

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha yang sangat pesat menimbulkan ketatnya persaingan bisnis, bukan hanya dalam persaingan perusahaan manufaktur tetapi juga dalam perusahaan jasa. Perusahaan saling mencari strategi yang tepat untuk merebutkan konsumen, sehingga perusahaan selalu dihadapkan pada tekanan-tekanan yang ditimbulkan oleh perubahan yang semakin cepat di lingkungannya. Perusahaan harus mampu menentukan strategi yang tepat agar dapat bertahan dan bisa bersaing dengan perusahaan yang sejenis.

Rumah sakit sebagai perusahaan jasa pelayanan kesehatan yang merupakan kebutuhan bagi seluruh lapangan masyarakat. Tidaklah mudah bagi Rumah Sakit yang tujuan utamanya adalah memberikan jasa perawatan, pengobatan dan pelayanan kesehatan bisa memberikan pelayanan yang maksimal. Dalam melayani masyarakat rumah sakit dihadapkan pada naiknya biaya operasional, terbatasnya sumber daya, tuntutan terhadap perbaikan kualitas pelayanan. Oleh karena itu rumah sakit harus dapat menentukan strategi yang tepat dan meningkatkan kinerja agar dapat memenuhi kebutuhan pasien.

Rumah sakit merupakan lembaga sosial tetapi rumah sakit tidak lepas dari usaha untuk mendapatkan keuntungan apalagi rumah sakit swasta. Hal ini dilakukan untuk memberikan kepuasan para pengguna jasanya dan untuk perkembangan rumah sakit serta kelancaran kegiatan operasionalnya. Harus dapat memberikan citra kualitas yang terbaik bagi konsumen.

Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta sebagai unit layanan kesehatan, diharapkan mampu untuk menerapkan tarif yang dapat dijangkau oleh penggunaan jasa dari semua lapisan masyarakat terutama masyarakat menengah ke bawah, sehingga rumah sakit bisa memberikan pelayanan yang memuaskan dengan memberikan fasilitas yang layak bagi pengguna jasa. Rumah sakit mendapatkan penghasilan dari pendapatan jasa serta fasilitas yang diberikan kepada pengguna jasa.

Setiap rumah sakit mempunyai reputasi dan kemampuan yang berbeda-beda, perbedaan tersebut dapat terjadi dari kemampuan menampung pasien, jumlah ruangan kamar rumah sakit yang ditawarkan, jumlah tenaga kerja yang dimiliki, fasilitas yang diberikan, dan lain lain. Konsumen cenderung akan memilih rumah sakit yang mempunyai reputasi atau citra yang baik. Citra ini yang membuat perbedaan di benak masyarakat terutama konsumen yang akan menggunakan jasa tersebut.

Citra adalah persepsi konsumen tentang kualitas yang berkaitan dengan merek atau nama perusahaan. Pada tingkat perusahaan didefinisikan sebagai persepsi tentang sebuah organisasi yang terefleksi dalam ingatan konsumen (Aaker & Keller dalam Shodiq, 2008).

Menurut (Gronroos, 2000) citra merupakan sebuah peran yang terpusat pada persepsi pelanggan akan kualitas jasa atau kualitas pelayanan. Citra merupakan hal yang penting bagi suatu perusahaan dan organisasi lainnya. Oleh karena itu penting sekali untuk mengelola citra dengan tepat. Citra merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Karena citra begitu penting bagi kelangsungan hidup sebuah rumah sakit, maka hal ini menjadikan tanggung jawab setiap rumah sakit PKU untuk dapat mempertahankan dan mengelola citra baik yang sudah dimiliki agar terus dipertahankan bahkan dapat dikembangkan dan ditingkatkan.

Jadi citra akan mempengaruhi perilaku pelanggan dalam pembelian. Literatur pelayanan mengidentifikasi sejumlah faktor yang merefleksikan citra dalam benak pelanggan. Citra dianggap mempengaruhi pikiran pelanggan melalui efek gabungan antara periklanan, hubungan dengan masyarakat, citra fisik, pembicaraan lisan dan pengalaman merek yang sebenarnya dengan barang dan jasa tersebut (Norman, 1991) dalam (Sugandini, 2003). Jadi, pengalaman pelanggan dengan produk dan jasa dianggap menjadi faktor terpenting yang mempengaruhi benak pelanggan berkaitan dengan citra.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Gita Danupranata (2007) yang menunjukkan bahwa, citra perusahaan mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis melakukan penelitian mengenai pengaruh motivasi pada konsumen, sehingga penulis mengajukan judul "Pengaruh Citra Rumah Sakit Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta".

B. Perumusan Masalah Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah citra rumah sakit PKU yang meliputi citra pengguna, citra fasilitas, citra harga, citra kualitas, citra lokasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta?
2. Apakah citra pengguna berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta?
3. Apakah citra fasilitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta?

4. Apakah citra harga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta?
5. Apakah citra kualitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta?
6. Apakah citra lokasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU di Yogyakarta Muhammadiyah Yogyakarta?
7. Manakah variabel dominan yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh citra rumah sakit PKU terhadap perilaku konsumen (pasien) dalam menggunakan jasa rumah sakit PKU di Yogyakarta yang meliputi citra pengguna, citra fasilitas, citra harga, citra kualitas dan citra lokasi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teori

Memberikan tambahan referensi berkaitan dengan teori citra pengguna.
Memberikan teori tentang pengaruh citra pengguna terhadap perilaku konsumen.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan rumah sakit untuk memperbaiki citra rumah sakit di masyarakat, sehingga berdampak positif pada rumah sakit dan perilaku pengguna.

Bagi peneliti bermanfaat untuk mengamati kondisi riil berkaitan dengan teori yang diperoleh.

Bagi peneliti selanjutnya menambah referensi/ bahan kajian mengenai penelitian yang berkaitan dengan citra rumah sakit dan perilaku konsumen.