

Departemen Pendidikan Nasional
Fakultas Ekonomi Universitas Lampung
Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro no. 1
Gedong Meneng Bandar Lampung

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN RAWAT INAP
ATAS KUALITAS PELAYANAN RUMAH SAKIT
MITRA HUSADA DI PRINGSEWU**

Oleh

UMI HASANAH

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2010**

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bidang kesehatan merupakan salah satu unsur penting dalam pembangunan nasional. Pembangunan dibidang kesehatan ini diarahkan guna tercapainya kesadaran, kemauan, dan kemampuan untuk hidup sehat bagi tiap penduduk agar dapat mewujudkan derajat kesehatan masyarakat yang optimal. Adapun tujuan dari pembangunan kesehatan adalah untuk menciptakan masyarakat, bangsa dan negara yang sehat, ditandai dengan penduduk yang sehat, adil, dan merata di seluruh Indonesia.

Saat ini, kesadaran akan arti pentingnya kesehatan mulai tertanam dalam pola pikir masyarakat. Hal ini mendorong banyak berdirinya tempat pelayanan jasa kesehatan seperti balai pengobatan, klinik kesehatan, puskesmas, rumah sakit, dan sebagainya. Pelayanan jasa bidang kesehatan yang berkualitas adalah suatu pelayanan kesehatan yang diberikan oleh suatu unit pelayanan kesehatan yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna pelayanan kesehatan tersebut.

Pelayanan kesehatan adalah kegiatan makro sosial yang berlaku antara pranata atau lembaga dengan populasi tertentu, masyarakat atau komunitas. Pelayanan kesehatan mempunyai tujuan memenuhi kebutuhan individu atau masyarakat untuk mengatasi, menetralisasi dan menormalisasi semua masalah penyimpangan

terhadap keadaan kesehatan, yang mempunyai cakupan keseluruhan masyarakat. Kegiatan pelayanan jasa yang baik akan dapat mempengaruhi sikap pengguna jasa pada suatu unit pelayanan jasa tertentu.

Rumah sakit sebagai salah satu sarana dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat memiliki peran yang sangat strategis dalam mempercepat peningkatan derajat kesehatan masyarakat. Pengertian rumah sakit sendiri merupakan suatu organisasi yang melalui tenaga medis profesional yang terorganisir serta sarana kedokteran yang permanen menyelenggarakan pelayanan kesehatan, asuhan keperawatan yang berkesinambungan, diagnosis serta pengobatan penyakit yang diderita oleh pasien. Dengan demikian rumah sakit dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang bermutu sesuai dengan standar yang ditetapkan dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Masyarakat pada dasarnya, tentu tidak pernah berkeinginan untuk mengalami masalah penyimpangan kesehatan sehingga mengharuskannya menggunakan pelayanan kesehatan pada rumah sakit. Namun bila ternyata hal itu terjadi, maka ia akan memilih untuk menggunakan rumah sakit yang memiliki pelayanan yang baik, sehingga masalah kesehatan yang dihadapinya cepat teratasi dan tidak akan kembali mengalami masalah kesehatan yang sama. Di sisi lain, rumah sakit sebagai penyedia layanan kesehatan tentu berusaha untuk menyediakan pelayanan kesehatan yang baik, sehingga masyarakat yang membutuhkan jasa kesehatan akan memilih rumah sakit tersebut ketika mengalami gangguan kesehatan. Hal ini juga yang dilakukan oleh Rumah Sakit Mitra Husada dengan berusaha

memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu kepada pengguna jasanya. Hal ini sesuai dengan visi Rumah Sakit Mitra Husada yaitu profesionalisme dalam pelayanan kesehatan yang bermutu dan terjangkau. Namun pemanfaatan Rumah Sakit Mitra Husada pada tahun 2009, dilihat berdasarkan angka penggunaan tempat tidur atau dikenal dengan istilah BOR (*Bed Occupancy Ratio*) hanya sebesar 43% . Hal ini menunjukkan tingkat pemakaian tempat tidur yang masih cukup rendah, karena berdasarkan standar nasional untuk asuhan kesehatan rumah sakit di Indonesia, nilai BOR ideal adalah 75-85%.

Penggunaan tempat tidur tentunya berkaitan dengan jumlah pasien rawat inap, adapun jumlah pasien rawat inap Rumah Sakit Mitra Husada selama tahun 2009 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Perkembangan Pasien Rawat Inap Rumah Sakit Mitra Husada Tahun 2009

BULAN	JUMLAH PASIEN	PERUBAHAN (%)
Januari	386	-
Februari	303	(21,50)
Maret	342	12,87
April	377	10,23
Mei	409	8,48
Juni	509	24,44
Juli	421	(17,28)
Agustus	480	14,01
September	404	(15,83)
Oktober	367	(9,15)
November	372	1,36
Desember	393	5,64

Sumber: Rumah Sakit Mitra Husada tahun 2010

Berdasarkan pada tabel diatas terlihat bahwa jumlah pasien rawat inap pada Rumah Sakit Mitra Husada mengalami fluktuasi, yaitu terjadi peningkatan dan penurunan jumlah pasien. Jumlah pasien terbesar terjadi pada bulan Juni, yaitu sebanyak 509 pasien atau naik 24,44% dari bulan sebelumnya. Jumlah pasien terkecil terjadi pada bulan Februari, yaitu hanya 303 pasien atau turun sebesar 21,50% dari bulan sebelumnya.

Wilayah kerja Rumah Sakit Mitra Husada mencakup daerah Pringsewu dan sekitarnya, yaitu Tanggamus, Pesawaran dan Lampung Tengah. Dengan wilayah kerja yang cukup luas ini, Rumah Sakit Mitra Husada terus berusaha memberikan layanan yang baik kepada pasien dan keluarganya sehingga konsumen akan bersikap positif terhadap rumah sakit. Kegiatan pelayanan kesehatan yang dilaksanakan oleh Rumah Sakit Mitra Husada terdiri dari kebijakan-kebijakan sebagai berikut:

1. Kebijakan Produk

Menurut Kotler, Philip (2005:69)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi, dan gagasan.

Produk pelayanan kesehatan yang ada di Rumah Sakit Mitra Husada terdiri dari:

a. Rawat Jalan

Unit rawat jalan terdiri atas beberapa poliklinik, yaitu:

- a) Kebidanan dan Kandungan
- b) Kesehatan Anak
- c) Bedah

- d) Penyakit Dalam
- e) Mata
- f) Kesehatan Kulit dan Kelamin
- g) *Skin Care*, Akupuntur dan Obesitas

b. Rawat Inap

Unit rawat inap memberikan layanan kesehatan dengan 97 tempat tidur yang terbagi menjadi beberapa jenis kelas perawatan dengan fasilitas pendukung didalamnya yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Kelas Perawatan, Jumlah Tempat Tidur dan Fasilitas Rawat Inap

No	Kelas Perawatan	Jumlah Tempat Tidur	Fasilitas
1.	VVIP	1	Satu ruang untuk 1 pasien, tempat tidur 3 <i>crank</i> , sofabed, 2 televisi, lemari es, AC, dispenser, dapur mini, <i>over bed table</i> , kamar mandi panas/dingin, <i>bedside cabinet</i> , oksigen sentral.
2.	Super VIP	3	Satu ruang untuk 1 pasien, tempat tidur 3 <i>crank</i> , sofabed, 1 televisi, lemari es, AC, dispenser, <i>over bed table</i> , kamar mandi panas/dingin, <i>bedside cabinet</i> , oksigen sentral.
3.	VIP A	3	Satu ruang untuk 1 pasien, tempat tidur 2 <i>crank</i> , sofabed, 1 televisi, lemari es, AC, dispenser, <i>over bed table</i> , kamar mandi panas/dingin, <i>bedside cabinet</i> , oksigen sentral.
4.	VIP B	10	Satu ruang untuk 1 pasien, tempat tidur 2 <i>crank</i> , sofabed, 1 televisi, lemari es, AC, dispenser, <i>over bed table</i> , kamar mandi panas/dingin, <i>bedside cabinet</i> , oksigen sentral.
5.	Isolasi/ Kelas I	4	Satu ruang untuk 1 pasien, AC, kamar mandi di dalam, <i>bedside cabinet</i> , oksigen sentral.
6.	Utama/ Kelas II	20	Satu ruang untuk 2 pasien, AC, kamar mandi di dalam, <i>bedside cabinet</i> , oksigen sentral.
7.	Ekonomi / Kelas III	56	Satu ruang 4 tempat tidur untuk 4 pasien, kamar mandi di dalam, <i>bedside cabinet</i> , oksigen sentral, kipas angin.
Jumlah		97	

Sumber: Rumah Sakit Mitra Husada 2009

Rumah Sakit Mitra Husada memiliki 7 kelas perawatan dengan kapasitas rawat inap sebanyak 97 tempat tidur yaitu VVIP hanya 1 tempat tidur, Super VIP sebanyak 3 tempat tidur, VIP A sebanyak 3 tempat tidur, VIP B sebanyak 10 tempat tidur, Isolasi/kelas I sebanyak 4 tempat tidur, Utama/kelas II sebanyak 20 tempat tidur, dan Ekonomi/kelas III sebanyak 56 tempat tidur. Kelas perawatan tersebut dilengkapi dengan fasilitas yang disesuaikan dengan kelas yang ada.

Kelas perawatan yang fasilitasnya paling lengkap adalah kelas VVIP dan Kelas III atau Ekonomi merupakan kelas yang fasilitasnya paling sederhana dibandingkan kelas lain. Kelas Ekonomi mempunyai tempat tidur terbanyak dibandingkan kelas lain karena sebagian besar konsumen rawat inap adalah warga masyarakat Pringsewu yang pekerjaan utamanya petani yang berpenghasilan rata-rata dibawah UMR.

2. Kebijakan Harga

Menurut Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2008:345)

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Penetapan harga pada Rumah Sakit Mitra Husada didasarkan atas kelas perawatan dan jasa serta fasilitas yang diperoleh konsumen atau pasien selama dalam perawatan. Tarif kamar rawat inap serta jasa dokter dan paramedis pada Rumah Sakit Mitra Husada dapat dilihat pada tabel.

Tabel 3. Tarif Kamar Rawat Inap Berdasarkan Golongan Kelas dan Jasa Dokter dan Paramedis

Kelas	Tarif/Hari	Dr. Spesialis/ Visit	Dr. Umum/ Visit
VVIP	Rp. 500.000,00	Rp. 150.000,00	Rp.75.000,00
Super VIP	Rp. 400.000,00	Rp. 125.000,00	Rp.50.000,00
VIP A	Rp. 350.000,00	Rp. 100.000,00	Rp.50.000,00
VIP B	Rp. 300.000,00	Rp. 100.000,00	Rp.50.000,00
Isolasi / Kelas I	Rp. 200.000,00	Rp 75.000,00	Rp 30.000,00
Utama / Kelas II	Rp. 175.000,00	Rp 75.000,00	Rp 30.000,00
Ekonomi / Kelas III	Rp. 90.000,00	Rp. 60.000,00	Rp.25.000,00

Sumber: Rumah Sakit Mitra Husada 2009

Tarif yang dibebankan kepada pasien, baik tarif kamar maupun tarif kunjungan dokter spesialis dan umum disesuaikan dengan kelas perawatan yang pasien gunakan. Tarif tertinggi dibebankan untuk pasien yang menggunakan ruang perawatan VVIP yaitu Rp. 500.000 perhari dengan tarif kunjungan dokter spesialis Rp. 150.000 per kunjungan dan dokter umum Rp. 75.000 per kunjungan. Tarif terendah dibebankan untuk pasien yang menggunakan ruang perawatan Ekonomi atau Kelas III yaitu Rp. 90.000 perhari dengan tarif kunjungan dokter spesialis Rp. 60.000 per kunjungan dan dokter umum Rp. 25.000 per kunjungan.

3. Kebijakan Promosi

Kegiatan promosi adalah kegiatan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen, meyakinkan, dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada konsumen dengan harapan agar mereka tertarik untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Kotler, Philip (2005:126)

Promosi mencakup semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya ke pasar sasaran.

Kegiatan promosi pada Rumah Sakit Mitra Husada dilakukan secara tidak langsung dengan memasang nama rumah sakit dan papan nama dokter praktek. Selain itu promosi juga dilakukan melalui leaflet yang diletakkan di meja resepsionis yang memberikan informasi mengenai pelayanan serta fasilitas yang dimiliki rumah sakit. Rumah Sakit Mitra Husada juga melakukan promosi langsung, yaitu dengan memberikan informasi mengenai profil rumah sakit ke perusahaan lain.

4. Kebijakan Saluran Pemasaran

Menurut Kotler, Philip (2005:181)

Saluran pemasaran adalah beberapa organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses mengupayakan agar produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi.

Rumah Sakit Mitra Husada dalam menyampaikan produk pelayanan jasanya, dilakukan secara langsung pada pasien yang datang ke rumah sakit untuk mendapatkan pelayanan kesehatan.

5. Kebijakan Orang-orang yang Terlibat

Jumlah dan kualitas karyawan merupakan faktor yang juga strategis dan sangat berpengaruh dalam penentuan kualitas dari jasa pelayanan karena jumlah tenaga medis, paramedis maupun non medis harus seimbang dengan kebutuhan dari jumlah tempat tidur dan pelayanan yang tersedia pada rumah sakit.

Tabel 4. Distribusi Jenis Pekerjaan dan Jumlah Tenaga Kerja Rumah Sakit Mitra Husada

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)
1.	Dokter Spesialis	10
2.	Dokter Umum	9
3.	Apoteker	2
4.	Tenaga Keperawatan dan Kebidanan	104
5.	Tenaga Medis Non Keperawatan/Non Kebidanan	18
6.	Tenaga Non Kesehatan	70
Jumlah		213

Sumber: Rumah Sakit Mitra Husada, Oktober 2009

Dengan jumlah tempat tidur sebanyak 97 tempat tidur, Rumah Sakit Mitra Husada telah memiliki jumlah tenaga medis dan nonmedis yang mencukupi dalam pelayanan kesehatan. Mulai dari dokter spesialis, dokter umum, apoteker, perawat, bidan, dan tenaga nonmedis lainnya. Dengan tenaga medis dan nonmedis yang ada, Rumah Sakit Mitra Husada dapat memberikan pelayanan yang baik bagi pasiennya.

6. Kebijakan Wujud Fisik

Menurut Lupiyoadi, Rambat (2001:60)

Wujud fisik (*physical evidence*) merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen.

Wujud fisik dalam hal ini berarti bentuk pelayanan yang bersifat nyata seperti bangunan dan sarana atau fasilitas yang mendukung lainnya. Wujud fisik yang dimiliki oleh Rumah Sakit Mitra Husada adalah berupa bangunan rumah sakit yang terletak di Jl. Ahmad Yani 14 Pringsewu, Lampung dengan fasilitas pendukung seperti fasilitas telekomunikasi, komputer, tempat parkir yang cukup

luas, ruang tunggu yang bersih, serta sarana dan prasarana alat kesehatan yang memadai.

7. Kebijakan Proses

Keefektifan proses pelayanan dari suatu jasa menjadi penilaian tersendiri bagi konsumen. Karenanya Rumah Sakit Mitra Husada memperhatikan strategi proses ini dalam kegiatan peyampaian jasa mereka. Hal ini terlihat dari proses administrasi yang mudah dan kecepatan dalam menangani konsumen atau pasien.

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian konsumen. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, rumah sakit berdasarkan pada SOP (*Standard Operating Procedure*) yang berlaku dan tentunya memperhatikan komponen kualitas pelayanan.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Kotler, Philip (2005:123) menjelaskan lima penentu mutu jasa yaitu:

1. *Tangible* (benda berwujud)

Tangible (benda berwujud) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan karyawan. Perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen. Hal ini dibuktikan melalui bukti fisik yang ditampilkan oleh perusahaan. Contohnya : kebersihan ruangan, kerapian dan kesopanan busana karyawan, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, serta berbagai fasilitas pendukung lainnya.

2. *Empathy* (empati)

Empati merupakan kesediaan perusahaan untuk memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan. Rasa empati dapat tercermin melalui kinerja karyawan yang dapat memberikan perhatian secara individual atau personal kepada semua konsumen, dan sikap komunikatif yang mendukung terciptanya interaksi antara karyawan dan konsumen. Dengan demikian, konsumen akan lebih terbuka untuk menyatakan berbagai keluhan (*complain*) yang mereka rasakan.

3. *Reliability* (keandalan)

Keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat. Konsumen akan bersikap positif apabila kemampuan rumah sakit untuk memberikan jasa dapat lebih akurat sesuai dengan yang dijanjikan atau diharapkan. Artinya, apa yang dijanjikan perusahaan dapat terpenuhi secara baik.

4. *Responsiveness* (daya tanggap)

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kesediaan perusahaan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Perusahaan harus dapat menyediakan jasa secara cepat sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen. Contohnya : ketanggapan dalam penanganan masalah (*complain*) konsumen oleh pihak manajemen, ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi kepada pihak konsumen, dan kecepatan dalam pelayanan.

5. *Assurance* (jaminan)

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan. Perusahaan

dalam hal ini pihak rumah sakit harus dapat memberikan jaminan keamanan pasien selama dirawat di rumah sakit. Seperti jaminan tidak adanya malapraktek terhadap pasien. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat merasa tenang dan aman selama menggunakan jasa rumah sakit.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Rumah Sakit Mitra Husada dengan judul **“Analisis Sikap Konsumen Rawat Inap Atas Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Mitra Husada di Pringsewu”**

1.2 Permasalahan

Rumah Sakit Mitra Husada merupakan rumah sakit yang bertujuan memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat luas dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat yang optimal. Untuk mewujudkan hal tersebut, Rumah Sakit Mitra Husada telah memiliki kebijakan-kebijak proses pelayanan yang baik. Namun, pemanfaatan Rumah Sakit Mitra Husada pada tahun 2009 jika dilihat berdasarkan angka penggunaan tempat tidur atau dikenal dengan istilah BOR (*Bed Occupancy Ratio*) hanya sebesar 43%. Padahal nilai parameter yang ideal berdasarkan standar nasional untuk asuhan kesehatan rumah sakit di Indonesia adalah 75-85%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemakaian tempat tidur pada Rumah Sakit Mitra Husada belum ideal.

Berdasarkan latar belakang yang ada maka permasalahan yang akan diteliti adalah **“Apakah sikap konsumen rawat inap atas kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Husada di Pringsewu sudah baik?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui sikap konsumen rawat inap atas kualitas pelayanan pada Rumah Sakit Mitra Husada di Pringsewu.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Rumah Sakit Mitra Husada

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai bagaimana sikap konsumen atas kualitas layanan yang diberikan Rumah Sakit Mitra Husada. Informasi tersebut dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi yang akan ditempuh perusahaan untuk meningkatkan pelayanannya terhadap konsumen.

1.4.2 Bagi Universitas Lampung

Hasil penelitian ini dapat menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai sikap konsumen.

1.5 Kerangka Pemikiran

Rumah sakit sebagai penyedia jasa memberikan pelayanan kepada konsumennya.

Menurut Kotler, Philip (2005:111) mendefinisikan jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Kotler, Philip (2005:123) menjelaskan indikator kualitas pelayanan atau mutu jasa menurut konsumen ada 5 dimensi sebagai berikut :

1. *Tangible* (benda berwujud): penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi.
2. *Empathy* (empati): kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.
3. *Reliability* (keandalan): kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.
4. *Responsiveness* (daya tanggap): kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
5. *Assurance* (jaminan): pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.

Konsumen sebagai pengguna jasa melakukan evaluasi terhadap jasa yang didapat. Evaluasi menyangkut penilaian seseorang terhadap suatu objek. Evaluasi seseorang akan menghasilkan penilaian baik-buruk, positif-negatif, setuju atau tidak setuju terhadap objek yang diidentifikasi.

Sikap terhadap suatu objek dipengaruhi oleh kepercayaan akan atribut objek dan evaluasi terhadap produk tersebut. Evaluasi dilakukan setelah konsumen menggunakan jasa yang ditawarkan. Evaluasi tersebut menghasilkan sikap positif ataupun sikap negatif. Menurut Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko (2000:93) mendefinisikan sikap (*attitude*) seseorang adalah predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan

lingkungan, yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku orang tersebut. Sikap biasanya memberikan penilaian (menerima atau menolak) terhadap obyek atau produk yang dihadapinya. Menurut James F. Engel dalam Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko (2000:93) mendefinisikan sikap sebagai suatu keadaan jiwa (mental) dan keadaan pikir (*neural*) yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek, yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan atau secara dinamis pada perilaku. Konsumen yang mempunyai sikap positif akan kembali menggunakan jasa yang ditawarkan oleh rumah sakit pada saat membutuhkannya.

Gambar 1: Skema Kerangka Pemikiran

