

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial. Machfoedz (2010:140), pemasaran adalah suatu proses yang diterapkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menyediakan produk (barang dan jasa). Karena kegiatan pemasaran menyangkut masalah mengalirnya produk dari produsen ke konsumen, maka pemasaran menciptakan lapangan kerja yang penting bagi masyarakat. Dengan demikian, pemasaran merupakan sektor penting dalam hal pendapatan bagi masyarakat. Disamping itu perlu disadari bahwa sebagian besar pengeluaran uang masyarakat konsumen mengalir ke kegiatan pemasaran.

Seiring tumbuh pesatnya jaman Globalisasi dengan semakin ketatnya perkembangan dunia bisnis saat ini, semakin sulitnya bersaing antar perusahaan untuk menciptakan suatu inovasi baru guna menjaga kesetiaan para konsumennya. Salah satu hal yang penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan ialah mempertahankan pelanggan ataupun konsumen yang sudah ada. Karena hal ini yang baru. Sangat bergantung pada kepuasan para konsumennya baik yang sudah lama maupun yang baru.

Setiap orang membutuhkan kesehatan, karena kesehatan merupakan hal yang vital bagi kehidupan. Begitu pentingnya kesehatan ini membuat banyak

perusahaan yang berminat untuk membuka bisnis di bidang kesehatan diantaranya laboratorium klinik. Laboratorium klinik merupakan tempat untuk melakukan pemeriksaan seluruh anggota tubuh yang lebih spesifik. Penggunaan laboratorium klinik pada dasarnya adalah untuk memeriksa terkait organ dalam seseorang, hal ini akan mendorong masyarakat yang merupakan konsumen untuk mendapatkan hasil produk dengan keakuratan tinggi, pelayanan yang bagus, lokasi yang mudah dijangkau, harga yang terjangkau serta memberikan promosi-promosi tertentu.

Laboratorium Klinik Prodia merupakan laboratorium klinik ternama di Indonesia dengan jaringan cabang yang luas di seluruh Nusantara. Untuk memperluas jangkauan pelayanan, ke depan, setiap tahun Prodia akan menambah tiga cabang baru. Sebelumnya, pada periode 2001–2005 Prodia agresif membuka 5–8 cabang per tahun. Laboratorium Klinik Prodia didirikan pertama kali di Solo, Jawa Tengah. Prodia menjadi Laboratorium Klinik terbaik dan terbesar di Indonesia seperti sekarang ini serta menjadi pusat rujukan nasional. Misi dari prodia sendiri adalah untuk diagnosa lebih baik dan untuk yang bergabung dengan Prodia.

Setiawati dan Murwanti (2006:77) kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dengan harapannya. Dengan mementingkan kepuasan pelanggan, klinik prodia menggunakan strategi antara lain adalah *pre purchase touch point*, berupa layanan edukasi dan informasi tertulis melalui brosur, bulletin, jurnal, dan majalah yang diterbitkan prodia. Strategi lainnya adalah *purchase*

touch point, seperti melakukan *continuous improvement* pada sistem/alur pelayanan, sumber daya manusia yang terlibat dan fasilitas/lingkungan. Untuk strategi *post purchase touch point* berupa layanan konsultasi langsung dengan petugas/dokter di masing-masing cabang dan media lain.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Parasuraman (2001:26), mengemukakan kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan “RATER” (*responsiveness, assurance, tangible, empathy* dan *reability*). Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Adapun pelayanan yang diberikan klinik prodia yang dapat di manfaatkan antara lain konsultasi pra dan pasca check-up, pengambilan sampel di tempat (*home service*), akses hasil pemeriksaan on-line sehingga tidak perlu datang ke kantor, layanan informasi dan edukasi melalui seminar, media cetak dan lainnya. Setiawati dan Murwanti (2006:77) kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan adalah ciri karakteristik atau sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen dinyatakan atau yang tersirat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna

jasa, apabila kualitas pelayanan yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas dan pelanggan akan semakin loyal.

Harga menurut Simamora (2006:73) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau di keluarkan atas sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi , harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Harga dapat menunjukkan kualitas merk dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik pada umumnya, harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas. Semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitasnya. Konsumen mempunyai anggapan adanya hubungan yang positif antara harga dan kualitas produk, maka mereka akan membandingkan produk yang satu dengan produk yang lainnya, dan barulah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Tentunya klinik prodia memberikan harga yang dapat dijangkau, seperti contoh harga panel *check up* yang terjangkau dibandingkan tempat lain.

Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi mengenai manfaat dari produk dan untuk menyakinkan konsumen sasaran agar mau membeli produk perusahaan tersebut. Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau

mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, Tjiptono (2001:222). Agar para pelanggan tertarik, klinik prodia menekankan promosi pada potongan harga yang diberikan pada item-item tertentu, media promosi yang digunakan beragam, dan promosi yang mudah dimengerti dan bisa tertanam baik dihati konsumen. Dengan strategi diatas, maka berpeluang besar untuk menarik konsumen dari klinik lainnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Laboratorium Klinik Prodia Surakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Laboratorium Klinik Prodia Surakarta ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Laboratorium Klinik Prodia Surakarta ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Laboratorium Klinik Prodia Surakarta ?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Laboratorium Klinik Prodia Surakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Laboratorium Klinik Prodia Surakarta.
2. Untuk menganalisis harga terhadap kepuasan pelanggan di Laboratorium Klinik Prodia Surakarta.
3. Untuk menganalisis promosi terhadap kepuasan pelanggan di Laboratorium Klinik Prodia Surakarta.
4. Untuk menganalisis kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadapkepuasan pelanggan di Laboratorium Klinik Prodia Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi pihak-pihak berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan dalam studi ini adalah mengenai korelasi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasa Pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi Laboratorium Klinik Prodia Surakarta untuk meningkatkan kinerja karyawan yang lebih baik serta membagi pengalaman yang mungkin bisa diimplementasikan oleh perusahaan.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu di bidang manajemen, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan bisnis.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi organisasi yang menghadapi masalah serupa.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan suatu pola dalam menyusun karya ilmiah untuk memperoleh gambaran secara garis besar bab demi bab. Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini disusun dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas beberapa hal seperti latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan secara keseluruhan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan teoritis variabel-variabel yang diteliti, telaah pustaka yang berisikan tentang uraian sistematika mengenai hasil peneliti terdahulu, kerangka teoritik guna untuk menganalisis suatu masalah, serta hipotesis yang

merupakan perumusan dari landasan teori dan merupakan jawaban sementara terhadap penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat penjelasan mengenai gambaran teknik yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik ini meliputi uraian tentang kondisi objek dan subyek penelitian, proses penelitian, kondisi populasi, penentuan sampel, serta alat yang digunakan baik dalam pengumpulan data maupun analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskriptif objek penelitian yang meliputi deskriptif objek penelitian yang meliputi deskripsi perusahaan, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan atas hasil pembahasan analisis data penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.