

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Loyalitas merupakan hal yang penting dibangun setiap perusahaan untuk memenangkan kompetisi. Menurut Reicheld dan Sasser dalam Suhartanto (mengemukakan bahwa peningkatan 5% dalam kesetiaan pelanggan dapat meningkatkan keuntungan sebesar 25% sampai dengan 85%, dan 60% peningkatan penjualan kepada konsumen baru adalah atas rekomendasi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Loyalitas merupakan salah satu kunci sukses dalam memenangkan persaingan bisnis saat ini. (Suhartanto, 2009)

Konsep lain yang dianggap cukup penting terkait dengan pelayanan sebuah jasa yaitu *brand image*, yang mana dikatakan oleh Kotler bahwa *Brand Image* (Citra Merek) merupakan sebuah persepsi dan kepercayaan yang dipegang oleh konsumen sebagai pencerminan asosiasi yang ada pada ingatan konsumen (Kotler, 2009) Walaupun tidak terlalu berbeda jauh dengan produk, namun hal yang cukup signifikan terjadi dikarenakan sebuah *brand* akan cenderung menjadi sebuah pembeda antara layanan jasa yang diberikan oleh satu penyedia jasa dengan penyedia jasa lainnya (Rahma, dalam Thomas S. Kaihatu, 2007), oleh sebab itu konsumen akan selalu melihat peran sebuah *brand* khususnya di industri rumah sakit sebagai salah satu pertimbangan secara menyeluruh, apakah kualitas layanan yang diberikan pihak rumah sakit dapat membuat kepuasan konsumen dapat menjadi lebih tinggi. Kotler juga menyatakan bahwa pada saat konsumen semakin memiliki keyakinan bahwa kualitas yang diterima adalah baik, maka *brand image* yang dimiliki akan juga semakin baik (Kotler, 2009)

Industri jasa (*Service Industry*) saat ini berkembang dengan sangat cepat. Persaingan yang terjadi saat ini sangat kompetitif. Pelayanan yang diberikan antara satu penyedia jasa (*service provider*) dengan pemberi jasa lainnya sangat bervariasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Salah satu industri jasa yang berkembang saat ini adalah industri jasa dibidang

pelayanan kesehatan yaitu rumah sakit, baik rumah sakit milik pemerintah maupun swasta.

Rumah sakit pada era globalisasi saat ini bukan hanya mengemban misi sosial. Aspek bisnis dalam pengelolaan suatu rumah sakit sudah menjadi konsekuensi wajar pada era globalisasi. Karena itu rumah sakit tidak perlu lagi mengesampingkan upaya untuk lebih mempromosikan diri. Perusahaan atau organisasi bisnis dalam hal ini industri rumah sakit yang mampu memberikan pelayanan yang memiliki daya saing tinggi akan mampu mendominasi pasar. (Widajat, Rochmanadji, 2009)

Meningkatnya jumlah rumah sakit menjadi tantangan bagi pengelola rumah sakit karena menimbulkan persaingan yang cukup ketat. Rumah sakit yang memiliki pelayanan yang bermutu dan citra merek yang baiklah yang dapat bertahan dan unggul. Rumah sakit harus mampu menyediakan pelayanan yang berkualitas dengan harga bersaing dengan tujuan untuk tercapainya kepuasan pelanggan dan akan berefek pada timbulnya kesetiaan pelanggan serta peningkatan pertumbuhan dan keuntungan. (Yunita, 2013)

Bagi industri jasa, kepuasan konsumen menjadi sebuah tuntutan yang pasti. Setiap rumah sakit yang mengemukakan kualitas layanan sebagai bagian dari jasa yang diberikan kepada pasiennya, akan cenderung menggunakan kepuasan konsumen sebagai salah satu indikator kesuksesan pelayanan yang diberikan. Manfaat yang tercipta dari kepuasan konsumen diantaranya dapat membuat harmonis hubungan antara penyedia jasa yaitu rumah sakit dengan konsumen menjadi dasar yang baik untuk penggunaan ulang jasa dan akan terciptanya loyalitas konsumen yang mana akan mengarah kepada pemberian rekomendasi *word of mouth* yang pada akhirnya dapat menguntungkan pihak penyedia jasa yaitu rumah sakit.

Citra Merek Rumah Sakit menarik perhatian dikalangan peneliti model konseptual ditujukan untuk menjawab peran penting Citra Merek terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien. Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Wu, (2011) yang menguji Citra Merek Rumah Sakit, Kualitas Layanan, Kepuasan Pasien, dan loyalitas. Empat dari enam hipotesis penelitian yang diuji berhasil dibuktikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

terdapat hubungan positif antara Citra Merek Rumah Sakit dengan loyalitas pasien melalui peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pasien.

Thomas, S (2012), menguji tentang Kepuasan Konsumen yang dipengaruhi oleh Kualitas Layanan dengan *Brand Image* sebagai variabel perantara. Dari penelitiannya, kualitas layanan terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dan *brand image*. Sementara itu, pengaruh secara langsung *Brand Image* terhadap kepuasan pasien terbukti berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan. Sementara itu, Agustiah, Tri (2012), meneliti gambaran analisis kepuasan pasien terhadap layanan perawat di rawat inap kelas III Rumah Sakit Qadr, didapatkan hasil penelitian tingkat kepuasan pasien terhadap layanan perawat sebesar 57,5%.

Sebagai salah satu rumah sakit yang bernuansakan Islam dalam setiap pelayanannya, Rumah Sakit Qadr berusaha untuk menerapkan budaya kerja yang baik pada semua karyawannya, yaitu dengan bekerja penuh dengan keikhlasan dan menganggap kerja adalah bagian dari ibadah sehingga dapat meningkatkan produktifitas kerja. Seiring dengan berjalannya waktu, kepercayaan masyarakat semakin meningkat, hal ini terlihat dari peningkatan jumlah tempat tidur dari 59 tempat tidur pada tahun 1993 hingga saat ini berjumlah 107 tempat tidur.

Dalam rangka meningkatkan kemampuan memberikan pelayanan yang bermutu pada masyarakat, berbagai upaya telah dilakukan. Salah satu indikator tentang perlunya memperhatikan pelayanan kesehatan dapat dilihat dari tingkat pemanfaatan fasilitas kesehatan di rumah sakit. Tingkat BOR (*Bed Occupancy Rate*) atau prosentase yang menunjukkan rata rata tempat tidur yang dipakai, idealnya adalah 70-80%. Berikut ini adalah tabel Kinerja Rumah Sakit Qadr tahun 2013-2014 :

Tabel 1.1 Kinerja Rumah Sakit Qadr 2012 – 2104

Indikator	2012	2013	2014
BOR	62,1 %	61,7 %	66,3 %
ALOS	4 Hari	4 Hari	4 Hari
BTO	47,6	57,1	62
TOI	2 Hari	2 Hari	2 Hari
GDR	18,5 ‰	12,3 ‰	14,4 ‰
NDR	4,77 ‰	5,76 ‰	7,8 ‰

Sumber : Data Medical Record

Data pasien tahun 2012 sampai dengan 2014 menunjukkan bahwa jumlah pasien setiap tahunnya mengalami peningkatan. Berikut data pasien yang datang untuk mendapatkan pelayanan kesehatan di poliklinik rawat jalan rumah sakit Qadr, Tangerang :

Tabel 1.2. Data kunjungan pasien Rawat Jalan

Tahun	Pasien Baru	Pasien Lama
2012	9. 254	22. 823
2013	9. 717	20. 557
2014	10. 333	21.638

Sumber : Data Medical Record RSQ

Citra Merek Rumah Sakit menarik perhatian dilakngan peneliti model konseptual ditujukan untuk menjawab peran penting Citra Merek terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien. Wu (2011), menguji Citra Merek Rumah Sakit, Kualitas Layanan, Kepuasan Pasien, dan loyalitas. Empat dari enam hipotesis penelitian yang diuji berhasil dibuktikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara Citra Merek Rumah Sakit dengan loyalitas pasien melalui peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pasien.

Thomas, S (2012), menguji tentang Kepuasan Konsumen yang Dipengaruhi oleh Kualitas Layanan dengan *Brand Image* sebagai variabel perantara. Dari penelitiannya, kualitas layanan terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien dan *brandimage*. Sementara itu, Pengaruh secara langsung Brand Image terhadap kepuasan pasien terbukti berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan. Sedangkan Agustiah, Tri.(2012), meneliti gambaran analisis kepuasan pasien terhadap layanan perawat di rawat inap kelas III Rumah Sakit Qadr, didapatkan hasil penelitian tingkat kepuasan pasien terhadap layanan perawat sebesar 57,5%.

Berdasarkan latar belakang yang tersebut diatas serta penelitian ini bersifat sebagai replikasi dari peneliti sebelumnya yaitu Wu (2011) yang berjudul *The Impact Of Hospital Brand Image on service quality, patient satisfaction and loyalty*, penulis memodifikasi penelitian sebelumnya yaitu untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan, terhadap Loyalitas pasien yang dimediasi oleh Kepuasan pasien Pasien di Rumah Sakit Qadr Tangerang.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari uraian pada latar belakang diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Persepsi pasien terhadap Citra Merek Rumah Sakit yang bernuansakan Islami
2. Kinerja RSQ tiap tahun mengalami peningkatan namun masih belum sesuai standar DepKes yaitu BOR 70-80%
3. Perlunya meningkatkan budaya Kerja yang Islami yaitu bekerja penuh dengan keikhlasan dan menganggap kerja adalah bagian dari ibadah untuk dapat meningkatkan produktifitas kerja.
4. Bagaimana persepsi pasien terhadap Citra Merek Rumah Sakit yang bernuansakan Islami dalam memberikan layanan Kesehatan
5. Bagaimana tanggapan pasien terhadap Kualitas Layanan yang diberikan Rumah Sakit

6. Bagaimana tingkat Kepuasan Pasien terhadap kualitas layanan yang diberikan Rumah Sakit
7. Bagaimana Loyalitas pasien terhadap Rumah Sakit

1.3. Batasan Masalah

Setelah mengidentifikasi masalah, maka penulis akan membatasi masalah yang kiranya dapat dilakukan penelitian dengan mengingat pentingnya masalah dan keterbatasan waktu dan tenaga. Penelitian ini dibatasi pada masalah pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Kepuasan Pasien dan Loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Qadr, Tangerang.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas , maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Citra Rumah Sakit memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien?
2. Apakah Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien?
3. Apakah Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien?
4. Apakah Kepuasan Pasien memiliki pengaruh terhadap loyalitas?
5. Apakah Citra Merek Rumah Sakit memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien?
6. Apakah Kepuasan Pasien menjadi variabel mediasi terhadap Loyalitas Pasien?

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah Citra Merek Rumah Sakit memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pasien
3. Untuk mengetahui apakah Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien
4. Untuk mengetahui apakah Kepuasan Pasien memiliki pengaruh terhadap loyalitas

5. Untuk mengetahui apakah Citra Rumah Sakit memiliki pengaruh terhadap loyalitas pasien.
6. Untuk mengetahui apakah Kepuasan Pasien terbukti sebagai variabel mediasi terhadap Loyalitas Pasien.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi pengelola Rumah Sakit

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk mengelola Citra Merek Rumah Sakit dan dalam meningkatkan Kualitas Layanan serta meningkatkan Kepuasan Pasien dan meningkatkan Loyalitas Pasien.

2. Bagi peneliti

Sebagai bahan referensi yang dapat menjadi bahan penelitian lanjutan atau sebagai bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang, khususnya penelitian yang berkaitan dengan Citra Merek Rumah Sakit, Kualitas Layanan, Kepuasan Pasien dan Loyalitas.

3. Bagi Universitas

Dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membuat kebijaksanaan yang lebih baik di masa yang akan datang. Terutama untuk memberikan masukan dan tambahan informasi serta menyampaikan saran yang mungkin bermanfaat bagi Universitas Esa Unggul, khususnya Program Pasca Sarjana Magister Manajemen mengenai pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien dan Loyalitas Pasien.