

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring majunya zaman pemasaran sangat penting bagi sebuah perusahaan terutama dalam era globalisasi ekonomi, persaingan makin tajam dalam dunia bisnis. Persaingan dalam berbagai pasar ekonomi saat ini membutuhkan suatu perspektif global. Citra merupakan hal penting bagi perusahaan, citra yang baik akan berdampak positif bagi masa depan itu sendiri. Maka dari itu banyak perusahaan yang memiliki kemajuan yang tinggi karena bisa membentuk citra atau *image* yang baik dibenak konsumen, begitu juga sebaliknya banyak perusahaan yang terpuruk akibat kurangnya citra yang menonjol dan baik dihati konsumen dibandingkan perusahaan lain yang memiliki citra yang lebih tinggi.

Banyak definisi tentang citra atau *image* yang dikemukakan oleh para ekonom. "Citra merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan maupun produknya" Kotler (2002). Citra terbentuk dari dua faktor komunikasi dan pengalaman konsumen selama mengkonsumsi barang atau jasa yang mereka dapat. Dari situ perusahaan dituntut bisa membentuk citra yang baik di benak konsumen salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik sehingga citra akan terbentuk dengan sendirinya apabila konsumen merasa terpuaskan.

Loyalitas pelanggan telah menjadi isu menarik dalam bidang pemasaran. Semakin disadari bahwa pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka

bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Penelitian empiris membuktikan bahwa kepuasan pelanggan saja tidak cukup untuk membuat pelanggan loyal terhadap suatu produk (Oliver, 1999) dalam Fatmawati (2004). Terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, selain itu biaya yang dibutuhkan untuk menarik pelanggan baru lebih besar dibandingkan untuk mempertahankan pelanggan yang loyal pada perusahaan (Kotler, 2000) dalam Fatmawati (2004).

Andreassen dan Lindsted (1998) menjelaskan pengaruh variabel citra, nilai, kualitas persepsian dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian dilakukan terhadap pelanggan tiga paket perjalanan wisata di Norwegia. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa citra perusahaan dan pelanggan adalah dua prediktor penting bagi loyalitas pelanggan.

Manajemen rumah sakit dituntut melakukan berbagai perubahan dalam hal ketersediaan jenis jasa pelayanan, ketersediaan sumber daya manusia, mutu pelayanan maupun biaya pelayanan. Dengan berbagai perubahan tersebut diharapkan tercipta kepuasan pelanggan rumah sakit. Kepuasan pelanggan pada selanjutnya akan diharapkan membuat pelanggan loyal menggunakan jasa rumah sakit tertentu disaat membutuhkan layanan kesehatan dilain waktu sehingga membantu terbentuknya citra yang baik pada pelanggan atau konsumen.

Kajian tentang rumah sakit dan kepuasan pasien sebelumnya pernah diteliti oleh Fatmawati (2004) dengan judul Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan

Loyalitas Pelanggan-Studi Pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta yang menunjukkan hasil bahwa citra rumah sakit, baik citra pelanggan tentang atribut yang ada pada rumah sakit maupun citra rumah sakit itu sendiri secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas juga secara parsial dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan terhadap penerimaan, prosedur administrative dan ketepatan jadwal serta kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dari hasil penelitian ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang sama dengan obyek dan waktu yang berbeda dengan mengambil judul **“PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH PURWOREJO”**.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini saya memberi batasan masalah hanya pada:

1. Penelitian yang dilaksanakan terbatas pada konsumen yang pernah menggunakan jasa rawat inap Rumah Sakit Umum Daerah Purworejo.
2. Variabel independent yang diteliti yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen hanya variabel citra dan kepuasan pada Rumah Sakit Umum Daerah Purworejo.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra rumah sakit dan kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan?
2. Variabel citra ataukah variabel kepuasan yang paling dominan terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Sakit Umum Daerah Purworejo?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh citra rumah sakit dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk menganalisis variabel citra ataukah variabel kepuasan yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Umum Daerah Purworejo

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Memberikan sumbangan pemikiran dan masukan bagi pihak manajemen dalam menentukan kegiatan selanjutnya berhubungan dengan citra dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai sarana sampai sejauh mana penulis bisa menerapkan teori-teori yang didapat selama perkuliahan dan untuk mengetahui hasil serta menambah pengalaman.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan banyak manfaat yang positif serta wawasan dan pengetahuan.

4. Bagi Peneliti Lain

Dapat dijadikan referensi, pembanding dan pengembangan lebih lanjut bagi kegiatan penelitian yang sejenis.