

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Sofjan Assauri (2013:12) Manajemen Pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran/ transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang .

Salah satu bidang jasa yang saat ini menjadi kebutuhan masyarakat adalah dibidang kesehatan. Pelayanan dibidang kesehatan selalu dibutuhkan oleh masyarakat dan akan selalu mengalami perkembangan ke arah yang lebih baik. Semakin majunya teknologi maka pelayanan dibidang kesehatan juga menaglami kemajuan, di bidang sarana dan prasarana yang semakin modern serta menjadi lebih akurat dalam bidang pelayanannya.

Salah satu lembaga yang dibidang kesehatan yaitu rumah sakit. Fungsi dari rumah sakit sekarang ini bertambah ke arah pelayanan kesehatan yang menyeluruh. Oleh sebab itu, rumah sakit dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan agar meningkatnya kepuasan pasien.

Rumah sakit merupakan suatu tempat untuk melakukan upaya peningkatan kesehatan, mencegah, dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan. Kondisi masyarakat yang semakin kritis terhadap mutu pelayanan menjadi pendorong bagi profesi kesehatan untuk meningkatkan pelayanannya. Pelayanan profesional dalam keperawatan dapat dilakukan melalui penataan dan pengelolaan manajemen pelayanan

keperawatan, kemampuan perawat dalam memberikan pelayanan kepada pasien sesuai standar, serta pelayanan yang berorientasi kepada pasien agar terwujud perasaan aman, nyaman, serta mendapatkan kepuasan yang berdampak pada proses kesembuhan pasien (Muninjaya, 2004).

Tujuan pokok program upaya kesehatan adalah meningkatkan pemerataan dan mutu pelayanan kesehatan yang berhasil guna dan berdaya guna serta terjangkau oleh segenap anggota masyarakat. Sasaran program yaitu tersedianya pelayanan kesehatan dasar dan rujukan baik oleh pemerintah maupun swasta yang didukung oleh peran serta masyarakat dan sistem pembiayaan praupaya. Secara khusus perhatian diarahkan kepada pemerataan pelayanan kesehatan bagi penduduk miskin dan kelompok risiko tinggi (Setyowati dan Lubis, 2003).

Dalam mencapai tujuan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pasien di rumah sakit maka perlu hal yang berperan penting dalam menentukan persepsi kepuasan pasien antara lain meliputi fasilitas rumah sakit seperti sarana dan prasarana, peranan dokter, tenaga medis dan perawat. Pelayanan yang baik dapat dijadikan sebagai modal untuk menarik minat konsumen yang dapat membangun citra merek yang baik di mata pasien.

Citra merek menurut Kotler dan Keller (2016) adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Citra merek sangat erat kaitannya dengan apa yang konsumen pikirkan dan apa yang konsumen rasakan terhadap suatu merek tertentu.

Menurut Tjiptono (2014 : 317) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas

yaitu sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Tjiptono (2011 : 59) Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang merupakan sebuah lembaga bisnis yang bergerak di bidang jasa pelayanan kesehatan. Fasilitas pelayanan yang disediakan meliputi unit gawat darurat (UGD) 24 jam, rawat inap, rawat jalan, praktek dokter spesialis, laboratorium klinik, rontgen, dan ambulans. Rumah sakit tersebut merupakan salah satu rumah sakit swasta di kota Lumajang.

Dalam hal kualitas pelayanan Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang harus bisa lebih baik untuk memenangkan persaingan, maka dari itu Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pasien meningkat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Khasanah dan Pertiwi (2010) yang juga meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien yang menemukan bahwa kelima dimensi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien. Menurut Rahmawati (2014), menunjukkan bahwa terdapat hubungan kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan, maka penelitian ini mengambil judul “PENGARUH CITRA MEREK, FASILITAS, DAN

KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI RUMAH SAKIT WIJAYA KUSUMA LUMAJANG”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang?
4. Apakah citra merek, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan membuktikan pengaruh citra merek terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang.
2. Menganalisis dan membuktikan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang.
3. Menganalisis dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang.

4. Menganalisis dan membuktikan pengaruh secara simultan citra merek, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di Rumah Sakit Wijaya Kusuma Lumajang.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, adapun Manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Universitas

Dapat memberikan informasi tambahan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi khususnya mahasiswa Program Studi Manajemen mengenai pengaruh citra merek, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Peneliti

Sebagai proses pembelajaran dan pemahaman bagi peneliti dalam bidang manajemen, khususnya dalam bidang pemasaran. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai salah satu sumber bagi masyarakat yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan atau menambah variabel – variabel yang lain untuk memperluas penelitian.

3. Bagi Rumah Sakit

Memberikan sumbangan berupa pemikiran mengenai bidang pemasaran dalam menetapkan kebijakan – kebijakan yang berkaitan dengan kebijakan di Rumah Sakit.

4. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan pembaca khususnya memberi pengetahuan dan wawasan tambahan mengenai pengaruh dari citra merek, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.