

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aspek yang sangat penting dalam kehidupan manusia antara lain adalah kesehatan. Setiap orang melakukan berbagai cara untuk memperoleh kesehatan yang prima. Seseorang yang menderita sakit biasanya akan berusaha untuk mengatasi dan mengobati penyakit yang dideritanya hingga sembuh. Seseorang dalam mencapai kesembuhan yang diharapkannya terkadang membutuhkan bantuan dari pihak lain dalam hal ini adalah rumah sakit. Rumah sakit merupakan salah satu instansi yang berwenang memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat luas. Keadaan ini membuat rumah sakit perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen dalam hal ini pasien yang akan menggunakan jasa rumah sakit sehingga pasien merasakan kepuasan terhadap kualitas yang ditawarkan.

Memberikan layanan dengan kualitas telah diteliti untuk waktu yang lama. Ini adalah faktor dasar yang membedakan antara perusahaan yang sangat sukses dan tidak sukses (Joz e Lapierre, 1996). Kualitas layanan pada dasarnya memenuhi harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka melalui penyediaan kualitas dalam layanan (Wen-Tai Lai, 2011). Salah satu faktor utama yang menentukan daya saing dan keberhasilan bisnis, baik di sektor jasa, khususnya adalah kualitas layanan. Peningkatan kualitas layanan dan penyampaian layanan berkualitas tinggi, sebagai bagian dari tanggung jawab

bisnis jasa, dapat menghasilkan dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para pemangku kepentingan, di antaranya yang paling penting adalah pelanggan. Salah satu cara untuk meningkatkan posisi kompetitif sektor jasa adalah dengan mempertahankan pelanggan karena pelanggan setia relatif kurang sensitif terhadap harga dan dapat dikomunikasikan dengan efektif melalui media biaya rendah (Gómez. Antonio et al., 2006).

Rumah sakit sekarang ini mengalami kemajuan dan perkembangan yang pesat seiring dengan perkembangan teknologi dan ilmu kedokteran. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya peralatan medis atau peralatan dokter yang semakin canggih yang dimiliki oleh rumah sakit dan semakin banyaknya rumah sakit yang berdiri atas prakarsa pemerintah. Situasi ini mendorong penyedia jasa (dalam hal ini rumah sakit) untuk mendapatkan konsumen dan membuat konsumen merasa puas sehingga konsumen loyal terhadap rumah sakit. Pengaruh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah meningkatkan kesadaran dan tuntutan masyarakat akan pelayanan yang baik, termasuk dalam hal ini adalah rumah sakit sebagai suatu lembaga kesehatan yang bergerak dalam bidang jasa, dimana produk utama rumah sakit adalah pelayanan medis yang meliputi pembedahan dan pelayanan perawatan orang sakit (Mauludin, 2001:37).

Kemajuan dan perkembangan rumah sakit akan sangat tergantung dari kualitas pelayanan yang diberikan. Jika pelayanan yang diberikan baik maka pasien akan merasa puas berobat di rumah sakit tersebut. Peran dokter, perawat, maupun staf lain di rumah sakit sangat penting. Perawat sebagai salah satu tenaga kesehatan di rumah sakit merupakan salah satu komponen dalam pelayanan di

rumah sakit dan menjadi tolak ukur yang menentukan kualitas pelayanan kesehatan di rumah sakit. Adanya kualitas pelayanan dan kepercayaan yang tertanam maka akan dapat memberikan kepuasan. Kualitas dapat memberikan kesan terhadap konsumen yang dapat menimbulkan rasa puas yang akhirnya memunculkan adanya kembali untuk berkunjung, sedangkan kepercayaan muncul dari pengalaman yang didapat setelah memakai produk apabila produk atau jasa dirasa meyakinkan maka akan memberikan kepuasan yang berdampak pada adanya minat berkunjung Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Saleem. et al., 2017) menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan ulang.

Pada saat yang sama, agar berkelanjutan, bisnis di berbagai sektor harus memberikan perhatian besar untuk menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan pelanggan, serta mengelola hubungan pelanggan dalam jangka panjang yang memadai. Minat kunjungan kembali adalah salah satu faktor yang paling penting, jika bukan yang paling penting, untuk bertahan hidup dan berkembang di sektor jasa kompetitif bukanlah hal baru (Lin dan Lu, 2010). Penyedia layanan terus mengalokasikan sumber daya substansial untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan banyak faktor yang memprediksi minat kunjungan kembali, terutama kualitas layanan dan kepuasan pelanggan (González, 2015) Dengan demikian, minat kunjungan kembali telah muncul sebagai sebuah keharusan strategis untuk pemasaran jasa dengan realisasi bahwa biaya mempertahankan pelanggan dapat dibilang lebih kecil daripada menarik

pelanggan baru, dan dapat lebih menguntungkan dalam jangka panjang (Namukasa, 2013). Sangat penting untuk memahami minat pembelian pelanggan karena perilaku pelanggan umumnya dapat diantisipasi oleh minat mereka. Minat pembelian dilaporkan terkait dengan perilaku nyata (Oliver, 1993). Manajer pemasaran secara rutin menggunakan minat untuk membeli informasi untuk membuat keputusan strategis tentang produk yang baru dan yang sudah ada, dan rencana pemasaran yang mendukung. Oleh karena itu, mengidentifikasi faktor yang memengaruhi minat kunjungan pelanggan dapat menjadi sangat penting dalam membantu manajer. Ini dilakukan untuk memastikan masa depan yang konsisten dan memprediksi pendapatan. Selain itu, perusahaan yang disukai oleh pelanggan harus memiliki orientasi keberlanjutan untuk mendapatkan loyalitas konsumen (Mandhachitara dan Poolthong, 2011). Adanya pelanggan percaya terdapat kepuasan terhadap perusahaan sehingga memunculkan Minat Kunjungan Ulang (Salem. et al., 2017).

Suatu perusahaan layanan akan berusaha untuk memberikan pelayanan terbaiknya guna memperoleh hubungan yang baik dan jangka panjang terhadap konsumen (Ahmed. et al., 2010). Hubungan jangka panjang tidak mudah terjadi, ketika perusahaan memberikan pelayanan terbaik, konsumen kemudian akan memberikan respon apakah dia merasa puas atau tidak, konsumen akan senang dan melakukan hubungan jangka panjang terhadap perusahaan penyedia layanan ketika konsumen puas dan mendapatkan hal positif dari perusahaan yang jasa atau produknya sesuai bahkan melebihi ekspektasi. Penelitian yang dilakukan oleh

Rahmad, Mohammad, (Abdel, Fattah. Aziz, 2014) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap Minat Kunjungan Ulang Asuransi kesehatan ataupun keternagakerjaan bukan hanya bisnis layanan, tetapi ini menjadi inti perhatian pemerintah Indonesia; karena memperkenalkan rencana perawatan kesehatan berbasis asuransi untuk warganya. Adanya minat kunjungan kembali pelanggan terutama dalam konteks industri yang berbeda. Bisnis bidang pelayanan kesehatan ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman minat perilaku konsumen terhadap produk perawatan kesehatan atau keternagakerjaan yang pada akhirnya membantu pembuat kebijakan perusahaan asuransi kesehatan Indonesia untuk menerapkan strategi yang tepat guna mendapatkan lebih banyak pelanggan untuk membeli produk asuransi kesehatan. Menurut penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa adanya kualitas pelayanan yang diberikan akan memberikan efek pada kepuasan konsumen sehingga dapat memiliki dampak minat pembelian (Saleem. et al., 2017)

Pada dasarnya pelayanan rumah sakit diperlukan oleh setiap orang untuk keperluan kesehatannya, maka diharapkan kualitas pelayanan yang baik dapat menumbuhkan dan mempengaruhi keputusan dan kepercayaan pasien demi menimbulkan kepuasan pasien untuk menggunakan jasa layanan kesehatan. RS Amal Sehat Wonogiri salah satunya, rumah sakit ini merupakan institusi jasa kesehatan yang terus berupaya untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik sejalan dengan pelayanan dan pengelolaannya. Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis. Pasar menjadi semakin luas dan peluang ada dimana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat

dan sulit diprediksikan. Di kabupaten Wonogiri sendiri RS Amal Sehat memiliki banyak pesaing rumah sakit pemerintah maupun swasta dan dalam 10 tahun terakhir banyak juga bermunculan rumah sakit swasta yang baru. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan dari pesaingnya. Di Wonogiri sendiri reputasi kelas rumah sakit rata-rata masih di kelas C dan D dan pasti kelengkapan alat dan SDM nya tidak se lengkap yang ada di rumah sakit kelas atasnya padahal kelengkapan alat medis dan spesialisasi SDM baik dokter ataupun perawat adalah hal yang utama dalam memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan yang berdampak pada minat kunjungan ulang para pasien ketika membutuhkan pelayanan kesehatan.

Dalam hal ini penulis ingin membuktikan berhasil tidaknya Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri memberikan kualitas pelayanan kepada pasien sehingga menghasilkan minat kunjungan ulang pasien dengan pembuatan tesis yang berjudul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG DENGAN MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH SAKIT AMAL SEHAT WONOGIRI”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri?
2. Apakah kepercayaan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri?
3. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi minat kunjungan ulang pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri?
4. Apakah kepercayaan mempengaruhi minat kunjungan ulang pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri?
5. Apakah kepuasan konsumen mempengaruhi minat kunjungan ulang pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri ?
6. Apakah kepuasan konsumen dapat memediasi antara kualitas pelayanan dengan minat kunjungan ulang pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri ?
7. Apakah kepuasan konsumen dapat memediasi antara kepercayaan dengan minat kunjungan ulang pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang ada sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri.

2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat kunjungan ulang pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri.
5. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan konsumen mempengaruhi minat kunjungan ulang pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri.
6. Untuk menganalisis kepuasan konsumen dapat memediasi antara kualitas pelayanan dengan minat kunjungan ulang pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri.
7. untuk menganalisis kepuasan konsumen dapat memediasi antara kepercayaan dengan minat kunjungan ulang pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian tersebut antara lain adalah :

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu dan referensi dalam melihat kondisi lapangan, sudah sesuai atau belum dengan teori.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi kedepan perusahaan dalam melihat persepsi konsumen agar menjadi lebih baik dan peminat semakin banyak.