
Pengaruh Green Marketing, Digital Engagement, Dan Citra Klinik Terhadap Kepuasan Pasien BPJS Di Klinik Utama Sudirjo Partodimejo Dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan

Wahyu Ramadhani *)
Nurhidayah **)
Ratna Hardaningtyas *)**

Email : 22201081238@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

This study is motivated by the importance of improving BPJS patient satisfaction as an indicator of sustainable healthcare service quality. Patient satisfaction is influenced not only by medical service quality but also by environmentally friendly practices, digital technology utilization, and the image of healthcare facilities. From the perspective of consumer behavior and service quality, green marketing, digital engagement, and clinic image are assumed to shape patient satisfaction, with sustainable development acting as a moderating factor. This research aims to analyze the influence of green marketing, digital engagement, and clinic image on BPJS patient satisfaction with sustainable development as a moderating variable at Klinik Utama Sudirjo Partodimejo. The study employed a quantitative approach using purposive sampling of eligible BPJS patients. Data were collected through questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling based on Partial Least Square (SEM-PLS). The results indicate that green marketing, digital engagement, and clinic image significantly affect patient satisfaction. Furthermore, sustainable development strengthens the influence of the independent variables on patient satisfaction. These findings suggest that the integration of environmentally friendly practices, digital service engagement, positive service image, and sustainability commitment plays an important role in enhancing patient experience and satisfaction.

Keywords: *Green Marketing, Digital Engagement, Clinic Image, Sustainable Development, Patient Satisfaction*

Pendahuluan

Perkembangan era modern membawa kesadaran baru akan pentingnya tanggung jawab sosial dan pelestarian lingkungan, menjadikan pembangunan berkelanjutan sebagai isu strategis di berbagai bidang, tak terkecuali bidang kesehatan. Klinik dan fasilitas kesehatan kini tidak hanya dituntut memberikan pelayanan medis yang berkualitas, tetapi juga memperhatikan aspek lingkungan dan keberlanjutan melalui penerapan strategi seperti *green marketing* dan *digital engagement* (Lo Presti et al., 2019). Upaya ini bertujuan menciptakan layanan yang ramah lingkungan sekaligus meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pasien, sejalan dengan agenda *Sustainable Development Goals* (SDGs) khususnya tujuan ke-3 yaitu *Good Health and Well-Being* (UNSD, 2021).

Berdasarkan data yang diperoleh langsung dari Klinik Utama Sudirjo Partodimejo, jumlah pasien BPJS menunjukkan tren peningkatan yang signifikan selama enam tahun terakhir dari 1.744 pasien pada tahun 2020 hingga mencapai puncaknya sebesar 20.512 pasien pada tahun 2024, dengan 15.129 pasien tercatat pada periode Januari hingga September 2025 (Kepala Keuangan Klinik Utama Sudirjo Partodimejo, 2025). Peningkatan ini mencerminkan meningkatnya kepercayaan masyarakat

terhadap layanan klinik, yang berkaitan erat dengan peningkatan kualitas pelayanan, pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan citra positif klinik. Hal ini sejalan dengan penelitian Dwi Ady Saputra et al. (2025), yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas layanan digital pada aplikasi Mobile JKN dengan kepuasan pasien BPJS.

Penerapan *green marketing* dan *digital engagement* menjadi pendekatan strategis yang relevan dalam pembangunan berkelanjutan di sektor kesehatan. Harjon & Nugroho (2024) menunjukkan bahwa *green marketing* dan *service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan brand image sebagai variabel mediasi. Sementara itu, berdasarkan data Kementerian Kesehatan (2024), penggunaan layanan digital seperti Mobile JKN meningkat lebih dari 40% dalam dua tahun terakhir, meskipun adopsi sistem serupa di tingkat klinik utama masih terbatas, terutama dalam pengelolaan hubungan dengan pasien BPJS.

Selain *green marketing* dan *digital engagement*, citra klinik juga menjadi faktor yang memengaruhi kepuasan pasien BPJS (Haryadi, 2023). Klinik yang mampu membangun citra positif tidak hanya meningkatkan kepuasan pasien, tetapi juga memperkuat loyalitas jangka panjang (UN, 2022). Suntini et al. (2025) menunjukkan bahwa citra positif fasilitas kesehatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien BPJS. Basalamah et al. (2022) menemukan bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama yang menentukan pengalaman pasien. Agus et al. (2021) membuktikan bahwa citra rumah sakit dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas pasien BPJS rawat inap.

Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada rumah sakit besar atau sektor publik dan belum mengintegrasikan konsep *green marketing orientation* (Papadas et al., 2017) dan *digital engagement* (Hou et al., 2024) dalam kerangka pembangunan berkelanjutan, sehingga kajian di tingkat klinik utama yang melayani pasien BPJS masih sangat terbatas. Berdasarkan rumusan masalah mengenai pengaruh *green marketing*, *digital engagement*, dan citra klinik terhadap kepuasan pasien BPJS, serta peran pembangunan berkelanjutan sebagai variabel moderasi dalam hubungan, maka dari itu dilakukan penelitian berjudul "**Pengaruh Green Marketing, Digital Engagement, dan Citra Klinik Terhadap Kepuasan Pasien BPJS di Klinik Utama Sudirjo Partodimejo dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan**".

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Expectancy Disconfirmation Theory (EDT)

Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) dikembangkan oleh Richard L. Oliver (1977; 1980) untuk menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk melalui proses perbandingan antara harapan awal dengan kinerja aktual layanan yang diterima. Menurut Schiebler et al. (2025), model ini terdiri dari empat elemen, yaitu harapan, kinerja yang dirasakan, diskonfirmasi, dan kepuasan, di mana kepuasan terjadi apabila kinerja memenuhi atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan muncul jika kinerja di bawah harapan (Fox, 2018). Dalam penelitian ini, EDT menjadi landasan untuk memahami bagaimana persepsi pasien terhadap kinerja klinik yang mencakup dimensi *green marketing*, *digital engagement*, dan citra klinik dapat memengaruhi tingkat kepuasan, serta bagaimana keberhasilan implementasi prinsip pembangunan berkelanjutan (SDGs) dalam layanan kesehatan tercermin dari terpenuhinya ekspektasi pasien.

Green Marketing

Green marketing merupakan pendekatan pemasaran yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia sambil meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan (Polonsky, 1994 dalam Fox, 2018), sekaligus mendorong perubahan sosial dan budaya agar kepedulian terhadap lingkungan menjadi bagian dari kebiasaan sehari-hari (Grant, 2007). Dalam sektor kesehatan, strategi ini diterapkan melalui aktivitas klinik yang ramah lingkungan, mulai dari pelayanan hingga pengelolaan sumber daya, dengan tujuan meningkatkan citra, kepercayaan, dan kepuasan pasien.

Menurut Polonsky (1994), *green marketing* dapat diukur melalui empat indikator, yaitu *green product*, *green price*, *green place*, dan *green promotion*.

Digital Engagement

Digital engagement atau keterlibatan digital menggambarkan tingkat partisipasi seseorang dalam dunia digital yang mencerminkan sejauh mana seseorang menggunakan dan berpartisipasi dalam berbagai aktivitas berbasis internet dan platform digital (Helsper & Eynon, 2013 dalam Salim et al., 2020). Dalam kesehatan, konsep ini berkembang melalui *Electronic Patient Engagement Behaviors* (EPEB), yakni serangkaian tindakan proaktif pasien dalam memanfaatkan sarana elektronik untuk meningkatkan akses terhadap manfaat layanan kesehatan (Hou et al., 2024 dalam Neef et al., 2024). Menurut Hollebeek & Chen (2014), *digital engagement* dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu *attention*, *enthusiasm*, dan *absorption*, yang menggambarkan sejauh mana pasien memperhatikan, antusias, dan merasa terlibat dalam pengalaman digital layanan kesehatan.

Citra Klinik

Citra klinik merupakan representasi persepsi masyarakat terhadap mutu pelayanan kesehatan yang terbentuk melalui interaksi pasien dengan tenaga medis, fasilitas kesehatan, dan sistem pelayanan yang ada dan dipandang sebagai aset yang memengaruhi keberlanjutan organisasi kesehatan khususnya dalam pelayanan rawat jalan di klinik swasta (Madiniah et al., 2024). Citra yang positif mencerminkan profesionalisme dan kualitas layanan yang konsisten sehingga mampu meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pasien, sementara citra yang negatif dapat menurunkan minat dan kunjungan ulang pasien (Tjiptono, 2019; Rusmiati et al., 2018). Menurut Kotler dan Keller (2016), citra klinik dapat diukur melalui empat indikator, yaitu *personality*, *reputation*, *value*, dan *corporate identity*, yang dapat membentuk persepsi pasien dan masyarakat terhadap klinik.

Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien didefinisikan sebagai perasaan positif yang muncul akibat kesesuaian antara hasil layanan yang diterima dengan ekspektasi yang telah dibentuk sebelumnya (Kotler & Keller, 2008), atau sebagai respons emosional dan kognitif dari perbandingan antara harapan awal dengan performa layanan yang diperoleh pasca-pelayanan (Tjiptono, 2006). Dalam pelayanan kesehatan, kepuasan pasien merupakan tingkat persepsi positif yang muncul setelah membandingkan *outcome* pelayanan aktual dengan harapan yang telah dibentuk sebelumnya, sehingga menjadi tujuan dalam implementasi layanan prima (Siregar et al., 2021). Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (dalam Tjiptono & Diana, 2003), kepuasan pasien dapat diukur melalui lima indikator, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Pembangunan Berkelanjutan

Pembangunan berkelanjutan merupakan proses pemenuhan kebutuhan generasi tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya sendiri, yang mencakup pengelolaan sumber daya, arah investasi, dan perubahan kelembagaan secara seimbang (Budihardjo dalam Muthmainnah, Mustansyir, & Tjahyadi, 2020), dan diwujudkan dalam 17 *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang mengintegrasikan dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan dengan prinsip *leave no one behind* (UNSD, 2021). Dalam konteks penelitian ini, SDG ke-3 yaitu Good Health and Well-Being menjadi fokus utama, di mana penerapan strategi *green marketing*, *digital engagement*, dan penguatan citra klinik berkontribusi terhadap peningkatan mutu layanan serta keberlanjutan ekonomi dan operasional sektor jasa kesehatan (UNSD, 2021). Indikator SDG 3 yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *service accessibility*, *healthy environment*, *waste management*, *resource efficiency*, dan *patient well-being*.

Pengembangan Hipotesis

Hubungan *green marketing* terhadap kepuasan pasien

Green marketing didefinisikan sebagai pengembangan strategi pemasaran produk atau layanan yang dianggap aman bagi lingkungan (AMA dalam Tsai et al., 2020) bahwa setiap aktivitas pemasaran tidak hanya berfokus pada kepentingan ekonomi tetapi juga pada tanggung jawab ekologis. Berdasarkan hasil penelitian Ananda et al., (2024), penerapan *green marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pasien, sehingga semakin optimal penerapan strategi pemasaran ramah lingkungan dalam layanan kesehatan, semakin besar pula tingkat kepuasan yang dirasakan pasien.

H1: *Green marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien BPJS di Klinik Utama Sudirjo Partodimejo.

Hubungan *digital engagement* terhadap kepuasan pasien

Digital engagement menggambarkan tingkat partisipasi individu dalam ruang digital yang mencerminkan sejauh mana seseorang menggunakan serta berinteraksi dengan teknologi sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil penelitian Aguslindawati et al. (2022), pengalaman digital pasien memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan pasien, di mana semakin baik pengalaman pasien dalam menggunakan layanan digital maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan, bahkan tanpa dimediasi secara signifikan oleh kualitas pelayanan kesehatan.

H2: *Digital engagement* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien BPJS di Klinik Utama Sudirjo Partodimejo.

Hubungan citra klinik terhadap kepuasan pasien

Citra klinik memiliki berperan dalam membentuk persepsi pasien terhadap kualitas pelayanan, karena citra mencerminkan representasi mental masyarakat terhadap suatu institusi yang memengaruhi cara mereka menilai serta bertindak terhadap layanan yang diberikan (Kotler et al., 2020 dalam Aprianditah et al., 2023).

H3: Citra klinik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien BPJS di Klinik Utama Sudirjo Partodimejo.

Pembangunan berkelanjutan terhadap kepuasan pasien

Pembangunan berkelanjutan dalam sektor kesehatan diwujudkan melalui efisiensi penggunaan sumber daya, pengelolaan limbah medis yang bertanggung jawab, penggunaan energi ramah lingkungan, serta penerapan kebijakan yang berorientasi pada keselamatan dan kesejahteraan pasien, di mana lingkungan layanan yang bersih, aman, dan berkelanjutan menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan pasien terhadap fasilitas kesehatan (Wirtz, 2018). Penelitian Bela Riyanto (2024) menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika dan tanggung jawab lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H4: Pembangunan berkelanjutan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien BPJS.

Peran pembangunan berkelanjutan dalam memoderasi hubungan *green marketing* terhadap kepuasan pasien

Green marketing di sektor kesehatan berperan mendorong penerapan prinsip pembangunan berkelanjutan melalui praktik seperti pengelolaan limbah medis, eco-design fasilitas kesehatan, serta inovasi layanan yang berorientasi lingkungan (Alfarizi & Noer, 2024), dan dalam SDGs tujuan ke-3, pembangunan berkelanjutan diyakini mampu memperkuat dampak positif strategi pemasaran hijau terhadap kepuasan pasien karena pasien cenderung lebih menghargai institusi yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

H5: Pembangunan berkelanjutan memoderasi pengaruh green marketing terhadap kepuasan pasien.

Peran pembangunan berkelanjutan dalam memoderasi hubungan digital engagement terhadap kepuasan pasien

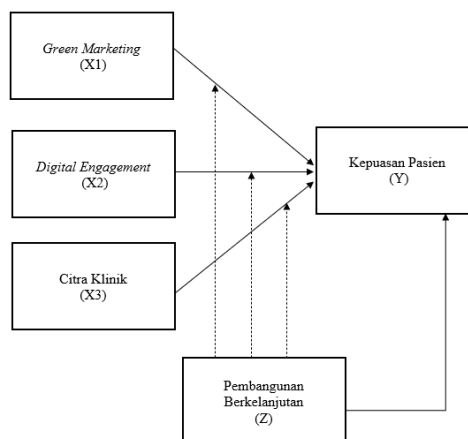
Penerapan teknologi digital masih dihadapkan pada berbagai tantangan seperti keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi digital, serta isu keamanan dan privasi data (Eka Enyanto et al., 2024), sehingga efektivitas digital engagement dalam meningkatkan kepuasan pasien tidak selalu sama pada setiap konteks pelayanan kesehatan.

H6: Pembangunan berkelanjutan memoderasi pengaruh digital engagement terhadap kepuasan pasien.

Peran pembangunan berkelanjutan dalam memoderasi hubungan citra klinik terhadap kepuasan pasien

Penerapan prinsip pembangunan berkelanjutan dalam operasional klinik mencakup penggunaan sumber daya secara efisien, pengelolaan dampak lingkungan, serta praktik yang etis dan bertanggung jawab secara sosial (Fatmasari et al., 2024). Penelitian Li (2024) menunjukkan bahwa organisasi yang mengadopsi strategi pembangunan berkelanjutan secara konsisten mengalami peningkatan kinerja ekonomi, ekologi, dan sosial, yang diperkuat oleh Prasetyo (2025) bahwa integrasi tujuan pembangunan berkelanjutan ke dalam strategi bisnis mampu memperkuat citra perusahaan sebagai organisasi yang bertanggung jawab.

H7: Pembangunan berkelanjutan memoderasi pengaruh citra klinik terhadap kepuasan pasien.



Gambar 1. Model Penelitian

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menekankan pengumpulan dan analisis data dalam bentuk numerik melalui teknik statistik. Penelitian ini dilaksanakan di Klinik Utama Sudirjo Partodimejo, Jalan Jenderal Sudirman, Kecamatan Tugumulyo, Kabupaten Musi Rawas, Sumatera Selatan, mulai bulan September 2025 sampai dengan selesai. Populasi penelitian yaitu seluruh pasien rawat inap BPJS yang aktif menggunakan layanan di klinik tersebut, berjumlah 3.707 pasien (Kepala Keuangan Klinik Sudirjo Partodimejo, 2025), dengan sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh melalui metode *Simple Random Sampling* menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, dan kriteria responden meliputi pasien berusia 18–50 tahun, aktif sebagai peserta BPJS, minimal dua kali berkunjung dalam satu tahun terakhir, pernah memanfaatkan layanan digital minimal dua kali, serta merupakan pasien rawat inap BPJS. Penelitian ini melibatkan variabel eksogen yaitu *Green Marketing* (X1), *Digital Engagement* (X2), dan *Citra Klinik* (X3), variabel endogen berupa Kepuasan Pasien (Y), serta Pembangunan Berkelanjutan (Z) sebagai variabel moderasi yang memengaruhi kuat atau lemahnya hubungan antara ketiga variabel

eksogen terhadap kepuasan pasien (Sugiyono, 2019). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan secara offline kepada pasien setelah menerima layanan kesehatan, dengan pengukuran menggunakan Skala Likert lima poin (Sugiyono, 2018), kemudian dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* melalui software SmartPLS (Kurniawan, 2019), yang mencakup pengujian outer model melalui *convergent validity*, *discriminant validity*, dan uji reliabilitas (Ghozali, 2015; Hair et al., 2017), serta pengujian inner model melalui R^2 , Q^2 , F^2 , dan uji hipotesis berdasarkan nilai *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05 (Ghozali, 2014).

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Penelitian ini telah dilakukan di Klinik Utama Sudirjo Partodimejo yang berlokasi di Desa F Trikoyo, Kecamatan Tugumulyo, Kabupaten Musi Rawas, Provinsi Sumatera Selatan, merupakan fasilitas pelayanan kesehatan swasta yang telah beroperasi sejak tahun 2019 dan melayani pasien BPJS sebagai bagian dari sistem pelayanan kesehatan nasional, dengan lokasi yang strategis dan intensitas kunjungan yang relatif tinggi sehingga menjadikannya objek yang relevan untuk menganalisis pengaruh *green marketing*, *digital engagement*, dan citra klinik terhadap kepuasan pasien BPJS dalam perspektif pembangunan berkelanjutan. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang ditentukan berdasarkan kriteria berusia 18–50 tahun, terdaftar sebagai peserta BPJS Kesehatan aktif, memiliki frekuensi kunjungan minimal satu kali dalam satu tahun terakhir, serta pernah memanfaatkan layanan digital klinik minimal satu kali. Berdasarkan karakteristik responden, sebagian besar berada pada kelompok usia 36–50 tahun sebanyak 41 responden (41%), diikuti kelompok usia 26–35 tahun sebanyak 36 responden (36%), dan kelompok usia 18–25 tahun sebanyak 23 responden (23%), sementara berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan mendominasi dengan jumlah 62 responden (62%) dibandingkan responden laki-laki sebanyak 38 responden (38%), yang secara keseluruhan menunjukkan bahwa responden berada pada usia dewasa dan produktif dengan latar belakang yang beragam sehingga mampu memberikan penilaian yang representatif terhadap variabel penelitian.

Penelitian ini mencakup lima variabel yang diukur menggunakan kuesioner berskala Likert dari 100 responden, meliputi *green marketing*, *digital engagement*, dan citra klinik sebagai variabel independen, pembangunan berkelanjutan sebagai variabel moderasi, serta kepuasan pasien BPJS sebagai variabel dependen. Hasil analisis deskriptif seluruh variabel disajikan dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Hasil analisis deskriptif variabel yang diukur

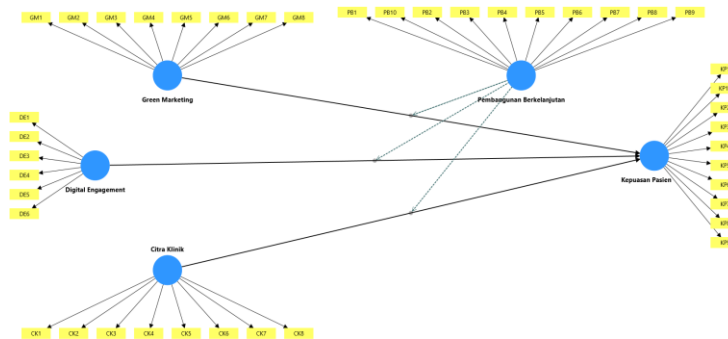
Variabel	Indikator	Nilai rata-rata indikator	Nilai rata-rata variabel
Green Marketing (X1)	Green Product	4,12 – 4,13	4,09
	Green Price	4,06 – 4,07	
	Green Place	4,06 – 4,09	
	Green Promotion	4,09 – 4,11	
Digital Engagement (X2)	Attention	4,04 – 4,11	4,15
	Enthusiasm	4,11 – 4,21	
	Absorption	4,21 – 4,22	
Citra klinik (X3)	Personality	4,24 – 4,29	4,25
	Reputation	4,25 – 4,26	
	Value	4,26 – 4,27	
	Corporate Identity	4,20 – 4,23	
Pembangunan Berkelanjutan (Z)	Service Accessibility	4,22 – 4,23	4,14
	Healthy Environment	4,06 – 4,16	
	Waste Management	4,04 – 4,23	
	Resource Efficiency	4,03	
	Patient Well-being	4,18 – 4,21	
Kepuasan Pasien (Y)	Tangibles	4,30 – 4,32	4,32
	Reliability	4,31 – 4,33	
	Responsiveness	4,16 – 4,20	
	Assurance	4,23 – 4,30	
	Empathy	4,16 – 4,19	

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 1, seluruh variabel penelitian memperoleh nilai rata-rata di atas 4,00 yang berada pada kategori baik hingga sangat baik. Variabel kepuasan pasien memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,32 dengan indikator tertinggi pada *reliability* (4,33) dan terendah pada *responsiveness* (4,16), diikuti citra klinik sebesar 4,25 dengan indikator tertinggi pada *personality* (4,29) dan terendah pada *corporate identity* (4,20), *digital engagement* sebesar 4,15 dengan indikator tertinggi pada *absorption* (4,22) dan terendah pada *attention* (4,04), pembangunan berkelanjutan sebesar 4,14 dengan indikator tertinggi pada *service accessibility* (4,23) dan terendah pada *resource efficiency* (4,03), serta *green marketing* sebesar 4,09 dengan indikator tertinggi pada *green product* (4,13) dan terendah pada *green price* dan *green place* (4,06). Hasil ini menunjukkan bahwa penerapan *green marketing*, *digital engagement*, citra klinik, dan pembangunan berkelanjutan di Klinik Utama Sudirjo Partodimejo telah dipersepsikan positif oleh pasien dan berpotensi mendukung peningkatan kepuasan pasien BPJS secara berkelanjutan.

Penelitian ini menerapkan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4.1.1.6, di mana analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub-model utama yaitu outer model yang mengevaluasi hubungan antara indikator dan konstruk laten melalui pengujian Cronbach's Alpha, Composite Reliability, validitas diskriminan, dan validitas konvergen, serta inner model yang mengeksplorasi hubungan kausal antar konstruk (Hair et al., 2021; Chasanah & Mathori, 2021). Hasil pengujian outer model sebelum eliminasi disajikan pada Gambar 4.1.

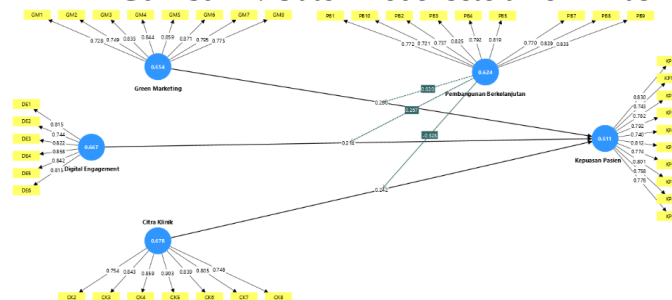
Gambar 1. Outer Model sebelum eliminasi



Sumber: Olah Data SmartPLS4, 2026

Pengujian validitas konvergen dilakukan dengan memeriksa nilai *outer loading* seluruh indikator, di mana nilai yang disyaratkan adalah lebih dari 0,70, namun indikator dengan nilai antara 0,5 hingga 0,7 masih dapat dipertahankan selama nilai AVE konstruk lebih besar dari 0,5 (Hair et al., 2017; Thaib et al., 2017). Berdasarkan hasil pengujian ditemukan bahwa indikator CK1 pada variabel Citra Klinik memiliki nilai *outer loading* sebesar 0,631 dan PB6 pada variabel Pembangunan Berkelanjutan sebesar 0,656, sehingga kedua indikator tersebut dieliminasi dari model untuk meningkatkan kualitas pengukuran. Setelah proses eliminasi, hasil pengujian diperoleh bahwa seluruh indikator pada variabel Citra Klinik, Digital Engagement, Green Marketing, Kepuasan Pasien, dan Pembangunan Berkelanjutan telah memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 dan dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 2.

Gambar 2. Outer Model setelah eliminasi



Sumber: Olah Data SmartPLS4, 2026

Hasil pengujian nilai *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai AVE di atas 0,5, yaitu Citra Klinik sebesar 0,678, *Digital Engagement* sebesar 0,667, *Green Marketing* sebesar 0,654, Kepuasan Pasien sebesar 0,611, dan Pembangunan Berkelanjutan sebesar 0,624, sehingga seluruh konstruk dinyatakan memenuhi syarat validitas konvergen (Ghozali, 2015). Pengujian validitas diskriminan melalui cross loading juga menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diwakilinya dibandingkan konstruk lainnya, sehingga seluruh konstruk dinyatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan (Imaningsih & Fathonah, 2018). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70, dengan nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0,900 hingga 0,929 dan *Composite Reliability* (ρ_c) berkisar antara 0,923 hingga 0,940, sehingga seluruh konstruk dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan model pengukuran dinyatakan layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian model struktural (Hair et al., 2017).

Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan melalui pengujian R^2 , F^2 , dan Q^2 , di mana hasil pengujian menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,701 yang tergolong kuat. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan 70,1% variasi kepuasan pasien (Hair et al., 2017), sementara nilai Q^2 sebesar 0,613 (>0) menunjukkan kemampuan prediksi model yang baik. Hasil pengujian F^2 dan uji hipotesis melalui *bootstrapping* disajikan dalam tabel 2 berikut.

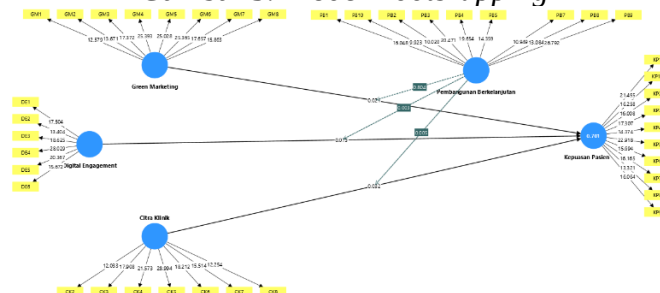
Tabel 2. Hasil pengujian F^2 dan uji hipotesis melalui bootstrapping

Pengujian	Variabel	Nilai	Keterangan
F^2	Citra Klinik $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	0,086	Kecil
	Digital Engagement $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	0,067	Kecil
	Green Marketing $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	0,123	Kecil
	Pembangunan Berkelanjutan $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	0,089	Kecil
	PB $\times$ Green Marketing $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	0,001	Kecil
	PB $\times$ Digital Engagement $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	0,133	Kecil
Direct Effect	PB $\times$ Citra Klinik $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	0,199	Sedang
	Green Marketing $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	$\beta=0,280$, $T=2,310$, $p=0,021$	Berpengaruh Signifikan
	Digital Engagement $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	$\beta=0,214$, $T=1,796$, $p=0,073$	Tidak Berpengaruh Signifikan
	Citra Klinik $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	$\beta=0,242$, $T=2,148$, $p=0,032$	Berpengaruh Signifikan
Moderasi	Pembangunan Berkelanjutan $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	$\beta=0,319$, $T=1,860$, $p=0,063$	Tidak Berpengaruh Signifikan
	PB $\times$ Citra Klinik $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	$\beta=-0,328$, $T=2,777$, $p=0,005$	Memoderasi Signifikan (memperlemah)
	PB $\times$ Digital Engagement $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	$\beta=0,267$, $T=2,929$, $p=0,003$	Memoderasi Signifikan (memperkuat)
	PB $\times$ Green Marketing $\rightarrow$ Kepuasan Pasien	$\beta=0,020$, $T=0,248$, $p=0,804$	Tidak Memoderasi Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS4, 2026

Berdasarkan hasil bootstrapping pada tabel di atas, *green marketing* ($\beta=0,280$, $p=0,021$) dan citra klinik ($\beta=0,242$, $p=0,032$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, sementara digital engagement ($\beta=0,214$, $p=0,073$) dan pembangunan berkelanjutan ($\beta=0,319$, $p=0,063$) berpengaruh positif namun tidak signifikan secara langsung. Untuk efek moderasi, pembangunan berkelanjutan terbukti memperkuat secara signifikan hubungan digital engagement terhadap kepuasan pasien ($\beta=0,267$, $p=0,003$), memperlemah secara signifikan hubungan citra klinik terhadap kepuasan pasien ($\beta=-0,328$, $p=0,005$), namun tidak memoderasi secara signifikan hubungan green marketing terhadap kepuasan pasien ($\beta=0,020$, $p=0,804$). Seperti yang ditunjukkan pada gambar 3 yang menampilkan model pengujian hubungan antar variabel.

Gambar 3. Model Bootstrapping



Sumber: Olah Data SmartPLS4, 2025

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa green marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, karena praktik pemasaran berorientasi lingkungan mampu membentuk evaluasi positif pasien terhadap layanan klinik, sejalan dengan temuan Jonathan & Sari (2023) yang membuktikan bahwa strategi pemasaran ramah lingkungan meningkatkan persepsi positif konsumen. Citra klinik juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien karena citra yang baik memperkuat kepercayaan dan mengurangi kesenjangan antara harapan dan pengalaman layanan, sebagaimana dikonfirmasi oleh AlOmari (2022) bahwa citra institusi kesehatan memengaruhi kepuasan melalui persepsi positif terhadap nilai yang diterima. Sementara itu, *digital engagement* dan pembangunan berkelanjutan masing-masing menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan secara langsung terhadap kepuasan pasien, *digital engagement* berperan sebagai faktor pendukung yang belum menjadi penentu utama karena pasien lebih dipengaruhi oleh pengalaman layanan langsung (Jonathan & Sari, 2023), sedangkan pembangunan berkelanjutan lebih berperan sebagai nilai pendukung jangka panjang karena pasien cenderung memprioritaskan kualitas pelayanan yang dirasakan secara langsung dibandingkan aspek keberlanjutan institusional (Lestari et al., 2023).

Pada pengujian efek moderasi, pembangunan berkelanjutan terbukti memoderasi secara signifikan hubungan *digital engagement* terhadap kepuasan pasien dengan arah yang memperkuat, karena integrasi antara inovasi teknologi dan komitmen keberlanjutan membentuk persepsi positif yang lebih kuat bagi pasien, sejalan dengan temuan Fatma & Khan (2023) bahwa keterlibatan digital yang didukung praktik keberlanjutan menghasilkan respons perilaku yang lebih positif. Pembangunan berkelanjutan juga terbukti memoderasi secara signifikan hubungan citra klinik terhadap kepuasan pasien, namun dengan arah yang memperlemah, mengindikasikan bahwa ketika aspek keberlanjutan semakin diperhatikan, pasien tidak lagi hanya menilai reputasi dan manfaat layanan tetapi juga mempertimbangkan tanggung jawab institusi secara terpisah, sebagaimana dijelaskan Adnyana et al. (2024) bahwa variabel keberlanjutan dapat memoderasi cara organisasi dievaluasi. Sebaliknya, pembangunan berkelanjutan tidak terbukti memoderasi hubungan green marketing terhadap kepuasan pasien secara signifikan, karena pasien membedakan antara komunikasi pemasaran ramah lingkungan dan implementasi keberlanjutan, sehingga jika keduanya tidak dipersepsikan sebagai satu kesatuan yang konsisten maka dampaknya terhadap kepuasan tidak mengalami penguatan (Lestari et al., 2023).

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Green marketing dan citra klinik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien BPJS, sementara *digital engagement* dan pembangunan berkelanjutan berpengaruh positif namun tidak signifikan secara langsung, serta pembangunan berkelanjutan terbukti memoderasi secara signifikan hubungan *digital engagement* dengan arah memperkuat dan hubungan citra klinik dengan arah memperlemah, namun tidak memoderasi secara signifikan hubungan *green marketing* terhadap kepuasan pasien, sehingga kepuasan pasien BPJS terbentuk melalui kombinasi praktik ramah lingkungan, pemanfaatan teknologi digital, citra layanan yang positif, serta komitmen terhadap keberlanjutan. Penelitian ini memiliki keterbatasan berupa lokasi yang terbatas pada satu klinik, jumlah responden yang belum sepenuhnya representatif, serta penilaian yang bersifat subjektif berdasarkan persepsi pasien, sehingga untuk penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek penelitian ke berbagai fasilitas kesehatan, menambahkan variabel seperti kualitas pelayanan medis, kepercayaan, dan loyalitas pasien, serta menggunakan pendekatan mixed methods. Sementara bagi klinik disarankan meningkatkan konsistensi praktik ramah lingkungan, memperkuat layanan digital, dan mengimplementasikan prinsip pembangunan berkelanjutan secara menyeluruh sebagai nilai tambah bagi pasien dan lingkungan.

Referensi

Adnyana, I. W. P., Adiputra, I. M. P., & Musmini, L. S. (2024). Pengaruh Green Accounting, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility terhadap Sustainable Development Goals

- dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2), 288–301. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v12i2.86997>
- Agus, A. A., Budhi, S., Nikmatus, S., Pinky, A. M. A., Wahyu, E. K., & Indah, L. (2021). Analisis Insiden Keselamatan Pasien di Rumah Sakit Berdasarkan Pendekatan Beban Kerja dan Komunikasi. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 9(3), 183–190.
- Agus, A. A., Budhi, S., Nikmatus, S., Pinky, A. M. A., Wahyu, E. K., & Indah, L. (2021). Analisis Insiden Keselamatan Pasien di Rumah Sakit Berdasarkan Pendekatan Beban Kerja dan Komunikasi. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 9(3), 183–190.
- Alfarizi, M., & Noer, L. R. (2024). Sustainable Practices and Green Marketing in Healthcare Sector: Visual Trends and Future Insight. *Journal of Environmental Science and Sustainable Development*, 7(2), 786–818. <https://doi.org/10.7454/jessd.v7i2.1283>
- AlOmari, F. (2022). The mediating role of hospital image: The impact of care cost and service quality on patient satisfaction. *Journal of Innovation in Business and Economics*, 6(01), 1–16. <https://doi.org/10.22219/jibe.v6i01.18475>
- Basalamah, K. F., Ahri, R. A., & Multazam, M. (2022). Pengaruh Citra dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Minat Kembali Pasien pada Rumah Sakit Umum Daerah Kota Makassar. *An Idea Health Journal*, 1(02), 81–91. <https://doi.org/10.53690/ihj.v1i02.41>
- Bela Riyanto, U. C. M. N. A. M. (2024). Jurnal+Bela+Riyanto (1). *GEMAH RIPAH: Jurnal Bisnis*, 04(PENGARUH BRAND IMAGE, DAN GREEN MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SKINCARE NPURE DI SURABAYA), 32–43
- Chasanah, U., & Mathori, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pasien dengan Kepercayaan*.
- Eka Enyanto, M., Ali Akbar, B., & Fauzi Rachman, I. (2024). PERAN LITERASI DIGITAL DALAM PENCAPAIAN SDGs 2030: PERSFEKTIF PENDIDIKAN & PENGEMBANGAN MASYARAKAT. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP)*, 2(6), 944–954
- Fatma, M., & Khan, I. (2023). Impact of CSR on Customer Citizenship Behavior: Mediating the Role of Customer Engagement. *Sustainability (Switzerland)*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/su15075802>
- Fox, R. (2018). *Expentacy Disconfirmation Theory Grand. s12-VII*(116), 6–7. <https://doi.org/10.1093/nq/s12-VII.116.6-g>
- Ghazali, L. &. (2014). *small_45small_66IMG_20150320_00051*.
- Grant, J. (2007). *Green Marketing Il Manifesto* (F. BRIOSCHI (ed.)). STABILIRE NUOVI STANDARD (VERDE).
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2n ed.).
- Harjon, A., & Nugroho, S. H. (2024). Pengaruh Green Marketing dan Service Quality Terhadap Customer's Perceived Satisfaction yang Dimediasi Oleh Brand Image. *Rekayasa*, 17(1), 75–87. <https://doi.org/10.21107/rekayasa.v17i1.24929>
- Haryadi, C. (2023). The Influence of Image and Service Quality on Patient Satisfaction That Has an Impact on Patient Loyalty. *Asian Journal of Engineering, Social and Health*, 2(8), 792–807. <https://doi.org/10.46799/ajesh.v2i8.94>
- Hou, S., Wang, X., Zhao, Z., Ma, Y., Liu, J., Zhang, Z., & Ma, J. (2024). A Scale for Measuring Electronic Patient Engagement Behaviors: Development and Validation. *Patient Preference and Adherence*, 18(April), 917–929. <https://doi.org/10.2147/PPA.S444633>
- Jonathan, S., & Sari, W. N. (2023). The Effect of Green Marketing on Customer Satisfaction. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(12), 149–161. <https://doi.org/10.46799/jst.v4i12.881>
- Kurniawan, G. (2019). *Analisis Data Menggunakan SmartPLS*. Deepublish.
- Lestari, M. W., Sari, S. R., & Arso, S. P. (2023). Literature Review: Green Marketing Strategy and Green Hospital to Achieve Sustainable Competitive Advantage. *International Islamic*

- Medical Journal*, 4(1), 38–43. <https://doi.org/10.33086/iimj.v4i1.3854>
- Li, L. (2024). The Impact of Sustainable Development Strategies on Corporate Performance. *Proceedings of Business and Economic Studies*, 7, 1–7. <https://doi.org/10.26689/pbes.v7i1.6075>
- Madiniah, S., Salas, J. H., & Hermansah, T. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI EFEKTIF DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN KESEHATAN GUNA MEMBANGUN CITRA DAN REPUTASI DIMASYARAKAT (Studi kasus Puskesmas rawat inap Ketapang). *Jurnal UMKO*, 2(September), 4–7.
- Papadas, K. K., Avlonitis, G. J., & Carrigan, M. (2017). Green marketing orientation: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of Business Research*, 80, 236–246. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.024>
- Polonsky, M. J. (1994). An Introduction To Green Marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.5070/g31210177>
- Schiebler, T., Lee, N., & Brodbeck, F. C. (2025). Expectancy-disconfirmation and consumer satisfaction: A meta-analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s11747-024-01078-x>
- Siregar, H. K., Lipin, & Pipin, A. (2021). Kepuasan Pasien Rawat Inap Terhadap Mutu Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit : a Literature Review. *Jurnal Kesehatan Holistic*, 5(2), 18–30. <https://doi.org/10.33377/jkh.v5i2.107>
- Suntini, N., Kridawati, A., Aprillia, Y. T., Studi, P., Kesehatan, M., Kesehatan, F. I., Indonesia, U. R., Sakit, R., Karawang, M., Inap, L. R., Sakit, R., & Pelayanan, M. (2025). Hubungan Mutu Pelayanan dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Mandaya Karawang Tahun 2025. 9(2).
- Thaib, M., Nugroho, L., & Anwar, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 5(2), 101–110.
- Tsai, P. H., Lin, G. Y., Zheng, Y. L., Chen, Y. C., Chen, P. Z., & Su, Z. C. (2020). Exploring the effect of Starbucks' green marketing on consumers' purchase decisions from consumers' perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56(April), 102162. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102162>
- UNSD. (2021). SDG indicator metadata. <https://Ourworldindata.Org/Natural-Disasters#>, 24(July), 1–28. <https://unstats.un.org/sdgs/metadata/files/Metadata-11-03-01.pdf>
- Wirtz, J., & Lovelock. (2018). *Essential of Services Marketing*. Inpearson Education Limited Edinrugh Gate Harlow Essex.

Wahyu Ramadhani *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Nurhidayah **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Ratna Hardaningtyas ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma