

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kesehatan merupakan kebutuhan dasar setiap orang karena setiap aspek kehidupan berhubungan langsung dengan kesehatan. Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan, kesehatan adalah keadaan sehat baik secara fisik, mental, spiritual maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk dapat hidup produktif baik secara sosial maupun secara ekonomis. Tingkat mobilitas yang sangat tinggi menciptakan peningkatan terhadap kebutuhan pelayanan kesehatan baik untuk level klinik maupun rumah sakit. Hal ini mengakibatkan perlunya penyedia jasa kesehatan untuk terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya menjadi lebih baik lagi. Pelayanan menjadi hal yang sangat perlu untuk dibahas karena pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa kesehatan secara langsung dirasakan oleh pasien sehingga bila terdapat sedikit kelalaian dalam menangani pasien dapat berdampak buruk bagi pasien dan bagi penyedia jasa kesehatan itu sendiri. Oleh karena itu, tingkat kepuasan pengguna layanan dapat diukur dari keberhasilan penyedia jasa pelayanan kesehatan.

**Tabel 1.1 Data Kunjungan Januari - Desember Tahun 2019 -2022**

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung			
		2019	2020	2021	2022
1	Januari	2744	2626	1318	1417
2	Februari	2548	2547	1303	1130
3	Maret	2390	2411	1843	1437
4	April	2196	1833	2000	1143
5	Mei	2151	1465	1726	1161
6	Juni	1769	1876	2235	1416

Dilanjutkan ke halaman 2

Lanjutan tabel dari halaman 1

7	Juli	2502	1848	3411	1349
8	Agustus	2274	1733	2825	2154
9	September	2457	1958	2066	1910
10	Oktober	2768	1610	2392	2256
11	November	2404	1671	2884	2228
12	Desember	2522	1711	2487	1835
	Total	28725	23289	26490	19436

Sumber : Bagian Rawat Jalan Rumah Sakit Paru

Berdasarkan data pada tabel diatas memberikan gambaran bahwa hasil kunjungan pasien mulai tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 menunjukkan jumlah pasien menurun drastis sehingga perlu kiranya dicari permasalahan yang muncul kenapa jumlah pasien menurun dengan drastis.

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini, menimbulkan dampak terhadap gaya hidup dan cara berfikir di kalangan masyarakat. Berbagai macam pilihan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, membuat masyarakat lebih bijak dan leluasa dalam menentukan pilihannya pada produk atau jasa yang dianggapnya lebih bermutu dan berkualitas. Sehingga menyebabkan persaingan antara perusahaan yang menghasilkan produk maupun jasa. Proses keputusan pasien merupakan intervensi antara strategi pasar. Strategi pemasaran dalam perusahaan dijalankan oleh interaksi yang diupayakan dalam proses keputusan pasien. Apabila pasien dirasa mendapatkan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan, maka pasien akan kembali untuk melakukan pembelian berulang, bahkan merekomendasikan atau memberitahukan kepada calon pasien untuk membeli produk tersebut, dengan demikian meningkatkan persaingan di dunia usaha, terutama diantara perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa sejenis, dapat menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Masing-masing perusahaan menunjukkan keunggulan produknya, tetapi perilaku dan selera pasien yang akan

melakukan seleksi. Oleh sebab itu pihak perusahaan juga harus dapat mempelajari dan mengetahui seperti apa tanggapan pasien atau masyarakat terhadap produk yang ditawarkan tersebut. Faktor apa yang dapat memenuhi kebutuhan pasien ketika proses pengambilan keputusan dalam pembelian jasa dan bagaimana perilaku pasien setelah melakukan pembelian dan pemakaiannya. Sehingga dapat memberikan pelayanan yang sebaiknya maka dibutuhkan berbagai sumber daya yang sebaiknya diatur dengan proses manajemen yang baik.

Loyalitas pasien (*patient loyalty*) secara harfiah loyal berarti setia dan loyalitas diartikan sebagai suatu kesetiaan. Secara umum loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang suatu barang atau jasa tertentu. Kesetiaan ini sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tapi timbul dari kesadaran sendiri. Dahulu usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan pasien lebih cenderung kepada mempengaruhi sikap pasien, sedangkan konsep loyalitas pasien (*patient loyalty*) lebih menekankan pada perilaku dibanding sikap. Menurut Kotler (2015) bahwa pasien yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk disini merekomendasikan orang lain untuk membeli. Selanjutnya Hurriyati (2015) mengemukakan bahwa loyalitas pasien adalah komitmen pasien bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali. atau melakukan pembelian ulang barang atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Berdasarkan pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan

pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.

*Brand image* menurut Kotler dan Keller (2016) bahwa citra merek sebagai persepsi mengenai sebuah merek sebagaimana direfleksikan oleh asosiasi merek yang terdapat dalam benak pasien. Sedangkan menurut Menurut Firmansyah (2018), brand image merupakan gambaran dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman terhadap merek tersebut. Menurut Kotler (2016), persepsi pasien tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran pasien. Citra merek merupakan asosiasi yang muncul dalam benak pasien ketika mengingat suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek. Berdasarkan pada uraian definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa *brand image* adalah kesan yang dimiliki oleh pasien maupun publik terhadap suatu merek sebagai suatu refleksi atas evaluasi merek yang bersangkutan.

Menurut Yunida (2016) variabel citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien (*patient loyalty*) berpengaruh positif dan signifikan, hasil yang sama menurut Mene Paradilla dkk. (2022), hasil temuannya menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh langsung pada loyalitas pasien serta hasil yang sama menurut Vimla and Udit Taneja (2020) hasil temuan menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh langsung pada loyalitas pasien. Hasil dari olah data dan pembahasan keempat penelitian ini memunculkan gab yang perlu dicari kebenarannya, karena penelitian tersebut saling bertentangan pada hasil

temuannya, sehingga perlu dilakukan penelitian kembali antar keterkaitan dua variabel tersebut.

Kualitas layanan (*service quality*) yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pasien. Menurut Kotler (2015) kepuasan pasien ialah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Keberhasilan sebuah perusahaan apabila karyawan mampu menghasilkan pelayanan yang dianggap baik sampai pasien merasa puas dan dimata pasien citra menjadi positif. Menurut Kasmir, (2017) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pasien sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Lain halnya Menurut Lupiyoadi (2016), kualitas pelayanan yang ditampilkan oleh setiap karyawan merupakan gambaran dari motivasi kerja yang dimiliki oleh karyawan itu sendiri, sehingga agar kualitas pelayanan karyawan semakin meningkat maka karyawan perlu untuk memiliki motivasi kerja. Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa *service quality* adalah suatu tingkat ukuran akan keunggulan yang diharapkan atas kualitas pelayanan yang dihubungkan dengan perkembangan motivasi kerja atau tingkat perbandingan pengharapan kualitas jasa pasien dengan kinerja perusahaan yang dirasakan pasien untuk menjadi pengendali perkembangan harga.

Kualitas layanan (*service quality*) selain dapat mempengaruhi *satisfaction*, juga berpengaruh secara langsung terhadap *patient loyalty*. Berdasarkan hasil penelitian Chusnul Rofiah (2017), dinyatakan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan pasien yang akhirnya mengarah pada terciptanya loyalitas pasien (*patient loyalty*). Subawa (2020) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, serta kualitas pelayanan dan kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien pada perusahaan. Tahuman (2016), dalam penelitiannya juga menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas pasien (*patient loyalty*) adalah kualitas pelayanan. Menurut Tyas (2016) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan (*Service Quality*) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas pasien, hasil yang bertentangan menurut Wenyi Lin and Wanxia Yin (2022) Kualitas layanan yang dirasakan mempengaruhi loyalitas pasien melalui efek kepuasan pasien. Menurut Ambartiasari (2017). Hasil uji yang dilakukan kedua penelitian ini menimbulkan gab karena saling bertentangan pada hasil temuannya, sehingga perlu penelitian selanjutnya untuk melakukan uji kembali antar keterkaitan dua variabel tersebut.

Kepuasan pasien (*Patient satisfaction*) menurut Kotler (2016) kepuasan pasien adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pasien tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pasien amat puas dan senang. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, pasien tersebut akan

merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pasien, pasien akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pasien akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pasien yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut. Menurut Andi Riyanto (2018) kepuasan pelanggan adalah perbandingan kualitas layanan yang dialami pelanggan, yang diharapkan pelanggan apabila kualitas yang dialami oleh pelanggan lebih rendah yang diharapkan, maka akan terjadi ketidakpuasan. pelanggan sesuai yang diharapkan, pelanggan akan puas, dan apabila kualitas Kualitas Pelayanan lebih apa yang diharapkan, pelanggan akan sangat puas. Menurut Pereira (2016) kepuasan (*satisfaction*) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pasien (*patient loyalty*). Menurut Ambartiasari (2017) kepuasan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Hasil uji data dan pembahasan oleh penelitian tersebut diatas memunculkan gab yang perlu dicari kebenarannya, karena penelitian tersebut saling bertentangan pada hasil temuannya, sehingga perlu dilakukan penelitian kembali antar keterkaitan dua variabel tersebut.

Fakta bahwa kualitas yang dirasakan dari produk menjadi faktor persaingan paling penting di dunia bisnis apalagi dikondisi yang terjadi sekarang ini, dimana persaingan antar rumah sakit yang berlomba-lomba untuk memberikan layanan terbaik yang ada sekarang ini berdampak terhadap penurunan tingkat pendapatan Rumah Sakit Paru Jember, dimana jumlah kunjungan pasien rawat jalan yang dari hari kehari mengalami penurunan sehingga perlu sekali dicarikan solusi untuk langkah kedepannya.

Kepuasan pasien (*Patient satisfaction*) menjadi sangat perlu dimunculkan agar pasien dapat memberikan apresiasi terhadap pelayanan dengan melakukan kunjungan berulang, ini merupakan suatu perasaan pasien sebagai respon terhadap produk barang maupun jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan dikatakan suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima pasien dengan harapan pasien, merasakan mutu pelayanan terbaik dari Rumah Sakit, karena pelayanan kesehatan di Rumah Sakit hampir semua terkait satu dan lainnya, atas dasar kondisi Rumah Sakit tersebut perlu penelitian mengenai pengaruh Kualitas Layanan (*service quality*) dan brand image yang dapat memberikan kontribusi terhadap loyalitas pasien (*patient loyalty*) dengan melewati kepuasan pasien (*Patient satisfaction*) sebagai penghubung.

Berdasarkan penjelasan yang disampaikan diatas maka perlu adanya inovasi pada sektor pelayanan sehingga mampu untuk mengakomodir keinginan-keinginan para pasien utamanya dalam layanan rawat jalan di Rumah Sakit Paru agar memiliki nilai tambah dalam memberikan pelayanan terbaik dimasa persaingan antar rumah sakit yang berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan yang lebih baik dari pesaing-pesaingannya yang bergerak dalam jasa kesehatan, untuk mengungkap itu semua maka peneliti mengangkat fenomena-fenomena yang terjadi dalam masyarakat dengan menggali lebih jauh keinginan masyarakat dengan memperhatikan permasalahan-permasalahan yang dirasakan oleh pasien rawat jalan selama ini pengaruh kualitas layanan (*service quality*), dan citra merek (*brand image*), terhadap loyalitas pasien (*patient loyalty*) dengan kepuasan pasien



(*patient satisfaction*) sebagai variabel intervening pada layanan rawat jalan di Rumah Sakit Paru.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada pemaparan latar belakang sebelumnya terdapat kontroversi yang menjadi rumusan masalah berupa research gap mengenai pengaruh Kualitas Layanan, Citra merek, Loyalitas Pasien dan Kepuasan Pasien. Dari uraian tersebut maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1 Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.
- 2 Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.
- 3 Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.
- 4 Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.
- 5 Apakah kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.
- 6 Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.
- 7 Apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latarbelakang tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.
4. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.
5. Untuk mengetahui apakah kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.
6. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.
7. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Paru Jember.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Praktis**

- a. Bagi Manajemen Rumah Sakit Paru Jember hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi bidang pelayanan,

- b. Dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai masukan untuk dipergunakan sebagai bahan dalam menyusun kebijakan guna meningkatkan pelayanan.
- c. Bagi stakeholder hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan pasien pada Rumah Sakit Paru Jember.

#### 1.4.2 Manfaat Akademis

Secara akademis di harapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat diantaranya :

- a. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan,dapat memberikan sutu karya peneliti baru yang dapat mendukung dalam pengembangan sistem pelayanan
- b. Bagi peneliti dapat menambah wawasan dengan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh secara teori di lapangan.
- c. Bagi peneliti lain dapat dijadikan sebagai acuan terhadap pengembangan ataupun pembuatan dalam penelitian yang sama.