

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap orang selalu berkeinginan untuk mendapatkan tingkat layanan kesehatan yang terbaik dan sesuai dengan apa yang diinginkannya. Bukan hanya soal pelayanan, di zaman modern seperti saat ini masyarakat juga memandang tempat mereka berobat, dengan cara membandingkan citra atau gambaran nama baik dari tempat mereka berobat, selain itu nilai yang dirasakan oleh pasien saat berobat juga sangat mempengaruhi terhadap kepuasan dari pasien tersebut, pasien tersebut akan merasa puas jika keinginannya terpenuhi, apabila mereka merasa puas dengan apa yang diberikan oleh jasa kesehatan tersebut, maka terbentuklah loyalitas pasien, dan memungkinkan pasien tersebut berobat kembali pada masa yang akan datang. Loyalitas konsumen itu timbul karena kepuasan, maka loyalitas merupakan kombinasi dari kepuasan konsumen (Tjiptono, 2012 : 136).

Pada era globalisasi yang ketat akan persaingan seperti saat ini, perusahaan atau instansi bidang kesehatan harus mampu memahami apa yang menjadi harapan dan kebutuhan masyarakat terutama pada tingkat kesehatannya saat ini maupun yang akan datang. Tingkat kesehatan di suatu daerah menjadi kebutuhan yang sangat vital dan juga penting bagi semua masyarakat guna mencapai kesejahteraan masyarakat pada kondisi kesehatannya. Masyarakat semakin hari pemikirannya sudah semakin terbuka, jadi masyarakat saat ini selalu melakukan tuntutan agar mendapat layanan

tingkat kesehatan yang layak untuk dirinya dan juga keluarganya. Oleh karena itu dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang kesehatan dan juga tentang tuntutan dari masyarakat secara luas, maka dari itu pihak – pihak di bidang jasa kesehatan harus selalu memberi kualitas layanan yang terbaik kepada para pasiennya. Hal ini tentunya menuntut semua elemen dari pihak perusahaan jasa kesehatan untuk selalu berlomba – lomba dalam menarik hati dari para pasiennya agar para pasien dan juga calon pasien selalu mempercayai perusahaan jasa kesehatan tersebut dalam memberikan pelayanan agar pasien tidak ragu untuk menggunakan jasa kesehatan ini lagi di waktu yang akan datang. Dalam hal ini pelayanan merupakan sebuah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang mampu diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2011 : 157).

Hal tersebut mendukung munculnya banyak pelayanan- pelayanan jasa, terutama dalam bidang jasa kesehatan yang saat ini sedang berlomba – lomba dalam memahami apa yang diinginkan oleh para pasiennya dan juga mencoba memenuhi kebutuhan semua yang diminta oleh pasien, karena pada dasarnya pasien dan calon pasien akan menggunakan suatu layanan yang dapat memuaskan keinginannya, tidak hanya dalam bentuk layanan saja tetapi juga dalam bentuk kepuasan dari pengguna jasa tersebut.

Dalam bidang jasa kesehatan, kualitas jasa yang diberikan harus bermutu agar dapat memuaskan masyarakat sebagai pasien. Selain itu fungsi umum dari jasa kesehatan yaitu harus bisa memberi pelayanan yang terbaik kepada para pasiennya agar kepuasan pasien dapat terpenuhi dengan baik.

Kualitas pelayanan merupakan fungsi perbedaan antara layanan yang diharapkan dan persepsi pelanggan tentang layanan aktual yang diberikan (Goel & Yang, 2015). Kualitas pelayanan berpusat pada keinginan dan kebutuhan dari pelanggan dengan memperhatikan aspek penyampaian dan perilaku yang sesuai untuk mengimbangi harapan dari pelanggan yang dituju. (Jihan Nafisa, 2018). Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap yang menghubungkan antara ekspektasi pasien dengan kinerja pelayanan. (Afrizal, 2018). Apabila pelanggan merasa puas terhadap produk atau kualitas layanan yang diberikan, maka akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga minat beli pelanggan meningkat dan membuat pelanggan loyal terhadap produk perusahaan. (Imam, 2018).

Citra adalah gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi (Ardianto, 2010: 111). Citra rumah sakit sangat mempengaruhi pandangan dari para pasiennya yaitu pasien dalam memutuskan untuk berobat dengan memperdepankan nama baik dari rumah sakit, dari masalah ini yang harus dilakukan oleh perusahaan/instansi adalah selalu menjaga nama baik, sehingga dari hal ini akan mendatangkan banyak keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Citra perusahaan yang terencana dan dikelola dengan baik adalah strategi pemasaran yang paling menjanjikan untuk menarik konsumen saat ini.

Peter and Olson (2013:74) nilai merupakan tujuan hidup secara luas. Persepsi nilai merupakan evaluasi pelanggan mengenai perbedaan antara

seluruh keuntungan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan berdasarkan tawaran-tawaran bersaing (Kotler dan Armstrong, 2010). *Perceived value* yaitu selisih antara evaluasi calon pelanggan atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif-alternatif lain yang dipikirkan. (Meitha Rahardianti, 2019). Semakin tinggi nilai yang dirasakan maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan pelanggan, hal ini tentunya akan menimbulkan loyalitas pelanggan.

Kepuasan Pasien menjadi hal wajib yang harus diperhatikan, tingkat kepuasan didapatkan dari layanan yang diberikan oleh rumah sakit. (Kotler dan Keller, 2012), mendefinisikan kepuasan adalah penilaian konsumen terhadap suatu produk atau jasa sehubungan dengan apakah harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi berkaitan dengan produk atau layanan tersebut. Layanan ini didapatkan secara langsung oleh pasien saat mereka berobat. Pasien secara tidak langsung sudah bisa merasakan puas atau tidaknya pelayanan yang diberikan, mengingat pentingnya menjaga kesehatan di zaman yang serba rawan penyakit ini, calon pasien menyadari bahwa dirinya harus secara rutin datang ke layanan kesehatan untuk memeriksakan dirinya supaya tetap sehat. Selain itu disisi lain pihak rumah sakit harus memberi layanan kesehatan secara maksimal agar kepuasan pasien dapat terpenuhi dengan baik.

Loyalitas pasien didefinisikan oleh Oliver Dalam Tjiptono dan Chandra (2012:26), sebagai suatu pandangan yang mendalam tentang komitmen pembelian ulang yang lebih baik dari suatu produk atau jasa secara konsisten pada masa yang akan datang. Dari definisi tersebut menggambarkan bahwa

jika ada pasien yang merasa puas menggunakan layanan kesehatan maka terbentuklah pasien yang loyal, yaitu pasien yang akan selalu mempercayai layanan dari kesehatan yang diberikan, sebaliknya jika pasien tidak puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak layanan kesehatan maka pasien tersebut tidak akan kembali ke layanan kesehatan tersebut.

RSUD RAA Soewondo Pati merupakan salah satu rumah sakit terbesar di kawasan Kabupaten Pati, yang ber alamat di Jalan Dr. Soesanto No. 114 Pati, Jawa Tengah. Pada suatu daerah biasanya memiliki salah satu rumah sakit unggulan yang selalu diminati banyak pasien ketika membutuhkan pengobatan saat berobat, dan selalu mempercayakan perawatan kesehatannya pada rumah sakit tersebut. Hal ini dapat menjadi semangat dan motivasi terhadap RSUD RAA Soewondo Pati agar dapat berlomba-lomba memperdepankan kualitas layanan dan gengsi antar rumah sakit pada suatu daerah agar dapat memberikan pelayanan sebaik-baiknya terhadap pasien, sehingga pasien merasa puas atas pelayanan terbaik yang diberikan oleh pihak rumah sakit, sehingga jika suatu saat membutuhkan layanan kesehatan, maka tidak menutup kemungkinan untuk kembali lagi berobat di RSUD RAA Soewondo Pati.

Yang melatar belakangi penelitian ini adalah banyaknya instansi kesehatan dan perusahaan dalam bidang jasa kesehatan di Kabupaten Pati. Terutama yang paling dikenal adalah rumah sakit. Hal ini menuntut semua elemen kesehatan untuk dapat bersaing secara sehat untuk memberikan

pelayanan yang terbaik pada masing-masing instansi dan perusahaan yang dikelola.

Kebutuhan dan keinginan para pasien untuk mendapatkan pelayanan yang sebaik-baiknya mengakibatkan layanan jasa kesehatan ditekankan untuk melakukan yang terbaik demi keselamatan dan kepuasan dari pasiennya. Hal ini menjadi tantangan tersendiri terhadap jajaran instansi RSUD RAA Soewondo Pati supaya dapat terus memajukan instansi yang telah dikelola bertahun - tahun supaya para pasien tidak berpaling ke jasa kesehatan yang lainnya dalam mempercayakan kesehatan dan kepuasan saat berobat.

Dari hasil wawancara penulis terhadap salah satu pegawai di bagian UPT RSUD RAA Soewondo Pati mengatakan bahwa, berbagai upaya telah dilakukan RSUD RAA Soewondo Pati untuk selalu mempertahankan kepercayaan yang telah terjalin baik dengan pasien agar selalu mempercayakan tingkat kesehatannya kepada RSUD RAA Soewondo Pati. Sampai saat ini RSUD RAA Soewondo Pati selalu menerima kritik dan saran dari mantan pasien yang pernah berobat, hal ini selalu didengar oleh atasan, jika menerima kritikan maka akan menjadi evaluasi kedepannya supaya tidak terulang lagi, dan akan memperbaiki kualitas layanan yang diberikan. Selain itu RSUD RAA Soewondo Pati juga menerima beberapa masukan dan keluhan yang diterima dari mantan pasien tentang kualitas pelayanan, citra, dan nilai yang dirasakan pasien. Yang kurang sesuai dengan keinginan pasien. Dari hal ini maka RSUD RAA Soewondo Pati mendapat dukungan dari masyarakat khususnya yang berdomisili di Kabupaten Pati agar RSUD RAA

Soewondo Pati selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dengan sebaik mungkin.

Dalam hal ini penulis menyadari pentingnya kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan persepsi nilai terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien dan kelangsungan instansi kesehatan. Hal ini yang mendorong peneliti untuk meneliti kepuasan pasien dan loyalitas pasien di RSUD RAA Soewondo Pati, yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, citra, dan persepsi nilai pasien di RSUD RAA Soewondo Pati, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan persepsi nilai terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien sebagai mediasi pada RSUD RAA Soewondo Pati”.

Tabel 1.1

Jumlah Pasien yang berobat di RSUD RAA Soewondo Pati dari tahun 2016 - 2020

NO	Tahun	Jumlah Pasien yang berobat dari tahun 2016 - 2020
1	2016	85267
2	2017	101000
3	2018	135292
4	2019	152874
5	2020	159025

Sumber : UPT RSUD RAA Soewondo Pati, 2020.

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jumlah pasien yang berobat dari tahun 2016 – 2020 di RSUD RAA Soewondo Pati selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya, yaitu menghasilkan rata – rata peningkatan jumlah pasien 17% setiap tahunnya, dan kemungkinan akan mengalami peningkatan jumlah pasien di tahun berikutnya. Hal ini menunjukkan adanya faktor-aktor tertentu yang mempengaruhi pasien untuk tetap menggunakan dan mempercayakan layanan kesehatan di RSUD RAA Soewondo Pati.

Research gap dalam penelitian ini adalah Shi-Kai Chou, dkk (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Muksin K Karsilan, dkk (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien. Penelitian yang dilakukan oleh Assila Anis (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Muksin K Karsilan, dkk (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

Assila Anis (2019) menyatakan bahwa citra berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Muksin K Karsilan (2018) yang menyatakan bahwa citra tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Penelitian Medi Yarmen (2017) menyatakan bahwa citra rumah sakit berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Assila Anis

(2019) yang menyatakan bahwa citra rumah sakit tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien.

Puskar Dubey (2019) menyatakan bahwa persepsi nilai berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramune Kalediene (2019) yang menyatakan bahwa persepsi nilai berpengaruh negatif terhadap kepuasan pasien. Penelitian yang dilakukan oleh Puskar Dubey (2019) yang menyatakan bahwa persepsi nilai berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Medi Yarmen (2017) yang menyatakan bahwa persepsi nilai tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Rumah Sakit, Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Pasien Melalui Kepuasan Pasien Sebagai Mediasi Pada RSUD RAA Soewondo Pati”**.

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup atau batasan pembahasan dalam penelitian ini adalah :

- a. Obyek penelitian ini adalah RSUD RAA Soewondo Pati.
- b. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan persepsi nilai terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien
- c. Responden dalam penelitian ini adalah pasien dan pengunjung yang pernah berobat dan menggunakan layanan jasa di RSUD RAA Soewondo Pati.

1.3. Perumusan Masalah

Peningkatan jumlah pasien dari tahun ke tahun di RSUD RAA Soewondo Pati sangat baik. Dilihat dari tabel 1.1. memperlihatkan bahwa jumlah pasien di RSUD RAA Soewondo selalu meningkat dari tahun ke tahun, hal ini akan menjadi masalah pihak rumah sakit karena pihak rumah sakit disarankan agar tidak mengurangi kualitas dari pelayanannya seperti ruang tunggu pasien yang semakin penuh dan terbatas dikarenakan setiap tahunnya selalu meningkat jumlah kunjungan pasiennya, fasilitas yang disediakan juga akan penuh mengingat semakin banyaknya kunjungan pasien, pada tiap tahunnya diprediksi akan terus mengalami peningkatan jumlah pasien semakin banyak yang berobat di RSUD RAA Soewondo Pati..

Dari rumusan masalah di atas, dapat dimunculkan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien di RSUD RAA Soewondo Pati?
2. Apakah citra rumah sakit berpengaruh terhadap kepuasan pasien di RSUD RAA Soewondo Pati?
3. Apakah persepsi nilai berpengaruh terhadap kepuasan pasien di RSUD RAA Soewondo Pati?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSUD RAA Soewondo Pati?
5. Apakah citra rumah sakit berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSUD RAA Soewondo Pati?

6. Apakah persepsi nilai berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSUD RAA Soewondo Pati?
7. Apakah kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSUD RAA Soewondo Pati?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti dari latar belakang di atas diantaranya :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di RSUD RAA Soewondo Pati.
2. Menganalisis pengaruh citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien di RSUD RAA Soewondo Pati.
3. Menganalisis pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan pasien di RSUD RAA Soewondo Pati.
4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien di RSUD RAA Soewondo Pati.
5. Menganalisis pengaruh citra rumah sakit terhadap loyalitas pasien di RSUD RAA Soewondo Pati.
6. Menganalisis pengaruh persepsi nilai terhadap loyalitas pasien di RSUD RAA Soewondo Pati.
7. Menganalisis pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di RSUD RAA Soewondo Pati.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan referensi bagi peneliti berikutnya di bidang penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjang perkembangan ilmu manajemen, terutama manajemen pemasaran. Selain itu, dapat memberikan kontribusi bagi RSUD RAA Soewondo Pati dalam hal kualitas pelayanan, citra rumah sakit, dan persepsi nilai yang dapat mempengaruhi loyalitas pasien melalui kepuasan pasien.

