

---

## **Sikap Konsumen Terhadap Pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Raden Mattaher Jambi**

DAHMI RI

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

E-mail:

[cikdahmiri@gmail.com](mailto:cikdahmiri@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap konsumen terhadap pelayanan rumah sakit Raden Mattaher Jambi. Penelitian ini mengambil sampel dari 100 responden menggunakan metode Convenience Sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Fishbien Model untuk mengukur sikap konsumen terhadap pelayanan Rumah Sakit Raden Mattaher. Untuk mengukur dan mengevaluasi tingkat kepercayaan konsumen digunakan Skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap pelayanan rumah sakit Raden Mattaher cukup baik atau positif, yang berarti bahwa konsumen / pasien cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit Raden Mattaher.

Kata kunci: sikap, konsumen, layanan

### **ABSTRACT**

*This study aimed to analyze consumer attitudes towards hospital care Raden Mattaher Jambi. This study took a sample of 100 respondents using Convenience Sampling method. The method used in this research is to use Fishbien Model to measure the attitudes of consumers towards Raden Mattaher Hospital services. To measure and evaluate the level of consumer confidence level used Likert Scale. Results showed that consumer attitudes toward hospital services Raden Mattaher good enough or positive, meaning that consumers / patients are quite satisfied with the services provided by the hospital Raden Mattaher.*

*Keywords: attitudes, consumer, service*

### **PENDAHULUAN**

Semakin berkembangnya kota dan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka kebutuhan akan barang dan jasa juga semakin tinggi. Pada saat ini terlihat kecenderungan besar pada masyarakat, terutama masyarakat kota, untuk memilih tempat berobat yang mampu memberikan kenyamanan, keamanan, serta kelengkapan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Keberadaan rumah sakit setiap tahun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan jasa kesehatan yang semakin meningkat sehingga jumlah pengguna rumah sakit juga meningkat. Dengan banyaknya rumah sakit, konsekuensi logisnya adalah semakin ketatnya persaingan. Dari

sudut pandang bisnis, persaingan merupakan kompetisi antar perusahaan yang beroperasi di suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang sama.

Sanjaya (2007), tentang pengaruh persepsi dan sikap terhadap keputusan pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Surabaya, hasil penelitian menjelaskan bahwa ada pengaruh yang signifikan persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. Seseorang dalam kehidupannya akan dipacu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya berdasarkan skala prioritas dan kebutuhan tersebut berupa barang primer maupun barang sekunder

Sebagai unit pelayanan jasa, rumah sakit harus memperhatikan konsep pemasaran jasa. Pemasaran merupakan kegiatan manajemen yang bermula dan berakhir pada konsumen, tanpa konsumen perusahaan tidak ada artinya. Fungsi pemasaran merupakan faktor penting dan ujung tombak dalam mencapai kesuksesan perusahaan, Oleh karena itu fungsi pemasaran harus dikelola dengan baik. Kegiatan pemasaran suatu perusahaan harus dimulai dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan dari konsumen kemudian merancang strategi pemasarannya. Didalam memasarkan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan dihadapkan pada karakteristik yang beraneka ragam antara lain: jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, status perkawinan dan pekerjaan, ini merupakan faktor yang menentukan perbedaan karakteristik pada konsumen. Perbedaan karakteristik tersebut menyebabkan adanya perbedaan sikap konsumen.

Salah satu rumah sakit yang ada di Kota Jambi adalah RSUD Raden Mattaher. Rumah sakit ini cukup dikenal masyarakat dan sangat bersaing diantara rumah sakit yang ada di Kota Jambi saat ini. Pangsa pasar potensial dari RSUD Raden Mattaher adalah masyarakat umum dan PNS Jambi . RSUD Raden Mattaher memiliki kompetitor/pesaing yang cukup banyak yaitu rumah-rumah sakit swasta. Dalam menghadapi persaingan merebut pelanggan, RSUD Raden Mattaher harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik untuk memenuhi harapan pelanggan, karena hal ini akan mempengaruhi kepuasan dan keputusan mereka untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.

Untuk mengkaji lebih dalam sikap konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh RSUD Raden Mattaher maka peneliti ingin meneliti dengan judul “Sikap Konsumen Terhadap Pelayanan RSUD Raden Mattaher Jambi“. Tujuan dari penelitian ini adalah; (1) untuk mengetahui sikap konsumen terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher Jambi. (2) Untuk menganalisis sikap konsumen terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Menurut Kotler (2002), Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan. Menurut Shcifman dan Kanuk (Dalam Simamora, 2002), Sikap adalah ekspresi perasaan (*inner feeling*), yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek. Menurut Robbins (2006) sikap adalah pernyataan-pernyataan atau penilaian evaluatif berkaitan dengan obyek, orang atau suatu peristiwa.

Menurut Nugroho (2003) sikap terdiri dari tiga komponen yang saling mendukung yaitu komponen kognitif, komponen afektif, komponen koaktif. Sikap adalah evaluasi umum yang dibuat manusia terhadap dirinya sendiri, orang lain, objek, atau isu (Petty, Cocopio, 1986 dalam Azwar, 2000:34). Sedangkan definisi sikap menurut Allport dalam Setiadi (2003:36) adalah suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan atau dinamis terhadap perilaku. Sikap yang dibentuk dan dikembangkan sepanjang waktu melalui proses pembelajaran yang dipengaruhi oleh pengaruh keluarga dan kelompok kawan sebaya, informasi, pengalaman, dan kepribadian (Simamora, 2004:185).

Menurut Engel (Mangkunegara, 2002), Perilaku konsumen adalah kegiatan yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Menurut Lupiyoadi (2001) Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Menurut ISO 8402 (Dalam Gaspersz, 2001) Kualitas adalah totalitas dari produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan.

Menurut Fitzsiman (2000), Pelayanan diartikan sebagai kualitas yang dibuat selama proses dengan menghadapi pelanggan dengan pelayanan pribadi. Menurut Fitzsiman (2000), Kualitas Pelayanan adalah pelayanan yang dirasakan dibandingkan dengan yang diharapkan.

Beberapa dimensi yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas jasa, seperti menurut Gasperz (2001) adalah ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan, tanggung jawab, kemudahan mendapatkan pelayanan, variasi model pelayanan, pelayanan pribadi, dan kenyamanan memperoleh pelayanan.

Menurut Kotler (2001), Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja yang diterima atau diharapkan. Menurut Yazid (2000), Kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan unjuk kerja (yang senyatanya diterima).

Menurut Lupiyoadi (2001), Pelanggan adalah seseorang yang secara kontinyu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler (2000), Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Jenis Data**

#### **Data Primer**

Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau konsumen yang berobat pada RSUD Raden Mattaher, yaitu data mengenai sikap

konsumen terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner.

**Data Sekunder**

Data Sekunder yaitu penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan jumlah pasien pada RSUD Raden Mattaher, sejarah singkat RSUD Raden Mattaher, serta struktur organisasi RSUD Raden Mattaher. Data ini digunakan sebagai dasar dalam pembahasan dan penganalisaan secara teori.

**Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data atau informasi yang dilakukan adalah Observasi, menyebarkan kuisioner dan melakukan wawancara dengan pihak pimpinan RSUD Raden Mattaher.

Tabel 1  
 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Konsep variable	Indikator	Skala
Sikap Konsumen		Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan (Kotler, 2002).	Sikap terbentuk dari: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengalaman Pribadi</li> <li>• Pengaruh orang lain yang dianggap penting</li> <li>• Pengaruh Kebudayaan</li> <li>• Media massa</li> <li>• Lembaga pendidikan dan agama</li> <li>• Pengaruh faktor emosional</li> </ul>	Ordinal
	Tangibles	Aspek-aspek nyata yang bisa dilihat dan diraba	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas fisik yang ada</li> <li>• Peralatan yang lengkap</li> <li>• Kerapian penampilan pegawai</li> <li>• Lokasi yang mudah dijangkau</li> </ul>	Ordinal
	Reliabilit y	Aspek-aspek keandalan sistem pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pegawai melaksanakan tindakan tepat waktu</li> <li>• Pegawai memberikan perhatian terhadap konsumen sesuai kebutuhan</li> <li>• Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit</li> <li>• Pegawai memberikan tindakan dengan cepat dan tepat</li> <li>• Sistem pencatatan data tentang konsumen yang akurat dan teliti</li> </ul>	Ordinal

	Responsi-venes	Keinginan untuk membantu konsumen dan menyediakan jasa yang dibutuhkan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pegawai memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti</li> <li>• Kesiediaan pegawai untuk cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan c</li> <li>• Kesiediaan pegawai dalam membantu kesulitan/ keluhan yang dihadapi pasien</li> <li>• Pegawai meluangkan waktu dengan tidak terlalu sibuk agar dapat melayani</li> </ul>	Ordinal
	Assurance	Adanya jaminan keamanan dan kemampuan sumber daya dalam memberikan pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pegawai yang dapat dipercaya dalam memberikan pelayanan</li> <li>• konsumen merasa aman selama berurusan dengan pegawai.</li> <li>• Pegawai bersikap ramah dalam memberikan layanan kepada pasien</li> <li>• Pegawai memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam memberikan pelayanan</li> </ul>	Ordinal
	Empathy	Kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, komunikasi dan kemampuan memahami kebutuhan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan pelayanan yang sama kepada pasien</li> <li>• Pegawai mengenal konsumen dengan baik ketika memberikan pelayanan</li> <li>• Karyawan memahami perasaan konsumen</li> <li>• Perhatian pegawai terhadap keluhan yang dialami pasien</li> <li>• Rumah sakit memiliki jam kerja sesuai bagi pasien</li> </ul>	Ordinal

**Alat Analisis**

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu alat analisis model Fishbien (dalam Simamora, 2002). Menurut (Peter & Olson,1999:140) ada dua elemen utama model Fishbein, yaitu: 1) Kekuatan kepercayaan/keyakinan (belief strength); 2) Evaluasi Kepercayaan/keyakinan (belief evaluation). Model Fishbien didasarkan pada pemikiran bahwa sikap dibentuk oleh komponen kepercayaan dan perasaan. Model ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$A_o = \sum b_i \cdot \sum e_i$$

Dimana :

$A_o$  = Sikap Konsumen Terhadap RSUD Raden Mattaher

$b_i$  = Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut  $i$

$e_i$  = Evaluasi Konsumen Terhadap Atribut  $i$

$\Sigma$  = Penjumlahan dari Semua Atribut  $i$

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala pengukuran Likert. Skala Likert merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuannya terhadap subjek, objek atau kejadian tertentu (Rensis Likert, 1986) dengan ketentuan :

- Angka 1 mewakili = Sangat Tidak Setuju
- Angka 2 mewakili = Tidak Setuju
- Angka 3 mewakili = Netral
- Angka 4 mewakili = Setuju
- Angka 5 mewakili = Sangat Setuju

Penilaian sikap konsumen berdasarkan rata-rata evaluasi menggunakan kriteria :

- STS = Sangat Tidak Setuju : 1,00 – 1,99
- TS = Tidak Setuju : 2,00 – 2,99
- N = Netral : 3,00 – 3,99
- S = Setuju : 4,00 – 4,99
- SS = Sangat Setuju : 5,00 – 5,99

Sedangkan penilaian sikap konsumen berdasarkan rata-rata kepercayaan menggunakan kriteria :

- STY= Sangat Tidak Yakin : 1,00 – 1,99
- TY = Tidak Yakin : 2,00 – 2,99
- N = Netral : 3,00 – 3,99
- Y = Yakin : 4,00 – 4,99
- SY = Sangat Yakin : 5,00 – 5,99

Adapun skor sikap yang mungkin dicapai oleh masing-masing responden untuk tiap satu atribut berdasarkan Skala Likert adalah sebagai berikut:

Kriteria Penilaian Evaluasi dan Kepercayaan

Komponen	Kategori				
	STB	TB	N	B	SB
Evaluasi ( $e_i$ )	1	2	3	4	5
Kepercayaan ( $b_i$ )	1	2	3	4	5
<b>Sikap (<math>A_o</math>)</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>25</b>

Sumber : Skala Likert

<b>1</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>25</b>
<b>STB</b>	<b>TB</b>	<b>CB</b>	<b>B</b>	<b>SB</b>

Keterangan:

- STB = Sangat Tidak Baik : 1,00 – 3,99

TB	= Tidak Baik	: 4,00 – 8,99
CB	= Cukup Baik	: 9,00 – 15,99
B	= Baik	: 16,00 – 24,99
SB	= Sangat Baik	: $\geq 25$

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Sikap Konsumen Terhadap Pelayanan RSUD Raden Mattaher

#### Dimensi Tangibles

Tabel 1

Skor Rata-Rata Sikap Konsumen Terhadap Dimensi Tangibles

NO	Indikator	Evaluasi (ei)	Kepercayaan (bi)	Sikap (Ao)
1	Fasilitas yang lengkap	4.1	3.9	15.99
2	Peralatan medis yang lengkap	3.62	3.1	11.22
3	Kerapian penampilan pegawai	4.21	3.9	16.42
4	Lokasi yang mudah dijangkau	3.9	3.62	14.12
<b>Rata – Rata</b>		3.96	3.63	14.37

*Sumber : data diolah 2015*

Dari tabel 1. Ini dapat diketahui bahwa rata-rata sikap konsumen terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher pada dimensi tangibles, rata-ratanya 14,37. Ini berarti bahwa sikap konsumen/pasien terhadap dimensi tangible masuk kategori cukup baik atau dengan kata lain konsumen atau pasien dapat menerima dengan sikap positif terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher Jambi. Indikator yang memberikan skor tertinggi yaitu indikator ketiga yang berkaitan dengan Kerapian penampilan pegawai RSUD Raden Mattaher dengan nilai 16,42 yang berada pada skala baik atau pasien menerima dengan sikap positif. Indikator yang nilainya paling rendah dimnsi tangible adalah berkaitan dengan peralatan medis yang lengkap dengan nilai 11,22 yang berada pada skala cukup baik atau konsumen atau pasien menerima dengan sikap positif.

#### Dimensi Reliability

Tabel 2

Skor Rata-Rata Sikap Konsumen Terhadap Dimensi Reliability

NO	Indikator	Evaluasi (ei)	Kepercayaan (bi)	Sikap (Ao)
5	Pegawai melaksanakan tindakan tepat waktu	3.44	3.31	11.39
6	Pegawai memberikan perhatian terhadap pasien sesuai kebutuhan	3.73	3.36	12.53
7	Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit	3.53	3.45	12.18
8	Pegawai memberikan tindakan dengan cepat dan tepat	3.45	3.24	11.18
9	Sistem pencatatan data tentang pasien yang akurat dan teliti	3.77	3.47	13.08
<b>Rata – Rata</b>		3.58	3.37	12.06

*Sumber : data diolah 2015*

Dari tabel 2. Ini dapat diketahui bahwa rata-rata sikap konsumen terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher pada dimensi reliability, rata-ratanya 12,06. Ini berarti bahwa sikap konsumen/pasien terhadap dimensi reliability masuk kategori cukup baik atau dengan kata lain konsumen atau pasien dapat menerima dengan sikap positif terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher Jambi. Indikator yang memberikan skor tertinggi yaitu indikator yang berkaitan dengan Sistem pencatatan data tentang pasien yang akurat dan teliti RSUD Raden Mattaher dengan nilai 13,08 yang berada pada skala cukup baik atau pasien menerima dengan sikap positif. Indikator yang nilainya paling rendah dimnsi reliability adalah berkaitan dengan Pegawai memberikan tindakan dengan cepat dan tepat dengan nilai 11,18 yang berada pada skala cukup baik atau konsumen atau pasien menerima dengan sikap positif.

### **Dimensi Responsivness**

Tabel 3  
 Skor Rata-Rata Sikap Konsumen Dimensi Responsivness

NO	Indikator	Evaluasi (ei)	Kepercayaan (bi)	Sikap (Ao)
10	Pegawai memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	3.60	3.42	12.31
11	Kesediaan pegawai untuk cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pasien	3.54	3.44	12.18
12	Kesediaan pegawai dalam membantu kesulitan/ keluhan yang dihadapi pasien	3.65	3.66	13.36
13	Pegawai melungkan waktu dengan tidak terlalu sibuk agar dapat melayani	3.66	3.42	12.52
<b>Rata - Rata</b>		3.61	3.49	12.59

*Sumber : data diolah 2015*

Dari tabel 3. Ini dapat diketahui bahwa rata-rata sikap konsumen terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher pada dimensi Responsivness, rata-ratanya 12,59. Ini berarti bahwa sikap konsumen/pasien terhadap dimensi Responsivness masuk kategori cukup baik atau dengan kata lain konsumen atau pasien dapat menerima dengan sikap positif terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher Jambi. Indikator yang memberikan skor tertinggi yaitu indikator yang berkaitan dengan Kesediaan pegawai dalam membantu kesulitan/ keluhan yang dihadapi pasien RSUD Raden Mattaher dengan nilai 13,36 yang berada pada skala cukup baik atau pasien menerima dengan sikap positif. Indikator yang nilainya paling rendah dimnsi Responsivness adalah berkaitan dengan Kesediaan pegawai untuk cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pasien dengan nilai 12,18 yang berada pada skala cukup baik atau konsumen atau pasien menerima dengan sikap positif.

### **Dimensi Assurance**

Tabel 4  
 Skor Rata-Rata Sikap Konsumen Terhadap Dimensi Assurance

NO	Indikator	Evaluasi (ei)	Kepercayaan (bi)	Sikap (Ao)
14	Pegawai yang dapat dipercaya dalam memberikan	3.82	3.62	13.83



	elayanan			
15	pasien merasa aman selama berurusan dengan pegawai.	3.73	3.45	12.87
16	Pegawai bersikap ramah dalam memberikan layanan kepada pasien	3.81	3.37	12.84
17	Pegawai memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam memberikan pelayanan	3.37	3.43	11.56
<b>Rata - Rata</b>		3.68	3.47	12.77

Sumber : data diolah 2015

Dari tabel 4. Ini dapat diketahui bahwa rata-rata sikap konsumen terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher pada dimensi Assurance, rata-ratanya 12,77. Ini berarti bahwa sikap konsumen/pasien terhadap dimensi Assurance masuk kategori cukup baik atau dengan kata lain konsumen atau pasien dapat menerima dengan sikap positif terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher Jambi. Indikator yang memberikan skor tertinggi yaitu indikator yang berkaitan dengan Pegawai yang dapat dipercaya dalam memberikan pelayanan RSUD Raden Mattaher dengan nilai 13,83 yang berada pada skala cukup baik atau pasien menerima dengan sikap positif. Indikator yang nilainya paling rendah dimnsi assurance adalah berkaitan dengan Pegawai memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam memberikan pelayanan dengan nilai 11,56 yang berada pada skala cukup baik atau konsumen atau pasien menerima dengan sikap positif.

### Dimensi Emphaty

Tabel 5  
 Skor Rata-Rata Sikap Konsumen Terhadap Dimensi Emphaty

NO	Indikator	Evaluasi (ei)	Kepercayaan (bi)	Sikap (Ao)
18	Memberikan pelayanan yang sama kepada pasien	3.71	3.57	13.24
19	Pegawai mengenal pasien dengan baik ketika memberikan pelayanan	3.78	3.48	13.15
20	Karyawan memahami perasaan pasien	3.77	3.49	13.16
21	Perhatian pegawai terhadap keluhan yang dialami pasien	3.70	3.61	13.39
22	Rumah sakit memiliki jam kerja sesuai bagi pasien	3.82	3.77	14.40
<b>Rata – Rata</b>		3.75	3.58	13.47

Sumber : data diolah 2015

Dari tabel 5. Ini dapat diketahui bahwa rata-rata sikap konsumen terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher pada dimensi empaty, rata-ratanya 13,47. Ini berarti bahwa sikap konsumen/pasien terhadap dimensi empaty masuk kategori cukup baik atau dengan kata lain konsumen atau pasien dapat menerima dengan sikap positif terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher Jambi. Indikator yang memberikan skor tertinggi yaitu indikator yang berkaitan dengan Rumah sakit memiliki jam kerja sesuai bagi pasien RSUD Raden Mattaher dengan nilai 14,40 yang berada pada skala cukup baik atau pasien menerima dengan sikap positif. Indikator yang nilainya paling rendah dimnsi empaty adalah berkaitan dengan Pegawai mengenal pasien dengan baik ketika memberikan pelayanan dengan nilai 13,15 yang berada pada skala cukup baik atau konsumen atau pasien menerima dengan sikap positif.

## **KESIMPULAN**

1. Hasil analisis skor rata-rata sikap konsumen terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher secara total sebesar 13,07. Ini berarti bahwa sikap konsumen terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher termasuk cukup baik atau positif.
2. Dari kelima dimensi pelayanan diukur, dimensi tangibles merupakan dimensi yang memberikan skor sikap yang tertinggi yaitu sebesar 14,37 yang termasuk dalam kategori cukup baik. Ini berarti bahwa sikap konsumen terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher termasuk cukup baik atau positif.
3. Dimensi yang paling rendah skornya adalah dimensi realibility dengan skor 12,06 yang termasuk dalam kategori cukup baik. Ini berarti bahwa sikap konsumen terhadap pelayanan RSUD Raden Mattaher termasuk cukup baik atau positif.

## **SARAN**

1. Diharapkan kepada manajemen RSUD untuk dapat mempertahankan bahkan meningkatkan dimensi sikap yang tertinggi yaitu dimensi tangibles pada masa mendatang.
2. Untuk dimensi yang paling rendah yaitu dimensi reliability pihak manajemen harus berupaya untuk meningkatkan dimensi ini pada masa mendatang demi peningkatan pelayanan kepada konsumen.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anwar Prabu Mangkunegara (2002). *Perilaku Konsumen (edisi Revisi)*. Refika Aditama. Bandung.
- Azwar, Saifuddin. (2000). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Engel. et. el., (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Gasperz, Vincent (2001). *Total Quality Management*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, Prenhalinndo, Jakarta.
- Likert, Rensis. (1986). *Organisasi Manusia: Nilai dan Manajemen*. Edisi Baru, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa – Teori dan Praktek*. Penerbit Salemba Empat, Depok.
- Nugroho, Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media, Jakarta.

- Peter, J.P. dan J. C. Olson (terj.) (1999). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1. 4th ed. Jakarta : Erlangga.
- Robbins, Stephen. (2006). *Perilaku Organisasi*. PT Indeks, Kelompok Gramedia
- Simamora, Bilson. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Simamora, Bilson. (2004). *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiono, Dr. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Sanjaya, S. P,. (2007). *Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia*, UWM Surabaya.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media, Jakarta.
- Yazid. (2003). *Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua, Penerbit Ekonisia. Jogjakarta.