

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kemajuan ekonomi global membawa dampak persaingan pada industri jasa, sehingga mau tidak mau perusahaan jasa harus memperhatikan kualitas jasa atau pelayanan yang mereka jual. Dahulu kualitas pelayanan dikembangkan atas dasar kriteria yang ditetapkan oleh perusahaan, sedangkan saat ini telah bergeser kepada pengertian sesuai dengan kriteria konsumen. Dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangan berbagai industri jasa, seperti: perbankan, asuransi, kredit, komunikasi dan pelayanan kesehatan. Bahkan perusahaan manufaktur juga menyadari perlunya unsur jasa pada produknya sebagai upaya peningkatan keunggulan kompetitif bisnisnya.

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam menjual barang atau jasa tergantung dari usaha yang sungguh-sungguh dalam pemasaran. Dalam fungsi pemasaran pelayanan yang berkualitas memegang peranan penting. Untuk itu kemampuan merumuskan dan menyusun program-program pemasaran yang tepat merupakan salah satu masalah utama dalam menciptakan proses pertukaran antara produsen dan pelanggan. Salah satu cara untuk menuju keberhasilan kegiatan pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas setelah berinteraksi.

Berbicara tentang konsep jasa, setiap lembaga memiliki kelebihan dan kekurangan, baik dalam hal fasilitas, konsep, bahkan pelayanan terhadap pelanggan. Hal ini akan menjadi pertimbangan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan untuk konsumen, maka menimbulkan penilaian yang baik dari pelanggan, juga membuat konsumen nyaman dan puas yang berujung pada loyalitas pelanggan. Sehingga hal ini dapat menjadikan nilai tambah bagi lembaga pelayanan kesehatan, sekaligus berdampak pada keinginan untuk melakukan pembelian jasa ulang di lain waktu.

Salah satu upaya untuk mempertahankan pasar adalah dengan menciptakan kepuasan pada pelanggan, karena kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha. Dengan memuaskan pelanggan, organisasi dapat meningkatkan keuntungan dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Ketika pelanggan merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang yang mereka dapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan melakukan pembelian-pembelian yang lain dan juga akan merekomendasikan pada teman dan keluarganya tentang perusahaan tersebut dan produknya, Barnes (2003) dalam Isbandono (2009).

Menurut Padmantlyo dkk. (2004) perusahaan harus dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada

gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan. Dapat dipastikan bahwa pelanggan yang loyal pada dasarnya terbentuk karena adanya kepuasan diri pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat dipertahankan dengan mengembangkan jangka panjang dengan para konsumen, Kotler (1997).

Samuel dan Foedjiawati (2005) menyatakan loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi konsumen, yang memiliki kelakuan dan sikap yang positif atas perusahaan itu.

Menggunakan jasa dan pelayanan kesehatan saat ini sudah menjadi kebutuhan, apalagi keberadaan rumah sakit sebagai satu mata rantai utama bagi pelayanan kesehatan yang mempunyai fungsi utama dalam usaha penyembuhan dan pemulihan. Sebagai perusahaan jasa, rumah sakit mampu mengantisipasi setiap perubahan lingkungan agar dapat bersaing dan bertahan dalam percaturan bisnis jasa kesehatan, serta selalu mengarah ujung tombak pemasarannya, yakni kepuasan konsumen dari segala penawaran yang diberikan dengan tingkat pelayanan tinggi dan memadai (Isbandono, 2009).

Sebagai penyedia pelayanan jasa kesehatan, rumah sakit mempunyai fungsi sosial yaitu memberikan pelayanan kesehatan kepada setiap lapisan masyarakat. Salah satu program pemerintah yaitu SKN

(Sistem Kesehatan Nasional) adalah meningkatkan pelayanan rumah sakit dengan melakukan klasifikasi jenis rumah sakit yaitu kelas A, B, C, D dan rumah sakit bersalin serta mengikuti dan memperluas deregulasi bagi keberadaan rumah sakit swasta partner untuk mewujudkan masyarakat yang sehat (Isbandono, 2009). Salah satu rumah sakit pemerintah di Yogyakarta adalah RS Jogja kelas B yang dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Wali Kota (Kepwal) Jogja Nomor 337/KEP/2010.

RS Jogja mempunyai visi sebagai pelaksana pelayanan prima dalam bidang kesehatan yang sesuai dengan standar pelayanan dan mewujudkan pengembangan pelayanan perumahsakitian dan manajemen rumah sakit yang memuaskan. Dengan motto pelayanan dengan Senyum, Sapa, Sopan, Santun dan Sembuh (5S), rumah sakit ini bertekad untuk menjadi pelayanan kesehatan masyarakat kota Yogyakarta (Citraweb nusa infomedia, 2011). Penelitian ini tertarik untuk mengkaji lebih jauh mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan loyalitas pelanggan khususnya pasien RS Jogja, untuk itu peneliti ingin mengetahui peran kualitas pelayanan yang diberikan dalam mempengaruhi pasien untuk melakukan pembelian ulang terhadap jasa secara terus menerus, kebiasaan ini termotifasi sehingga sulit dirubah dan sering berakar dalam keterlibatan yang tinggi, Engel dan Minlard (1994) dalam Isbandono (2009).

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian Isbandono (2009) yaitu Loyalitas Pelanggan: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan

Pelanggan pada Rumah Sakit Umum Syaful Anwar Semarang. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan signifikan dengan loyalitas pasien, kualitas pelayanan mempunyai hubungan signifikan terhadap kepuasan pasien, dan kepuasan pasien merupakan variabel *intervening* yang signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pasien.

Menurut Herizon dan Maylina (2003) dalam Padmasari (2011), kepuasan merupakan faktor yang mampu menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai *intervening*. Dengan mengambil *setting* yang berbeda penelitian ini dilakukan di Yogyakarta dengan mengambil sampel pasien yang pernah melakukan perawatan kesehatan pada RS Jogja.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian atas kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, maka penulis tertarik untuk mengangkat topik penelitian dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN DENGAN KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA RUMAH SAKIT JOGJA”**.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada fenomena yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini, dapat dirumuskan permasalahan yang selanjutnya akan dibahas antara lain :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variabel *intervening*?

C. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada rumusan masalah penelitian yang telah dipaparkan di atas, dapat diketahui bahwa tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien.
2. Menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien.
3. Menganalisa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variabel *intervening*.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan akan diperoleh beberapa manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung teori hasil penelitian terdahulu mengenai topik yang sama dan diharapkan bisa menjadikan sebagai dasar pengembangan penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktik

Sebagai bahan pertimbangan bagi para pihak manajemen dalam pengambilan keputusan, untuk mempertahankan pelanggannya.