

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan bisnis jasa kesehatan di Indonesia semakin meningkat, dapat dilihat pada pertumbuhan semester I-2023 yang dibandingkan dengan semester I-2022 (C-To-C) mengalami kenaikan sebesar 6.57% dari sebelumnya 4.77% (BPS, 2022). Jumlah rumah sakit umum pada tahun 2022 mengalami peningkatan 1.954% dari tahun sebelumnya. Tercatat ada 2522 rumah sakit umum pada tahun 2021 sedangkan tahun 2022 mengalami kenaikan yaitu menjadi 2561 unit. Jumlah rumah sakit yang meningkat membuat para pelaku bisnis kesehatan harus bersaing dengan ketat untuk mendapatkan loyalitas pasien.

Menurut hasil data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, Provinsi Banten memiliki 5.34% penduduk yang memiliki keluhan atas kesehatan dan mengakibatkan terganggunya aktivitas sehari-hari. Jumlah tersebut mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 4.29% (BPS, 2022). Pada era ini, Indonesia sedang mengalami fenomena *triple burden* yaitu di mana masyarakat sedang menghadapi tiga jenis tekanan masalah penyakit yang berbeda secara bersamaan, antara lain: Pertama, munculnya penyakit yang belum pernah ada sebelumnya (*new emerging*) dan penyakit yang sudah ada sebelumnya (*re-emerging*). Kedua, penyakit menular yang belum ditangani dengan sempurna. Ketiga, meningkatnya angka penyakit tidak menular setiap tahunnya (Purwanto, 2022). Dampak dari fenomena *triple burden*, masyarakat masih harus berfokus pada upaya penyembuhan penyakit pasca pandemi Covid-19.

Peran rumah sakit sebagai mata rantai utama dalam pelayanan kesehatan memiliki fungsi sebagai pencegahan, penyembuhan dan pemulihan, untuk itu rumah sakit harus benar-benar dapat memberikan wadah kesehatan bagi masyarakat. Perlunya kesadaran masyarakat akan pentingnya pemeriksaan kesehatan secara rutin. Masyarakat yang melakukan pemeriksaan kesehatan secara rutin akan jauh lebih baik, karena jika kondisi tubuh terdeteksi ada suatu penyakit maka tindakan pertolongan lebih cepat diberikan sebelum penyakit tersebut berkembang menjadi lebih serius. Berdasarkan studi dari Rachmadani (2020), masyarakat pada umumnya memilih menunda pengobatan hingga mereka merasa perlu untuk mendapatkan pengobatan karena penyakit yang dialami sudah sering terjadi. Masyarakat akan mencoba untuk mengobati secara mandiri dengan obat-obatan atau ramuan-ramuan yang dianggap tepat sebelum pergi ke rumah sakit. Menurut data dari BPS, persentase penduduk yang mempunyai keluhan kesehatan tetapi tidak berobat ke rumah sakit, dan hanya melakukan pengobatan mandiri memiliki jumlah persentase paling banyak diantara alasan lain yang tidak melakukan pengobatan ke rumah sakit (BPS, 2022).

Data dari BPS yang menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk memilih mengobati diri sendiri daripada pergi berobat ke rumah sakit, menjadi refleksi faktor apa saja yang bisa memengaruhi keputusan tersebut. Salah satunya faktornya adalah masyarakat kurang percaya terhadap pelayanan kesehatan (Putri et al., 2022). Jika pasien dapat percaya dan yakin akan suatu kinerja sebuah layanan baik, maka pasien akan menggunakan dan menganggap sebuah layanan tersebut akan menghasilkan hasil yang positif (Resika et al., 2019). Menurut hasil penelitian terdahulu kepercayaan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang

mencakup interaksi dengan karyawan, kualitas lingkungan fisik, dan hasil yang diberikan (Afifi & Amini, 2021).

Kualitas pelayanan yang baik merujuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan kesehatan dalam menciptakan kepuasan pasien, semakin tinggi tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan yang diberikan maka pasien tersebut akan semakin percaya terhadap rumah sakit tersebut. Kepuasan pasien terjadi ketika kualitas layanan yang dirasakan pasien lebih baik daripada yang diharapkan, sehingga menimbulkan loyalitas pasien terhadap rumah sakit (AlOmari, 2022).

Kualitas layanan merupakan evaluasi yang mencerminkan persepsi pelanggan terhadap kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil (Zehir et al., 2011). Kualitas interaksi berfokus pada hubungan antara penyedia layanan dan pelanggan, sementara kualitas lingkungan fisik memengaruhi kesejahteraan pelanggan dengan menilai lingkungan tempat layanan diberikan. Kualitas hasil berkaitan dengan manfaat yang diperoleh oleh pelanggan dari layanan tersebut. Kualitas pelayanan dinilai memuaskan ketika konsistensi dan pelayanan terbaik selalu diberikan tanpa terkecuali. Kualitas pelayanan memainkan peran kunci dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan serta membandingkan ekspektasi pelanggan dengan apa yang mereka terima (AlOmari, 2022).

Pasien yang berobat di rumah sakit ternama, lebih besar harapannya dalam menerima kualitas pelayanan terbaik, jika rumah sakit bisa memberikan kepuasan pada pasiennya maka loyalitas pasien akan tercipta. Ketidakpuasan pasien terhadap jasa pelayanan kesehatan dapat dilihat ketika pelayanan kesehatan yang diberikan oleh tenaga kesehatan tidak sepenuhnya menunjukkan sikap peduli atau simpati kepada pasien (Soumokil et al., 2021). Jika kualitas pelayanan tidak ditingkatkan

dan dibiarkan tanpa ada perbaikan, maka dapat menyebabkan citra rumah sakit tersebut menjadi buruk. Membangun citra merek yang positif di mata masyarakat adalah tujuan utama bagi setiap perusahaan. Citra merek mencerminkan persepsi dan perasaan pasien terhadap rumah sakit, termasuk aspek-aspek seperti kualitas layanan, keandalan, reputasi dan pengalaman pasien dengan rumah sakit tersebut (Apriliani et al., 2020).

Peneliti melakukan penelitian di Rumah Sakit Siloam Lippo Village karena rumah sakit tersebut mengalami penurunan jumlah kedatangan pasien. Citra merek dan kualitas pelayanan Rumah Sakit Siloam Lippo Village seharusnya dapat mendorong peningkatan jumlah pasien karena Rumah Sakit Siloam Lippo Village yang merupakan *member* dari Siloam Hospitals Group (SHG). Siloam Hospital Group merupakan jaringan rumah sakit swasta terbesar di Indonesia, yang tersebar di 23 Provinsi, 30 Kota, dan memiliki 41 unit rumah sakit. Siloam Hospital Group memiliki lima klasifikasi model bisnis yang terdiri dari:

1. *Flagship*, merupakan sebuah rumah sakit yang memiliki profitabilitas tinggi.
2. *Mature*, merupakan sebuah rumah sakit yang memiliki potensi tinggi untuk bertumbuh dan berkembang.
3. *Distinct*, merupakan sebuah rumah sakit yang beroperasi di segmen pasar yang berbeda dengan profil profitabilitas tinggi.
4. *Ramping up*, merupakan sebuah rumah sakit yang telah beroperasi dalam 2-3 tahun.
5. BPJS, merupakan sebuah rumah sakit yang memiliki lebih dari 60% profitnya berasal dari pasien BPJS.

Rumah Sakit Siloam Lippo Village (SHLV) masuk kedalam klasifikasi *flagship*, karena termasuk golongan rumah sakit yang memiliki profitabilitas tinggi (SHG, 2022). Pada sektor bisnisnya saat ini Rumah Sakit Lippo Village memiliki 6 jenis tipe bisnis, atau yang dikenal dengan istilah *Line of Business* (LOB) terdiri dari rawat jalan (OPD), rawat inap (IPD), rawat darurat (ED), pemeriksaan kesehatan (MCU), perawatan rumah (*homecare*), dan konsultasi jarak jauh (*teleconsul*).

Data sekunder Rumah Sakit Siloam mencatat bahwa setiap tahunnya pasien yang berkunjung ke Rumah Sakit Siloam Lippo Village menunjukkan sebagian besar pasien berasal dari pasien lama yang sudah pernah berkunjung sebelumnya. Pasien lama adalah pasien yang sudah pernah melakukan kunjungan lebih dari satu kali ke rumah sakit, sedangkan pasien baru adalah pasien yang baru pertama kali melakukan kunjungan ke Rumah Sakit Siloam Lippo Village. Melihat dari penjelasan tersebut, loyalitas pasien sangat menentukan untuk pasien melakukan kunjungan kembali dan menggunakan layanan Rumah Sakit Siloam Lippo Village.

Loyalitas pasien lahir dari rasa puas dan percaya terhadap layanan yang diberikan. Dilihat dari *brand image*, Rumah Sakit Siloam Lippo Village dikenal sebagai rumah sakit swasta *high-end* yang dinilai berkualitas dan profesional oleh masyarakat (SHG, 2022). Peralatan medis yang tersedia tergolong sangat memadai sehingga dapat menunjang proses pengobatan, sehingga Rumah Sakit Siloam Lippo Village dapat memberikan *service quality* kepada pasien dengan maksimal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putri et al., (2022), Rumah Sakit Siloam Lippo Village merupakan rumah sakit di wilayah Jabodetabek yang telah menerapkan standar Joint Commission International (JCI) dengan biaya

pelayanannya cukup tinggi dibandingkan dengan rumah sakit lain. JCI merupakan lembaga akreditasi unggulan berskala internasional yang ditujukan untuk sektor pelayanan kesehatan berskala internasional.

Menurut hasil data sekunder yang didapat dari Rumah Sakit Siloam Lippo Village, telah terjadi penurunan jumlah kunjungan pasien di Rumah Sakit Siloam Lippo Village yaitu sebesar 803,224 kunjungan pada tahun 2021 ke 681,838 kunjungan pada tahun 2022. Angka penurunan tersebut paling besar berasal dari jumlah penurunan kedatangan pada pasien lama. Angka penurunannya dari tahun 2021 sebesar 725,526 kunjungan ke 621,681 kunjungan pada tahun 2022. Penurunan angka kunjungan pasien memberikan tantangan kepada pihak rumah sakit untuk meningkatkan kembali angka kunjungan pasien ke Rumah Sakit Siloam Lippo Village.

Tabel 1.1 Angka Kunjungan Pasien Siloam Hospital Group (2021-2022).

Tahun	2021			2022			Grand Total
	Pasien baru	Pasien lama	Total	Pasien baru	Pasien lama	Total	
Rawat darurat	2,245	11,315	13,560	2,674	15,751	18,425	31,985
Perawatan rumah				603	4,258	4,861	4,861
Rawat inap	1,689	105,56	12,245	2,114	14,079	16,193	28,438
Pemeriksaan kesehatan	14,261	101,105	115,366	3,329	27,490	30,819	146,185
Rawat jalan	59,503	602,550	662,053	51,236	557,435	608,671	1,270,724
Konsultasi jarak jauh				201	2,668	2,869	2,869
Total	77,698	725,526	803,224	60,157	621,681	681,838	1,485,062

Sumber: Data internal Rumah Sakit Siloam Lippo Village (2023).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, dijelaskan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen. Loyalitas dapat terjadi ketika konsumen telah merasakan kepuasan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan adalah faktor yang sangat penting dalam menciptakan loyalitas konsumen, tanpa adanya kepuasan, loyalitas tidak dapat terwujud (Mahanani & Karya, 2016). Kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan dapat mendorong konsumen untuk melakukan penggunaan ulang pada suatu produk dan melakukan *word of mouth* yang positif kepada orang lain. Pada penelitian yang dilakukan oleh Kantoni dan Sijabat (2023), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik tidak dapat menjadi jaminan untuk konsumen menjadi loyal, banyak faktor pendukung yang bisa mempengaruhi loyalitas suatu konsumen (Kantoni & Sijabat, 2023). Dengan adanya inkonsistensi dari hasil penelitian sebelumnya, maka penting untuk menganalisis *research gap* yang ada. Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin meneliti mengenai pengaruh hubungan yang terjadi antara *brand image* dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*, selain itu juga melihat hubungan tidak langsung antara *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi oleh *customer trust* serta pada hubungan *brand image* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi oleh *customer satisfaction* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village.

1.2 Batasan Masalah

Dalam penelitian diperlukan batasan yang jelas agar pembahasan fokus pada masalah yang dibahas dan tidak keluar dari topik yang dibahas. Penelitian ini dibatasi beberapa hal berikut ini:

1. Variabel independen pada penelitian ini meliputi *brand image* dan *service quality*. Variabel dependen pada penelitian ini adalah *customer loyalty* serta terdapat juga variabel mediasi yaitu *customer satisfaction* dan *customer trust*.
2. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari penyebaran kuesioner kepada responden sebagai objek yang diteliti
3. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah pria maupun wanita, pelanggan Rumah Sakit Siloam Lippo Village yang pernah memakai jasa pelayanan seperti rawat inap, rawat jalan, rawat darurat, pemeriksaan kesehatan, konsultasi jarak jauh, dan perawatan rumah.
4. Data responden selanjutnya ditabulasikan dan diolah menggunakan program SmartPLS 3.2.9

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

- 1) Apakah *brand image* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village?
- 2) Apakah *brand image* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village?

- 3) Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village?
- 4) Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village?
- 5) Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer trust* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village?
- 6) Apakah *customer trust* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village?
- 7) Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village?
- 8) Apakah *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* yang dimediasi melalui *customer trust* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village?
- 9) Apakah *brand image* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* yang dimediasi melalui *customer satisfaction* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village?
- 10) Apakah *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* yang dimediasi melalui *customer satisfaction* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam tentang pengaruh *brand image*, *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* yang dimediasi melalui *customer trust* pada pasien rumah sakit

Siloam Lippo Village. Selain itu, adapun tujuan yang lebih spesifik dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- 1) Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap *customer satisfaction* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village.
- 2) Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap *customer loyalty* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village.
- 3) Menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village.
- 4) Menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village.
- 5) Menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer trust* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village.
- 6) Menganalisis pengaruh *customer trust* terhadap *customer loyalty* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village.
- 7) Menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village.
- 8) Menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi melalui *customer trust* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village.
- 9) Menganalisis pengaruh *brand image* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi melalui *customer satisfaction* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village.

- 10) Menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi melalui *customer satisfaction* pada pasien Rumah Sakit Siloam Lippo Village.

1.5 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan dapat menambah dan memberikan wawasan terhadap Rumah Sakit Siloam Lippo Village terkait dari manfaat:

1. Manfaat teoretis

Pada penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen rumah sakit dalam mengembangkan strategi pemasaran, pengelolaan harga, dan peningkatan kualitas pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan jangka panjang.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat kepada Rumah Sakit Siloam dan juga rumah sakit lainnya dengan memberikan informasi yang dapat diterapkan sebagai referensi dalam perumusan strategi rumah sakit untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan Tesis dengan judul “Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Dimediasi oleh *Customer Trust* dan *Customer Satisfaction* Pada Pasien Rumah Sakit Siloam Lippo

Village” ditulis secara terstruktur dengan sistematika terdiri atas lima bab. Adapun susunan atau sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari beberapa bagian yaitu latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab kedua terdapat bagian tinjauan pustaka terdiri dari beberapa bagian yang menjelaskan tentang teori-teori yang akan mendukung penelitian sehingga akan memudahkan penyelesaian masalah dari penelitian ini juga sebagai validasi penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga dalam pembahasan metodologi penelitian terdiri dari identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel populasi dan sampel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data penelitian, dan aspek teknis penelitian yang diuraikan dalam metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat terdiri atas analisis dan pembahasan yang menjelaskan hasil dari analisa dengan semua data yang telah dikumpulkan. Seluruh hasil pengumpulan data akan diuji secara statistika sehingga dapat diuji kebenaran dan validitas dari hasil hipotesis yang telah ditentukan.

BAB V: KESIMPULAN, LIMITASI DAN SARAN

Pada bab kelima berisi kesimpulan, kontribusi teoritis, implikasi manajemen, keterbatasan penelitian, dan saran.