

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi global mendorong pesatnya pertumbuhan bisnis di sektor jasa termasuk bisnis di bidang kesehatan. Rumah sakit yang awalnya dipandang sebagai penyedia layanan kesehatan yang bersifat sosial, kini telah berubah sebagai penyedia layanan kesehatan yang bersifat sosioekonomi. Persaingan yang ketat dalam bisnis rumah sakit menuntut pihak pengelola jasa untuk terus menciptakan strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan. (Elizar et al., 2020).

Pemasaran Jasa melibatkan dan mengelola hubungan dengan pelanggan berupa kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun dengan tujuan utama pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai unggul dan untuk menjaga serta mengembangkan pelanggan saat ini dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan. (Kotler & Armstrong, 2018)

Keputusan untuk memilih produk atau jasa yang akan dibeli atau dikonsumsi diantara banyaknya penawaran yang menjanjikan kepuasan maka pelanggan akan membentuk ekspektasi tentang nilai dan kepuasan yang akan diberikan berbagai penawaran pasar dan membeli berdasarkan ekspektasinya itu. (Kotler & Armstrong, 2006) Pelanggan membentuk ekspektasi jasa dari banyak sumber seperti pengalaman masa lalu akan pembelian sebelumnya, berita dari mulut ke mulut, dan iklan. Pelanggan yang puas akan membeli lagi dan memberitahu orang lain tentang pengalaman baik mereka. Sedangkan pelanggan yang tidak puas akan beralih ke pesaing dan memberi komentar negatif terhadap produk atau jasa yang mereka beli kepada orang lain. (Kotler & Keller, 2009)

Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh besar terhadap *behavior intention*. (Bowie & Buttle, 2004) Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian berulang, memberi *positive feedback* dan rekomendasi tentang produk itu kepada orang /lain, tidak terpengaruh terhadap merek ataupun iklan dari perusahaan pesaing, dan melakukan pembelian produk lain dari perusahaan. (Kotler & Armstrong, 2006). Pendapat ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap *behavior intention* berupa niat untuk melakukan kunjungan kembali dan merekomendasikan produk kepada orang lain. (Ge et al., 2021); (Dash et al., 2021); (Roudposhti et al., 2018); (Iqbal et al., 2018); (Dawi et al., 2018); (Tran & Le, 2020); dan (Y. Li & Shang, 2020)

Jasa atau layanan memiliki karakteristik tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, atau dibaui sebelum jasa itu dibeli. Sehingga untuk mengurangi ketidakpastian, penyedia jasa harus mampu mentransformasikan jasa tak berwujud kedalam manfaat nyata dan terdefinisi dengan baik. (Kotler & Keller, 2009)

Kualitas layanan berdampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang berpusat pada pelanggan mendefinisikan kualitas berdasarkan nilai dan kepuasan pelanggan. (Kotler & Armstrong, 2006) Ketika pelayanan yang ditawarkan semakin baik maka akan berimplikasi pada interpretasi konsumen yang lebih baik terhadap layanan yang diberikan. (Lie et al., 2019). Pendapat ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ge et al., 2021); (Bashir et al., 2020); (Y. Li & Shang, 2020) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh terhadap *perceived value*. Selain berpengaruh terhadap *perceived value*, kualitas layanan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Elizar et al., 2020); (Brucal et al., 2022); (Iqbal et al., 2018); (Dawi et al., 2018); (Zhong & Moon, 2020); dan (Tran & Le, 2020). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh (Ge et al., 2021); (Sari et al., 2022); (Kusumawati & Rahayu, 2020); (Muharmi et al., 2019); (Slack et al., 2020); dan (Bashir et al., 2020) yang menyatakan nilai keseluruhan dan manfaat yang diterima konsumen setelah melakukan pembelian dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

Penelitian ini menggunakan RS Medika BSD sebagai objek penelitian. RS Medika BSD berdiri tahun 2009 di daerah Tangerang Selatan. Merupakan Rumah Sakit swasta Kelas B yang memberikan pelayanan kepada pasien BPJS, Asuransi, Perusahaan, dan umum dibidang kesehatan yang didukung layanan dokter spesialis yang lengkap dan berbagai fasilitas medis lainnya. Penelitian ini akan menganalisis permasalahan niat pasien melakukan *Medical Check Up* (MCU) di RS Medika BSD

Permasalahan yang melandasi dilakukan penelitian ini adalah penurunan jumlah kunjungan pasien yang melakukan MCU di RS Medika BSD untuk periode tahun 2021-2022, adapun data kunjungan pasien MCU RS Medika BSD tersaji dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Pasien *Medical Check Up* (MCU) RS Medika BSD

No	Bulan	2022			2021		
		Jumlah Kunjungan		Jumlah Total	Jumlah Kunjungan		Jumlah Total
		Corporate	Personal		Corporate	Personal	
1	Januari	14	38	52	2	46	48
2	Februari	6	29	35	1	46	47
3	Maret	4	48	52	1	58	59
4	April	3	60	63	0	44	44
5	Mei	7	43	50	0	28	28
6	Juni	11	84	95	1	118	119
7	Juli	14	64	78	1	80	81
8	Agustus	35	40	75	13	121	134
9	September	7	31	38	3	55	58
10	Oktober	58	27	85	48	40	88
11	November	25	41	66	121	47	168
12	Desember	20	40	60	100	72	172
	Total	204	545	739	291	755	1046

Sumber: RS Medika BSD

Tabel 1.1 menjelaskan jumlah kunjungan (MCU) di RS Medika BSD. Pasien yang melakukan MCU di RS Medika BSD berasal dari pasien perusahaan dan umum. Berdasarkan tabel di atas jumlah kunjungan MCU di RS Medika BSD mengalami penurunan. Tahun 2022 jumlah kunjungan mengalami penurunan dengan jumlah kunjungan sebanyak 739 kunjungan atau turun 29.35% dibanding tahun 2021. Penurunan jumlah kunjungan pasien MCU dapat mengakibatkan kerugian pada rumah sakit karena penurunan profit, biaya operasional yang dikeluarkan terus berjalan walaupun jumlah pasien menurun, dan penurunan efisiensi kerja perawat dan petugas MCU dikarenakan jumlah pasien MCU menurun.

Terus bertambahnya jumlah rumah sakit, klinik, dan laboratorium di tangerang selatan yang menawarkan pelayanan MCU dengan harga kompetitif meningkatkan persaingan dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Selain faktor eksternal, faktor internal seperti pelaksanaan MCU belum secara cluster, lamanya waktu tunggu pemeriksaan MCU, keterbatasan fasilitas pemeriksaan penunjang, belum maksimalnya pelaksanaan survey kepuasan pelanggan MCU akan mempengaruhi jumlah kunjungan MCU RS Medika BSD. Oleh karena itu seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan saat ini maka rumah sakit harus memberikan kualitas layanan yang prima, nilai unggul, dan kepuasan kepada pelanggan. (Kotler & Armstrong, 2018). Pernyataan ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu (Ge et al., 2021)(Tran & Le, 2020)(Iqbal et al., 2018)(Y. Li & Shang, 2020)(Dawi et al., 2018)(Muharmi et al., 2019)(Hamari et al., 2019)

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik membahas masalah niat melakukan MCU dihubungkan dengan *service quality*, *customer perceived value*, dan kepuasan pasien. Sehingga pada penelitian ini ditetapkan judul “*Pengaruh Service Quality, Customer Perceived Value Terhadap Niat Melakukan Medical Check Up Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Mediasi*”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang, terdapat beberapa masalah yang mengakibatkan turunnya jumlah dan persentase kunjungan pasien umum yang melakukan MCU di RS Medika BSD periode tahun 2020-2022, antara lain:

1. Penurunan jumlah kunjungan pasien yang melakukan MCU mengindikasikan penurunan niat pasien dalam memilih RS Medika BSD sebagai penyedia layanan MCU terbaik
2. Survey kepuasan pasien MCU yang belum berjalan menunjukkan belum maksimalnya usaha rumah sakit dalam melakukan evaluasi mengenai kepuasan pasien terhadap layanan MCU
3. Tempat pelaksanaan MCU masih bercampur, lamanya waktu tunggu pemeriksaan dan hasil pemeriksaan MCU, dan keterbatasan peralatan

penunjang mengindikasikan kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh RS.

4. Terus bertambahnya jumlah RS, klinik, dan laboratorium di tangerang selatan yang menawarkan pelayanan MCU dengan harga kompetitif mengindikasikan persaingan RS dalam meningkatkan *customer perceived value* (nilai yang dirasakan pasien) atas pelayanan MCU yang diberikan RS terhadap pengorbanan yang dikeluarkan pasien dari segi biaya.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah maka dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah agar lebih fokus dalam mengungkap masalah niat pasien melakukan *medical check up* (MCU) di RS Medika BSD. Dilakukan penetapan variabel bebas yang terdiri dari *service quality* dan *customer perceived value*, variabel mediasi yaitu kepuasan pasien, serta variabel terikat yaitu niat melakukan *medical check up* (MCU). Area analisis dalam penelitian ini juga di batasi yaitu unit pelayanan *medical check up* (MCU) di RS Medika BSD.

D. Rumusan Masalah

Terdapat beberapa pertanyaan yang dirumuskan dalam penelitian ini untuk mengungkap keterkaitan masalah dalam penurunan jumlah kunjungan pasien umum yang melakukan MCU di RS Medika BSD, antara lain:

1. Apakah *service quality* memiliki pengaruh terhadap *customer perceived value*?
2. Apakah *service quality* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien?
3. Apakah *service quality* memiliki pengaruh terhadap niat MCU?
4. Apakah *customer perceived value* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien?
5. Apakah *customer perceived value* memiliki pengaruh terhadap niat melakukan MCU?
6. Apakah kepuasan pasien memiliki pengaruh terhadap niat melakukan MCU?
7. Apakah kepuasan pasien memediasi pengaruh *service quality* dan *customer perceived value* terhadap niat melakukan MCU?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua tujuan yaitu tujuan umum dan tujuan khusus dengan rincian sebagai berikut.

1. Tujuan Umum

Penelitian ini secara umum bertujuan menganalisis pengaruh *service quality*, *customer perceived value* terhadap niat melakukan *medical check up* dengan kepuasan pasien sebagai variabel mediasi

2. Tujuan Khusus

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan dalam rumusan masalah, maka tujuan khusus penelitian ini yaitu:

- a. Menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer perceived value*
- b. Menganalisis pengaruh *service quality* terhadap kepuasan pasien
- c. Menganalisis pengaruh *customer perceived value* terhadap kepuasan pasien
- d. Menganalisis pengaruh *service quality* terhadap niat melakukan MCU
- e. Menganalisis pengaruh *customer perceived value* terhadap niat melakukan MCU
- f. Menganalisis pengaruh kepuasan pasien terhadap niat melakukan MCU

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan serta kemajuan rumah sakit yang bersifat praktis. Beberapa kegunaan dari penelitian ini antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini berguna bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan pendidikan di masa depan dan memiliki kegunaan sebagai berikut:

- a. Menambah wawasan baru tentang manajemen pemasaran rumah sakit dalam rangka meningkatkan niat kunjungan rumah sakit
- b. Menjadi referensi baru untuk kajian selanjutnya tentang cara meningkatkan *service quality*, *customer perceived value*, kepuasan pasien, dan niat beli sehingga dapat menjadi kajian diskusi ilmiah untuk kemajuan ilmu pengetahuan dan pendidikan.
- c. Pengetahuan untuk penelitian selanjutnya tentang konsep dasar *service quality*, *customer perceived value*, dan kepuasan pasien dalam meningkatkan niat pasien untuk mengunjungi rumah sakit.
- d. Menemukan sintesis baru tentang variabel-variabel yang diteliti serta memberikan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan indikator pengukuran masing-masing variabel

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini memiliki kegunaan praktis bagi organisasi yang berfungsi untuk mencapai tujuan organisasi secara maksimal, secara praktis penelitian ini memiliki kegunaan antara lain:

- a. Organisasi, khususnya RS Medika BSD. Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk meningkatkan niat pasien melakukan MCU dengan meningkatkan kepuasan pasien terhadap *service quality* dan *customer perceived value*.
- b. Pimpinan, khususnya RS Medika BSD. Dapat dijadikan rujukan untuk memahami perilaku pasien dalam menentukan niat melakukan MCU.

- c. Tenaga kesehatan, khususnya RS Medika BSD. Dapat dijadikan acuan baru dalam meningkatkan kepuasan pasien dan *customer perceived value* sehingga dapat membantu rumah sakit mencapai tujuan organisasi mendapatkan kepercayaan pasien melakukan MCU di RS Medika BSD.
- d. Bagi masyarakat ilmiah. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam upaya peningkatan niat beli pasien yang dalam hal ini adalah melakukan MCU dengan upaya mengoptimalkan *service quality*, *customer perceived value*, dan kepuasan pasien.