

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Rumah Sakit

2.1.1 Pengertian Rumah Sakit

Berdasarkan (Undang – Undang Nomor 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit) “Rumah Sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat. Pelayanan kesehatan paripurna adalah pelayanan kesehatan yang meliputi promotif, preventif, kuratif dan rehabilitatif.

Pelayanan kesehatan promotif adalah suatu kegiatan dan atau serangkaian kegiatan pelayanan kesehatan yang lebih mengutamakan kegiatan yang bersifat promosi kesehatan.

Pelayanan kesehatan preventif adalah suatu kegiatan pencegahan terhadap suatu masalah kesehatan atau penyakit. Pelayanan kesehatan kuratif adalah suatu kegiatan dan atau serangkaian kegiatan pengobatan yang ditujukan untuk penyembuhan penyakit, pengurangan penderitaan akibat penyakit, pengendalian penyakit, atau pengendalian kecacatan agar kualitas penderita dapat terjaga seoptimal mungkin. Pelayanan kesehatan rehabilitatif adalah kegiatan dan atau serangkaian kegiatan untuk mengembalikan bekas penderita kedalam masyarakat sehingga dapat berfungsi lagi sebagai anggota masyarakat yang berguna untuk dirinya dan

masyarakat semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuannya.

2.1.2 Jenis Rumah Sakit

Menurut (Undang – Undang Nomor 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit) dapat dibagi berdasarkan jenis pelayanan dan pengelolaannya. Berdasarkan jenis pelayanan rumah sakit dapat di bedakan menjadi beberapa jenis, diantaranya sebagai berikut :

1. Rumah Sakit Umum

Rumah sakit umum merupakan rumah sakit yang memberikan pelayanan kesehatan pada semua bidang dan jenis penyakit.

2. Rumah Sakit Khusus

Rumah sakit khusus merupakan rumah sakit yang memberikan pelayanan utama pada suatu bidang atau satu jenis penyakit tertentu berdasarkan disiplin ilmu, golongan dan umur, organ, jenis penyakit, atau kekhususan lainnya.

Sedangkan menurut jenis pengelolaannya rumah sakit dapat di bagi menjadi 2 diantaranya adalah rumah sakit publik dan rumah sakit privat. Rumah sakit Publik dapat dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, dan badan hukum yang bersifat nirlaba. Rumah Sakit Publik yang dikelola oleh pemerintah dan pemerintah daerah di selenggarakan berdasarkan pengelolaan Badan Layanan Umum atau Badan Layanan Umum Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan. Rumah sakit publik yang di kelola pemerintah dan pemerintah daerah sebagaimana di maksud pada ayat tidak dapat dialihkan menjadi Rumah Sakit Privat.

Dalam rangka penyelenggaraan pelayanan kesehatan secara berjenjang dan fungsi rujukan, rumah sakit umum dan rumah sakit khusus di kalsifikasikan berdasarkan fasilitas dan kemampuan pelayanan rumah sakit.

Klasifikasi Rumah Sakit Umum terdiri sebagai berikut :

- a. Rumah Sakit Umum Kelas A;
- b. Rumah Sakit Umum Kelas B;
- c. Rumah Sakit Umum Kelas C;
- d. Rumah Sakit Umum Kelas D,

Sedangkan untuk klasifikasi Rumah Sakit khusus terdiri sebagai berikut :

- a. Rumah Sakit Khusus Kelas A;
- b. Rumah Sakit Khusus Kelas B;
- c. Rumah Sakit Khusus Kelas C,

Klasifikasi rumah sakit umum terdiri dari sebagai berikut :

- a. Pelayanan;
- b. Sumber daya manusia;
- c. Peralatan;
- d. Sarana dan prasarana;
- e. Administrasi dan manajemen.

2.1.3 Tugas dan Fungsi Rumah Sakit

Menurut (Undang – Undang No. 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit) rumah sakit mempunyai tugas memberikan pelayanan kesehatan

perorangan secara paripurna. Selain itu Rumah Sakit mempunyai fungsi yaitu sebagai berikut :

- a. Penyelenggaran pelayanan pengobatan dan pemulihan kesehatan sesuai dengan standar pelayanan rumah sakit.
- b. Pemeliharaan dan peningkatan kesehatan perorangan melalui pelayanan kesehatan yang paripurna tingkat kedua dan ketiga sesuai dengan kebutuhan medis.
- c. Penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia dalam rangka peningkatan kemampuan dalam pemberian pelayanan kesehatan.
- d. Penyelenggaraan penelitian dan pengembangan serta penapisan teknologi bidang kesehatan dalam rangka peningkatan kesehatan dengan memperhatikan etika ilmu pengetahuan bidang kesehatan.

2.2 Pasien

2.2.1 Hak Pasien

Dalam sebuah pelayanan pasien memiliki hak terhadap rumah sakit, yaitu memperoleh informasi mengenai tata tertib dan peraturan yang berlaku di rumah sakit, memperoleh informasi tentang hak dan kewajiban pasien, memperoleh layanan yang manusiawi, adil, jujur dan tanpa diskriminasi, memperoleh layanan kesehatan yang bermutu sesuai dengan standar profesi dan standar prosedur operasional, memperoleh layanan yang efektif dan efisien sehingga pasien terhindari dari kerugian fisik dan materi, mengajukan pengaduan atas kualitas pelayanan yang didapatkan, memilih

dokter dan kelas perawatan sesuai dengan keinginannya dan peraturan yang berlaku di rumah sakit, meminta konsultasi tentang penyakit yang dideritanya kepada dokter lain yang mempunyai Surat Izin Praktik (SIP) baik di dalam maupun di luar rumah sakit, mendapatkan privasi dan kerahasiaan penyakit yang diderita termasuk data-data medisnya, mendapat informasi yang meliputi diagnosis dan tata cara tindakan medis, tujuan tindakan medis, alternatif tindakan, risiko dan komplikasi yang mungkin terjadi dan prognosis terhadap tindakan yang dilakukan serta perkiraan biaya pengobatan, memberikan persetujuan atau menolak atas tindakan yang akan dilakukan oleh tenaga kesehatan terhadap penyakit yang dideritanya, didampingi keluarganya dalam keadaan kritis, menjalankan ibadah sesuai agama atau kepercayaan yang dianutnya selama hal itu tidak mengganggu pasien lainnya, memperoleh keamanan dan keselamatan dirinya selama dalam perawatan di rumah sakit, mengajukan usul, saran, perbaikan atas perlakuan rumah sakit terhadap dirinya, menolak pelayanan bimbingan rohani yang tidak sesuai dengan agama dan kepercayaan yang dianutnya, menggugat dan atau menuntut rumah sakit apabila rumah sakit diduga memberikan pelayanan yang tidak sesuai dengan standar baik secara perdata ataupun pidana dan mengeluhkan pelayanan rumah sakit yang tidak sesuai dengan standar pelayanan melalui media cetak dan elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (UU No. 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit).

2.2.2 Kewajiban Pasien

Dengan adanya hak, ada pula kewajiban yang harus dilakukan oleh pasien terhadap rumah sakit. Menurut (Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 04 Tahun 2018) tentang Kewajiban Rumah Sakit dan Kewajiban Pasien diantaranya, mematuhi peraturan yang berlaku di rumah sakit, menggunakan fasilitas rumah sakit secara bertanggung jawab, menghormati hak pasien lain, pengunjung dan hak tenaga kesehatan serta petugas lainnya yang bekerja di rumah sakit, memberikan informasi yang jujur, lengkap dan akurat sesuai dengan kemampuan dan pengetahuannya tentang masalah kesehatannya, memberikan informasi mengenai kemampuan finansial dan jaminan kesehatan yang dimilikinya, mematuhi rencana terapi yang direkomendasikan oleh tenaga kesehatan di rumah sakit dan disetujui oleh pasien yang bersangkutan setelah mendapatkan penjelasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, menerima segala konsekuensi atas keputusan pribadinya untuk menolak rencana terapi yang direkomendasikan oleh tenaga kesehatan dan atau tidak mematuhi petunjuk yang diberikan oleh tenaga kesehatan untuk penyembuhan penyakit atau masalah kesehatannya, dan memberikan imbalan jasa atas pelayanan yang diterima

2.3 Pelayanan Kesehatan

2.3.1 Pengertian Pelayanan Kesehatan

Menurut (Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan), pelayanan kesehatan adalah kegiatan dengan

pendekatan promotif, preventif, kuratif dan rehabilitatif. Pelayanan kesehatan menurut (Depkes RI, 2009) yang tertuang dalam Undang – Undang Kesehatan tentang kesehatan adalah setiap upaya yang diselenggarakan sendiri atau secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan, perorangan, keluarga, kelompok ataupun masyarakat.

2.3.2 Jenis Pelayanan Kesehatan

Menurut (Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009) pelayanan kesehatan terdiri atas, pelayanan kesehatan perseorangan yang ditujukan untuk menyembuhkan penyakit dan memulihkan kesehatan perseorangan dan keluarga dan pelayanan kesehatan masyarakat yang ditujukan untuk memelihara dan meningkatkan kesehatan serta mencegah penyakit suatu kelompok dan masyarakat. Dalam pelaksanaan pelayanan kesehatan harus mendahulukan pertolongan keselamatan nyawa pasien dibanding kepentingan lainnya. Penyelenggaraan pelayanan kesehatan dilaksanakan secara bertanggungjawab, aman, bermutu, serta merata dan nondiskriminatif oleh pemerintah dan pemerintah daerah.

2.4 Instalasi Rawat Jalan

Menurut Kementerian Kesehatan RI Tahun 2012 Tentang Pedoman Teknis Bangunan Rumah Sakit, pengertian Instalasi Rawat Jalan adalah instalasi yang menyelenggarakan pelayanan poli spesialis yang memiliki fungsi sebagai tempat konsultasi, penyelidikan, pemeriksaan, dan pengobatan pasien oleh dokter ahli di

bidang masing - masing yang di sediakan untuk pasien yang membutuhkan waktu singkat untuk penyembuhannya atau tidak memerlukan pelayanan perawatan. Poli klinik juga berfungsi sebagai tempat untuk penemuan diagnosa dini, yaitu tempat pemeriksaan pasien pertama dalam rangka pemeriksaan lebih lanjut di dalam tahap pengobatan penyakit.

Banyak faktor yang berperan sebagai penyebab makin berkembangnya pelayanan dan juga sarana pelayanan berobat jalan ini. Jika di sederhanakan paling tidak dapat dibedakan atas lima macam yakni (Azrul, 2010) :

1. Sarana dan prasarana yang di perlukan untuk menyelenggarakan pelayanan rawat jalan relatif lebih sederhana dan murah dan karena itu lebih banyak di dirikan
2. Kebijakan pemerintah yang mengendalikan biaya kesehatan dorong di kembangkannya berbagai sarana pelayanan rawat jalan. Di Amerika Serikat sarana pelayanan rawat jalan yang di maksud antara lain *Health Maintenance Organizations* (HMOs) serta *Prefered Provider Organizations* (PPOs).
3. Tingkat kesederhanaan kesehatan penduduk yang makin meningkat, yang tidak lagi membutuhkan pelayanan untuk mengobati penyakit saja, tetapi juga untuk memelihara atau meningkatkan kesehatan yang umumnya dapat dilayani oleh sarana pelayanan rawat jalan saja.
4. Kemajuan ilmu dan teknologi kedokteran yang telah dapat melakukan berbagai tindakan kedokteran yang dulunya memerlukan pelayanan rawat inap, tetapi pada saat ini cukup dilayani dengan pelayanan rawat jalan saja.

5. Utilisasi rumah sakit yang mungkin terbatas, dan karenanya untuk meningkatkan pendapatan, kecuali lebih mengembangkan pelayanan rawat jalan yang ada di rumah sakit juga terpaksa mendirikan berbagai sarana pelayanan rawat jalan di rumah sakit.

2.5 Perilaku Pasien Dalam Pengambilan Keputusan Membeli

1. Mengenali Kebutuhan

Kesadaran akan adanya kebutuhan dan keinginan pada dirinya menimbulkan harapan dalam benak konsumen tentang kualitas produk atau jasa yang semestinya di terima. Pengenalan kebutuhan dirangsang ketika ada perbedaan yang dirasakan antara persepsi dari apa yang mungkin ada dibandingkan dengan keadaan yang sekarang atau pengenalan kebutuhan timbul dari adanya gap antara kondisi aktual dengan kondisi yang di harapkan yang di picu oleh pengganti, reparasi, pemeliharaan, konsumsi produk, perubahan gaya hidup, aktivitas pemasaran serta perbedaan individu (Dimiyati, 2014).

2. Pencarian Alternatif

Setelah suatu kebutuhan atau keinginan di sadari oleh konsumen maka langkah selanjutnya konsumen akan mencari informasi tentang alternatif pemuas kebutuhan dan kengingnanya. Konsumen di dalam melakukan pencarian informasi mengandalkan pengetahuan dan solusi yang telah di pelajari sebelumnya. Apabila tidak memadai mereka akan mencari informasi dari sumber pribadi, sumber komersial, dan sumber pengalaman. Konsumen hanya mempertimbangkan serangkaian merek

yang di ketahui atau di sadari, di ingat dan di pertimbangkan untuk membeli (Dimiyati, 2014).

3. Evaluasi Alternatif

Konsumen memproses informasi guna mengevaluasi berbagai alternatif merk, mengidentifikasi merk yang paling disukai, dan membentuk minat pembelian. Suatu pendekatan untuk menggambarkan proses evaluasi tersebut dapat di temukan dalam modeling sikap (Dimiyati, 2014).

Tidak ada proses tunggal yang di gunakan oleh semua konsumen, atau oleh seorang konsumen dalam semua situasi pembelian. Ada beberapa proses, dan sebagian besar model terbaru melihat konsumen membentuk sebagian besar penilaian secara sadar dan rasional. Konsumen yang telah melakukan pencarian informasi kemudian akan melakukan evaluasi alternatif dengan melihat beberapa pertandingan pilihan, evaluasi sering mencerminkan keyakinan dan sikap, melalui betindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap dapat mempengaruhi perilaku pembelinya (Kotler, 2009).

4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap, evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merk dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merk yang paling di sukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima

sub keputusan yaitu merek, penyalur, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran (Kotler, 2009).

Konsumen cenderung meminimalkan resiko (konsekuensi dan ketidak pastian) berdasarkan pada kualifikasi produk atau jasa tertentu yang di terimanya. Kesetiaan terhadap organisasi perusahaan berfungsi sebagai alat untuk mengurangi resiko – resiko keputusan pembelian kosumen (Dimiyati, 2014).

Alasan terakhir kenapa konsumen setia kepada merek suatu produk atau jasa tertentu mungkin dimaksudkan untuk memperoleh keputusan optimum dari si penjual. Menjadi seorang “konsumen reguler” menjamin perlakuan yang lebih baik dan lebih mendorong perhatian kepada konsumen (Dimiyati, 2014).

2.6 Pasien Sebagai Konsumen

2.6.1 Definisi Pasien Sebagai Konsumen

Pada dasarnya menurut (Nasution, 2005) dikenal tiga macam konsumen dalam sistem kualitas modern, yaitu sebagai berikut :

1. Konsumen internal yaitu setiap orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh atau berperan pada *performance* kerja dari suatu perusahaan.
2. Konsumen antara adalah setiap yang berperan atau bertindak hanya sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir produk atau jasa.

3. Konsumen eksternal adalah setiap orang yang merasakan, membeli dan menggunakan suatu akhir produk dan jasa, yang sering disebut pelanggan nyata.

Pelanggan adalah pembeli atau pemakai produk atau jasa perusahaan sehubungan dengan kualitas dari kinerja perusahaan tersebut atau hasil kinerja produk atau jasa yang digunakan. Pelanggan dalam penelitian ini masuk dalam jenis konsumen eksternal mengingat bahwa pelanggan telah melakukan pembelian, penggunaan, dan merasakan akhir suatu produk atau jasa. Pelanggan dalam penelitian ini adalah konsumen sebagai pengguna atau penerima jasa pelayanan rumah sakit.

2.6.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktifitas-aktifitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Yang termasuk ke dalam perilaku konsumen selain mengenai kualitas produk, juga meliputi harga produk atau jasa tersebut. Jika harga terlalu tinggi maka konsumen tidak akan terlalu lama membutuhkan waktu untuk memikirkan dan melakukan aktifitas perilaku konsumen. Namun, jika harga suatu barang atau jasa tersebut bisa dibilang tinggi, atau mahal, maka konsumen tersebut akan memberikan *effort* lebih terhadap pada barang maupun jasa (Tatik, 2012).

Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Keller, 2009).

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Pemasar dapat memahami secara penuh teori dan realitas perilaku konsumen. Di dalam model perilaku konsumen terdapat 2 rangsangan yang dapat berhubungan dengan perilaku konsumen dan proses pembelian (Kotler dan Keller, 2009).

Rangsangan pada kotak dari luar yang terdiri dari 2 komponen yaitu pemasaran dan lingkungan. Rangsangan pemasaran dapat meliputi :

1. Produk, yaitu produk apa yang secara tepat di minati oleh konsumen, baik secara kualitas, maupun kuantitasnya.
2. Harga, merupakan seberapa besar harga sebagai pengorbanan konsumen dalam memperoleh manfaat yang di inginkan.
3. Distribusi, bagaimana pendistribusian barang sehingga produk dapat sampai ke tangan konsumen dengan mudah.
4. Promosi, yaitu pesan – pesan yang di komunikasikan sehingga keunggulan produk dapat sampai ke tangan konsumen.

Rangsangan marketing tersebut, dalam hal ini di lengkapi dengan adanya rangsangan – rangsangan lain yang meliputi :

1. Ekonomi, dalam hal ini adalah daya beli yang tersedia dalam suatu perekonomian yang bergantung pada pendapatan pada tingkat dan distribusi yang berbeda beda.
2. Teknologi, dalam hal ini menjelaskan bahwa dapat membentuk hidup manusia serta dapat memberi dampak positif dan negatif dalam kehidupannya.
3. Politik dan hukum, menjelaskan bahwa keadaan politik dan hukum sangat mempengaruhi stabilitas dan situasi yang sangat berpengaruh pada keputusan pembelian.
4. Budaya, meliputi keyakinan, nilai – nilai dan norma yang di bentuk oleh masyarakat dimana mereka di besarkan yang dapat bergeser mengikuti model atau trend terbaru.

2.6.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pasien

1. Faktor Budaya

Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya (*culture*) adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang melalui keluarga atau institusi utama lainnya. Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada perilaku pasien. Perusahaan harus mengetahui peranan yang di mainkan oleh budaya, sub-budaya, dan kelas sosial pembeli. Budaya juga merupakan kumpulan nilai – nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang di pelajari oleh

seseorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga lainnya.

Sub-budaya (*sub-culture*) yang lebih kecil yang memberikan identifikasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka yang mencakup segala cara atau pola pikir, merasakan dan bertindak yang manusia sebagai anggota masyarakat. Perilaku pasien di tentukan oleh kebudayaan, yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam permintaan akan bermacam barang dan jasa di pasar perusahaan di tuntut untuk dapat memenuhinya. (Kotler dan Keller, 2009).

2. Faktor Sosial

Divisi yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, tersusun secara hirarki dan mempunyai anggota yang berbagai nilai, minat, perilaku yang sama (Kotler dan Keller, 2009). Perilaku pasien pun juga dapat di pengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga serta peranan dan status sosial konsumen.

a. Kelompok acuan

Kelompok seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung yaitu keluarga. Selain keluarga, manusia juga memiliki kelompok lainnya, yang

di sebut kelompok acuan. Kelompok acuan (*reference group*) adalah seorang atau kelompok orang di jadikan acuan seseorang dalam membentuk pandangan tentang nilai tertentu, sikap atau pedoman berperilaku yang memiliki ciri – ciri khusus (Kotler dan Keller, 2009). Pendapat lain menyatakan bahwa kelompok acuan adalah perorangan atau kelompok nyata nyata atau maya yang membayangkan mempunyai keamanan penilai aspirasi dan perilaku (Nitisusantro, 2012).

b. Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga merepresetasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh (Kotler dan Keller, 2009). Pengertian tentang keluarga sangat luas dan beragam, keluarga di definisikan sebagai dua atau lebih orang yang mempunyai hubungan darah, pernikahan, atau adopsi yang tinggal bersama. Pendapat lain menyatakan lazimnya satu unit keluarga adalah keluarga yang lengkap, terdiri dari tiga generasi yang hidup bersama dan yang sering terjadi tidak hanya kakek dan nenek, akan tetapi paman, bibi, keponakan dan kerabat yang lainnya. Dalam keluarga, keputusan untuk memenuhi kebutuhan hidup lazimnya dilakukan oleh

kepala keluarga, atau pencari nafkah anggota keluarga. Dari penjelasan ini maka dengan sendirinya faktor keluarga mempengaruhi dalam keputusan membeli (Nitisusastro, 2012).

c. Peran dan Status

Peran dan status sosial seseorang menunjukkan kedudukan orang itu setiap kelompok sosial yang di tempati. Peran dan status meliputi kegiatan yang di harapkan akan dilakukan oleh seseorang dan setiap peran yang di lakukan tersebut akan menghasilkan status. Yaitu orang berpartisipasi dalam banyak kelompok keluarga, klub, ataupun organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dan membantu mendefinisikan norma perilaku. Kita dapat mendefinisikan seseorang dalam tiap kelompok dimana ia akan menjadi anggota berdasarkan peran dan status (Kotler dan Keller, 2009).

3. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga di pengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian serta nilai. Karena banyak dari karakteristik ini yang mempunyai dampak yang sangat langsung terhadap perilaku konsumen, penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka secara seksama.

a. Usia dan Tahap Daur Hidup

Setiap orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Kebutuhan seseorang terus berkembang seiring dengan bertambahnya usia. Pemasar juga harus memperhitungkan kejadian atau transisi hidup.

b. Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi

Tingkat pendidikan khususnya tingkat pendidikan wanita mempunyai pengaruh terhadap derajat kesehatan. Dengan tingginya tingkat pendidikan juga menjadikan pembeli mencari aspek dari produk sebelum keputusan pembelian. Pilihan produk pun sangat di pengaruhi oleh keadaan ekonomi penghasilan yang dapat di belanjakan (tingkat, stabilitas, dan pola waktu), tabungan dan aset. Hal tersebut membuat pemasar juga memperhatikan dari aspek ekonomi dari pembeli gunanya untuk dapat mengidentifikasi pasaran – pasaran produk di kalangan profesi atau pembeli.

c. Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang mempunyai karakteristik pribadi yang mempengaruhi perilaku pembelinya. Yang di maksudkan dengan kepribadian adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respon yang relative konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan (termasuk perilaku pembelian). Kita sering menggambarkannya

sebagai sifat seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, rasa hormat, kemampuan bersosialisasi, pertahanan dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian juga dapat menjadi variabel yang berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. Idanya bahwa merk juga mempunyai kepribadian dan konsumen mungkin memilih merek yang kepribadiannya sesuai dengan mereka. Oleh karena itu di definisikan kepribadian merek sebagai bauran tertentu dari sifat manusia yang dapat kita kaitkan dengan merek tertentu (Kotler dan Keller, 2009).

4. Faktor Psikologis

a. Motivasi

Teori Sigmund Freud dalam Kotler, 2009 mengansumsikan bahwa kekuatan psikologis yang membentuk perilaku seseorang sebagian besar adalah ketidaksadaran, bahwa seseorang tidak dapat memahami secara penuh motivasinya sendiri. Ketika seseorang mengamati merk tertentu, ia tidak hanya bereaksi terhadap kemampuan yang di nyatakan sebagai produk tersebut, tetapi juga terhadap tanda lain yang kurang di sadari seperti bentuk, ukuran, berat, bahan, warna dan nama merk.

b. Persepsi

Persepsi yaitu orang yang termotivasi siap bertindak. Bagaimana ia bertindak di pengaruhi oleh pandangannya tentang situasi. Dalam pemasaran, persepsi lebih penting daripada realitas, karena persepsi konsumen mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti, bias disebut juga dengan kata lain proses yang digunakan oleh individu memilih, mengorganisasikan, dan mengintegrasikan masukan dari informasi gunanya untuk menciptakan gambaran dunia yang lebih berarti. Persepsi tidak hanya bergantung kepada stimuli fisik, tetapi juga pada stimuli yang berhubungan dengan lingkungan dan kondisi individu tersebut (Kotler dan Keller, 2009).

c. Pembelajaran

Pembelajaran merupakan perubahan dalam perilaku kita yang timbul dari adanya suatu pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia di pelajari, meskipun sebagian besar pembelajaran itu tidak disengaja. Pembelajaran dapat di hasilkan melalui interaksi dorongan, rangsangan, pertanda, respons, dan penguatan.

d. Keyakinan dan Sikap

Keyakinan dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian.

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang di pegang seseorang tentang sesuatu, sama pentingnya dengan sikap yaitu evaluasi dalam waktu yang lama tentang yang disukai atau tidak disukai seseorang, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan terhadap beberapa objek atau ide.

2.7 Penelitian Sebelumnya

Dalam hal ini terdapat beberapa penelitian sebelumnya untuk mendukung penelitian ini antara lain :

1. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Aminudin dan Susanto mengenai Analisis Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pasien Dalam Memanfaatkan Rawat Inap Di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Nanggulandalam penelitian ini menggunakan metode analitik dengan variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor priadi, faktor psikologi, perilaku pasien dalam pemanfaatan rawat inap. Peneliti menggunakan uji Chi Square. Hasil penelitian ini dari faktor budaya, faktor sosial, faktor priadi, faktor psikologi, perilaku pasien dalam pemanfaatan rawat inap secara persial sangat berpengaruh terhadap perilaku pasien dalam pemanfaatan rawat inap di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Nanggulan.
2. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulfah Khannatul Izzah mengenai Studi Tentang Sikap Dan Perilaku Masyarakat (Pasien) Pada Masa Keberlakuan Kebijakan Jaminan Persalinan Di RSUD Kabupaten Jombang (2012) dalam

penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang mengumpulkan informasi dari berbagai sumber untuk memahami lebih jauh masalah penelitian. Peneliti menggunakan teknik snowball. Hasil dari studi tersebut ternyata sikap pasien terhadap kebijakan Jampersal secara umum mendukung kebijakan Jampersal. Perilaku pasien untuk memanfaatkan Jampersal didorong oleh beberapa motivasi yaitu pemenuhan kebutuhan dasar kesehatan. Kebutuhan dasar untuk mendapatkan pelayanan pemeriksaan kesehatan dan kehamilan, yang telah terpenuhi di fasilitas pelayanan dasar, pemenuhan kebutuhan rasa aman dalam pelayanan kesehatan. Keyakinan akan kemampuan rumah sakit dan jaminan adanya dana dari Jampersal memberi rasa aman dalam memanfaatkan Jampersal.