

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan pemilihan produk dan pelayanan bagi konsumen. Tujuan dari perusahaan adalah menghasilkan barang dan jasa yang dapat memuaskan pelanggan. Perusahaan dituntut dapat memberikan kepuasan konsumen dari berbagai macam segi yang berhubungan dengan kepuasan konsumen yaitu dari segi mutu, produk, harga serta pelayanan. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk atau pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

Dalam sektor jasa, kualitas juga harus selalu diperhatikan, karena dalam sektor jasa ini kualitas merupakan ujung tombak dari pemasaran produk jasa terutama kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan lebih sulit dipahami daripada kualitas barang karena kualitas jasa tidak dapat diproduksi melalui proses produksi di pabrik sebagaimana kualitas barang. Kualitas pelayanan sulit untuk diukur maupun dihitung, kualitas jasa biasanya diproduksi oleh tenaga manusia yang berbeda-beda sehingga kualitas pelayanan juga sulit untuk distandarisasi. Penilaian kualitas biasanya terjadi selama proses penyerahan kepada konsumen

Secara umum kualitas pelayanan dapat diketahui dengan melihat

.....

terhadap pelayanan yang diterima. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang bermutu kepada pelanggannya dapat dilihat dengan tercapainya kepuasan konsumen yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (*complain*) dari pelanggan sehingga menunjukkan kinerja perusahaan yang meningkat.

Meskipun tidak ada definisi dari kualitas yang dapat diterima secara universal, tetapi terdapat beberapa kesamaan definisi dari para ahli yang salah satunya penulis ambil dari definisi Georsch dan Davis dalam Tjiptono(2000):

"Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan".

Dengan adanya konsep kualitas sehingga dapat menggambarkan ukuran relatif dari suatu produk atau jasa yang dihasilkan. Penilaian kualitas pelayanan yang banyak mendapatkan banyak perhatian adalah yang dikenal dengan sebutan *SERVQUAL*, yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk. (1985) dalam Fandi Tjiptono dan Anastasia Diana (2002). Mereka yang mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan secara lengkap di mana para pelanggan dapat menggunakannya sebagai kriteria dalam menilai kinerja pelayanan. Adapun lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yaitu bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).  
Atribut-atribut tersebut dapat diibaratkan dengan modifikasi sesuai dengan

jenis usaha dan industri yang diteliti untuk kemudian dijadikan kriteria-kriteria penilaian bagi konsumen terhadap kinerja perusahaan.

Kondisi usaha membawa perusahaan khususnya sektor jasa kepada suatu kenyataan bahwa kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan agar perusahaan tetap sukses, baik di tingkat operasional maupun strateginya. Perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumennya atau pelayanan yang berkualitas baik. Dalam rumah sakit, selain kondisi gedung yang bagus dan bersih untuk dapat menarik calon konsumennya maka yang perlu diperhatikan adalah kualitas pelayanan dari rumah sakit tersebut, karena kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dinilai oleh calon konsumen yang akan menggunakan jasanya. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Heru Purwanto. Dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Rumah Sakit Islam Hidayatullah Yogyakarta)”. Penulis tertarik melakukan penelitian tersebut karena melihat perkembangan usaha pada sektor jasa semakin maju sedangkan kualitas pelayanan sebagai modal dalam menjalankan usaha tersebut. Untuk itu dalam penyusunan skripsi ini penulis tertarik untuk mengambil judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH SAKIT ISLAM HONOSORO”

## **B. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini masalah dibatasi pada kualitas pelayanan Rumah Sakit Islam di Wonosobo

1. Konsumen yang diteliti adalah konsumen yang pernah atau masih menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Islam (RSI) Wonosobo.
2. Faktor-faktor kualitas pelayanan yang menjadi perhatian penulis adalah *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (perhatian) dan *tangibles* (bukti langsung)

## **C. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *reliability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangibles*. terhadap kepuasan konsumen?"
2. Faktor apakah yang paling dominan dari dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen?

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *reliability, responsiveness, assurance, emphaty* dan *tangibles* terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini digunakan sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh selama berada di bangku kuliah.

### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam peningkatan kualitas layanan terhadap konsumen untuk memenuhi kepuasan konsumen.

### **3. Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan sebagai satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan