

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Pada tahun-tahun terakhir ini, Indonesia telah banyak sekali menerima cobaan yang maha dahsyat. Cobaan tersebut diawali dengan tumpahnya air laut akibat gempa yang melanda laut Sumatera atau yang biasa kita sebut tsunami, ratusan ribu orang telah kehilangan sahabat dan saudaranya, ribuan orang luka parah dan sebagian lainnya luka ringan. Semua rumah sakit daerah sumatera bagian utara sudah tidak sanggup lagi menerima pasien, hingga banyak para korban yang terlantar dijalan menunggu bantuan dari relawan. Kemudian Indonesia kembali diserang oleh wabah flu burung yang menyerang warga Jakarta, bahkan sekarang wabah tersebut telah menyebar keluar Jakarta. Untuk yang keberapa kalinya rumah sakit menjadi hal yang sangat dibutuhkan masyarakat Indonesia pada saat ini. Padahal isu virus antraks baru saja berlalu.

Dengan keadaan seperti ini, rumah sakit punya peran yang sangat penting sekali dalam kehidupan bangsa Indonesia, rumah sakit juga mempunyai tanggung jawab yang besar untuk menyetatkan bangsa.

Beranjak dari banyaknya permintaan atau kebutuhan masyarakat akan rumah sakit, maka perkembangan dan pertumbuhan rumah sakit sangat berkembang pesat. Persaingan antar rumah sakitpun semakin ketat. Perubahan sikap konsumen terhadap kebutuhannya yang sangat cepat berubah menuntut

manajemen rumah sakit untuk selalu berubah mengikuti keinginan pelanggan, agar pelanggan tetap setia pada produk yang ditawarkan rumah sakit.

Menghadapi persaingan yang semakin ketat, maka dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang tepat yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai sehingga dapat memberikan manfaat yang menguntungkan bagi perusahaan. Agar tetap eksis dalam bisnis jasa layanan kesehatan masyarakat, rumah sakit dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang tidak terbatas hanya pelayanannya saja, akan tetapi juga kualitas yang dihasilkan serta kemampuan perusahaan dalam menciptakan suatu kepuasan bagi pelanggan dan menciptakan citra yang baik dimata publik.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah Fatmawati tentang Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan Loyalitas-Studi Pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta, telah menunjukkan bahwa citra perusahaan dan kepuasan pelanggan merupakan dua hal yang sangat penting bagi loyalitas pelanggan (Andreassen dan Lindesta, 1998 dalam Fatmawati, 2004). Terciptanya loyalitas pelanggan akan mengembangkan hubungan dengan pelanggan. Karena bagaimanapun mempertahankan pelanggan merupakan hal yang sangat penting guna mengeksiskan perusahaan. Selain itu juga, biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk mencari pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan dengan mempertahankan pelanggan setia yang loyal pada perusahaan.

Adanya kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam bidang kesehatan yang sangat banyak, rumah sakit tumbuh berkembang di kota Cirebon, maka

tak dapat dielakkan lagi dari persaingan antara rumah sakit di kota udang tersebut. Untuk memenangkan persaingan tersebut rumah sakit harus membuat strategi pemasaran yang tepat, diantaranya adalah menciptakan citra yang baik, melayani pelanggan dengan baik, dan meningkatkan kualitas rumah sakit demi terciptanya loyalitas bagi pelanggan.

Dari sumber tersebut, peneliti sangat tertarik untuk meneliti tentang loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh citra dan kepuasan pelanggan di rumah sakit. Maka peneliti mengambil keputusan untuk membuat penelitian ini dengan judul "*ANALISIS CITRA RUMAH SAKIT, KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN-STUDI KASUS PADA RUMAH SAKIT CIREMAI CIREBON*"

#### **B. Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang terlalu jauh dari inti permasalahan, maka berdasarkan judul "*Analisis Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan-Studi Pada Rumah Sakit Ciremai Cirebon*", peneliti membuat batasan masalah sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini terdiri dari Pasien yang pernah dan atau sedang menggunakan jasa rumah sakit Ciremai Cirebon.
2. Variabel independent dalam penelitian ini adalah Citra rumah sakit Ciremai Cirebon dan kepuasan pelanggan. Variabel Citra dan kepuasan masing-masing akan diukur dengan dimensi lingkungan fisik, dimensi kualitas, dimensi harga, dimensi pelayanan. Sedangkan variable

dependennya adalah loyalitas pelanggan yang terwujud dengan keinginan konsumen untuk menggunakan atau melakukan pembelian ulang.

### **C. Rumusan Masalah Penelitian**

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

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

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pelanggan.
2. Mengidentifikasi pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Mengidentifikasi pengaruh citra dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini, terbagi menjadi dua manfaat:

1. Manfaat bagi praktisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk masukan bagi rumah sakit, pembaca dan konsumen mengenai citra, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat bagi teoritis

Bagi peneliti, menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman dan sebagai bahan pembanding bagi penelitian sejenisnya.