

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan atau organisasi didirikan untuk suatu tujuan tertentu, sebagaimana perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan dan sasaran yang sama yaitu keberhasilan dalam mempertahankan kehidupan usahanya dan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Dalam hal ini untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan kemasa yang akan datang memang tidak mudah hal ini disebabkan banyak hal-hal yang sulit untuk diprediksi apa yang bakal terjadi di masa depan. Bagi perusahaan yang mengalami kesulitan dan kemudian akan mengancam kehidupannya, banyak cara yang dilakukan agar perusahaan tetap hidup dan berkembang terus.

Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini menyebabkan terjadinya persaingan, maka diharapkan perusahaan dapat bersaing secara kompetitif sehingga perusahaan tetap eksis didalam persaingan tersebut, baik untuk perusahaan sejenis maupun yang tidak sejenis. Dengan semakin banyaknya persaingan yang semakin tajam dalam dunia bisnis maka perusahaan harus mampu mengatasi dan mengantisipasi datangnya ancaman-ancaman dari pesaing dan mampu menutupi kelemahan-kelemahan perusahaan, agar dapat keluar sebagai pemenang perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan

..... mampu mempertahankan

mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen yang memiliki sifat loyal.

Perusahaan menginginkan agar pelanggan yang sudah loyal terhadap perusahaan dapat dipertahankan selamanya. Upaya-upaya pemasaran yang dilakukan adalah dengan membangun citra positif perusahaan dan memberikan kepuasan pelanggan yang maksimal agar tercipta loyalitas pelanggan. Dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan dapat dijadikan dasar untuk pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Citra adalah jumlah dari gambaran-gambaran, kesan-kesan dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek (Kotler dan Fox dalam Sutisna, 2001). Pada tingkat perusahaan, citra perusahaan didefinisikan sebagai persepsi tentang sebuah organisasi yang terefleksi dalam ingatan pelanggan (Aaker dan Keller dalam Fatmawati, 2004). Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2000). Berdasarkan definisi ini, citra dan kepuasan merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan pemasaran suatu perusahaan. Banyak perusahaan berfokus pada kepuasan yang tinggi karena para pelanggan yang hanya merasa puas mudah berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik, konsumen yang amat puas lebih sukar mengubah pikirannya dan dengan citra yang positif akan tercipta loyalitas pelanggan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Pemasaran jasa menjadi kajian yang sangat menarik untuk diteliti

sektor kesehatan yaitu rumah sakit. Karena itu untuk memperoleh tingkat kesehatan yang baik masyarakat mempunyai berbagai pilihan untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang memuaskan yang diberikan oleh rumah sakit tersebut, salah satu rumah sakit yang melayani orang banyak terutama dalam hal kebutuhan kesehatan para pelanggannya adalah Rumah Sakit Umum Daerah Wates di Kulon Progo.

Rumah Sakit Umum Daerah Wates di Kabupaten Kulon Progo sebagai salah satu rumah sakit yang sudah memiliki citra positif di masyarakat dituntut untuk terus mempertahankan citra perusahaan dan terus berupaya memberikan kepuasan pelanggan yang maksimal agar tercipta loyalitas pelanggan. Sehingga Rumah Sakit Umum Daerah Wates Di Kabupaten Kulon Progo mampu bertahan dan tetap eksis di tengah-tengah persaingan yang kompetitif dan tajam.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati (2004), pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian tentang citra, kepuasan dan loyalitas pelanggan sudah banyak dilakukan, namun penelitian yang menggabungkan antara citra dan kepuasan belum banyak dilakukan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan obyek yang sama yaitu pada Rumah Sakit Umum Daerah Wates Di Kabupaten Kulon Progo. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul: **“ANALISIS PENGARUH CITRA DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH WATES DI KABUPATEN KULON PROGO”**

## **B. Batasan Masalah**

Agar permasalahan dalam penelitian ini tidak terlalu luas dan pembahasan lebih mengarah pada masalah yang diteliti, maka dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah citra dan kepuasan pelanggan.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

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

## **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

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

## **E. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat:

### **1. Bidang teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan bermanfaat dalam belajar memecahkan masalah secara ilmiah dan sistematis berdasarkan teori yang telah peneliti dapatkan selama kuliah.

### **2. Bidang praktik**

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauhmana pentingnya citra rumah