

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pesatnya pertumbuhan ekonomi serta tantangan era perdagangan menyebabkan semakin ketatnya kompetisi dalam dunia bisnis, begitu juga dengan bisnis dalam pelayanan kesehatan khususnya rumah sakit, yang dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang tidak hanya terbatas pada pelayanannya saja. Akan tetapi juga kualitas yang dihasilkan serta kemampuan perusahaan dalam menciptakan suatu kepuasan bagi pelanggan dan citra yang baik pada pelanggan.

Citra atau image merupakan hal penting dalam perusahaan. Meskipun demikian, belum ada konsensus tentang definisi citra itu sendiri. Misalnya, Meyer (1988) dalam Riana dan Tanding (2003) menyatakan bahwa “penampilan, kepribadian, atau gambaran mental secara umum dari suatu perusahaan disebut kesan perusahaan”. Sedangkan menurut Kotler (2000) menyatakan bahwa “citra merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan maupun produknya”. Pendapat yang lain dikemukakan oleh Smith (1992) dalam Dwi dan Anne (2001) menyatakan bahwa citra adalah segala sesuatu yang berasal dari kesan atau tanggapan terhadap visual dari logo perusahaan, kop surat, ruangan, suasana yang diciptakan pengalaman baik dalam merasakan produk yang berkualitas atau layanan yang menyenangkan.

pengalaman konsumen selama mengkonsumsi barang atau jasa yang mereka dapat. Untuk itu citra yang baik harus diciptakan oleh suatu perusahaan karena dengan mempunyai citra yang baik diharapkan pelanggan akan mempunyai persepsi yang baik pula mengenai kualitas yang dimiliki.

Menghadapi persaingan yang semakin ketat khususnya perusahaan dibidang jasa kesehatan selain memperhatikan citra juga harus memberikan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Hal ini menuntut perusahaan untuk melakukan berbagai perubahan dalam hal ketersediaan jenis jasa pelayanan, ketersediaan sumber daya manusia, mutu atau kualitas pelayanan maupun biaya pelayanan. Dengan berbagai perubahan tersebut diharapkan tercipta kepuasan pelanggan rumah sakit (Fatmawati, 2004).

Menurut Kotler (1999) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Dengan pelanggan merasa puas terhadap suatu penggunaan produk atau jasa maka hal ini akan menguntungkan perusahaan dalam jangka panjang sebab rasa puas pelanggan akan mempengaruhi tindakan yang didasarkan pada pengalaman masa lalu dimana selanjutnya mereka tidak akan mudah berpindah merek karena pengaruh stimuli pemasaran.

Citra dan kepuasan pelanggan merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan baik yang berwujud dalam pembelian ulang maupun mereka merekomendasikannya pada orang lain.

pelanggan adalah komitmen mendalam untuk membeli ulang produk atau menggunakan kembali pelayanan dimasa akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set merek yang sama, walaupun ada keterlibatan faktor situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah merek. Dari definisi tersebut sangatlah jelas bahwa citra dan kepuasan pelanggan mempunyai peran penting untuk mempengaruhi pelanggan untuk setia kepada produknya atau menggunakan kembali jasa yang telah diberikan. Dan pada gilirannya diharapkan citra dan kepuasan pelanggan dapat membuat pelanggan loyal menggunakan jasa rumah sakit tertentu disaat membutuhkan layanan kesehatan di lain waktu.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya oleh Fatmawati (2004) dengan judul "Citra Rumah Sakit, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Studi Pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta". Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan citra rumah sakit dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh variabel citra dan kepuasan. Maka peneliti mengambil judul "ANALISIS PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT DAN KEPUASAN TERHADAP

LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH SAKIT ISLAM BANJARNEGARA”.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian yang dilaksanakan terbatas pada pelanggan yang pernah menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Islam Banjarnegara.
2. Variabel independen yang diteliti yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan hanya variabel citra dan kepuasan pada Rumah Sakit Islam Banjarnegara.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah citra rumah sakit berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Islam Banjarnegara?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Islam Banjarnegara?
3. Apakah citra rumah sakit dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Islam Banjarnegara?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang bisa dicapai adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Islam Banjarnegara.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Islam Banjarnegara.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra rumah sakit dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Islam Banjarnegara.

E. Manfaat Penelitian

Disamping tujuan penelitian seperti yang diuraikan di atas, penelitian ini juga mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Memberikan sumbangan pemikiran dan masukan bagi pihak manajemen dalam menentukan kegiatan pada rumah sakit dalam hubungannya citra rumah sakit dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Bagi penulis

Penelitian ini sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang didapat di perkuliahan selama ini.

3. Bagi pembaca

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan