Patient Perception of Medical AI -> Word-of-Mouth Behavior	,303	4,115	,000
Effective Communication -> Patient Satisfaction	,380	4,066	,000
Patient Satisfaction -> Word-of-Mouth Behavior	,282	3,994	,000
Effective Communication -> Word-of-Mouth Behavior	,194	2,278	,023
Self-Service Technology -> Patient Satisfaction	,163	2,027	,043
Self-Service Technology -> Word-of-Mouth Behavior	,163	2,086	,037

Sumber: Pengolahan Data, (2026)

Uji Hipotesis

Koefisien Jalur Pengaruh Langsung Pengaruh Persepsi Pasien terhadap Kecerdasan Buatan Medis (*Patient Perception of Medical AI*) terhadap Kepuasan Pasien (*Patient Satisfaction*)

Hipotesis pertama (H1) menguji pengaruh persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patient perception of medical artificial intelligence*) terhadap kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample* (O) sebesar 0,303, *t-statistic* sebesar 3,361 ($>1,96$), dan *p-value* sebesar 0,001 ($<0,05$), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian, H1 diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin positif persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patient perception of medical artificial intelligence*), semakin tinggi kepuasan pasien (*patient satisfaction*) terhadap pelayanan yang diterimanya. Pengaruh tersebut dapat dijelaskan melalui persepsi pasien terhadap manfaat dan keunggulan teknologi, kemudahan dan kemanfaatan, kepercayaan dan keamanan, serta peran AI sebagai pendukung tenaga medis. Ketika pasien memandang AI mampu mendukung akurasi diagnosis, efisiensi pelayanan, kualitas hasil perawatan, serta mempermudah akses dan pemahaman informasi, teknologi tersebut dapat dinilai memberikan manfaat bagi pengalaman pelayanan. Persepsi terhadap ketepatan dan konsistensi hasil, keamanan data kesehatan, serta pemahaman bahwa AI berfungsi sebagai alat bantu tenaga medis juga dapat memperkuat kepercayaan pasien terhadap pemanfaatan teknologi. Selain itu, kesiapan dan harapan terhadap penerapan AI secara berkelanjutan dapat mendukung ekspektasi pasien terhadap peningkatan kualitas pelayanan kesehatan. Hasil ini sejalan dengan Asan et al. (2023), yang menunjukkan bahwa persepsi pasien merupakan aspek penting dalam mengevaluasi penerapan sistem kesehatan berbasis AI dan berbagai *patient outcomes*. Alam & Mueller (2021) juga menunjukkan bahwa karakteristik penyajian

informasi pada sistem diagnostik berbasis AI dapat mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan pengguna. Selanjutnya, Jabbar et al. (2024) menemukan keterkaitan antara penerapan kecerdasan buatan dan kepuasan pasien (*patient satisfaction*), terutama melalui manfaat yang dirasakan dari penggunaan teknologi. Hoff et al. (2025) turut menempatkan kepuasan sebagai salah satu *outcome* penting dalam mengevaluasi AI pada pelayanan kesehatan, sedangkan Al-Oraini (2024) menunjukkan bahwa kapabilitas AI yang direpresentasikan oleh *machine learning* dan *expert systems* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien (*patient satisfaction*).

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bahwa persepsi pasien terhadap manfaat, kemudahan, keamanan, kepercayaan, peran AI sebagai pendukung tenaga medis, serta harapan terhadap penerapannya dapat membentuk evaluasi pasien terhadap pengalaman pelayanan. Dalam konteks rumah sakit, penerapan AI perlu memperhatikan manfaat fungsional, kemudahan pemanfaatan, keamanan data, kejelasan peran AI sebagai pendukung tenaga kesehatan, serta kesiapan pasien dalam menerima teknologi. Persepsi yang positif terhadap aspek-aspek tersebut dapat mendukung penilaian yang lebih baik terhadap kualitas pelayanan dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan pasien (*patient satisfaction*).

Pengaruh Komunikasi Efektif (*Effective Communication*) terhadap Kepuasan Pasien (*Patient Satisfaction*)

Hipotesis kedua (H2) menguji pengaruh komunikasi efektif (*effective communication*) terhadap kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample* (O) sebesar 0,380, *t-statistic* sebesar 4,066 ($>1,96$), dan *p-value* sebesar 0,000 ($<0,05$), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian, H2 diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin efektif komunikasi (*effective communication*) yang dilakukan tenaga kesehatan selama proses pelayanan, semakin tinggi kepuasan pasien

(*patient satisfaction*) terhadap pelayanan yang diterimanya. Komunikasi yang jelas dan mudah dipahami membantu pasien memperoleh informasi mengenai diagnosis, rencana perawatan, dan tata cara pengobatan, sedangkan responsivitas, kepedulian, keterbukaan, dan empati memungkinkan pasien menyampaikan pertanyaan serta kekhawatirannya dan memperoleh tanggapan yang sesuai. Proses komunikasi tersebut dapat membuat pasien merasa diperhatikan dan dilibatkan dalam pelayanan, sehingga membentuk penilaian yang lebih positif terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Versluis et al. (2021) yang menemukan hubungan positif antara efektivitas komunikasi dan kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Temuan tersebut diperkuat oleh Siokal et al. (2023) melalui *literature review*, yang menunjukkan bahwa komunikasi efektif (*effective communication*) oleh tenaga kesehatan berkaitan dengan peningkatan kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Kedua penelitian tersebut mengindikasikan bahwa kualitas komunikasi merupakan bagian penting dalam membentuk pengalaman pasien selama menerima pelayanan.

Selanjutnya, Elrayah & Keong (2025) menunjukkan bahwa komunikasi efektif (*effective communication*) berperan dalam memperkuat hubungan kualitas fungsional pelayanan dengan kepuasan pasien (*patient satisfaction*), dengan kepercayaan terhadap dokter turut berperan dalam pembentukan kepuasan. Lampús & Wuisan (2024) juga menemukan hubungan antara komunikasi dokter-pasien dengan kepuasan pasien (*patient satisfaction*), dan loyalitas. Sementara itu, Kulińska et al. (2022) menunjukkan bahwa akses terhadap informasi, perlakuan yang ramah, dan kepercayaan terhadap tenaga kesehatan berkaitan dengan rasa aman dan kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Temuan-temuan tersebut memperkuat bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai bagian dari interaksi interpersonal yang membentuk evaluasi pasien terhadap pelayanan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini

memperkuat bukti empiris bahwa komunikasi efektif (*effective communication*) merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Dalam konteks rumah sakit, penerapan komunikasi efektif (*effective communication*) perlu diarahkan pada kejelasan informasi, kemudahan pemahaman, responsivitas dan kepedulian, serta keterbukaan dan kesempatan pasien untuk berpartisipasi. Penerapan aspek-aspek tersebut dapat membantu pasien memahami pelayanan, merasa dihargai, dan memperoleh respons yang sesuai terhadap kebutuhan serta kekhawatirannya, sehingga mendukung penilaian positif terhadap kualitas pelayanan dan kesesuaiannya dengan kebutuhan serta harapan pasien.

Pengaruh Teknologi Layanan Mandiri (Self-Service Technology) terhadap Kepuasan Pasien (Patient Satisfaction)

Hipotesis ketiga (H3) menguji pengaruh teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) terhadap kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample* (O) sebesar 0,163, *t-statistic* sebesar 2,027 ($>1,96$), dan *p-value* sebesar 0,043 ($<0,05$), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian, H3 diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) yang dipersepsikan oleh pasien, terutama dalam aspek *ease of use* dan *service effectiveness*, semakin positif pula penilaian pasien terhadap pelayanan yang diterimanya. Kemudahan penggunaan memungkinkan pasien memahami dan mengoperasikan teknologi secara lebih mudah, sedangkan efektivitas layanan membantu pasien menyelesaikan kebutuhan pelayanan secara lebih cepat dan efisien. Kondisi tersebut dapat mengurangi hambatan dalam proses pelayanan dan menciptakan pengalaman yang lebih praktis serta fleksibel. Temuan ini didukung oleh Alves et al. (2025) yang menunjukkan bahwa perkembangan teknologi layanan telah mendorong penggunaan mekanisme layanan mandiri yang memberikan kemudahan dan fleksibilitas kepada pengguna.

Dalam konteks pelayanan kesehatan, Wang et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi *self-registration* dapat mempermudah penyelesaian aktivitas pelayanan dan meningkatkan efisiensi proses *pretriage*. Land et al. (2022) juga menunjukkan bahwa pengalaman dan kepuasan pengguna merupakan aspek penting dalam penerapan *self-service health technology*. Selanjutnya, Thakral et al. (2025) menunjukkan bahwa teknologi layanan mandiri (*self-service technology*), seperti *patient portals*, aplikasi kesehatan, *chatbots*, dan *self-service kiosks*, dapat mendukung kemudahan akses dan efisiensi pelayanan. Zaitouni & Murphy (2025), meskipun berada dalam konteks restoran, turut menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan dari teknologi layanan mandiri berkaitan dengan kepuasan terhadap pengalaman layanan berbasis teknologi.

Dalam konteks rumah sakit, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) yang mudah dipahami, mudah dioperasikan, dan efektif dalam membantu penyelesaian kebutuhan pasien dapat mendukung evaluasi positif terhadap pelayanan dan meningkatkan kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Dengan demikian, teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) tidak hanya berfungsi sebagai sarana digitalisasi pelayanan, tetapi juga perlu memberikan manfaat fungsional yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Implikasinya, rumah sakit perlu memperhatikan *ease of use* dan *service effectiveness* dalam pengembangan teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) dengan memastikan teknologi mudah dipahami, mudah dioperasikan, responsif, dan mampu membantu pasien menyelesaikan kebutuhan pelayanan secara efisien. Dengan karakteristik tersebut, teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) dapat mengurangi hambatan dalam proses pelayanan, memberikan fleksibilitas, dan mendukung terbentuknya pengalaman pelayanan yang lebih positif.

Pengaruh Persepsi Pasien terhadap Kecerdasan Buatan Medis (*Patient Perception of Medical AI*) terhadap Perilaku Word-of-Mouth (*Word-of-Mouth Behavior*)

Hipotesis keempat (H4) menguji pengaruh persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patient perception of medical artificial intelligence*) terhadap perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*). Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample* (O) sebesar 0,303, *t-statistic* sebesar 4,115 ($>1,96$), dan *p-value* sebesar 0,000 ($<0,05$), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian, H4 diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi yang lebih positif terhadap kecerdasan buatan medis berkaitan dengan kecenderungan pasien untuk menyampaikan pengalaman pelayanan dan merekomendasikan layanan kesehatan kepada orang lain. Ketika pasien memandang AI sebagai teknologi yang memberikan manfaat, mendukung efisiensi pelayanan, menjaga keamanan dan kerahasiaan data, serta berfungsi sebagai alat bantu tenaga medis, persepsi tersebut dapat memperkuat penilaian positif terhadap pengalaman pelayanan. Kemudahan dalam memperoleh atau memahami informasi serta keyakinan terhadap ketepatan dan konsistensi kinerja teknologi juga dapat meningkatkan nilai yang dirasakan pasien dari pelayanan berbasis teknologi.

Sezgin (2023) menjelaskan bahwa AI dalam praktik klinis memiliki potensi untuk mendukung akurasi diagnostik, perencanaan perawatan, dan hasil pelayanan kesehatan. Temuan tersebut memberikan landasan bahwa manfaat fungsional AI dapat membentuk evaluasi yang lebih positif terhadap perannya dalam pelayanan kesehatan.

Dalam konteks layanan kesehatan berbasis teknologi, Al-Oraini (2024) menunjukkan bahwa kapabilitas kecerdasan buatan yang direpresentasikan melalui *machine learning capability* dan *expert systems capability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Meskipun penelitian tersebut menggunakan tenaga kesehatan sebagai responden, temuan tersebut menunjukkan

bahwa kemampuan AI dalam mendukung proses pelayanan dapat menghasilkan penilaian yang positif terhadap manfaat teknologi. Sejalan dengan itu, Irgang et al. (2025) menunjukkan bahwa penggunaan sistem dan perangkat AI berkaitan dengan kepuasan pengguna terhadap AI dalam konteks pelayanan kesehatan. Temuan-temuan tersebut memberikan dukungan konseptual bahwa manfaat dan kemampuan teknologi dapat membentuk evaluasi positif terhadap AI, yang relevan dalam menjelaskan bagaimana persepsi pasien terhadap *medical AI* dapat terbentuk.

Dari perspektif perilaku pasien, evaluasi positif terhadap pengalaman pelayanan dapat mendorong kecenderungan untuk membagikan pengalaman dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Mehra & Mishra (2021) menunjukkan bahwa komunikasi dokter berhubungan dengan rekomendasi pasien, dengan persepsi dan kepuasan pasien (*patient satisfaction*) berperan dalam proses terbentuknya rekomendasi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang dinilai positif dapat meningkatkan kecenderungan pasien untuk merekomendasikan penyedia layanan kesehatan. Patel et al. (2022) juga menunjukkan bahwa berbagai aspek kualitas pelayanan berperan dalam membentuk evaluasi pasien terhadap layanan yang diterimanya. Meskipun penelitian-penelitian tersebut tidak secara khusus menguji hubungan antara persepsi terhadap *medical AI* dan *word-of-mouth*, temuan tersebut memberikan dukungan konseptual bahwa evaluasi positif terhadap pengalaman pelayanan dapat berkaitan dengan kecenderungan pasien untuk membagikan pengalaman dan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patient perception of medical artificial intelligence*) merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*). Temuan ini secara khusus menunjukkan adanya pengaruh langsung persepsi pasien terhadap *medical AI*

terhadap perilaku *word-of-mouth*. Dalam konteks pelayanan rumah sakit, pengembangan dan pemanfaatan *medical AI* perlu memperhatikan manfaat yang dapat dipersepsikan pasien, terutama dalam mendukung ketepatan, keamanan, efisiensi, dan efektivitas pelayanan. Ketika pasien memandang AI memberikan manfaat dalam mendukung pelayanan medis, persepsi positif tersebut dapat mendorong pasien untuk secara sukarela menyampaikan pengalaman dan merekomendasikan layanan kesehatan kepada orang lain.

Pengaruh Komunikasi Efektif (*Effective Communication*) terhadap Perilaku Word-of-Mouth (*Word-of-Mouth Behavior*)

Hipotesis kelima (H5) menguji pengaruh komunikasi efektif (*effective communication*) terhadap perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*). Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample* (O) sebesar 0,194, *t-statistic* sebesar 2,278 ($>1,96$), dan *p-value* sebesar 0,023 ($<0,05$), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian, H5 diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik komunikasi yang dilakukan tenaga kesehatan, semakin tinggi kecenderungan pasien untuk menyampaikan pengalaman, penilaian, dan rekomendasi mengenai pelayanan kepada orang lain.

Pengaruh tersebut dapat dijelaskan melalui kualitas interaksi antara tenaga kesehatan dan pasien. Komunikasi yang jelas dan mudah dipahami membantu pasien memperoleh informasi secara tepat, sedangkan responsivitas, kepedulian, keterbukaan, dan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan maupun kekhawatiran dapat meningkatkan kualitas interaksi selama pelayanan. Komunikasi yang berorientasi pada pasien juga berperan dalam membangun hubungan terapeutik yang positif (Sharkiya, 2023). Ketika pasien merasa didengarkan, dipahami, dan memperoleh informasi yang memadai, pengalaman pelayanan dapat dievaluasi secara lebih positif sehingga meningkatkan kecenderungan untuk membagikan pengalaman dan memberikan rekomendasi

kepada orang lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan Mehra & Mishra (2021), yang menunjukkan bahwa kualitas interaksi dan komunikasi antara tenaga kesehatan dan pasien berkaitan dengan kecenderungan pasien merekomendasikan layanan melalui *word-of-mouth*. Elrayah & Keong (2025) juga menunjukkan bahwa komunikasi yang jelas, lengkap, dan empatik berperan dalam membangun kepercayaan dan membentuk evaluasi positif pasien terhadap pelayanan. Temuan serupa dilaporkan oleh Patel, Chaudhary, & Jani (2022), yang menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang positif berkaitan dengan kecenderungan pasien membagikan pengalaman dan merekomendasikan layanan kepada lingkungan sosialnya. Dukungan lebih lanjut dari Bentum-Micah et al. (2024) serta Chocknakawaro & Pusaksrikit (2025) menegaskan pentingnya komunikasi yang jelas, perhatian, dan empati dalam membangun hubungan positif dengan pasien serta meningkatkan kecenderungan merekomendasikan penyedia layanan kesehatan.

Dalam konteks rumah sakit, hasil ini menunjukkan bahwa komunikasi efektif (*effective communication*) perlu diarahkan pada kejelasan penyampaian informasi, kemudahan pemahaman, responsivitas dan kepedulian, serta keterbukaan dan kesempatan pasien untuk berpartisipasi. Peningkatan aspek-aspek tersebut dapat menciptakan pengalaman interaksi yang lebih positif dan mendorong pasien secara sukarela menyampaikan pengalaman, penilaian, serta rekomendasi mengenai pelayanan rumah sakit kepada orang lain.

Pengaruh Teknologi Layanan Mandiri (*Self-Service Technology*) terhadap Perilaku *Word-of-Mouth* (*Word-of-Mouth Behavior*)

Hipotesis keenam (H6) menguji pengaruh teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) terhadap perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*). Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample* (O) sebesar 0,163, *t-statistic* sebesar 2,086 ($>1,96$), dan *p-value* sebesar 0,037 ($<0,05$),

yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian, H6 diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pasien terhadap teknologi layanan mandiri (*self-service technology*), khususnya dalam aspek *ease of use* dan *service effectiveness*, semakin tinggi kecenderungan pasien untuk menyampaikan pengalaman, penilaian, dan rekomendasi mengenai pelayanan kesehatan kepada orang lain. Pengaruh tersebut dapat dijelaskan melalui kemudahan penggunaan dan efektivitas teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) dalam membantu pasien menyelesaikan aktivitas pelayanan secara mandiri. *Ease of use* memudahkan pasien memahami dan mengoperasikan teknologi, sedangkan *service effectiveness* memungkinkan penyelesaian kebutuhan pelayanan secara lebih cepat dan efisien. Kondisi tersebut dapat menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih praktis dan fleksibel. Dalam konteks pelayanan kesehatan, Wang et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi *self-registration* berbasis perangkat seluler dapat meningkatkan kemudahan penyelesaian tugas, kepuasan terhadap waktu penyelesaian, dan efisiensi proses *pretriage*. Hasil penelitian ini sejalan dengan Meuter et al. (2000), yang menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) berkaitan dengan respons perilaku, termasuk *word-of-mouth*.

Leung (2024) juga menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived control* berkontribusi terhadap *word-of-mouth intention*. Selanjutnya, Asiedu et al. (2024) menemukan hubungan antara teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) dan *word-of-mouth*, sedangkan Zaitouni & Murphy (2025) menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan dari teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) dapat membentuk evaluasi positif terhadap pengalaman layanan berbasis teknologi. Meskipun dilakukan dalam konteks yang berbeda, temuan tersebut mendukung bahwa teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) yang mudah digunakan dan efektif

dapat mendorong pengguna membagikan pengalaman serta memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Dalam konteks rumah sakit, hasil ini menunjukkan bahwa teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) perlu dirancang agar mudah dipahami, mudah dioperasikan, dan efektif dalam membantu pasien menyelesaikan kebutuhan pelayanan. Peningkatan *ease of use* dan *service effectiveness* dapat menciptakan pengalaman pelayanan yang positif serta mendorong pasien secara sukarela menyampaikan pengalaman, penilaian, dan rekomendasi mengenai pelayanan rumah sakit kepada orang lain.

Pengaruh Kepuasan Pasien (*Patient Satisfaction*) terhadap Perilaku *Word-of-Mouth* (*Word-of-Mouth Behavior*)

Hipotesis ketujuh (H7) menguji pengaruh kepuasan pasien (*patient satisfaction*) terhadap perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*). Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample* (O) sebesar 0,282, *t-statistic* sebesar 3,994 ($>1,96$), dan *p-value* sebesar 0,000 ($<0,05$), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian, H7 diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pasien (*patient satisfaction*) terhadap pelayanan yang diterima, semakin tinggi pula kecenderungan pasien untuk menyampaikan pengalaman dan merekomendasikan layanan kesehatan kepada orang lain. Dalam penelitian ini, kepuasan tercermin melalui sikap dan kepedulian tenaga kesehatan, kualitas komunikasi dan kejelasan informasi, keandalan dan ketanggapan pelayanan, serta kesesuaian pelayanan dengan harapan pasien. Ketika pelayanan dinilai mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pasien, terbentuk evaluasi pengalaman yang positif yang dapat mendorong pasien membagikan pengalaman dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Nguyen et al. (2021) yang menemukan bahwa kepuasan pasien rawat inap (*in-patient satisfaction*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth*

behavior). Temuan tersebut memberikan dukungan empiris bahwa tingkat kepuasan pasien (*patient satisfaction*) dapat mendorong kecenderungan untuk menyampaikan pengalaman dan merekomendasikan layanan kesehatan kepada orang lain. Akbolat et al. (2021) juga menunjukkan bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) berperan dalam hubungan antara pengalaman kunjungan pasien dan *word-of-mouth intention*. Selain itu, Coutinho et al. (2020) menunjukkan keterkaitan kualitas lingkungan pelayanan rumah sakit dengan kepuasan pasien (*patient satisfaction*) dan respons perilaku pasien, termasuk *word-of-mouth*. Temuan serupa ditunjukkan oleh Roosdhani et al. (2023) mengenai keterkaitan kepuasan layanan kesehatan dengan *word-of-mouth*, serta Mehra & Mishra (2021) yang menunjukkan bahwa kepuasan berperan dalam terbentuknya rekomendasi pasien. Secara keseluruhan, temuan tersebut memperkuat bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) dapat menjadi dasar terbentuknya perilaku komunikasi dan rekomendasi positif mengenai layanan kesehatan.

Dalam konteks rumah sakit, hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pasien (*patient satisfaction*) tidak hanya penting sebagai evaluasi keberhasilan pelayanan, tetapi juga berpotensi mendorong pasien untuk membagikan pengalaman dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Oleh karena itu, rumah sakit perlu mempertahankan kualitas interaksi tenaga kesehatan, kejelasan komunikasi, keandalan dan ketanggapan pelayanan, serta kesesuaian pelayanan dengan harapan pasien untuk memperkuat kepuasan sekaligus mendorong *word-of-mouth* positif.

Pengujian Efek Mediasi

Hasil pengujian *specific indirect effects* menunjukkan bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) secara signifikan memediasi hubungan antara persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patient perception of medical artificial intelligence*) dan perilaku *word-of-mouth* atau *word-of-mouth behavior* ($\beta = 0,085$; $t = 2,307$; $p = 0,021$). Kepuasan

pasien (*patient satisfaction*) juga secara signifikan memediasi hubungan antara komunikasi efektif (*effective communication*) dan perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*) ($\beta = 0,107$; $t = 3,238$; $p = 0,001$). Sebaliknya, pengaruh tidak langsung teknologi

layanan mandiri (*self-service technology*) terhadap perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*) melalui kepuasan pasien (*patient satisfaction*) tidak signifikan ($\beta = 0,046$; $t = 1,546$; $p = 0,123$).

Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Tabel 5. Spesific Indirect Effect

Indirect Effect	Original Sample (O)	T-Statistics	P-Values	Decision
Patient Perception of Medical AI → Patient Satisfaction → Word-of-Mouth Behavior	,085	2,307	,021	Significant
Effective Communication → Patient Satisfaction → Word-of-Mouth Behavior	,107	3,238	,001	Significant
Self-Service Technology → Patient Satisfaction → Word-of-Mouth Behavior	,046	1,546	,123	Not Significant

Sumber: Pengolahan Data, (2026)

Pengaruh Persepsi Pasien terhadap Kecerdasan Buatan Medis (*Patient Perception of Medical Artificial Intelligence*) terhadap Perilaku *Word-of-Mouth* (*Word-of-Mouth Behavior*) melalui Kepuasan Pasien (*Patient Satisfaction*)

Hipotesis kedelapan (H8) menyatakan bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) memediasi pengaruh persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patient perception of medical artificial intelligence*) terhadap perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*). Hasil pengujian *specific indirect effects* menunjukkan nilai *original sample* (O) sebesar 0,085, *t-statistic* sebesar 2,307 ($>1,96$), dan *p-value* sebesar 0,021 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung bersifat positif dan signifikan. Dengan demikian, H8 diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi pasien yang semakin positif terhadap pemanfaatan kecerdasan buatan medis dapat berkontribusi pada terbentuknya kepuasan pasien (*patient satisfaction*), yang selanjutnya meningkatkan kecenderungan pasien untuk menyampaikan pengalaman dan merekomendasikan pelayanan kesehatan kepada orang lain. Dalam penelitian ini, persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan

medis (*patient perception of medical artificial intelligence*) tercermin melalui manfaat dan keunggulan teknologi, kemudahan dan kemanfaatan, kepercayaan dan keamanan, peran AI sebagai pendukung tenaga medis, serta harapan terhadap penerapannya secara berkelanjutan. Ketika pasien memandang teknologi AI sebagai teknologi yang bermanfaat, aman, mudah dipahami, dan mendukung tenaga kesehatan dalam memberikan pelayanan, evaluasi terhadap pengalaman pelayanan dapat menjadi lebih positif dan selanjutnya tercermin dalam kepuasan pasien.

Hasil tersebut didukung oleh Al-Oraini (2024) yang menemukan bahwa kemampuan kecerdasan buatan, yang direpresentasikan melalui *machine learning capability* dan *expert systems capability*, berpengaruh signifikan terhadap *patient satisfaction*. Temuan ini menunjukkan bahwa kapabilitas AI dapat menjadi salah satu faktor yang membentuk evaluasi kepuasan dalam pelayanan kesehatan. Sejalan dengan itu, Jabbar et al. (2024) menunjukkan bahwa penerapan AI dalam pelayanan kesehatan berkaitan dengan pembentukan *patient satisfaction*, dengan aspek *personal touch* menjadi salah satu faktor penting dalam

evaluasi kepuasan pasien terhadap perawatan berbasis AI.

Pada sisi perilaku, Akbolat et al. (2021) menunjukkan bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) memainkan peran mediasi dalam hubungan antara pengalaman kunjungan pasien dan *word-of-mouth intention*. Temuan ini memperkuat bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) tidak hanya menjadi evaluasi atas pengalaman pelayanan, tetapi juga dapat menjadi mekanisme yang mengarahkan pengalaman positif menuju kecenderungan menyampaikan informasi kepada orang lain. Coutinho et al. (2020) juga menunjukkan bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) berpengaruh terhadap *word-of-mouth* dalam konteks pelayanan kesehatan. Selain itu, Mehra & Mishra (2021) menemukan bahwa kepuasan pasien berperan dalam meningkatkan kemungkinan pasien memberikan rekomendasi terhadap dokter, sekaligus menunjukkan peran kepuasan dalam mekanisme pembentukan perilaku rekomendasi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) merupakan mekanisme penting yang menghubungkan persepsi positif terhadap teknologi AI medis dengan perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth-behavior*). Artinya, penerapan AI yang dipersepsikan memberikan manfaat, aman, mudah digunakan, dan mendukung tenaga kesehatan dapat berkontribusi terhadap pengalaman pelayanan yang lebih memuaskan. Kepuasan tersebut selanjutnya dapat meningkatkan kesediaan pasien untuk membagikan pengalaman dan merekomendasikan pelayanan rumah sakit kepada orang lain.

Pengaruh Komunikasi Efektif (*Effective Communication*) terhadap Perilaku *Word-of-Mouth* (*Word-of-Mouth Behavior*) melalui Kepuasan Pasien (*Patient Satisfaction*)

Hipotesis kesembilan (H9) menyatakan bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) memediasi pengaruh komunikasi efektif

(*effective communication*) terhadap perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*). Hasil pengujian *specific indirect effects* menunjukkan nilai *original sample* (O) sebesar 0,107, *t-statistic* sebesar 3,238 ($>1,96$), dan *p-value* sebesar 0,001 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung bersifat positif dan signifikan, sehingga H9 diterima

Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi efektif (*effective communication*) tidak hanya berkontribusi terhadap kepuasan pasien (*patient satisfaction*), tetapi kepuasan yang terbentuk selanjutnya mendorong pasien untuk menyampaikan pengalaman dan memberikan rekomendasi mengenai pelayanan rumah sakit kepada orang lain. Secara konseptual, komunikasi efektif (*effective communication*) yang ditandai dengan kejelasan informasi, kemudahan pemahaman, responsivitas dan kepedulian, serta keterbukaan dalam berinteraksi dapat menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih positif. Komunikasi yang jelas membantu pasien memahami diagnosis, rencana perawatan, dan tata cara pengobatan, sedangkan sikap responsif dan peduli memberikan ruang bagi pasien untuk menyampaikan pertanyaan dan kekhawatirannya. Kondisi tersebut dapat meningkatkan persepsi bahwa kebutuhan dan kepentingan pasien diperhatikan selama proses pelayanan, sehingga memperkuat kepuasan terhadap pelayanan yang diterima.

Temuan tersebut sejalan dengan Versluis et al. (2021) yang menunjukkan adanya hubungan antara efektivitas komunikasi dan kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Hasil ini diperkuat oleh Sari et al. (2021) yang menunjukkan bahwa komunikasi efektif (*effective communication*) berkontribusi terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pasien (*patient satisfaction*).

Kedua penelitian tersebut mendukung argumentasi bahwa kemampuan tenaga kesehatan dalam menyampaikan informasi secara jelas, mudah dipahami, responsif, dan terbuka dapat meningkatkan evaluasi positif pasien terhadap pelayanan. Dengan demikian, komunikasi efektif merupakan salah satu aspek

penting dalam membentuk kepuasan pasien (*patient satisfaction*).

Selanjutnya, kepuasan pasien (*patient satisfaction*) dapat mendorong terbentuknya perilaku *word of mouth* (*word-of-mouth-behaviour*). Mehra & Mishra (2021) menunjukkan adanya keterkaitan antara komunikasi, kepuasan, dan rekomendasi pasien terhadap dokter. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman interaksi yang baik dapat membentuk evaluasi positif dan meningkatkan kecenderungan pasien untuk memberikan rekomendasi. Dalam konteks penelitian ini, pasien yang merasa puas terhadap pelayanan lebih mungkin menyampaikan pengalaman positif, membicarakan keunggulan pelayanan, dan merekomendasikan rumah sakit kepada keluarga, kerabat, maupun orang lain.

Dukungan yang lebih langsung mengenai mekanisme mediasi ditunjukkan oleh Akbolat et al. (2021) yang menemukan bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) berperan sebagai mediator dalam hubungan antara pengalaman kunjungan pasien dan *word of mouth intention*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang positif dapat terlebih dahulu membentuk kepuasan pasien (*patient satisfaction*), kemudian kepuasan tersebut mendorong kecenderungan untuk melakukan *word of mouth*. Sejalan dengan itu, Roosdhani et al. (2023) menunjukkan keterkaitan antara kepuasan terhadap layanan kesehatan dan *word of mouth*, sehingga memperkuat peran kepuasan sebagai mekanisme yang menghubungkan pengalaman pelayanan dengan perilaku komunikasi pasien kepada pihak lain.

Berdasarkan temuan empiris dan dukungan penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi efektif (*effective communication*) dapat menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih positif dan meningkatkan kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Selanjutnya, kepuasan yang terbentuk mendorong pasien untuk menyampaikan pengalaman positif, memberikan rekomendasi, serta membicarakan pelayanan rumah sakit kepada

orang lain. Dengan demikian, kepuasan pasien (*patient satisfaction*) berperan sebagai mekanisme mediasi yang menjembatani pengaruh komunikasi efektif (*effective communication*) terhadap perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*).

Pengaruh Teknologi Layanan Mandiri (*Self-Service Technology*) terhadap Perilaku *Word-of-Mouth* (*Word-of-Mouth Behavior*) melalui Kepuasan Pasien (*Patient Satisfaction*)

Hipotesis kesepuluh (H10) menyatakan bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) memediasi pengaruh teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) terhadap perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*). Hasil pengujian *specific indirect effects* menunjukkan nilai *original sample* (O) sebesar 0,046, *t statistic* sebesar 1,546 ($<1,96$), dan *p value* sebesar 0,123 ($>0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung bersifat positif tetapi tidak signifikan, sehingga H10 ditolak.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) dapat memberikan kemudahan dan efektivitas dalam membantu pasien menyelesaikan aktivitas pelayanan secara mandiri, manfaat tersebut belum cukup kuat untuk membentuk *word-of-mouth* melalui kepuasan pasien (*patient satisfaction*). *Ease of use* dan *service effectiveness* memungkinkan pasien memenuhi kebutuhan pelayanan secara lebih praktis dan efisien, tetapi respons *word-of-mouth* dapat dipengaruhi oleh evaluasi yang lebih luas terhadap keseluruhan pengalaman pelayanan. Alves et al. (2025) menekankan pentingnya kemudahan dan efektivitas dalam membentuk pengalaman penggunaan teknologi layanan mandiri (*self-service technology*), sedangkan Ugwuanyi et al. (2022) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan terhadap teknologi layanan mandiri (*self-service technology*).

Secara empiris, hubungan antara teknologi layanan mandiri (*self-service technology*), kepuasan, dan *word-of-mouth* telah memperoleh dukungan dari beberapa

penelitian. Asiedu et al. (2024) secara khusus mengkaji peran kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) dalam hubungan antara teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) dan *word-of-mouth*, sedangkan Leung (2024) menunjukkan bahwa kepuasan terhadap teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) memediasi hubungan antara karakteristik teknologi, seperti *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived control*, dengan *word-of-mouth intention*. Chou & Lii (2020) juga menemukan bahwa pengalaman interaksi dengan teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) berkaitan dengan kualitas layanan, kepuasan, serta kecenderungan merekomendasikan atau memilih kembali layanan. Dalam konteks kesehatan, Akbolat et al. (2021) menunjukkan bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) berperan sebagai mediator antara pengalaman kunjungan pasien dan *word-of-mouth intention*. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan secara teoritis dapat menjadi mekanisme yang menghubungkan pengalaman pelayanan dengan respons perilaku.

Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pasien (*patient satisfaction*) belum mampu menjadi mekanisme yang secara meyakinkan menghubungkan penggunaan teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) dengan perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*) dalam konteks pelayanan kesehatan. Perbedaan hasil ini dapat berkaitan dengan karakteristik pelayanan kesehatan yang melibatkan berbagai aspek pengalaman di luar penggunaan teknologi. Dalam konteks rumah sakit, kecenderungan pasien untuk menyampaikan pengalaman dan memberikan rekomendasi tidak hanya berkaitan dengan kemudahan dan efektivitas teknologi layanan mandiri (*self-service technology*), tetapi juga dengan kualitas komunikasi, interaksi dengan tenaga kesehatan, keandalan pelayanan, serta kesesuaian pelayanan dengan kebutuhan dan harapan pasien.

Dengan demikian, teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) tetap berperan dalam mendukung kemudahan dan

efisiensi proses pelayanan, tetapi manfaat tersebut belum secara signifikan diterjemahkan menjadi *word-of-mouth behavior* melalui kepuasan pasien. Dalam konteks rumah sakit, pengembangan teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) perlu berjalan seiring dengan peningkatan kualitas interaksi dan pelayanan secara menyeluruh agar teknologi tidak hanya mudah digunakan dan efektif, tetapi juga mampu mendukung pengalaman pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pasien.

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh Langsung Variabel terhadap Kepuasan Pasien (*Patient Satisfaction*)
Persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patients' perceptions of medical artificial intelligence*), komunikasi efektif (*effective communication*), dan teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien (*patient satisfaction*). Semakin positif persepsi pasien terhadap manfaat, keamanan, kemudahan, dan peran pendukung kecerdasan buatan medis, semakin baik kualitas komunikasi yang dibangun tenaga kesehatan, serta semakin mudah dan efektif teknologi layanan mandiri yang dipersepsikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pasien (*patient satisfaction*) terhadap pelayanan yang diterimanya. Ketiga faktor tersebut menjadi penentu penting dalam membentuk evaluasi kepuasan pasien (*patient satisfaction*) di lingkungan pelayanan kesehatan.
2. Pengaruh Langsung Variabel terhadap Perilaku *Word-of-Mouth* (*Word-of-Mouth Behavior*)
Persepsi pasien terhadap kecerdasan buatan medis (*patients' perceptions of medical artificial*), komunikasi efektif (*effective communication*), teknologi layanan mandiri (*self-service technology*), serta kepuasan pasien (*patient satisfaction*) semuanya terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *word-of-mouth* (*word-of-*

mouth behavior). Dengan kata lain, penilaian yang positif terhadap teknologi dan interaksi pelayanan, serta kepuasan yang terbentuk darinya, akan mendorong pasien untuk secara sukarela membagikan pengalaman dan merekomendasikan layanan kesehatan kepada orang lain. Kepuasan pasien (*patient satisfaction*) menunjukkan pengaruh yang paling kuat terhadap kecenderungan pasien untuk memberikan rekomendasi dibandingkan variabel lainnya.

3. Peran Mediasi Kepuasan Pasien (*Patient Satisfaction*)

Kepuasan pasien (*patient satisfaction*) terbukti berperan sebagai variabel pemediasi yang signifikan dalam hubungan antara persepsi terhadap kecerdasan buatan medis (*patients' perceptions of medical artificial*) dan perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*), serta dalam hubungan antara komunikasi efektif

(*effective communication*) dan perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*). Artinya, persepsi positif terhadap teknologi dan kualitas komunikasi yang baik akan membentuk kepuasan pasien (*patient satisfaction*), yang selanjutnya mendorong pasien untuk menyampaikan rekomendasi kepada orang lain. Sebaliknya, peran kepuasan sebagai pemediasi hubungan antara teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) dan perilaku *word-of-mouth* (*word-of-mouth behavior*) tidak terbukti signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa manfaat teknologi layanan mandiri (*self-service technology*) yang dirasakan belum cukup kuat untuk diterjemahkan menjadi rekomendasi melalui kepuasan saja, dan respons perilaku tersebut kemungkinan lebih dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan secara menyeluruh di luar aspek teknologi itu sendiri.

Daftar Pustaka

- Akbolat, M., Sezer, C., Ünal, Ö., & Amarat, M. (2021). The mediating role of patient satisfaction in the effect of patient visit experiences on word-of-mouth intention. *Health marketing quarterly*, 38(1), 12–22. <https://doi.org/10.1080/07359683.2021.1947080>
- Alam, L., & Mueller, S. (2021). Examining the effect of explanation on satisfaction and trust in AI diagnostic systems. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 21, 178. <https://doi.org/10.1186/s12911-021-01542-6>
- Al-Oraini, B. (2024). The effect of artificial intelligence capability on patient satisfaction. *International Journal of Data and Network Science*, 8(3), 1429–1436. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2024.3.022>
- Alowais, S. A., Alghamdi, S. S., Alsuhebany, N., Alqahtani, T., Alshaya, A. I., Almohareb, S. N., Aldairem, A., Alrashed, M., Bin Saleh, K., Badreldin, H. A., Al Yami, M. S., Al Harbi, S., & Albekairy, A. M. (2023). Revolutionizing healthcare: The role of artificial intelligence in clinical practice. *BMC Medical Education*, 23(1), 689. <https://doi.org/10.1186/s12909-023-04698-z>
- Alves, F. F., Veloso, C. M., Félix, E. G. S., Sousa, B. B., & Valeri, M. (2025). Entrepreneurship and self-service technologies as a driver of customer loyalty to the retailer during the COVID-19 pandemic. *EuroMed Journal of Business*, 20(5), 166–189. <https://doi.org/10.1108/EMJB-04-2023-0122>
- Asan, O., Choi, E., & Wang, X. (2023). Artificial intelligence-based consumer health informatics application: Scoping review. *Journal of Medical Internet Research*, 25, e47260. <https://doi.org/10.2196/47260>
- Asiedu, E., Mohammed, M., Charles, A., Alhassan, F., & Yomboi, J. (2024). Assessing the influence of self-service technology on WOM: The role of

- customer satisfaction. In V. Goar, M. Kuri, R. Kumar, & T. Senjyu (Eds.), *Advances in information communication technology and computing: Proceedings of AICTC 2024* (pp. 83–102). Springer Nature Singapore.
https://doi.org/10.1007/978-981-97-6106-7_5
- Bentum-Micah, G., Cai, L., Atuahene, S. A., Ameyaw, M. A., Bondzie-Micah, V., & Adu-Yeboah, S. S. (2024). Health provider administration functions, patient satisfaction, and loyalty: Their mediation by patient healthcare service quality perceptions. *Journal of Psychology in Africa*, 34(1), 65–72.
<https://doi.org/10.1080/14330237.2024.2314365>
- Bilal, M., Zhang, Y., Cai, S., Akram, U., & Halibas, A. (2024). Artificial intelligence is the magic wand making customer-centric a reality! An investigation into the relationship between consumer purchase intention and consumer engagement through affective attachment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77, 103674.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103674>
- Bohr, A., & Memarzadeh, K. (2020). The Rise of Artificial Intelligence in Healthcare Applications. *Artificial Intelligence in Healthcare*, 25-60.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818438-7.00002-2>
- Chikazhe, L., Bhebhe, T. B., Nyagadza, B., Munyanyi, E., & Singizi, T. (2022). The role of self-service technology and graduates' perceived job performance in assessing university service quality. *Quality Assurance in Education*, 30(4), 462–478.
<https://doi.org/10.1108/QAE-03-2022-0080>
- Chocknakawaro, A., & Pusaksrikit, T. (2025). Healthcare service quality, satisfaction and loyalty in university hospitals: The moderating effects of age and visit frequency. *International Journal of Health Care Quality Assurance*.
<https://doi.org/10.1108/IJHCQA-12-2024-0114>
- Chou, C.-h., & Lii, Y.-s. (2020). Affordance-Based View of the Effects of Self-Service Technology Interactions on Post-Purchase Behavioral Intention. *Journal of Management Marketing and Logistics*, 7(1), 1-17.
<https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2020.1193>
- Coutinho, S., Prasad, C. V. V. S. N. V., & Prabhudesai, R. (2020). Antecedents and outcomes of patient satisfaction in healthcare: A conceptual model. *Health Marketing Quarterly*, 37(4), 300-315. DOI:10.1080/07359683.2021.1947068.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Degabriel, D., Petrino, R., Frau, E. D., et al. (2023). Factors influencing patients' experience of communication with the medical team of the emergency department. *Internal and Emergency Medicine*, 18, 2045–2051.
<https://doi.org/10.1007/s11739-023-03298-5>
- Dogra, A. K., & Sharma, S. K. (2021). Effect of effective patient communication and customer orientation on service quality leading to patient satisfaction: A study of multi-specialty hospitals of North India. *International Journal of Management Practice*, 14(3), 368–385.
<https://doi.org/10.1504/IJMP.2021.115097>
- Elrayah M., & Keong O. C. (2025). Functional quality and patient satisfaction: The role of trust and communication. *Journal of Natural Science Biology and Medicine*, 16:188-200.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.15346754>
- Golinelli, D., Boetto, E., Carullo, G., Nuzzolese, A. G., Landini, M. P., &

- Fantini, M. P. (2020). Adoption of digital technologies in health care during the COVID-19 pandemic: Systematic review of early scientific literature. *Journal of Medical Internet Research*, 22(11), e22280.
<https://doi.org/10.2196/22280>
- Hair, J. F., Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook. Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hoff, T., Kitsakos, A., & Silva, J. (2025). Satisfaction with artificial intelligence among patients and physicians: a scoping review. *Journal of healthcare management / American College of Healthcare Executives*, 70(6), 435–449.
<https://doi.org/10.1097/JHM-D-24-00121>
- Hulsen, T. (2023). Explainable Artificial Intelligence (XAI): Concepts and challenges in healthcare. *AI*, 4(3), 652–666. <https://doi.org/10.3390/ai4030034>
- Irgang, L., Sestino, A., Barth, H., & Holmén, M. (2025). Healthcare workers' adoption of and satisfaction with artificial intelligence: The counterintuitive role of paradoxical tensions and paradoxical mindset. *Technological Forecasting and Social Change*, 212, 123967. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123967>
- Jabbar, M. A., Iqbal, H., & Chawla, U. (2024). Patient satisfaction: The role of artificial intelligence in healthcare. *Journal of Health Management*. Advance online publication.
<https://doi.org/10.1177/09720634241246331>
- Jang, M., Jung, Y., & Kim, S. (2021). Investigating managers' understanding of chatbots in the Korean financial industry. *Computers in Human Behavior*, 120, 106747.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106747>
- Kesting, M., Sharma, N., Debelak, R., Braun, J., Spahn, D. R., Tscholl, D. W., Fredrich, H., Gasciauskaite, G., & Lunkiewicz, J. (2026). Development and internal validation of the patient satisfaction questionnaire: Perception of Quality in Anaesthesia (PQA)-10. *British journal of anaesthesia*, 136(4), 1371–1380.
<https://doi.org/10.1016/j.bja.2025.06.005>
- Kulińska, J., Rypicz, Ł., & Zatońska, K. (2022). The impact of effective communication on perceptions of patient safety: A prospective study in selected Polish hospitals. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(15), 9174.
<https://doi.org/10.3390/ijerph19159174>
- Kraus, S., Schiavone, F., Pluzhnikova, A., & Invernizzi, A. C. (2021). Digital transformation in healthcare: analyzing the current state-of-research. *Journal of Business Research*. 123, 557–567.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.030>
- Kwame, A., & Petrucka, P. M. (2021). A literature-based study of patient-centered care and communication in nurse–patient interactions: barriers, facilitators, and the way forward. *BMC Nursing*, 20(158), 2–10. <https://doi.org/10.1186/s12912-021-00684-2>
- Land, L. P. W., Chenoweth, L., & Zhang, Y. G. (2022). Exploring adoption and satisfaction with self-service health technology in older age: Perspectives of healthcare professionals and older people. *Healthcare*, 10(4), 738.
<https://doi.org/10.3390/healthcare10040738>
- Lampús, N. S., & Wuisan, D. S. S. (2024). Correlation between doctor-patient communication with patient satisfaction and loyalty. *Medical Scope Journal*, 6(2), 149–158.
<https://doi.org/10.35790/msj.v6i2.53161>
- Leung, L. S. K. (2024). The influence of self-

- service technology on customer word-of-mouth in retail. *International Journal of Scientific Research and Management*, 12(4), 6024–6138. <https://doi.org/10.18535/ij سرم/v12i04.em07>
- Li, C., & Hu, X. (2025). Medical artificial intelligence in scholarly and public perspective: BERTopic-based analysis of topic-sentiment collaborative mining. *Data Science and Informetrics*, 5(1), 33–42. <https://doi.org/10.1016/j.dsim.2025.05.001>
- Mehra, P., & Mishra, A. (2021). Role of communication, influence, and satisfaction in patient recommendations of a physician. *Vikalpa: The Journal for Decision Makers*, 46(2), 99–111. <https://doi.org/10.1177/02560909211027090>
- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2000). Self-service technologies: Understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. *Journal of Marketing*, 64(3), 50–64. <https://doi.org/10.1509/jmkg.64.3.50.18024>
- Nguyen, N. X., Tran, K., & Nguyen, T. A. (2021). Impact of service quality on inpatients' satisfaction, perceived value, and customer loyalty: A mixed-methods study from a developing country. *Patient Preference and Adherence*, 15, 2523–2538. <https://doi.org/10.2147/PPA.S333586>
- Oraini, B. (2024). The effect of artificial intelligence capability on patient satisfaction. *International Journal of Data and Network Science*, 8, 1429–1436. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2024.3.022>
- Patel, N. K., Chaudhary, B., & Jani, K. G. (2022). *Service quality and consumerism: A way towards healthcare excellence*. United States: Lulu Publication.
- Roosdhani, M. R., Arifin, S., & Ali, A. (2023). Health service satisfaction to purchase decision: the dual mediation of customer engagement and word of mouth. *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 170–184. <https://doi.org/10.25139/ekt.v8i2>
- Sari, D. R., Kartikasari, D., & Ulfah, N. H. (2021). Impact of effective communication on the quality of excellent service and patient satisfaction in the outpatient department. *The 2nd International Scientific Meeting on Public Health and Sports (ISMOPHS 2020)*, *KnE Life Sciences*, 232–244. DOI 10.18502/cls.v0i0.8883
- Sezgin, Emre. (2023). Artificial intelligence in healthcare: complementing, not replacing, doctors and healthcare providers. *Digital Health Sage Journal*, 9. <https://doi.org/10.1177/20552076231186520>
- Sharkiyya, S. H. (2023). Quality communication can improve patient-centred health outcomes among older patients: a rapid review. *BMC Health Services Research*, 23, 2-14, 886. <https://doi.org/10.1186/s12913-023-09869-8>
- Siokal, B., Amiruddin, R., Abdullah, T., Thamrin, Y., Palutturi, S., Ibrahim, E., Syam, Y., Pamungkas, R. A., Samsualam, Mappanganro, A., Wahyuningsih, W., & Mallongi, A. (2023). The influence of effective nurse communication application on patient satisfaction: A literature review. *Pharmacognosy Journal*, 15(3), 479–483. DOI: 10.5530/pj.2023.15.105
- Thakral, S., Shaweta, & Kapoor, R. (2025). Review of self-service technologies in healthcare: A conceptual study. *Researchgate*, 49-62. DOI:10.62823/MGM/2025/9788198191335.
- Ugwuanyi, C. C., Oraedu, C., Ifediora, C. U., Izogo, E. E., Asongu, S. A., & Attamah, I. J. (2022). Understanding drivers of self-service technology (SST)

satisfaction and marketing bottom lines: Evidence from Nigeria. *International Journal of Technology and Human Interaction*, 18(1), 1–21.

<https://doi.org/10.4018/IJTHI.299075>

Versluijs, Y., Lemmers, M., Brown, L. E., Gonzalez, A. I., Kortlever, J. T. P., & Ring, D. (2021). The correlation of communication effectiveness and patient satisfaction. *Journal of Patient Experience*, 8, 1–7.
<https://doi.org/10.1177/2374373521998839>

Wang, P., Yu, L., Li, T., Zhou, L., & Ma, X. (2024). Use of mobile technologies to streamline pretriage patient flow in the emergency department: Observational usability study. *JMIR mHealth and uHealth*, 12, e54642.
<https://doi.org/10.2196/54642>

Woods, L., Dendere, R., Eden, R., Grantham, B., Krivit, J., Pearce, A., McNeil, K., Green, D., & Sullivan, C. (2023). Perceived Impact of Digital Health Maturity on Patient Experience, Population Health, Health Care Costs, and Provider Experience: Mixed Methods Case Study. *Journal of medical Internet research*, 25, e45868.
<https://doi.org/10.2196/45868>

Zaitouni, M., & Murphy, K. S. (2025). Self-service technologies (SST) in the U.S. restaurant industry: An evaluation of consumer perceived value, satisfaction, and continuance intentions. *Journal of Foodservice Business Research*, 28(2), 245–276.
<https://doi.org/10.1080/15378020.2023.2229582>