

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Dunia bisnis saat ini yang bergerak dalam bidang industri maupun jasa banyak mengalami perkembangan yang hebat dan cepat. Di dunia ada bermacam-macam perusahaan jasa seperti pada bidang kesehatan, pendidikan, telekomunikasi, transportasi serta bidang keuangan (Byarugaba, 2013). Zona pelayanan utama di pelbagai Negara ialah bidang kesehatan yang berguna untuk mencapai tujuan suatu Negara yang memegang andil dalam menjaga dan meningkatkan kesehatan masyarakat.

Pada saat ini peluang bisnis dibidang kesehatan menjanjikan dengan tingginya kompetisi dan perkembangan yang ada dan pesat (Farooq, M., et al., 2013). Bersumber pada Peraturan Menteri Kesehatan No 9 tahun 2014 mengenai Klinik. Klinik ialah sarana pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan dan menyediakan pelayanan medic serta spesialistik (Kemenkes, 2020).

Pertumbuhan perekonomian secara merata yang diikuti dengan pertumbuhan teknologi serta ilmu pengetahuan menghasilkan suatu persaingan yang terus menjadi ketat serta tajam, baik di pasar dalam negeri ataupun di pasar internasional (Amilia, S. 2017). Untuk bisa mendapatkan keunggulan dalam persaingan tersebut hingga tiap industri wajib sanggup memenuhi kepuasan pelanggannya, dengan strategi yang cocok dengan jasa

yang dia tawarkan. Keberhasilan sesuatu industri sangat dipengaruhi oleh bagaimana industri tersebut memuaskan konsumennya.

Adapun kepuasan pelanggan bisa dipenuhi industri salah satunya lewat pelayanannya. Terkadang pelayanan yang diberikan oleh Rumah Sakit serta Klinik Gigi swasta masih dikira kurang sehingga penderita enggan berangkat berobat. Ada beberapa aspek yang menimbulkan orang tidak pergi berobat ialah antara lain keraguan akan keahlian dokter gigi untuk mendiagnosis serta menyembuhkan permasalahan ataupun penyakit yang dialami penderita, sarana serta teknologi yang digunakan kurang canggih serta modern, sistem penindakan yang lama, serta minimnya keramahmatan ataupun keahlian tenaga kedokteran (Tanudjaya, 2014).

Kualitas pelayanan bisa diartikan seberapa bagus layanan yang diberikan oleh Klinik dibanding dengan harapan penderita (Aliman and Mohamd, 2013). Pelayanan yang baik dari suatu Klinik Gigi tentu hendak merekomendasikan perawatan yang sudah diterima kepada orang lain. Dengan demikian Klinik Gigi tersebut mempunyai perbandingan serta keahlian buat bersaing terhadap Klinik Gigi yang lain (Tanudjaya, 2014). Strategi promosi diperlukan oleh Klinik Gigi untuk dapat menjangkau lebih banyak target pasar dan memenangkan persaingan industri. Mukerjee (2018), berpendapat bahwa dari mulut ke mulut komunikasi lebih berpengaruh daripada komunikasi melalui promosi lainnya. *Word Of Mouth* (WOM) merupakan jenis komunikasi informal konsumen tentang kepemilikan, penggunaan, atau karakteristik produk atau layanan tertentu

(Wibowo and Junaedi, 2019). Kata positif dari mulut ke mulut adalah situasi dimana konsumen memberikan pendapat, menyampaikan kata-kata yang positif dan merekomendasikan kepada orang lain bahwa produk/jasa yang mereka gunakan sangat baik (Kumala, 2012). Komunikasi WOM umumnya diakui memainkan peran penting dalam mempengaruhi sikap dan niat perilaku pelanggan. Menurut Wulanjani dan Derriawan (2017) minat kunjungan ulang atau revisit intention merupakan bentuk perilaku (behavior intention) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberikan Word Of Mouth yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan.

Beberapa faktor penting untuk *Word of Mouth* (WOM), di Klinik Gigi antara lain kualitas pelayanan, kepuasan pasien, dan kepercayaan pasien. Tanudjaya (2014), berpendapat bahwa Klinik Gigi swasta berusaha untuk memilih konsumen sebanyak mungkin dengan meningkatkan kualitas layanan mereka. Apabila konsumen merasa bahwa karyawan Klinik Gigi dapat memberikan empati kepada konsumen maka mereka tidak lagi merasa ragu untuk tetap menggunakan jasa yang diberikan.

Klinik Gigi Haigi Dental adalah Klinik Gigi swasta yang berlokasi di Jalan A.M Sangaji nomor 99, Karangwaru, Kecamatan Tegalorejo, Kota Yogyakarta. Klinik ini buka setiap Senin sampai Jumat jam 09.00-21.00 WIB dan hari Sabtu pada jam 09.00-16.00 WIB. Serta mempunyai peralatan medis dan tenaga medis yang memadai seperti *front office*, perawat gigi dan dokter gigi spesialis.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Siripipatthanakul (2021). Alasan penulis melakukan replikasi adalah untuk menguji kembali kebenaran bahwa adanya hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pasien, *Word of Mouth* (WOM) dan niat berkunjung kembali dan menguji secara signifikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien, pengaruh kualitas pelayanan terhadap *word of mouth*, pengaruh kepuasan pasien terhadap *revisit intention*, pengaruh kepuasan pasien terhadap *word of mouth* dan pengaruh kepuasan pasien terhadap *revisit intention*.

Perbedaan penelitian ini terdapat pada objek yang diteliti yaitu Klinik gigi Haigi Dental Yogyakarta dan Klinik ini baru berdiri selama 6 bulan. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti dan mengembangkan penelitian ini sedangkan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siripipatthanakul (2021) yang menyelidiki hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pasien, *word of mouth* (WOM) dan niat berkunjung kembali antara pasien gigi di Klinik Gigi Thailand.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien, *Word Of Mouth*, dan *Revisit Intention* kembali di Klinik Gigi Haigi Dental

## **B. Lingkup Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka ruang lingkup penelitian ini adalah:

1. Responden adalah pasien di Klinik Gigi Haigi Dental Yogyakarta
2. Variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pasien, *Word Of Mouth* dan *Revisit Intention*.

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

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap *Word of Mouth*?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap *Revisit Intention*?
4. Apakah Kepuasan Pasien berpengaruh terhadap *Word of Mouth*?
5. Apakah Kepuasan Pasien berpengaruh terhadap *Revisit Intention*?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dari uraian rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth*
3. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Revisit Intention*
4. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Pasien terhadap *Word of Mouth*
5. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Pasien terhadap *Revisit Intention*

## **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, diantaranya:

### 1. Manfaat Praktis

- a. Memberikan masukan kepada manajemen Klinik Gigi Haigi Dental tentang kepuasan pasien terhadap pelayanan Klinik Gigi Haigi Dental yang berpengaruh terhadap kepuasan pasien dalam rangka meningkatkan optimalisasi pelayanan Klinik Gigi Haigi Dental kepada pasien sebagai pelanggan.
- b. Sebagai dasar dan tahap awal melakukan evaluasi secara berkala mengenai penilaian kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Klinik Gigi Haigi Dental.
- c. Memberikan masukan kepada dokter gigi supaya ada perbaikan untuk dapat lebih meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam memberikan pelayanan kepada pasien.

### 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan penelitian pada masa mendatang.