

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyaknya permintaan untuk perawatan medis terutama tentang kesehatan gigi dan mulut yang lebih baik telah menjadi standar hidup baru yang sekarang dianggap penting untuk meningkatkan gaya hidup masyarakat. Hasil dari Riset Kesehatan Dasar (RIKESDAS) yang merupakan program Kementerian Kesehatan Republik Indonesia setiap 5 (lima) tahun sekali menemukan bahwa pada tahun 2013 di Sumatera Barat terlihat prevalensi penduduk yang memiliki masalah kesehatan gigi dan mulut sebesar 26%, akan tetapi hanya 8% penduduk yang menerima perawatan gigi dan mulut dari tenaga medis, dimana hasil riset ini telah mengalami peningkatan dari data periode sebelumnya yang pernah dilaporkan pada tahun 2007, dimana prevalensi penduduk yang memiliki masalah kesehatan gigi dan mulut sebesar 23% dan hanya 7% penduduk yang menerima perawatan gigi dan mulut dari tenaga medis (Kemenkes RI, 2013).

Meningkatnya layanan perawatan medis telah menjadi perhatian utama pasien saat ini. Penyediaan sarana dan prasarana kesehatan merupakan salah satu syarat pokok dalam upaya meningkatkan taraf kesehatan khususnya gigi dan mulut masyarakat. Sarana kesehatan tersebut dapat berupa rumah sakit, puskesmas, puskesmas pembantu, puskesmas keliling, balai pengobatan serta tenaga kesehatan perorangan (Depkes RI, 2008). Salah satu rumah sakit khusus untuk perawatan kesehatan gigi dan mulut di kota Padang adalah RSGMP Baiturrahmah Padang.

RSGM atau Rumah Sakit Gigi dan Mulut adalah rumah sakit yang memberikan pelayanan kesehatan gigi dan mulut, serta merupakan sarana prasarana proses pembelajaran, pendidikan dan penelitian bagi mahasiswa dan tenaga kesehatan profesi kedokteran gigi, yang terikat melalui kerjasama dengan Fakultas Kedokteran Gigi (FKG) (Permenkes, 2004). RSGM Baiturrahmah terdapat 38 dokter gigi dan 439 dokter gigi muda yang akan menangani setiap pasien yang datang berobat. Beberapa jenis pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang disediakan di RSGMP diantaranya adalah prostodonti, ortodonti, exodonti, oral medicine, endodonti, paedodonti dan periodonti.

RSGMP Baiturrahmah merupakan rumah sakit khusus gigi dan mulut pertama di kota Padang dan di provinsi Sumatera Barat yang telah di resmikan pada tanggal 12 September 2014, kemudian disusul oleh RSGMP Universitas Andalas pada tahun 2018. Dengan adanya pesaing, RSGMP Baiturrahmah dituntut memberikan pelayanan terbaik untuk mempertahankan pelanggannya. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, *brand image*, kepercayaan, kepuasan pasien dan loyalitas pasien.

Kualitas layanan merupakan perbandingan yang dirasakan oleh konsumen antara apa yang diinginkan pelanggan dengan apa yang diterima oleh konsumen setelah pembelian layanan. Ini bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasien serta ketepatan pengeluaran untuk mengimbangi harapan pasien. Menurut Parasuraman, dkk (1988) faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan. Konsep ini merupakan pengembangan dari konsep pengukuran kepuasan

berdasarkan kualitas teknis dan kualitas fungsional (Grönos, 1984). Kualitas teknis seperti infrastruktur, fasilitas dan tempat kesehatan, sementara kualitas fungsional yaitu bagaimana pengiriman layanan kepada pasien seperti jujur, sikap ramah, waktu tunggu (Padma, dkk 2009) dan dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas perawatan kesehatan di rumah sakit (Atinga, 2012), yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pasien (Padma, dkk 2010). Brady dan Cronin (2001) menyatakan kualitas layanan terdiri dari kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil. Para ahli berpendapat bahwa ketiga kualitas ini selama proses pelayanan pengiriman memberikan pengaruh besar pada persepsi kualitas layanan.

Menurut Brady dan Cronin (2001), pelanggan akan mengevaluasi subdimensi untuk membentuk persepsi tentang kinerja organisasi pada masing-masing dimensi utama. Persepsi ini mendasari persepsi keseluruhan kualitas layanan. Dengan kata lain, pelanggan membentuk persepsi tentang kualitas layanan berbasis pada evaluasi kinerja di berbagai tingkatan dan menggabungkan evaluasi ini untuk menentukan kualitas layanan secara keseluruhan. Persepsi perawatan kesehatan terdiri dari citra rumah sakit berdasarkan pengalaman dan referensi yang diperoleh pasien dalam bentuk keterampilan, sikap dan perilaku rumah sakit, yang pada gilirannya dapat membentuk persepsi awal pasien tentang rumah sakit yang mempengaruhi kepuasan pasien. Persepsi itu kemudian diharapkan dapat membentuk citra rumah sakit. Citra rumah sakit itu konkret manifestasi dari persepsi pelanggan dengan layanan yang diberikan melalui apa yang diperoleh pelanggan sebagai hasil transaksi antara penyedia dan pengguna

layanan serta bagaimana pelanggan mendapatkan layanan tersebut (Gonroons, 2000).

Citra positif dalam persepsi konsumen akan mengurangi kekecewaan pada pengalaman perawatan kesehatan yang buruk dan bantuan dalam pemasaran rumah sakit sebaliknya citra negatif menyebabkan ketidakpuasan konsumen dan jika ada pengalaman buruk, konsumen perlu banyak pengalaman baik untuk mengubah citra buruk secara keseluruhan (Sumaedi, dkk 2014). Citra merek dipengaruhi oleh komponen citra perusahaan, citra pengguna (merek pengguna) dan gambar produk (merek produk) (Wu, 2011). Menurut Jahng dkk (2005) kolaborasi antara dokter-pasien dan hasil positif dalam pelayanan kesehatan dapat meningkatkan harapan pasien. Kepatuhan pasien dalam perawatan, dapat mempersingkat masa penyembuhan dan dapat mengembangkan promosi kesehatan secara umum. Lebih jauh lagi bisa meningkatkan kepuasan pasien pada layanan kesehatan (Cheraghi-Sohi, dkk 2005). Persepsi pasien seperti itu dapat membentuk kepuasan sebagai umpan balik positif bagi penilaian pasien atas layanan pasca kesehatan (Vinagre dan Neves, 2008).

Citra dan kepuasan pasien adalah faktor penting bagi perusahaan mempengaruhi loyalitas yang nyata untuk pembelian kembali dan merekomendasikannya. Loyalitas pelanggan adalah komitmen mendalam untuk membeli kembali dan layanan ulang produk di masa depan, yang menyebabkan pembelian merek yang sama atau satu set merek yang sama, terlepas dari keterlibatan faktor situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku peralihan merek. Penelitian dilakukan oleh Nugraheni dan Purnomo (2011) di rumah sakit Setjonegoro Wonosobo tentang kesehatan rawat

jalan Farmasi Rawat Jalan (IFRS) untuk pasien umum, pasien Askes, pasien Jamsostek, dan pasien JAMKESNAS menyatakan kepuasan pasien bisa dioptimalkan dengan meningkatkan kualitas layanan kesehatan. Rumah sakit khususnya rumah sakit milik pemerintah harus dapat menjadi sarana bagi kesehatan masyarakat, oleh karena itu layanan kesehatan yang diberikan harus memenuhi syarat untuk memenuhi publik sebagai konsumen. Sudah merupakan kewajiban untuk rumah sakit sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan No. 129 tahun 2008 tentang Standar Layanan Minimum Rumah Sakit untuk meningkatkan layanan kesehatan. Salah satunya dengan cara menjaga kepuasan pasien dengan memberikan perawatan kesehatan yang lebih berkualitas secara konsisten yang memenuhi harapan pelanggan sehingga dapat membentuk citra yang bisa menjadi pilihan pasien untuk membentuk kepuasan pasien yang optimal sehingga akan meningkatkan kesetiaan pasien.

Upaya pemberi jasa untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dalam rangka membentuk kepercayaan, kepuasan, serta loyalitas pasien. Muara akhir dari upaya pelayanan yang berkualitas adalah terciptanya loyalitas. Dalam lingkungan bisnis rumah sakit loyalitas yang diharapkan adanya *good word of mouth*. Komunikasi ini pelanggan akan menyampaikan hal-hal baik kepada orang lain dan merekomendasikan kepada calon pelanggan lain. Keuntungan loyalitas bersifat jangka panjang dimana meningkatnya loyalitas pelanggan dapat menyebabkan keuntungan secara financial dan non financial seperti pegawai yang semangat bekerja dan meningkatkan nilai positif pelanggan terhadap rumah sakit.

Untuk mengungkapkan fenomena yang terjadi di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Baiturrahmah, maka dilakukan survey awal mengenai loyalitas pasien,

penelitian ini dilakukan kepada 24 orang pasien yang telah mendapat perawatan gigi dan mulut di RSGM Baiturrahmah, dimana hasilnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1
Hasil *Pra-Survey Loyalitas* Pasien RSGM Baiturrahmah Padang

No	Pernyataan	Jumlah Pasien (Orang)	Jawaban		% Tidak
			Ya	Tidak	
1	Saya menyampaikan hal-hal positif tentang RSGMP Baiturrahmah Padang kepada orang lain	24	18	6	25,00
2	Saya mau melanjutkan perawatan di RSGMP Baiturrahmah Padang	24	10	14	58,33
3	Saya mendorong teman dan kenalan untuk melakukan perawatan ke RSGMP Baiturrahmah Padang	24	10	14	58,33
4	Saya jarang mempertimbangkan untuk berganti atau beralih ke Rumah Sakit yang lain	24	6	18	75,00
5	Saya ragu-ragu kalau mau pindah atau beralih ke Rumah Sakit yang lain	24	4	20	83,33
6	Saya merasa senang saat melakukan perawatan di RSGMP Baiturrahmah Padang	24	6	18	75,00
7	Bagi saya RSGMP Baiturrahmah Padang merupakan rumah sakit yang jelas dan terbaik	24	14	10	41,67
8	Saya percaya bahwa RSGMP Baiturrahmah Padang adalah yang terbaik	24	14	10	41,67
9	Saya mencoba menggunakan layanan RSGMP Baiturrahmah Padang setiap saya membutuhkannya	24	10	14	58,33
10	Memandang RSGMP Baiturrahmah Padang sebagai prioritas utama saya	24	4	20	83,33
11	Pilihan pertama ketika saya membutuhkan layanan perawatan gigi	24	4	20	83,33
12	Tempat utama saya memilih mendapatkan layanan gigi yang saya butuhkan	24	4	20	83,33
Rata-rata					63,89

Sumber: Caruana, A. (2002)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden memberikan jawaban dengan kategori tidak yaitu dengan rata-rata sebanyak 63,89%. Hal ini memberikan indikasi bahwa tingkat *loyalitas* pasien masih kurang dibandingkan dengan pasien yang loyal terhadap RSGM Baiturrahmah

Padang. Dengan demikian, peneliti tertarik meneliti loyalitas sebagai fokus penelitian dalam penelitian ini.

Salah satu variabel yang mempengaruhi loyalitas pasien adalah kepercayaan. Menurut Daryanto (2013), kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya. Menurut Muzahid dan Noorjahan (2009) menyimpulkan jika salah satu pihak percaya bahwa tindakan pihak lain akan membawa hasil positif untuk pihak pertama, kepercayaan dapat dikembangkan. Disamping kepercayaan, variabel yang lain yang juga menentukan loyalitas pasien adalah kepuasan pasien. Menurut Tjiptono (2008), terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kondasani dan Rajeev (2015) tentang “Pengaruh kualitas layanan yang dirasakan pasien, kepuasan dan loyalitas pasien dalam perawatan kesehatan swasta di India“, pada penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa hubungan penyedia layanan, kualitas fasilitas, dan interaksi dengan staf pendukung berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah loyalitas pasien, kepuasan pasien, kualitas layanan di lima rumah sakit swasta India dengan sampel sebanyak 475 responden.

Statistik deskriptif, analisis faktor, regresi dan statistik korelasi digunakan untuk menganalisis kualitas layanan yang dirasakan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wu (2011) tentang “ Dampak citra merek rumah sakit terhadap kualitas pelayanan, kepuasan pasien dan loyalitas pasien “, pada penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa citra merek rumah sakit memiliki efek langsung dan tidak langsung pada loyalitas pasien. Artinya citra merek rumah sakit yang positif tidak hanya meningkatkan loyalitas pasien secara langsung, tetapi juga meningkatkan kepuasan pasien melalui peningkatan kualitas layanan yang dirasakan, yang pada gilirannya meningkatkan niat kunjungan kembali pasien. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah loyalitas pasien, kepuasan pasien, kualitas layanan dan citra merek di dua rumah sakit swasta Taiwan dengan sampel sebanyak 437 responden dengan menggunakan teknik analisis Model Persamaan Struktural (SEM) dan AMOS.

Penelitian yang dilakukan oleh Gedalia dan Subagio (2015) tentang “Pengaruh kualitas layanan dan *brand image* terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus Monopole Coffee Lab Surabaya)“, pada penelitian tersebut memberikan hasil yang signifikan dari Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen, *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen, Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen, Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen, dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Konsumen. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah loyalitas pasien, kepuasan pasien, kualitas layanan dan *brand image* di Monopole Coffee Surabaya dengan sampel sebanyak 180 responden dengan menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS).

Penelitian yang dilakukan oleh Pramudyo (2012) tentang “Pengaruh citra merek terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai intervening (studi pada mahasiswa perguruan tinggi swasta di Yogyakarta)“, Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas dengan mengambil kepuasan sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa perguruan tinggi swasta yang ada di Yogyakarta dengan mengambil sampel sebanyak 100 mahasiswa dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Kriteria sampel yaitu mahasiswa yang telah kuliah minimal semester 4 (empat), karena mahasiswa dengan kriteria tersebut dianggap telah mampu melakukan evaluasi terhadap kampus tempat mereka kuliah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas, kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas, dan kepuasan merupakan variabel intervening pengaruh antara citra merek terhadap loyalitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Juhana dkk (2015) tentang “ Pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pasien dan loyalitas pasien di rumah sakit umum Bandung, Indonesia “, pada penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien, citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien dan kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah loyalitas pasien, kepuasan pasien, kualitas layanan di rumah sakit umum Bandung dengan sampel sebanyak 300 responden dengan menggunakan teknik analisis Pemodelan Persamaan Struktural, sedangkan pada penelitian yang akan saya lakukan menggunakan variabel loyalitas pasien,

kepuasan pasien, kualitas pelayanan, citra merek dan ditambah dengan variabel kepercayaan pasien.

Dengan demikian, dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian empiris dengan judul “Pengaruh kualitas layanan, *brand image* dan kepercayaan terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variabel mediasi di rumah sakit gigi mulut pendidikan baiturrahmah padang”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang?
2. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasien di RSGM Baiturrahmah Padang?
5. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap kepuasan pasien di RSGM Baiturrahmah Padang?
6. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pasien di RSGM Baiturrahmah Padang?
7. Apakah kepuasan pasien berpengaruh terhadap loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang?

8. Apakah kepuasan pasien memediasi antara kualitas pelayanan dan loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang?
9. Apakah kepuasan pasien memediasi antara *brand image* dan loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang?
10. Apakah kepuasan pasien memediasi antara kepercayaan dan loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis adanya:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang
2. Pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang
3. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang
4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di RSGM Baiturrahmah Padang
5. Pengaruh *brand image* terhadap kepuasan pasien di RSGM Baiturrahmah Padang
6. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pasien di RSGM Baiturrahmah Padang
7. Pengaruh kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang

8. Kepuasan pasien memediasi antara kualitas pelayanan dan loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang
9. Kepuasan pasien memediasi antara *brand image* dan loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang
10. Kepuasan pasien memediasi antara kepercayaan dan loyalitas pasien di RSGM Baiturrahmah Padang

1.4 Manfaat Penelitian

Sebagai pedoman bagi pengambilan keputusan dan organisasi tentang bagaimana cara meningkatkan kepuasan pasien dan loyalitas pasien yang optimal, sehingga dapat memberikan dampak yang positif bagi RSGMP Baiturrahmah Padang.