

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Meningkatnya tingkat pendidikan dan taraf hidup masyarakat semakin meningkatkan harapan akan layanan kesehatan. Hal ini akan memicu persaingan yang positif pada perusahaan yang beroperasi dalam bidang jasa kesehatan. Perusahaan jasa kesehatan yang dapat memenangkan persaingan adalah yang mampu memberikan pelayanan handal, berorientasi pada kepuasan pelanggan serta mampu menciptakan citra yang baik pada konsumen.

Citra adalah gambaran secara umum atau persepsi yang dimiliki oleh masyarakat umum tentang suatu perusahaan, unit, atau produk (Robers, 1993 dalam Dwi, 2001). Definisi lain citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra suatu perusahaan ditentukan oleh perilaku perusahaan sebagai organisasi dan kinerja perusahaan (Kotler, 1997). Dengan demikian citra merupakan suatu penilaian konsumen pada perusahaan atau produknya.

Citra terbentuk dari dua faktor yaitu faktor komunikasi dan pengalaman konsumen selama mengkonsumsi barang atau jasa yang mereka beli. Pengaruh komunikasi mempunyai efek yang besar terhadap persepsi konsumen yang belum mempunyai pengalaman dalam organisasi. Hal ini juga berlaku untuk pengalaman, pengaruh

dengan suatu organisasi ini sangat besar dalam membentuk persepsi konsumen terhadap suatu organisasi (Gronroos dalam Dwi S dan Anne, 2001). Untuk itu citra yang baik harus diciptakan oleh suatu perusahaan karena dengan mempunyai citra yang baik diharapkan konsumen akan mempunyai persepsi yang baik pula mengenai kualitas yang baik pula.

Adapun strategi lain untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, perusahaan jasa kesehatan seharusnya juga mampu memberikan pelayanan kesehatan yang bermutu tinggi yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Pelayanan adalah segala perbuatan yang dilaksanakan suatu pihak pada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu serta produknya tidak terlalu berkaitan dengan produk fisik (Kotlers, 1977). Pelayanan merupakan tindakan dan reaksi perusahaan dalam menanggapi bersikap kepada pelanggan. Pelayanan bermutu tinggi yang diberikan perusahaan jasa kesehatan kepada konsumennya akan memberikan rasa puas pada diri konsumen, sehingga diharapkan konsumen tertarik untuk menggunakan kembali pelayanan jasa yang diberikan.

Faktor citra dan kepuasan merupakan dua prediktor penting bagi loyalitas pelanggan (Andreas, Insteed dalam Fatmawati, 2004). Konsumen yang loyal akan membeli ulang produk atau menggunakan kembali pelayanan dimasa yang akan datang. Dengan demikian perusahaan jasa kesehatan seharusnya mampu membangun citra yang baik, disamping itu mampu memberikan pelayanan yang memuaskan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya oleh Indah Fatmawati (2004) dengan judul “Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan loyalitas Pelanggan Studi Pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta”. Hasil penelitian menunjukkan citra rumah sakit berhubungan positif dengan loyalitas pelanggan, citra rumah sakit dan kepuasan pelanggan berhubungan positif dengan loyalitas pelanggan.

Apotek Medono Pekalongan yang sudah berdiri selama 18 tahun dengan omset 35 juta perbulan menunjukkan salah satu contoh perusahaan jasa kesehatan yang mampu memberikan pelayanan memuaskan yang mengarah kepada loyalitas konsumen. Atas dasar latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti “**Analisis Pengaruh Citra dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Apotek Medono Pekalongan**”.

B. Rumusan Masalah

Uraian pada latar belakang masalah, mengarahkan peneliti pada rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh citra apotek terhadap loyalitas pelanggan?
2. Bagaimanakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan?
3. Bagaimanakah pengaruh citra dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis sejauh mana pengaruh citra apotek terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk menganalisis sejauh mana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk menganalisis sejauh mana pengaruh citra dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan dalam mempertahankan citra dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam keyakinan peneliti tentang teori-teori yang telah diperoleh diperkuliahan dengan membandingkannya dengan keadaan yang sebenarnya pada perusahaan publik.