

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini perkembangan ekonomi dan dunia usaha sangat pesat hal ini dilandasi dengan adanya pemenuhan kebutuhan manusia yang semakin sempurna. Oleh sebab itu, konsep pemasaran berkembang sesuai dengan kebutuhan dan kemajuan zaman. Kegiatan masa lalu berorientasi pada usaha mengubah produknya menjadi uang, sejalan dengan perkembangannya menjadi berorientasi pada pemuasan kebutuhan konsumen, selain itu juga merubah fungsi pasar yang semula pembeli harus mencari penjual produk, maka kini berubah menjadi penjual yang harus mencari pembeli

Keinginan terhadap suatu produk yang didukung dengan kemampuan serta kesediaan membelinya akan menciptakan permintaan. Tujuan pemenuhan kebutuhan maupun keinginan adalah mendapatkan kepuasan. Kemampuan produk untuk memberikan kepuasan kepada pemakainya akan menguatkan kedudukan atau posisi produk dalam benak atau ingatan konsumen dan akan menjadi pilihan pertama bilamana terjadi pembelian pada waktu yang akan datang.

Sekarang ini perusahaan harus selalu memantau perubahan perilaku konsumen dan juga harus mengetahui dan mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk sehingga perusahaan dapat menyempurnakan strategi pemasarannya sesuai dengan

perubahan perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai berikut :

**kegiatan-kegiatan yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan itu. (Swastha dan Handoko, 1997).**

Dewasa ini konsep pemasaran tidak hanya berkembang dalam perusahaan yang menawarkan barang-barang saja, tetapi perusahaan jasa juga sangat memerlukan konsep pemasaran yang jelas dalam rangka memuaskan konsumen, dalam hal ini misalnya Rumah Sakit Umum Tidar Magelang. Sejalan dengan semakin meningkatnya kesejahteraan masyarakat, menjadikan masyarakat sadar akan pentingnya kesehatan. Di awali dari tingkat kesadaran yang tinggi ini terdapat tuntutan bagi Rumah Sakit Umum Tidar Magelang untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Dalam kondisi ini Rumah Sakit Umum Tidar Magelang harus dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pasien, apalagi semakin meningkatnya persaingan antar rumah sakit maka pemasaran menduduki tempat utama. Dengan demikian dalam menetapkan strategi pemasaran Rumah Sakit Umum Tidar Magelang dituntut untuk memahami perilaku konsumen agar apa yang diinginkan konsumen dapat dimengerti. Untuk itu peneliti tertarik untuk mengambil judul : "PENGARUH PELAYANAN, LOKASI, HARGA, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PENGobatan DI RUMAH SAKIT UMUM TIDAR MAGELANG".

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Dalam penulisan skripsi ini, penulis merumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimanakah pengaruh variabel pelayanan, variabel lokasi, variabel harga, dan variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pengobatan di Rumah Sakit Umum Tidar Magelang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis mempunyai tujuan yang ingin dicapai yaitu Untuk menganalisis variable pelayanan, lokasi, harga dan fasilitas yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pengobatan di Rumah Sakit Umum Tidar Magelang.

## **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan dari adanya penelitian ini bermanfaat di bidang praktik, antara lain :

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan yang mungkin bermanfaat untuk pengambilan keputusan dalam penentuan kebijakan-kebijakan di masa yang akan datang, khususnya yang berhubungan dengan kepuasan konsumen termasuk di dalamnya bagaimana meningkatkan mutu pelayanan serta kelengkapan fasilitas yang belum ada.

2. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan apabila ada pihak yang akan mengadakan penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini di masa yang akan datang.