

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A.Latar Belakang Masalah

Minat kunjung ulang bagi industri jasa merupakan hal yang sangat penting karena mempertahankan loyalitas konsumen jangka panjang adalah kunci kesuksesan sebuah bisnis (Chen&Cheng,2009). Adapun minat beli ulang merupakan salah satu manifestasi dari loyalitas konsumen diantara dimensi-dimensi lainnya (L.C.Harris&M.M.H Goode,2004). Pembelian berulang oleh konsumen yang disebabkan karena faktor loyalitas jangka panjang, secara positif akan berkorelasi langsung dengan peningkatan keuntungan dan pertumbuhan perusahaan (Molla *et al*,2001). Jika suatu hubungan mengesankan konsumen, hubungan tersebut kemungkinan dipertahankan selama jangka waktu yang lama (Hellier *et al*,2003).Salah satu faktor yang dianggap menunjang minat konsumen untuk menggunakan jasa tertentu yaitu citra merek. Menurut Andreassen dan Lindestad (1998), citra merek dapat mempunyai pengaruh langsung maupun tak langsung terhadap loyalitas. Citra merek memiliki fungsi strategis. Melalui kegiatan marketing, citra merek dapat digunakan untuk meningkatkan posisi kompetitif (Javalgi,1992) . Citra perusahaan yang baik merupakan aset bagi kebanyakan perusahaan (Zeithaml,1988).

Menurut Sanchez (2003), salah satu tujuan dasar marketing adalah untuk menentukan nilai-nilai (*value*) konsumen dan untuk menggabungkan nilai-nilai tersebut ke dalam program-program marketing untuk meningkatkan loyalitas konsumen. *Customer perceived value* merupakan evaluasi konsumen terhadap produk dan jasa, dimana kesesuaian performa dari jasa rumah sakit menghasilkan

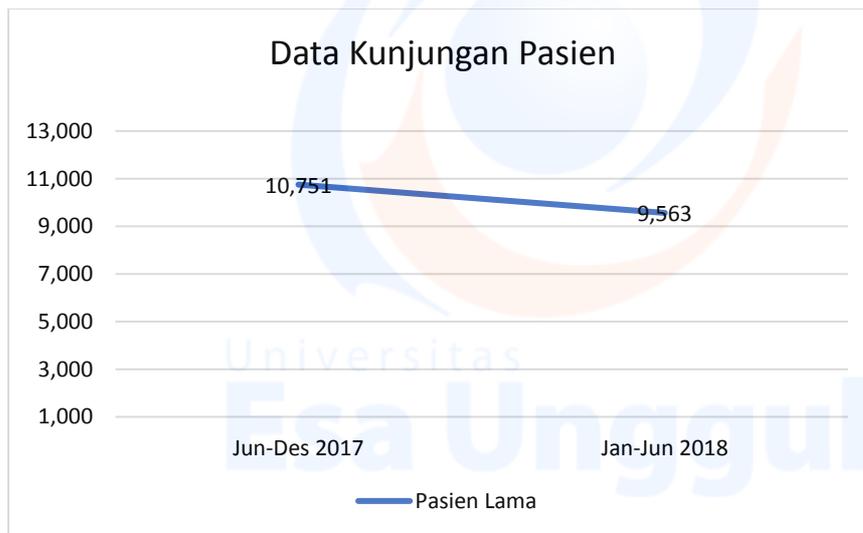
minat pasien untuk memanfaatkannya kembali di masa yang akan datang. Hal ini didukung oleh pernyataan Anoraga (2000) bahwa minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu. Hubungan positif antara kepuasan konsumen dan minat beli ulang telah melalui berbagai studi. Studi-studi tersebut menyimpulkan bahwa pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kepuasan konsumen berkaitan erat dengan keputusan berperilaku. Juga disebutkan ada hubungan positif antara kepuasan konsumen dengan minat beli ulang (La Barbera & Mazursky, 1983) Konsumen yang puas cenderung akan memanfaatkan pelayanan lebih sering dibanding yang tidak puas (Bolton & Lemon, 1999), mereka menunjukkan minat beli ulang yang kuat, dan akan merekomendasikannya kepada orang lain (Zeithaml *et al*, 1996). Zeithaml (2006) juga mengatakan bahwa konsumen yang puas pada industri jasa akan mempunyai minat beli ulang yang tinggi di masa depan.

Hubungan beberapa variabel tersebut telah dianalisa sebelumnya oleh Tangkas Sibarani melalui penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Kesehatan Dan Citra Merek Pada Loyalitas Pasien, Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Pemediasi (Studi Di Bangsal VIP Rumah Sakit Ortopedi Prof. Dr R Soeharso Di Surakarta)”, dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif pada kepuasan dan loyalitas, kepuasan berpengaruh positif pada loyalitas pasien, serta memediasi pengaruh citra rumah sakit pada loyalitas. Juga penelitian yang dilakukan oleh Wu (2011) yang berjudul “*The Impact of Hospital Brand Image on Service Quality, Patient Satisfaction and Loyalty*” dengan hasil bahwa citra merek RS yang positif tidak hanya meningkatkan loyalitas, melainkan juga memperbaiki kepuasan pasien melalui peningkatan persepsi kualitas pelayanan, yang akhirnya meningkatkan minat kunjung ulang. Namun belum ada penelitian

sebelumnya yang menggunakan 4 variabel *customer perceived value*, citra merek, kepuasan dan minat kunjung ulang dalam model yang sama persis.

RS Atma Jaya sebagai tempat melakukan penelitian adalah rumah sakit tipe B, didirikan pada bulan Juni 1976 dan merupakan rumah sakit pendidikan. Alasan pendirian pada awalnya yaitu untuk menunjang pendidikan calon dokter serta menyelenggarakan pelayanan medis bagi kepentingan masyarakat terutama area Jakarta Utara. Saat ini, pangsa pasar Rumah Sakit Atma Jaya terbagi 80% untuk BPJS dan 20% untuk pasien umum. Seiring dengan tuntutan perkembangan bisnis, rumah sakit tidak bisa lagi hanya mengandalkan pelayanan pasien BPJS, karena margin keuntungan BPJS relatif kecil sehingga seringkali merugikan. Rumah sakit harus menambah jumlah pasien umum, karena diperlukan peningkatan pendapatan bagi RS untuk tetap bertahan dan berkembang. RS Atma Jaya sebenarnya potensial untuk meraih keuntungan, apalagi saat ini rumah sakit memiliki gedung baru yang dilengkapi berbagai fasilitas dan sarana penunjang medis yang lengkap.

Menurut data kunjungan poliklinik non BPJS RS Atma Jaya pada periode Januari-Juni 2018, didapatkan jumlah pasien sebanyak 13.844 orang, yang terbagi atas 4281 pasien baru, dan 9563 pasien lama. Jumlah tersebut ternyata mengalami penurunan dibandingkan periode sebelumnya yakni pada bulan Juni-Desember 2017 dimana jumlah kunjungan sebanyak 15.403, dengan pembagian 4652 pasien baru, dan 10.751 pasien lama. Baik pasien lama maupun pasien baru di unit rawat jalan mengalami penurunan. Tingkat kunjung ulang pasien lama berkurang sekitar 11%. Hal ini bertolak belakang dengan jumlah pasien di poliklinik BPJS yang mengalami kenaikan.



**Gambar 1.1 Data Kunjungan Ulang Pasien Poliklinik Non BPJS**

### **RS Atma Jaya**

**Sumber : Rekam Medis RS.Atma Jaya Tahun 2018**

Salah satu kendala yang dihadapi RS Atma Jaya dalam upaya meningkatkan jumlah pasien umum adalah masalah citra merek sebagai rumah sakit pendidikan. Dari hasil wawancara terhadap beberapa responden masyarakat sekitar rumah sakit (bukan pengguna aktif BPJS) mengatakan bahwa salah satu alasan mereka tidak mau berobat ke RS Atma Jaya karena anggapan bahwa seluruh pelayanan di rumah sakit ini dilakukan oleh calon dokter / koas, sehingga timbul keraguan dalam hal profesionalitas. citra RS sebagai rumah sakit kelas menengah ke bawah juga menyebabkan sulit meningkatkan daya jual kepada pasien umum yang persepsinya telah banyak dipengaruhi oleh *word of mouth*, serta variasi pengalaman berobat di masa lalu.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa pasien pada unit rawat jalan RS Atma Jaya, alasan yang menarik minat mereka untuk berobat disana antara lain karena pelayanannya cukup baik, cocok dengan dokternya, dekat dengan tempat tinggal, dan harga yang relatif terjangkau, namun masih terdapat keluhan terkait

kecepatan pelayanan, responsivitas petugas, dan sistem pendaftaran yang kurang teratur. Sementara dalam hal fasilitas fisik, masih terdapat masalah terkait kebersihan dan kenyamanan area tunggu. Padahal hal tersebut dapat menjadi nilai tambah yang dipersepsikan pasien atas sebuah rumah sakit.

Pada survey yang dilakukan RS Atma Jaya pada tahun 2018, persentase kepuasan pasien rawat jalan non BPJS berada kira-kira di angka 85%, secara umum memang dapat dikatakan telah mencapai target RS, namun untuk rumah sakit swasta, standar yang ditetapkan seharusnya bisa lebih tinggi di angka >90%.

Dari semua fenomena diatas, penelitian ini bertujuan agar rumah sakit dapat mengetahui pengaruh citra merek, *customer perceived value*, dan kepuasan pasien terhadap minat kunjung ulang, supaya rumah sakit dapat mengubah persepsi masyarakat, meningkatkan citra, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan ketika berobat serta kepuasan bagi pasien, sehingga minat kunjung ulang akan meningkat. Tujuan akhirnya adalah peningkatan volume dan *value* bagi RS. Dengan latar belakang tersebut, maka penelitian ini mengambil judul “Analisis Minat Kunjung Ulang Pasien Non BPJS di Unit Rawat Jalan RS Atma Jaya”

## **B. Identifikasi masalah**

1. Tingkat kunjungan pasien di RS Atma Jaya tidak sesuai harapan, karena jumlah pasien lama dan baru mengalami penurunan pada periode awal tahun 2018 dibandingkan pertengahan tahun 2017.
2. Tingkat kunjung ulang pasien rumah sakit berkurang sekitar 11% pada periode akhir tahun 2017 hingga awal 2018
3. Masyarakat tidak mempercayai RS Atma Jaya karena citra rumah sakit pendidikan identik dengan koas

4. Citra sebagai rumah sakit kelas menengah ke bawah membuat masyarakat dengan pembiayaan sendiri tidak menjadikan RSAJ sebagai pilihan berobat.

5. Masalah kecepatan pelayanan, responsivitas petugas, sistem pendaftaran yang kurang teratur, serta kenyamanan ruang tunggu mengurangi nilai RS Atma Jaya di dalam persepsi pasien.

6. Target kepuasan pasien yang dibuat rumah sakit yaitu 85%, seharusnya untuk rumah sakit swasta bisa ditingkatkan lagi.

### **C. Pembatasan Masalah**

Karena terlalu luasnya permasalahan yang berkaitan dengan minat kunjung ulang, maka penelitian dibatasi pada 4 variabel, yaitu : *customer perceived value* dan citra merek sebagai variabel independen, kepuasan pasien sebagai variabel intervening, serta minat kunjung ulang sebagai variabel dependen. Objek penelitian yaitu pasien-pasien non BPJS di unit rawat jalan RS Atma Jaya yang sudah pernah melakukan kunjungan minimal 1x dalam 2 tahun terakhir. Periode penelitian pada bulan Juli-September 2018.

### **D. Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh *customer perceived value* terhadap kepuasan pasien rawat jalan di RS Atma Jaya?
2. Apakah terdapat pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien rawat jalan di RS Atma Jaya ?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pasien rawat jalan terhadap minat kunjung ulang di RS Atma Jaya ?

4. Apakah terdapat pengaruh *customer perceived value* terhadap minat kunjung ulang pasien rawat jalan di RS Atma Jaya ?
5. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap minat kunjung ulang pasien rawat jalan di RS Atma Jaya ?

## **E. Tujuan Penelitian**

### **1. Tujuan Umum**

Untuk menganalisa pengaruh *customer perceived value* dan citra merek terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening.

### **2. Tujuan Khusus**

- a. Untuk menganalisa pengaruh *customer perceived value* terhadap kepuasan pasien rawat jalan di RS Atma Jaya.
- b. Untuk menganalisa pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien rawat jalan di RS Atma Jaya.
- c. Untuk menganalisa pengaruh kepuasan pasien rawat jalan terhadap minat kunjung ulang di RS Atma Jaya.
- d. Untuk menganalisa pengaruh *customer perceived value* terhadap minat kunjung ulang pasien rawat jalan di RS Atma Jaya.
- e. Untuk menganalisa pengaruh citra merek terhadap minat kunjung ulang pasien rawat jalan di RS Atma Jaya.

## **F. Kegunaan Hasil Penelitian**

Penelitian ini memberi manfaat sebagai berikut :

### **1.Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat hasil-hasil studi yang membahas pengaruh *customer perceived value*, citra merek, dan kepuasan pasien terhadap minat kunjung ulang.

### **2.Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi bagi pihak manajemen RS Atma Jaya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek, *customer perceived value*, serta kepuasan pelanggan dalam membentuk minat kunjung ulang pasien, sehingga dapat mengambil langkah-langkah yang tepat bagi kebijakan rumah sakit selanjutnya, misalnya melakukan perbaikan citra RS di masa mendatang, meningkatkan nilai manfaat, memenuhi ekspektasi, serta memperbesar tingkat kepuasan pasien, supaya tercipta loyalitas, yang mendorong tingkat pertumbuhan serta keuntungan bagi rumah sakit.