

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin tingginya tingkat persaingan menuntut perusahaan untuk menjadikan kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya. Namun penekanan pada kepuasan pelanggan saja tidak cukup untuk mencapai kesuksesan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menajamkan paradigma mereka, tidak hanya berusaha mencapai *customer satisfaction* tetapi lebih pada tercapainya *customer loyalty*. Dimana pelanggan yang loyal merupakan keunggulan bersaing perusahaan.

Bisnis layanan kesehatan juga membutuhkan *good management* yang tercermin dari *good planning*. *Good planning* ditentukan oleh *good planning tools* dan *good management knowledge*. Perencanaan yang baik selanjutnya perlu diimplementasikan secara tepat dan komprehensif oleh sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dengan prosedur pengendalian yang sistematis. Dengan demikian diharapkan rumah sakit mampu menyediakan layanan yang prima dan unggul. Kondisi ini yang akan membantu mewujudkan kepuasan pelanggan rumah sakit. Kepuasan pelanggan pada gilirannya diharapkan akan membuat pelanggan loyal menggunakan jasa rumah sakit tertentu saat membutuhkan layanan kesehatan di lain waktu.

Loyalitas pelanggan secara garis besar dapat diartikan sebagai orang atau konsumen yang dalam jangka waktu panjang hanya melakukan pembelian terhadap suatu produk atau merek tertentu yang telah memberikan kepuasan

tertinggi baginya. Dalam loyalitas pelanggan ada dua aspek penting yang harus diperhatikan yaitu sikap konsumen dan perilaku, dimana mempertahankan konsumen yang mempunyai sikap dan perilaku loyal akan menguntungkan perusahaan dibanding dengan mencari konsumen baru.

Menghadapi persaingan industri jasa rumah sakit yang semakin ketat maka dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang jitu yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai sehingga dapat memberikan manfaat yang menguntungkan bagi perusahaan. Salah satu strateginya adalah perlunya membentuk citra yang positif sebagai variabel yang bisa mempengaruhi konsumen dalam mempercepat proses pengambilan keputusan, sehingga rumah sakit tersebut memiliki citra positif di mata konsumennya.

Citra berkaitan dengan reputasi sebuah merek/perusahaan. Citra adalah persepsi konsumen tentang kualitas yang berkaitan dengan merek/nama perusahaan. Pada tingkat perusahaan, citra perusahaan didefinisikan sebagai persepsi tentang sebuah organisasi yang terefleksi dalam ingatan pelanggan (Aaker & Keller, 1990 dalam Fatmawati, 2004).

Dalam beberapa penelitian terdahulu variabel citra sering diduga sebagai penjelas bagi loyalitas pelanggan. Penelitian Kandampully dan Suhartanto (2000) dalam Fatmawati (2004) menunjukkan bahwa citra dan kepuasan pelanggan berhubungan positif dengan loyalitas pelanggan pada industri perhotelan. Heung et al 1996 (dalam Fatmawati, 2004) menemukan bahwa citra merupakan faktor penting dan menempati rating skor tertinggi diantara faktor penyebab kesetiaan pelanggan.

Penelitian ini merupakan mengacu dari penelitian sebelumnya oleh Fatmawati (2004) yang menguji pengaruh citra rumah sakit dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan mengambil objek penelitian pada RSU PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa citra rumah sakit baik citra pelanggan tentang atribut-atribut yang ada pada rumah sakit maupun citra rumah sakit secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari berbagai hal diatas dan mengingat pentingnya bagi perusahaan atau organisasi untuk menciptakan citra yang baik di mata publik untuk mencapai tujuannya maka penelitian ini mengambil judul: **“ANALISIS PENGARUH CITRA RSUD DR SOESELO SLAWI KABUPATEN TEGAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN”**.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahan sebagai berikut:

1. Dimensi-dimensi citra yang diteliti adalah dimensi fasilitas fisik, dimensi kualitas, dimensi promosi dan dimensi pelayanan.
2. Faktor-faktor loyalitas pelanggan yang diteliti adalah loyalitas pelanggan yang berwujud pada keinginan untuk membeli ulang dan keinginan untuk merekomendasikannya pada orang lain.
3. Obyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah RSUD DR Soesilo Slawi Kabupaten Tegal.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah dimensi-dimensi citra berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial?
2. Apakah dimensi-dimensi citra berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara serentak?
3. Dimensi citra manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

D. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh dimensi-dimensi citra terhadap loyalitas pelanggan di RSUD DR Soesilo Slawi Kabupaten Tegal secara parsial.
2. Untuk menganalisis pengaruh dimensi-dimensi citra terhadap loyalitas pelanggan di RSUD DR Soesilo Slawi Kabupaten Tegal secara serentak.
3. Untuk menganalisis dimensi citra RSUD DR Soesilo Slawi Kabupaten Tegal yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

1. Memberikan tambahan bukti empiris berkaitan dengan pengaruh citra terhadap loyalitas pelanggan.
2. Menambah wawasan dalam kajian teoritis sebelumnya khususnya dibidang manajemen pemasaran dan dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan (RSUD DR Soesilo Slawi, Kabupaten Tegal) untuk mengidentifikasi faktor-faktor dari citra yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.