

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam menghadapi era globalisasi sekarang, lingkungan dunia usaha harus dapat mengatasi perubahan teknologi yang semakin canggih dan berkembang pesat, baik perusahaan yang berorientasi laba maupun nirlaba. Setiap organisasi tentu membutuhkan pendanaan untuk menjalankan kegiatannya, baik lembaga maupun instansi khususnya dalam bidang kesehatan. Saat ini bisnis dibidang kesehatan merupakan salah satu peluang bisnis yang cukup baik. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya rumah sakit atau klinik swasta yang berdiri. Bahkan rumah sakit bertaraf internasional yang telah berdiri di Indonesia baik milik swasta maupun milik pemerintah pun berusaha menjaring pasien sebanyak-banyaknya dan berlomba-lomba untuk meningkatkan pelayanannya.

Rumah sakit adalah organisasi nirlaba yang merupakan institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Rumah sakit merupakan salah satu instansi yang bergerak dibidang pelayanan jasa kesehatan dengan tanggung jawab memberikan pengobatan, memberikan perawatan, mengusahakan kesembuhan dan kesehatan pasien, serta mengupayakan pendidikan hidup sehat bagi masyarakat. Penilaian pada kualitas pelayanan rumah sakit merupakan hal penting sebagai acuan dalam membenahan pelayanan sehingga terciptanya suatu kepuasan dan menciptakan suatu loyalitas dariUpasien.

Dengan memahami apa yang diinginkan oleh konsumen dari kualitas pelayanan yang diberikan maka akan didapati nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas konsumen. Selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi Instansi. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh Instansi maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Kotler dalam Alma mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus - menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan (Yulitati, 2018). Menurut Tjiptono (2012:77) Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Loyalitas konsumen merupakan tujuan utama para Instansi untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan konsumen sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis. konsumen yang loyal pada Instansi akan memberikan prioritas utama dalam bertransaksi terutama dalam bidang kesehatan. Sementara loyalitas konsumen telah menjadi isu menarik dalam pemasaran. Loyalitas konsumen adalah sikap positif terhadap Instansi, komitmen yang mempunyai niat untuk meneruskan pembelian di masa yang akan datang, hal ini berlangsung dalam jangka panjang dan berakhir pada saat terjadi ketidakcocokan yang akan memutuskan ikatan kuat antara konsumen dan Instansi penyedia layanan kesehatan. Loyalitas konsumen berkaitan erat terhadap kualitas layanan dan kepuasan atau ketidakpuasan yang dialami oleh konsumen ketika melakukan kegiatan pengobatan di sebuah rumah sakit.

Secara teori, konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa atau merek, kemungkinan besar akan membelinya dan memberitahukan kepada

orang lain perihal pengalaman-pengalaman menyenangkan yang dirasakan dengan produk, jasa atau merek tersebut. Sebaliknya bila tidak merasa puas, kemungkinan besar konsumen akan berganti produk terhadap Instansi lain. Proses itu akan terus berulang sampai konsumen merasa terpuaskan atas keputusannya. Kemudian pengalaman maupun pemikiran itu akan dibentuk sikap atau penilaian terhadap Instansi bersangkutan. Sikap atau penilaian tersebut akan menjadi referensi bagi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian selanjutnya dan loyalitas konsumen.

Konsekuensi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah dan juga konsumen. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek. Serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Sementara itu, ketidakpuasan pelanggan memunculkan sejumlah resiko. Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang protes dari lembaga konsumen, komplain pelanggan, intervensi pemerintah, reaksi penting, dan masuknya produk substitusi baru ke pasar. Ketidakpuasan pelanggan sesungguhnya bisa membantu perusahaan mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kelemahan produk atau jasanya yang tidak mampu memenuhi standar konsumen dan pemerintah. Modifikasi bisa dilakukan untuk memperbaiki kinerja produk dan jasa sehingga masalah serupa tidak bakal terulang di masa datang. Sementara kepuasan pelanggan bisa membantu perusahaan dalam memperkuat posisi bersaing produknya melalui segmentasi.

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan khususnya pelayanan dibidang kesehatan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai

ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat islam. Tentunya hal tersebut dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen materi semata, namun sebagian dari nilai ibadah. Memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik, bukanlah sesuatu yang mudah bagi pengelola rumah sakit karena pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit menyangkut kualitas hidup para pasiennya sehingga bila terjadi kesalahan dalam tindakan medis dapat berdampak buruk bagi pasien. Dampak tersebut dapat berupa sakit pasien bertambah parah, kecacatan bahkan kematian.

RSU AI Islam HM Mawardi Krian sebagai Instansi yang bergerak dibidang jasa kesehatan dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pasiennya. Keputusan menggunakan jasa kesehatan dari RSU AI Islam HM Mawardi Krian terjadi apabila kualitas pelayanan pada Instansi tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pasien. Faktor kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan kesehatan akan sangat mempengaruhi jumlah kunjungan pasien ke rumah sakit tersebut. Hal itu akan membuat pasien merasa kecewa dan akan menciptakan persepsi masyarakat tentang citra rumah sakit yang tidak bisa memberikan pelayanan yang baik. Hal itulah yang menjadi alasan mengapa kualitas pelayanan itu sangat diperlukan dalam sebuah institusi kesehatan, khususnya rumah sakit untuk memberikan pelayanan kepada pasien.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan pada RSU AI Islam HM Mawardi Krian”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada RSU AI Islam HM Mawardi Krian ?

2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada RSUD Al Islam HM Mawardi Krian ?
3. Apakah Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada RSUD Al Islam HM Mawardi Krian ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada RSUD Al Islam HM Mawardi Krian ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada RSUD Al Islam HM Mawardi Krian.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada RSUD Al Islam HM Mawardi Krian.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada RSUD Al Islam HM Mawardi Krian.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada RSUD Al Islam HM Mawardi Krian.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang didapatkan dari hasil penelitian ini dibagi menjadi beberapa aspek sebagai berikut :

#### **1.4.1 Aspek Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan tambahan referensi penelitian terdahulu di perpustakaan STIE Mahardhika mengenai manajemen pemasaran jasa yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

#### **1.4.2 Aspek Perkembangan Ilmu Pengetahuan**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh mahasiswa sebagai tambahan pengetahuan dari pengembangan teori yang telah didapatkan oleh mahasiswa terutama mahasiswa manajemen pemasaran mengenai mata kuliah pemasaran dan manajemen pemasaran, dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mahasiswa.

#### **1.4.3 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan, khususnya bagi manajemen rumah sakit agar kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan meningkat dengan meningkatkan kualitas pelayanan rumah sakit yang selama ini telah diberikan kepada setiap pelanggan atau pasien rumah sakit yang datang untuk berobat.