

Bab 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

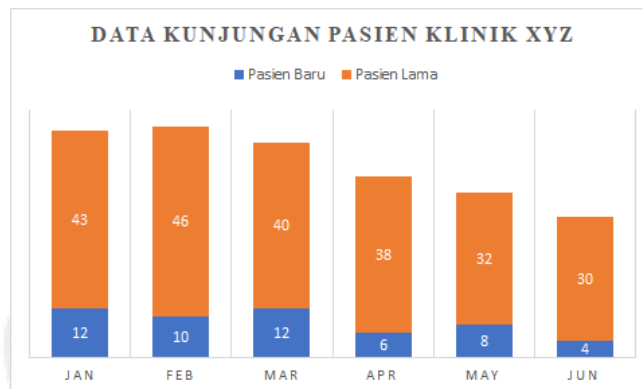
Pada zaman sekarang, pandangan mengenai pentingnya merawat tubuh dalam memenuhi konsep kecantikan terus-menerus digencarkan lewat beberapa media massa. Fenomena yang berkembang sekarang memandang bahwa masalah kecantikan adalah salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi baik oleh kaum wanita maupun pria. Fenomena ini juga didukung oleh perilaku buruh dimana tuntutananya termasuk kebutuhan skin care, sejajar dengan kebutuhan pokok lainnya (Apriani, 2019)

Hal tersebut juga terlihat dari peningkatan industri kecantikan dan perawatan tubuh di Indonesia yang tumbuh sebesar 6% pada tahun 2016 dan diperkirakan akan terus bertumbuh. Didukung oleh populasi dengan usia produktif yang tinggi, menjadikan Indonesia sebagai pasar produk kecantikan yang menarik untuk di garap oleh para penyedia jasa maupun produk kecantikan di seluruh dunia. Dalam satu dasawarsa terakhir, pertumbuhan klinik kecantikan di Indonesia tumbuh sedemikian pesat guna memenuhi permintaan akan jasa perawatan kulit dan wajah. (Rahayu, 2019)

Klinik kecantikan sebagai penyedia jasa perawatan kulit dan wajah, tentu dalam kegiatan usahanya sangat mengandalkan jumlah kunjungan pasien demi keberlangsungan kegiatan usahanya. Ditengah maraknya usaha klinik maupun salon kecantikan saat ini, klinik kecantikan yang telah berdiri lebih dulu dituntut untuk mampu menarik serta mempertahankan para pelanggannya di tengah tarikan dari kompetitor-kompetitor baru yang menawarkan berbagai macam keunggulannya masing-masing.

Menurut (Kotler, 2000), biaya untuk mendatangkan pelanggan baru lebih besar jika dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang telah ada. Oleh karenanya tentu akan lebih bijak untuk klinik-klinik yang telah lebih dulu berdiri untuk mempertahankan pasien yang telah ada dengan memberikan pelayanan maksimal yang tujuannya untuk memberikan kepuasan (*customer satisfaction*) kepada pasien yang sudah ada serta menjaga agar pasien-pasien tersebut tetap loyal sehingga akan datang kembali di kemudian hari.

Penelitian dilakukan untuk mencari tahu penyebab penurunan jumlah kunjungan pasien yang terjadi di Klinik XYZ selama 6 bulan terakhir, dengan data sebagai berikut:



Gambar 1.1 Data Kunjungan Klinik XYZ

Data menunjukkan bahwa Klinik XYZ mengalami penurunan jumlah kunjungan pada bulan April, Mei dan Juni jika dibandingkan dengan bulan Januari, Februari dan Maret. Berdasarkan dengan pernyataan dari Hakim, Cahyono dan Herlambang (2019), maka suatu klinik harus bisa mempertahankan pasien-pasien lamanya dengan memperhatikan kepuasan pasien (*customer satisfaction*) dan juga loyalitas pasien (*customer loyalty*). Jika kedua hal tersebut tidak bisa dicapai oleh suatu klinik, maka penurunan kunjungan akan terjadi pada klinik tersebut.

Menurut Ganasegeran (2015) dan juga studi Park, Kim, Choi dan Lee (2021), menyatakan bahwa tingkat kunjungan, terutama pada pasien rawat jalan dapat dipengaruhi oleh variabel kepuasan pasien (*patient satisfaction*), dimana variabel kepuasan pasien ini dapat dicapai dengan faktor-faktor tertentu. Karena itu, pada kasus penurunan tingkat kunjungan yang terjadi di Klinik XYZ ini dilakukan riset awal terlebih dahulu untuk mengetahui apakah ada gap fenomena (*phenomena gap*) mengenai ekspektasi manajemen dengan yang dirasakan oleh pasien mengenai kepuasan yang dirasakan setelah menggunakan jasa pelayanan di Klinik XYZ.

Riset awal dilakukan dengan melakukan interview terhadap 5 orang yang merepresentasikan manajemen pengelola Klinik XYZ mengenai ekspektasi mereka tentang kepuasan yang seharusnya didapatkan pasien setelah menggunakan jasa pelayanan di Klinik XYZ kemudian dibandingkan dengan apa yang dirasakan oleh pasien itu sendiri, disini diambil sampel 10 orang pasien yang telah menggunakan jasa pelayanan di Klinik XYZ, dari 10 orang pasien tersebut 70% diantaranya puas dengan pelayanan yang diberikan, sedangkan ekspektasi manajemen dari 5 orang representatif, memberikan nilai 90% dimana artinya 9 dari 10 orang

pasien seharusnya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Klinik XYZ. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadi gap fenomena (*phenomena gap*) sebanyak 20%, yang terjadi sehingga mengindikasikan bahwa memang ada masalah mengenai kepuasan pasien di Klinik XYZ. Kemudian dari hasil riset awal ini, menghasilkan riset lanjutan mengenai faktor yang membuat pasien-pasien di Klinik XYZ ini menjadi puas sehingga mau berkunjung kembali ke Klinik XYZ.

Selanjutnya dilakukan riset lanjutan kepada 12 orang pasien di Klinik XYZ untuk mencari tahu variabel independen yang membuat pasien puas terhadap pelayanan di Klinik XYZ. Berdasarkan riset awal tersebut diperoleh faktor-faktor yang membuat pasien merasa puas atau tidak puas dengan pelayanan di Klinik XYZ, yaitu kompetensi tenaga kesehatan, fasilitas dan kenyamanan layanan (*service convenience*). Sehingga dengan hasil riset kedua ini dapat ditarik kesimpulan sementara bahwa permasalahan penurunan tingkat kunjungan yang terjadi di Klinik XYZ disebabkan karena adanya fenomena gap antara ekspektasi manajemen dengan persepsi pasien mengenai kepuasan dimana kepuasan pasien tersebut dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu kompetensi tenaga kesehatan, fasilitas dan kenyamanan layanan.

Selain faktor kepuasan yang mempengaruhi tingkat kunjungan, penelitian dari Lestari (2019), menyatakan bahwa variabel loyalitas juga mempengaruhi tingkat kunjungan pasien terutama minat untuk kunjungan kembali. Sehingga variabel kepuasan dan juga variabel loyalitas, keduanya dapat mempengaruhi tingkat kunjungan pasien.

Penelitian dari Gultom, Arif & Fahmi (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, yang memberikan arti bahwa pelanggan merasa puas dari pengalaman yang sudah dirasakannya dan menimbulkan kepuasan pelanggan terhadap penyajian dari pihak hotel. Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diterima akan membuat pelanggan tersebut percaya pada perusahaan dan besar harapan akan menggunakan kembali pelayanan tersebut di masa mendatang. Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Nalendra (2018) serta Abadi, Nursyamsi & Syamsuddin (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa faktor kepuasan pelanggan merupakan faktor yang harus diperhatikan karena berhubungan dengan tingkat kunjungan pelanggan dan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang pada akhirnya akan berujung juga pada peningkatan tingkat kunjungan.

Meskipun pada sebagian besar studi yang dilakukan menyatakan bahwa faktor kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang positif terhadap loyalitas pelanggan, yang berarti semakin puas seorang pelanggan maka semakin kuat tingkat loyalitas seorang pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa. Namun ada beberapa penelitian yang menyatakan hal yang berbeda. Penelitian dari Dewi (2020) dan Al-Wugayan & Pleshko (2011) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, semakin puas seorang pelanggan belum tentu akan menciptakan tingkat loyalitas yang lebih kuat.

Hal ini menandakan adanya gap riset (*research gap*) antara faktor kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan, karena itu pada penelitian ini juga menggunakan faktor *word of mouth* dan juga *customer trust* sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pernyataan ini didukung dengan hasil penelitian dari Alhulail, Dick & Abareshi (2018) , Oliviana, Mananeke & Mintardjo (2017) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *word of mouth* dengan loyalitas pelanggan. Selain itu hasil penelitian dari Leninkumar (2017) serta Lin, Osman & Wang (2018) juga menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *customer trust* dengan loyalitas pelanggan

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada hasil-hasil penelitian terdahulu, ditemukan bahwa penting untuk memperhatikan kepuasan pelanggan dan juga loyalitas pelanggan yang mempengaruhi tingkat kunjungan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang kurang diperhatikan dapat menyebabkan penurunan tingkat kunjungan pelanggan dan juga memperburuk tingkat loyalitas pelanggan yang pada akhirnya akan berujung pada rendahnya tingkat kunjungan. Dalam hal ini, dilakukan riset awal di klinik XYZ dengan tujuan untuk menemukan gap fenomena antara ekspektasi manajemen dan juga umpan balik pasien mengenai tingkat kepuasan pasien pada pelayanan yang diberikan oleh Klinik XYZ. Dari riset awal tersebut menghasilkan data yang menyatakan bahwa terdapat gap fenomena sebesar 20% antara ekspektasi manajemen dan juga umpan balik pasien mengenai kepuasan pasien dari pelayanan yang diberikan oleh klinik XYZ. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pasien di klinik XYZ tidak sesuai dengan ekspektasi manajemen.

Dari hasil riset awal tersebut dilakukan riset lanjutan untuk menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pasien di Klinik XYZ (Ganasegeran, 2015; Park *et al*, 2021). Hasil dari riset lanjutan tersebut adalah kompetensi tenaga kesehatan, fasilitas dan kenyamanan pelayanan (*service convenience*). Ketiga faktor ini akan menjadi faktor yang menentukan tingkat kepuasan pasien di Klinik XYZ.

Selain faktor kepuasan pelanggan, tingkat loyalitas pelanggan juga berpengaruh terhadap tingkat kunjungan pelanggan (Lestari, 2019). Penelitian terdahulu dari Gultom *et al* (2020), Nalendra (2018) dan Abadi *et al* (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang akan berujung juga pada jumlah kunjungan pelanggan. Namun meski begitu ada juga penelitian dari Dewi (2020) dan Al-Wugayan & Pleshko (2011) yang menyatakan sebaliknya, yaitu kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menandakan adanya riset gap antara faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Karena itu dalam penelitian ini melibatkan faktor lain yang mempengaruhi variabel loyalitas yakni *word of mouth* dan *customer trust*, dimana penelitian terdahulu juga menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *word of mouth* dengan loyalitas pelanggan (Alhulail *et al*, 2018; Oliviana *et al*, 2017) dan *customer trust* dengan loyalitas pelanggan (Leninkumar, 2017; Lin *et al*, 2018).

Klinik XYZ dalam hal ini sebagai klinik kecantikan yang mengandalkan jumlah kunjungan untuk tetap menjaga usahanya terus berjalan, sampai saat ini masih belum berhasil dalam menjaga tingkat kepuasan pasien dan juga tingkat loyalitas pasien dengan baik, hal ini dapat dilihat dari data penurunan tingkat kunjungan pasien di Klinik XYZ selama 6 bulan terakhir.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang yang disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kompetensi berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien?
2. Apakah fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien?
3. Apakah kenyamanan layanan (*service convenience*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien?
4. Apakah kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien?
5. Apakah kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap *word of mouth*?
6. Apakah kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap kepercayaan pasien?.
7. Apakah *word of mouth* berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien?
8. Apakah kepercayaan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien?

1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh positif kompetensi tenaga kesehatan terhadap kepuasan pasien.
2. Menganalisis pengaruh positif fasilitas terhadap kepuasan pasien.
3. Menganalisis pengaruh positif kenyamanan layanan (*service convenience*) terhadap kepuasan pasien.
4. Menganalisis pengaruh positif kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien.
5. Menganalisis pengaruh positif kepuasan pasien terhadap *word of mouth*.
6. Menganalisis pengaruh positif kepuasan pasien terhadap kepercayaan pasien.
7. Menganalisis pengaruh positif *word of mouth* terhadap loyalitas pasien.
8. Menganalisis pengaruh positif kepercayaan pasien terhadap loyalitas pasien.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pembaca khususnya untuk perusahaan yang bergerak dalam industri kecantikan terutama klinik kecantikan, berupa:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan gambaran lebih jelas terhadap kajian ilmu manajemen, khususnya pada faktor-faktor yang mempengaruhi dan dapat meningkatkan kepuasan pasien dan loyalitas pasien.
- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kerangka konseptual baru yang berhasil menghubungkan kepuasan pasien dengan *word of mouth*, kepuasan pasien dengan kepercayaan yang dapat menimbulkan loyalitas pasien dalam hubungannya dengan klinik kecantikan.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Sebagai bahan masukan bagi Klinik XYZ guna meningkatkan jumlah kunjungan pasiennya.
- Dapat memberi masukan dan bahan pertimbangan bagi Klinik XYZ dalam rangka menyusun strategi untuk meningkatkan kompetensi tenaga kesehatan, fasilitas dan nyaman sehingga bisa meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien.
- Dapat dijadikan referensi tambahan untuk mengetahui kompetensi tenaga kesehatan, fasilitas, kenyamanan, intensi *word of mouth*, *customer trust*, tingkat kepuasan dan loyalitas pasien di Klinik XYZ.

1.5 Sistematika Penelitian

Penelitian ini ditulis dengan penulisan yang disusun secara sistematis dengan maksud untuk mempermudah pembaca dalam memahami pembahasan dalam penelitian ini. Adapun penelitian ini dituangkan ke dalam beberapa bab, yakni:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijabarkan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijabarkan mengenai konsep variabel dan teori dari variabel penelitian yang ada pada penelitian ini, yakni: kompetensi, fasilitas, kenyamanan layanan, kepuasan pelanggan, *word of mouth*, kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta pembahasan mengenai hubungan antar variabel serta hipotesis penelitian yang didukung oleh hasil penelitian para peneliti terdahulu.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dimana didalamnya mencakup jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel dan metode analisis data.

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis dan juga pembahasan dari analisis data.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini akan membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian, serta rekomendasi atau saran yang diberikan guna untuk mengatasi masalah yang terdapat dalam penelitian ini.