https://jurnal.fordebi.or.id/index.php/
IMANENSI
Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Islam

DETERMINAN PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH RUMAH SAKIT SYARIAH

Reza Novriwanda[a,1*], Sebastian Herman [b,2]

[a,b] Institut Agama Islam Tazkia, Jl. Ir. H. Djuanda No. 78 Sentul City, Jawa Barat, 16810 - Indonesia

[1]2010103012.reza@student.tazkia.ac.id, [2] sebastianherman@tazkia.ac.id

Corresponding author

INFO ARTIKEL

IMANENSI
Volume 9
Nomor 1
Halaman 37-46
Malang, Maret 2024
ISSN: 2339-1847
e-ISSN: 2683-9968

Kronologi Artikel:
Tanggal Masuk:
7 Februari 2024
Tanggal Selesai Revisi:
12 Maret 2024
Tanggal Diterima:
16 Maret 2024

Kata Kunci:
Pemahaman Konsumen;
Preferensi Konsumen.
Religiusitas;
Rumah Sakit Syariah;
Sikap Konsumen.

Keywords:
Consumer Attitudes;
Consumer Preferences.
Consumer understanding;
Religiosity;
Sharia Hospitals

Abstrak: Determinan Preferensi Konsumen Memilih Rumah Sakit Syariah. Penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi religiusitas, pemahaman, dan sikap konsumen sebagai indikator dalam preferensi memilih Rumah Sakit Syariah. Penelitian ini menggunakan Structural *Equation Modeling Partial Least Squar*e. Sampel penelitian adalah 100 responden dari Generasi Z hingga Generasi Baby Boomer. Penelitian ini membuktikan bahwa preferensi memilih Rumah Sakit Syariahdi Provinsi Riau dipengaruhi oleh pemahaman, religiusitas, dan sikap konsumen. Pemahaman konsumen terhadap konsep syariah dan tingkat religiusitas konsumen memiliki dampak terhadap preferensi memilih Rumah Sakit Syariah. Kondisi ini menandakan bahwa pemahaman dan religiusitas menjadi pendorong utama dalam pemilihan RS syariah. Sikap konsumen juga memiliki peran penting karena membentuk pilihan yang dibuat oleh konsumen.

Abstract: Determinants of Consumer Preferences in Choosing Sharia Hospitals. *This study seeks to identify religiosity, understanding, and consumer attitudes as indicators in preferences for choosing a Sharia Hospital. This research uses Structural Equation Modeling Partial Least Square. The research sample was 100 respondents from Generation Z to Baby Boomer Generation. This study proves that the preference for choosing a Sharia Hospital in Riau Province is influenced by understanding, religiosity, and consumer attitudes. Consumer understanding of the concept of sharia and the level of consumer religiosity have an impact on preferences for choosing Sharia Hospitals. This condition indicates that understanding and religiosity are the main drivers in choosing Islamic hospitals. Consumer attitudes also have an important role because they shape the choices made by consumers.*

Disitasi sebagai: Novriwanda, R., & Herman, S. (2024). Determinan Preferensi Konsumen Memilih Rumah Sakit Syariah. *IMANENSI: Jurnal Ekonomi Manajemen, dan Akuntansi Islam, 9*(1), 37-46. https://doi.org/10.34202/imanensi.9.1.2024.37-46.

1. PENDAHULUAN

Permintaan akan halal produk seperti makanan, kosmetik, obat-obatan, jasa, dan barang lainnya, terus meningkat sejalan dengan peningkatan

populasi Muslim global (Izza et al., 2023). Salah satu inovasi yang muncul adalah RS (RS) Syariah dikarenakan kebutuhan masyarakat yang ingin mendapatkan layanan kesehatan yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah Islam (Latifah, 2020). Kesadaran masyarakat akan kesehatan meningkat dan mereka membutuhkan layanan kesehatan yang sesuai syariah (Permana, 2022). Semangat bersyariah masyarakat pada semua aspek meningkat, termasuk pada aspek pelayanan kesehatan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Majelis Upaya Kesehatan Islam Seluruh Indonesia (MUKISI) Per tanggal 21 Januari 2023, terdapat 74 RS yang telah tersertifikasi dan sedang berproses. Di antaranya yakni 17 Sertifikasi RS Syariah, 10 Resertifikasi RS Syariah, 4 Sertifikasi, 8 Pra Survey, 18 Pendampingan dan 17 mendaftar pendampingan (MUKISI, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat akan RS syariah pada era globalisasi sekarang sangat tinggi dan juga ini membuktikan bahwa sertifikasi RS syariah semakin diminati oleh para pelaku industri kesehatan.

RS syariah berfokus pada maqashid syariah, yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan kekayaan (Kusumawardhani, 2023). Dalam penerapannya, harus mematuhi peraturan, hukum, dan ketentuan yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Menurut situs web resmi MUKISI, ada perbedaan antara RS syariah dan RS konvensional. Yang pertama, pasien yang sedang sakaratul maut dibantu dengan talqin. Kedua, ingatkan pasien dan keluarga tentang waktu shalat. Ketiga, penempatan kateter sesuai jenis kelamin: perawat laki-laki memasang kateter laki-laki dan sebaliknya, selain itu, RS syariah harus memenuhi delapan standar pelayanan minimal, salah satunya adalah membaca "*bismillah*" selama pemberian obat dan tindakan. Selanjutnya, hijab untuk pasien wanita Muslim. Selain itu, edukasi islami (dalam bentuk leaflet), instruksi fikih pasien, dan pemasangan elektrokardiogram yang disesuaikan dengan jenis kelamin pasien semuanya diperlukan. Syarat tambahan termasuk memakai hijab saat menyusui dan di kamar operasi; penjadwalan operasi yang direncanakan atau elekif; dan operasi yang tidak berbarengan dengan waktu shalat (MUKISI, 2023). Menurut Asrorun Niam Sholeh selaku sekretaris Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) RS Syariah berkomitmen untuk memberikan layanan medis sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai Syariah Islam, sambil menjunjung tinggi konsep kesetaraan di seluruh aspek perawatan, selain itu RS syariah menjamin kepatuhan syariah dalam layanan dan transaksi, menu makan, dan obat-obatan yang halal serta dibolehkan sesuai syariah (MEDX, 2019). Tujuan utama dari lembaga-lembaga ini adalah untuk melindungi agama, jiwa, garis keturunan, kecerdasan, dan harta benda (Yusuf, 2019)

Penerapan RS Syariah merujuk pada fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 107/DSN-MUI/X/2016, yang menguraikan panduan penyelenggaraan RS berdasarkan prinsip syariah (Nur Djannah et al., 2020). Dalam fatwa tersebut berbicara diantaranya mengenai akad, pelayanan, obat obatan dan pengembangan dana RS. Ada beberapa ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi agar RS dapat menjadi RS berprinsip syariah. Ketentuan-ketentuan tersebut sudah tercantum dengan jelas dalam fatwa MUI (DSN-MUI, 2016). Bahwa pentingnya sertifikat syariah

harus mendasar pada lima kaidah yaitu memelihara agama, menjaga jiwa, memelihara akal, harta, dan keturunan (Rofi, 2020). Dengan demikian, RS Syariah menjamin pelayanan sesuai dengan prinsip syariah, melindungi akidah Islam, dan menerapkan manajemen berbasis syariah. RS Syariah menekankan aspek-aspek keagamaan dalam penyediaan pelayanan kesehatan, mulai dari perawatan pasien hingga manajemen keuangan.

Dilihat dari perspektif bisnis, terutama pemasaran jasa kesehatan, konsep pelayanan kesehatan syariah di Indonesia dianggap memiliki potensi pasar yang besar (Sundjaya, 2023). Namun, RS syariah atau RS Islam di Indonesia masih terbilang langka dan memiliki daya saing yang relatif rendah dalam industri pelayanan kesehatan jika dibandingkan dengan RS konvensional (Pujilestari et al., 2018). Oleh karena itu, penting untuk mengkaji dengan mendalam sejauh mana preferensi masyarakat terhadap RS syariah. Dalam teori perilaku konsumen, preferensi konsumen merupakan sikap terhadap pilihan produk atau jasa yang terbentuk melalui evaluasi berbagai pilihan yang tersedia. Dari definisi tersebut, dapat dipahami bahwa preferensi konsumen bersifat dinamis, melibatkan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku, serta kejadian di sekitarnya, serta melibatkan proses pertukaran (Kotler & Keller, 2009).

Studi sebelumnya telah mengamati preferensi konsumen terhadap produk atau jasa, namun belum banyak yang mengeksplorasi dalam lingkup industri syariah, terutama RS syariah. Sebagai contoh, Zhu et al., (2019) menganalisis preferensi pasien di China terhadap RS umum, dengan menemukan bahwa kecenderungan pasien untuk memilih layanan publik dibandingkan dengan layanan swasta. Di Indonesia, Hariyanti & Al Rasyid, (2017) memeriksa faktor-faktor seperti motivasi, kelompok referensi, dan bauran pemasaran yang memengaruhi keputusan konsumen memilih RS An-Nisaa'. Selain itu, Firdaus & Ryandono, (2018) melakukan studi kuantitatif deskriptif yang mengevaluasi penilaian masyarakat terhadap lima elemen maqashid syariah yang diterapkan pada RS Islam di Surabaya, menyoroti pentingnya pemeliharaan agama, jiwa, harta, akal, dan keturunan dalam memengaruhi preferensi pasien terhadap layanan RS syariah. Meskipun telah ada beberapa penelitian sebelumnya, masih terdapat kebutuhan untuk lebih memahami preferensi konsumen terhadap RS syariah secara menyeluruh, termasuk faktor-faktor yang memengaruhi preferensi tersebut dan implikasinya bagi industri kesehatan syariah di Indonesia.

Kurangnya penelitian yang secara khusus menggali faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih RS syariah, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai hal tersebut. Penelitian ini akan memfokuskan pada masyarakat yang termasuk dalam rentang usia Generasi Z hingga Baby Boomer. Generasi Z (kelahiran awal 1990-an hingga pertengahan 2010-an) dan Baby Boomer (kelahiran awal 1940-an hingga pertengahan 1960-an) dipilih karena mereka mewakili dua generasi yang mungkin memiliki pandangan dan preferensi yang berbeda terkait pelayanan kesehatan, termasuk RS Syariah. Penelitian ini akan terbatas pada responden yang berdomisili di Provinsi Riau, dengan beberapa alasan. Pertama, Riau merupakan provinsi dengan populasi muslim yang

cukup besar sehingga kebutuhan akan layanan kesehatan berbasis syariah menjadi penting. Kedua, beberapa RS umum di Riau telah memiliki pelayanan khusus berbasis syariah sehingga memungkinkan untuk melakukan penelitian. Ketiga, lokasi yang tidak jauh dari tempat tinggal peneliti memudahkan pelaksanaan pengumpulan data.

Teori perilaku konsumen menjadi dasar utama dalam penelitian ini. Menurut teori tersebut, preferensi konsumen dipengaruhi oleh evaluasi berbagai pilihan produk atau jasa dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti budaya (termasuk agama), sosial, psikologis, dan pribadi (Kotler & Keller, 2009). Oleh karena itu, penelitian ini secara spesifik akan menjelaskan pengaruh religiusitas, pemahaman, dan sikap terhadap preferensi konsumen dalam memilih RS syariah di Provinsi Riau. Pada penilitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel seperti religiusitas, sikap, dan pemahaman konsumen dapat memberikan dampak pada preferensi konsumen terhadap RS syariah. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya dan memberikan wawasan lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen. Hasilnya diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen RS untuk meningkatkan layanan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) dan kuesioner sebagai instrumen untuk mengeksplorasi pengaruh religiusitas, pemahaman, dan sikap konsumen terhadap preferensi memilih RS syariah di Provinsi Riau. Sampel sebanyak 100 responden dipilih melalui teknik purposive sampling, terutama dari masyarakat yang berobat di RS syariah atau berminat melakukannya. Pengumpulan data melibatkan data primer melalui kuesioner dengan skala Likert dan data sekunder dari sumber-sumber terdahulu. Proses pengolahan data menggunakan SEM-PLS, yang melibatkan evaluasi model pengukuran untuk validitas dan reliabilitas, serta evaluasi model struktural untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel laten, PLS-SEM sangat berguna untuk penelitian yang mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi aspek tertentu (Priantina et al., 2023).

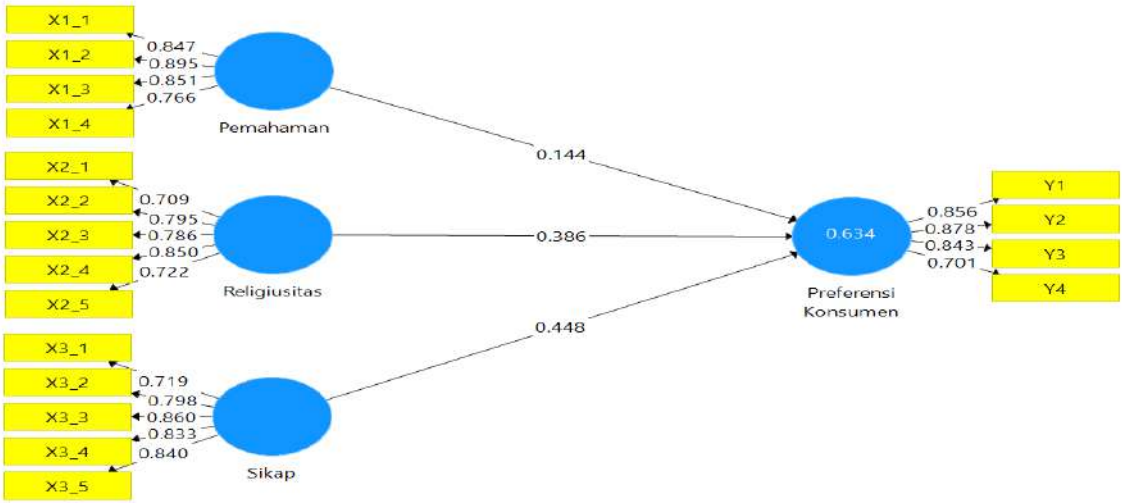
3. HASIL DAN DISKUSI

Pengujian validitas indikator reflektif dapat dilakukan dengan menilai korelasi antara nilai skor indikator dan nilai skor konstruk. Jika terjadi perubahan pada indikator lain dalam konstruk yang sama, pengukuran yang digunakan dengan indikator reflektif akan menunjukkan perubahan pada konstruk tersebut. Hasil perhitungan yang dilakukan dengan perangkat lunak smart PLS 3.0 dapat dilihat pada tabel 1. Selanjutnya berdasarkan hasil tes gambar 1 terlihat nilai setiap variabel dalam uji AVE melebihi 0,5, sedangkan nilai setiap variabel dalam uji outer loading melebihi 0,7. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa tes tersebut valid dan berhasil.

Tabel 1. Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Hasil
Pemahaman (X1)	X1_1	0,847	0,707	Valid
	X1_2	0,895		Valid
	X1_3	0,851		Valid
	X1_4	0,766		Valid
Religiusitas (X2)	X2_1	0,709	0,677	Valid
	X2_2	0,795		Valid
	X2_3	0,786		Valid
	X2_4	0,850		Valid
	X2_5	0,722		Valid
Sikap (X3)	X3_1	0,719	0,599	Valid
	X3_2	0,798		Valid
	X3_3	0,860		Valid
	X3_4	0,833		Valid
	X3_5	0,840		Valid
Preferensi Konsumen (Y)	Y1	0,856	0,658	Valid
	Y2	0,878		Valid
	Y3	0,843		Valid
	Y4	0,701		Valid

Tabel 2 menunjukkan bahwa pemeriksaan reliabilitas komposit dan alfa Cronbach mengungkapkan nilai melebihi 0,7. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel laten yang dinilai dalam penelitian ini dapat dianggap raliabel. Tabel 3 menyajikan temuan dari penilaian model struktural menggunakan R-Square yang menunjukkan nilai R-Square memiliki pengaaruh sedang terhadap struktural model. Selanjutnya, tiga tes lain, yaitu chi-square, standar root mean square residual (SRMR), dan standard fit index (NFI), digunakan untuk mengevaluasi kecukupan model yang dibangun. Persyaratan minimum untuk parameter *chi-square* adalah 0,9 atau lebih tinggi, sedangkan nilai SRMR harus kurang dari atau sama dengan 0,1 (Fahmi *et al.*, 2023).



Gambar 1. *Output loading factor* pemodelan

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pemahaman (X1)	0,906	0,862	Reliabel
Religiusitas (X2)	0,893	0,839	Reliabel
Siakp (X3)	0,882	0,834	Reliabel
Preferensi Konsumen (Y)	0,906	0,870	Reliabel

Tabel 3. *Model Fit*

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted	SRMR	Chi-square	NFI
Preferensi Konsumen	0,634	0,623	0,079	328,874	0,721

Tabel 4. *F-square*

	F-Square
Pemahaman -> Preferensi Konsumen	0,055
Religiusitas -> Preferensi Konsumen	0,217
Sikap -> Preferensi Konsumen	0,290

Tabel 3 mengungkapkan bahwa nilai Chi-kuadrat melebihi 0,9, nilai SRMR turun di bawah 0,1, dan nilai NFI adalah 72,1% (0,721). Ini menunjukkan bahwa model yang diperiksa dalam penelitian ini melampaui model nol, memberikan pembuktian bahwa model ini cocok dengan baik (Fahmi, 2022). Temuan penelitian ini menunjukkan adanya dua nilai f-square dengan efek sedang (0,217 dan 0,290) dan satu nilai f-square dengan efek kecil (0,055), seperti yang tertera pada Tabel 5. Selama tahap pengembangan model dan pengujian hipotesis penelitian, analisis data diterapkan. Pengujian hipotesis menjadi alat yang efektif bagi peneliti untuk mengatasi isu terbuka dan mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Dalam bidang pengujian hipotesis, terdapat proses yang menunjukkan apakah konstruksi pada tingkat yang lebih rendah memiliki pengaruh substansial atas tingkat yang lebih tinggi yang diinginkan. Untuk memeriksa hipotesis, metode bootstrap digunakan. Ini terutama berlaku untuk hasil uji inner model atau model struktural, yang memerlukan keluaran seperti r-square, koefisien parameter, dan t-statistik (Sayyida & Alwiyah, 2018)**.** Studi sebelumnya tentang SEM dan PLS telah mengungkapkan bahwa nilai koefisien jalur -1 hingga +1 menunjukkan pengaruh positif, sedangkan nilai -1 menandakan pengaruh negatif. Sementara itu, nilai t- statistik pada bootstrap PLS-SEM menunjukkan determinan yang signifikan dalam penelitian ini, dengan nilai yang dianggap cukup ketika melebihi 1,96 dan nilai-p dianggap signifikan jika kurang dari 0,05 (J. F. J. Hair et al., 2017).

Tabel 5. Hasil T - statistic

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Pemahaman Preferensi Konsumen	->0,144	0,149	0,066	2,161	0,031
Religiusitas Preferensi Konsumen	->0,386	0,405	0,100	3,875	0,000
Sikap Preferensi Konsumen	->0,448	0,430	0,090	4,966	0,000

3.1 Pengaruh Pemahaman Terhadap Preferensi Konsumen

Variabel pemahaman menunjukkan pengaruh yang baik terhadap preferensi konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur 0,144. Kesimpulan ini diambil dari hasil nilai t-statistik 2,161 melebihi 1,96 dan nilai dari p-value kurang dari 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa variabel pemahaman memiliki dampak yang signifikan dan berpengaruh terhadap variabel preferensi konsumen. Salah satu faktor pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah tingkat pengetahuan seseorang (Nugraha et al., 2021). Dalam konteks khusus ini, pemahaman mencakup kapasitas individu untuk memproses dan mengasimilasi informasi yang diterima, sehingga memfasilitasi pemanfaatan pengetahuan tersebut yang tepat dan terarah.

Tingkat pemahaman yang lebih tinggi dalam masyarakat akan meningkatkan preferensi terhadap keberadaan RS syariah (Latifah, 2020). Pemahaman yang mendalam dan akurat tentang RS syariah dapat membantu konsumen dalam memilih layanan kesehatan yang sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai agama(Latifah, 2020). Hal ini sejalan dengan teori bahwa faktor pengetahuan pribadi berpengaruh terhadap preferensi konsumen. Semakin mendalam pemahaman konsumen, semakin mereka dapat membuat keputusan pembelian yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pribadi mereka (Nugraha et al., 2021).

3.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Preferensi Konsumen

Variabel religiusitas diukur dengan indikator nilai religiusitas yang ada, keyakinan akan RS syariah dan praktik yang dilakukan pada RS syariah (Muhamad et al., 2017; Shah Alam et al., 2011). Variabel eksogen religiusitas mengungkapkan efek yang luar biasa dan membangkitkan semangat pada preferensi konsumen, menunjukkan pengaruhnya yang mendalam dengan nilai koefisien jalur 0,386. Kesimpulan ini dapat dilihat dari nilai t-statistik 3,875, melampaui ambang 1,96 dan nilai p-value nya lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat dengan yakin dinyatakan bahwa religiusitas memancarkan dampak positif dan penting pada preferensi konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, jika dibandingkan dengan variabel lain, variabel eksogen religiusitas memancarkan dampak yang lebih mendalam dan berpengaruh. Dalam konteks RS syariah, religiusitas mencerminkan sejauh mana individu merasakan keterikatan dengan nilai-

nilai dan ajaran agama Islam. Religiusitas sebagai fondasi moral dan etika yang membimbing perilaku individu dalam memilih layanan kesehatan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas, seperti lima komponen maqashid syariah: menjaga agama, jiwa, harta, akal, dan keturunan, mendukung temuan ini. Seperti yang dinyatakan oleh (Firdaus & Nafik H. R., 2019), Hal ini sesuai dengan teori bahwa agama sebagai bagian dari faktor budaya mempengaruhi preferensi konsumen (Nugraha et al., 2021). RS syariah menawarkan layanan berbasis prinsip-prinsip syariah seperti halal, khitan, dan doa. Masyarakat dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih prefer memilih RS yang sejalan dengan nilai-nilai agama mereka. Oleh karena itu, pengaruh positif dan signifikan religiusitas terhadap preferensi RS syariah masuk akal dalam kerangka teori perilaku konsumen terkait pengaruh faktor budaya.

3.3 Pengaruh Sikap Terhadap Preferensi Konsumen

Variabel sikap diukur dengan cara bagaimana sikap konsumen terhadap nilai positif yang ada pada RS syariah, dan juga apakah konsumen menyukai dan setuju akan adanya RS syariah (Suryani, 2013). Variabel sikap menunjukkan efek penting dan afirmatif pada preferensi konsumen, seperti yang ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur 0,448 dan t-statistik 4,966, yang melampaui ambang batas 1,96. Akibatnya, orang dapat menyimpulkan bahwa sikap memainkan peran konstruktif dalam membentuk preferensi konsumen. Untuk menggali lebih dalam, dapat dijelaskan bahwa sikap memiliki pengaruh yang signifikan dan menguntungkan pada preferensi konsumen, sebagaimana dibuktikan oleh nilai t-statistik 4,966 yang melampaui ambang batas 1,96, dan nilai-p 0,00 yang lebih rendah dari 0,05. Oleh karena itu, penelitian menyatakan bahwa variabel sikap memberikan dampak positif dan substansial pada preferensi konsumen. Kondisi ini sesuai dengan teori bahwa sikap pribadi sebagai evaluasi kognitif, afektif, dan konatif terhadap suatu objek, dalam hal ini RS syariah, akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk/layanan (Nugraha et al., 2021). Semakin positif sikap, semakin besar kecenderungan konsumen untuk memilih RS syariah.

Sikap konsumen terhadap pemilihan RS syariah menjadi kunci dalam memahami perilaku konsumen terhadap layanan kesehatan berbasis syariah. Dalam penelitian ini, sikap konsumen mencakup penilaian terhadap aspek-aspek tertentu terkait karakteristik RS syariah. Penekanan pada sikap konsumen sebagai parameter evaluatif menggambarkan pentingnya persepsi individu dalam membentuk pandangan terhadap layanan kesehatan berbasis syariah. Penemuan ini memvalidasi gagasan bahwa sikap memiliki pengaruh penting atas kecenderungan konsumen dalam memilih RS yang sesuai dengan syariah. Ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nur Djannah et al., 2020), yang mengungkapkan bahwa masyarakat umum memiliki kerinduan akan fasilitas medis yang sesuai dengan syariah sebagai pilihan pilihan mereka untuk perawatan kesehatan. Didasarkan pada prinsip-prinsip RS berbasis syariah yang dianggap sebagai lingkungan yang aman dan nyaman bagi umat beragama, terutama umat Muslim.

4. SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman konsumen terhadap konsep syariah dan tingkat religiusitas konsumen memiliki dampak positif yang signifikan terhadap preferensi mereka, menandakan bahwa faktor ini menjadi pendorong utama dalam pemilihan RS syariah. Selain itu, sikap konsumen juga memiliki peran penting untuk dimainkan, karena memiliki pengaruh yang konstruktif dan penting dalam membentuk pilihan yang dibuat oleh konsumen.

Studi ini menambah pemahaman kita tentang unsur-unsur yang berdampak pada kecenderungan konsumen terhadap fasilitas kesehatan yang mengikuti prinsip-prinsip syariah. Secara ilmiah, penelitian ini memberikan wawasan baru dengan menekankan perlunya peningkatan pemahaman konsumen, serta peran kunci religiusitas dan sikap konsumen dalam memahami preferensi mereka terhadap layanan kesehatan syariah. Kontribusi praktisnya terletak pada rekomendasi strategis untuk RS syariah, termasuk upaya meningkatkan pemahaman, memperkuat pemberdayaan religiusitas, dan melakukan manajemen sikap konsumen guna meningkatkan daya tarik RS syariah.

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang berharga, perlu diakui adanya beberapa keterbatasan. Metode penelitian dan pemilihan sampel mungkin membatasi generalisasi temuan. Oleh karena itu, untuk mengatasi keterbatasan ini, penelitian lanjutan dapat diarahkan pada eksplorasi faktor-faktor tambahan yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap RS syariah, memberikan landasan bagi pengembangan strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih komprehensif.

REFERENSI

DSN-MUI. (2016). *Pedoman Penyelanggaraan RS Berdasarkan Prinsip Syariah*. *19*, 1–15.

Fahmi, M. A. (2022). Analysis of Sustainable Business Performance in Staple Food Traders in West Java Province: An Empirical Analysis. *Management, and Industry (JEMI)*, *05*(03), 175–196.

Fahmi, M. A., Nurfauzia, F., & Yulyadin, Y. (2023). Analisis Pengaruh Faktor Pendorong dan Penghambat terhadap Praktik Rantai Pasokan Hijau pada Pengganti Kantong Plastik: Model Persamaan Struktural pada Retail Modern. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, *2*(02), 111–122. https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i02.342

Firdaus, F. A., & Ryandono, M. N. H. (2018). Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Maqasid Syariah Islamiyah Yang Diterapkan Pada RS Islam Di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, *5*(3), 169–183.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*.

Hariyanti, T., & Al Rasyid, H. (2017). Consumer's Consideration In Choosing A Hospital. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, *15*(3), 546–551.

Izza, N. N., Priantina, A., & Rusydiana, A. S. (2023). Utilizing Twitter Data To Uderstand Global Halal Industry Trends and Developments in the Digital Era. *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance*,

6(02), 106–129. https://doi.org/10.20473/aijief.v6i02.50700

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 1 dan 2. *Jakarta. Penerbit Erlangga*.

Kusumawardhani, N. Q. (2023). *RS Syariah, Apa yang Jadi Pembeda Layanannya?* Republika Online. https://sharia.republika.co.id/berita/ruxkeb414/rumah-sakit-syariah-apa-yang-jadi-pembeda-layanannya-part1

MEDX. (2019). *Melihat Beda RS Syariah Dengan RS Konvensional*. MEDX. https://medx.co.id/melihat-beda-rs-syariah-dengan-rs-konvensional/

MUKISI. (2023). *Inilah Perbedaan Pelayanan di RS Syariah*. MUKISI. https://mukisi.com/6458/inilah-perbedaan-pelayanan-di-rs-syariah/

MUKISI. (2024). *Jumlah RS Syariah di Indonesia Kian Meningkat, Hampir 100 RS yang Mendaftar Sertifikasi*. MUKISI. https://mukisi.com/6204/jumlah-rs-syariah-di-indonesia-kian-meningkat-hampir-100-rumah-sakit-yang-mendaftar-sertifikasi/

Nur Djannah, S., Ruliyandari, R., Studi Kesehatan Masyarakat, P., & Kesehatan Masyarakat, F. (2020). Analisis Kebutuhan Masyarakat terhadap RS Berbasis Syariah Berdasarkan Sikap. *JUMANTIK (Jurnal Ilmiah Penelitian Kesehatan)*, *5*(2), 212–223.

Permana, F. E. (2022). *Minat Masyarakat Terhadap RS Syariah Meningkat*. Republika Online. https://khazanah.republika.co.id/berita/r82ggf313/minat-masyarakat-terhadap-rs-syariah-meningkat

Priantina, A., Muhammad, H. A., Alfiani, T., & Syahnum, M. (2023). Gen Z and Support Towards Islamic Commercial and Social Finance Integration. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 25–48.

Pujilestari, A., Pasinringi, S. A., & Sangkala, S. (2018). Daya Saing Di RS Islam Faisal Tahun 2017. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Maritim*, *1*(2).

ROFI, M. M. A. S. (n.d.). *Implementasi Fatwa Dsn-Mui No. 107/Dsn-Mui/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Rs Berdasarkan Prinsip Syariah*.

Sayyida, S., & Alwiyah, A. (2018). Perkembangan Structural Equation Modeling (Sem) Dan Aplikasinya Dalam Bidang Ekonomi. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, *8*(1), 10–26.

Sundjaya, H. (2023). *Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen muslim dan implikasinya terhadap keputusan pembelian jasa RS Syariah di kota Bandung*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Yusuf, M. (2019). Penyelenggaran RS Berdasarkan Prinsip Syariah: Studi Pada RS Islam Banjarmasin. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, *9*(2), 76. https://doi.org/10.18592/at-taradhi.v9i2.2516

Zhu, J., Li, J., Zhang, Z., Li, H., & Cai, L. (2019). Exploring determinants of health provider choice and heterogeneity in preference among outpatients in Beijing: a labelled discrete choice experiment. *BMJ Open*, *9*(4), e023363.