

ABSTRAK

Kesehatan merupakan salah satu aset terbesar yang dimiliki oleh manusia, menyadari hal itu Pemerintah Indonesia mencanangkan visi Indonesia Sehat 2010. Rumah Sakit Umum Daerah Gunung Kidul sebagai salah satu fasilitas kesehatan milik pemerintah juga dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanannya untuk mendukung terwujudnya visi Indonesia Sehat 2010 dan dalam rangka menghadapi persaingan di era globalisasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengantisipasinya, salah satunya dengan cara melakukan riset untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam menggunakan jasa pelayanan rumah sakit. Penelitian ini menganalisis atribut jasa perusahaan yang terdiri dari: Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), dan Bukti Fisik (*tangible*), berdasarkan karakteristik demografi konsumennya yaitu: jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan tingkat pendapatan.

Data penelitian ini diperoleh dengan cara *purposive sampling* pada 100 orang responden, yang merupakan pemakai jasa pelayanan rawat inap Rumah Sakit Umum Daerah Gunung Kidul. Hipotesis diuji dengan Multi Atribut Attitude Model (MAAM) dan uji Kruskal-Wallis H dengan taraf signifikansi 5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap yang sangat baik dan tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut jasa yang ditawarkan oleh Rumah Sakit Umum Daerah Gunung Kidul.

Disamping itu atribut empati menempati urutan kepentingan tertinggi dari konsumen, dan atribut bukti fisik menempati urutan yang terendah. Dengan demikian manajemen rumah sakit perlu membenahi atribut bukti fisik ini dengan cara memperbaiki dan menambah fasilitas rumah sakit, yang disesuaikan dengan harapan dan keinginan konsumen.