

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia kesehatan yang semakin pesat di era modern saat ini membuat banyak perusahaan-perusahaan yang mulai melirikinya. Dan dengan perkembangan dan banyaknya perusahaan yang menginginkannya, maka mulai banyak perusahaan kesehatan yang menjanjikan sebuah kualitas pelayanan yang sangat nyaman. Dengan cara tersebut, maka perusahaan merasa yakin akan membuat pelanggan/pasien menjadi percaya dan membuat pelanggan/pasien akan terus berdatangan karena rasa kepercayaan.

Dalam perkembangannya, rumah sakit saat ini tidak lagi memperhitungkan lagi letak atau lokasi pendiriannya, yang berdampak sehingga persaingan dalam rumah sakit ini sangat mengandalkan kualitas pelayanan, fasilitas, biaya serta tenaga medis yang ditawarkan, dunia kesehatan sangatlah penting karena semakin banyaknya orang yang sakit maka semakin dibutuhkan juga rumah sakit untuk mengobatinya.

Bukan hanya mengobati, rumah sakit pun harus menjaga kesetiaan pelanggannya dengan membuat kepercayaan penuh akan fasilitas dan pelayanan yang diberikan. Perusahaan jasa kesehatan ini tidak hanya dalam hal perawatan pasien rawat inap, jasa dokter dan jasa farmasi namun rumah sakit pun memilih segmentasi pasar yang beragam seperti segmen penduduk yang berpendapatan rendah sampai tinggi. Nyatanya tidak semua rumah sakit mengutamakan

kepentingan pasiennya, maka dari itu rumah sakit pun harus merubah diri supaya apa yang menjadi tujuan rumah sakit tersebut tercapai.

Sebuah loyalitas pelanggan dapat timbul hanya karena sebuah kepuasan yang bernilai positif bagi seorang pelanggan/pasien tersebut, dari sebuah kepuasan tersebut akan timbul sebuah kesetiaan. Bagi semua perusahaan jasa, kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan (Rangkuti, 2003). Maka perusahaan dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berpatokan kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan.

Loyalitas pelanggan bukan merupakan hal yang bisa dikatakan mudah bagi suatu perusahaan, loyalitas tercipta karena pelanggan melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut membutuhkan waktu yang lama dan melewati suatu proses pembelian yang berulang-ulang. Jika dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut dapat dikatakan sebagai pelanggan yang loyal/setia, namun hanya sebagai seorang pembeli atau konsumen.

*Service quality* (Kualitas pelayanan) dalam perannya di rumah sakit juga sangatlah penting. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan, semua keberhasilan suatu perusahaan jasa adalah saat dimana

pelanggan setia dengan perusahaannya dan tidak hanya setia namun pelanggan/pasien pun mengajak atau memberi tahu kualitas pelayanan yang baik kepada rekan atau keluarganya, dimana bisa dikatakan bahwa pelanggan tersebut merekomendasikannya (Wyckof dalam Usmara, 2003). Maka keuntungan bagi perusahaan tersebut adalah bertambahnya pelanggan/pasien yang semakin lama semakin meningkat karena sebuah kualitas pelayanan yang berstandar baik dan fasilitasnya yang terjaga

Dalam penelitian ini, penulis tertarik melakukan penelitian pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh yang bertempat di JL. Maulana Hasanudin No. 63 Kota Tangerang ini karena ingin mengetahui apa yang paling berpengaruh dari persepsi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di rumah sakit tersebut. Karena sebagai rumah sakit, atau perusahaan jasa kesehatan maka rumah sakit tidak hanya harus mementingkan keuntungan namun kepuasan yang dilihat dari fasilitas rumah sakit yang modern, tetapi dari keramahan dari karyawan, ketanggapan karyawan, kemampuan dan kesungguhan semua karyawan rumah sakit.

Semua orang atau konsumen akan sangat merasa puas ketika mereka mendapatkan semua hal baik di rumah sakit dalam bentuk pelayanan yang berkualitas. Dan ketika mereka sudah merasa puas maka pelanggan akan mempunyai kesetiaan kepada rumah sakit, jadi rumah sakit harus mengelola semua pelayanannya dengan lebih serius. Pertumbuhan rumah sakit yang semakin pesat maka semakin ketat pula persaingan bisnis kesehatan dari perusahaan kesehatan lain, sehingga setiap perusahaan harus dituntut untuk selalu

berinovasi agar dapat bertahan di dalam persaingan dan mampu menarik perhatian konsumen melalui kualitas pelayanan yang baik. Dalam penelitian ini yang menjadi jurnal acuan adalah Catherine Prentice (2013), "Service Quality Perceptions and Customer Loyalty in Casinos".

Dilihat dari fenomena tentang pentingnya kualitas pelayanan dalam rumah sakit saat ini, yang akan mempengaruhi kepercayaan atau loyalitas pasien kepada rumah sakit yang berdampak meningkatnya keuntungan bagi rumah sakit sendiri, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Persepsi Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan di RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang**".

## **1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih terbilang baru di resmikannya menjadi RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh yang sebelumnya RSB PKU Muhammadiyah Cipondoh, sehingga menyebabkan loyalitas pasien yang belum terlihat.
2. Karena dalam dunia kesehatan lebih tepatnya rumah sakit terbilang ketat dalam persaingannya dengan rumah sakit lain baik itu rumah sakit swasta atau nasional, maka telah terjadi persaingan kualitas pelayanan diantara rumah sakit-rumah sakit.

### **1.2.1 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini dilakukan di wilayah Cipondoh, penelitian ini dibatasi pada pengunjung RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh dan yang

menjadi responden adalah masyarakat yang pernah berkunjung ke RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Berdasarkan pada masalah-masalah yang dapat teridentifikasi, maka penelitian ini dibatasi pada variabel-variabel yang akan diteliti untuk melihat bagaimana pelaksanaan pelayanan dan loyalitas pelanggan di RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh

### **1.3 Perumusan Masalah**

Dari uraian dalam latar belakang diatas maka dapat dijadikan dasar untuk menyusun perumusan masalah dari kegiatan penelitian ini. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini dapat ditetapkan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *tangibel* terhadap loyalitas pelanggan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang?
2. Apakah terdapat pengaruh *emphaty* terhadap loyalitas pelanggan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang?
3. Apakah terdapat pengaruh *reliability* terhadap loyalitas pelanggan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang?
4. Apakah terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas pelanggan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang?
5. Apakah terdapat pengaruh *assurance* terhadap loyalitas pelanggan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang?
6. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang?

7. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Repeat Patronage* pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang?
8. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Switching Behavior* pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang?
9. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth* pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari diadakan penelitian ini atau berdasarkan pada perumusan masalah yang ada pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangibel* terhadap loyalitas pelayanan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *emphaty* terhadap loyalitas pelayanan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap loyalitas pelayanan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas pelayanan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang.
5. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap loyalitas pelayanan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang.
6. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang.

7. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Repeat Patronage* pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang.
8. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Switching Behavior* pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang.
9. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Word of Mouth* pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat atau kegunaan pada banyak pihak, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang akan diperlukan adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat ini berguna untuk mengetahui teori baru mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang, sehingga dapat menambah wawasan baru mengenai variabel-variabel selanjutnya yang akan diteliti.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan mengenai cara meningkatkan loyalitas pelanggan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

- 1) Mendapatkan pengalaman langsung mengenai judul yang diteliti yakni pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelayanan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan informasi bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti dengan judul yang sama dengan penelitian ini.

### b. Bagi RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang

Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka pengambilan keputusan dibidang pemasaran khususnya menyangkut loyalitas pelanggan yang ada hubungannya dengan kualitas pelayanan pada RSIA PKU Muhammadiyah Cipondoh Tangerang.