

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pelayanan kesehatan saat ini mengalami perubahan yang substansial dan memiliki berbagai tantangan akibat adanya peningkatan kompetisi pada berbagai penyedia layanan kesehatan.(Ghali et al., 2023) Penyedia layanan kesehatan perlu mengombinasikan pendekatan pelayanan tradisional, serta menggabungkan efektivitas efikasi dari berbagai faktor, meliputi perspektif dari penyedia layanan dan pasien, dengan mengutamakan prinsip berbasis pasien, yaitu prinsip yang mengutamakan perhatian dan keinginan dari seorang pasien.(Cherif et al., 2021; Rivers & Glover, 2008). Pada bidang klinik estetika, terdapat pertumbuhan yang pesat pada jumlah klinik di Indonesia, dengan tingkat pertumbuhan yang pesat, mencapai 6% dan dapat terus berkembang seiring dengan keinginan wanita Indonesia untuk merawat kulit mereka (Dio et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif bagi klinik estetika untuk dapat tumbuh dan bersaing dalam memberikan pelayanan.

Beberapa faktor dapat memengaruhi kinerja klinik estetika di Indonesia. Salah satu faktor yang muncul adalah faktor internal, meliputi performa pekerja. Studi sebelumnya oleh (Widodo, et al, 2024) menunjukkan performa dari seorang pekerja dapat memengaruhi baik atau buruknya kinerja sebuah klinik. Studi tersebut menunjukkan adanya kompensasi yang baik pada setiap indikator performa karyawan dapat meningkatkan kinerja dari sebuah klinik estetika (Widodo & Wening, 2024). Faktor lainnya adalah kepuasan pelanggan. Berbagai studi sebelumnya menunjukkan

bahwa konsumen cenderung memilih klinik dengan pelayanan, pengetahuan dan kualitas tenaga kesehatan yang diberikan (Tambingon, 2019).

Dalam meninjau kepuasan pasien, dapat digunakan konsep *Intention to Recommend* (ITR). ITR merupakan suatu konsep yang digunakan untuk menjelaskan niat seseorang terhadap evaluasi pengalaman yang didapatkannya. Pelayanan yang baik dapat disikapi dengan selaras pula oleh pasien. ITR menjelaskan suatu komitmen untuk memberikan rekomendasi terhadap kebutuhan pelanggan (Han & Han, 2023; Octaviani et al., 2023).

Pengalaman pasien pada kunjungan suatu klinik dapat meliputi kualitas produk, kualitas layanan serta luaran tindakan yang diberikan. Studi oleh Han, dkk, melaporkan faktor-faktor tersebut dapat menjadi salah satu faktor untuk merekomendasikan suatu klinik estetika (Han & Han, 2023). Selain itu, *price* yang ditawarkan, dalam bentuk yang kompetitif dan disertai dengan kualitas yang baik juga dapat menjadi faktor untuk mendapatkan kepuasan pasien dan kepercayaan pasien pada klinik estetika, dan mampu meningkatkan keinginan konsumen untuk merekomendasikan keinginan kunjungan mereka (Kurnianingrum & Hidayat, 2020).

Studi lainnya menjelaskan bahwa image yang ditampilkan oleh sebuah klinik dapat meningkatkan kepuasan seorang pasien dan berdasarkan korelasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor image dapat memberikan ITR yang lebih tinggi dan meningkatkan loyalitas seorang pasien. *Clinic image* sendiri dapat dijelaskan sebagai suatu persepsi reputasi klinik dan kualitas perawatan yang diberikan oleh sebuah klinik (Lienata & Berlianto, 2023). Studi lainnya menunjukkan bahwa klinik estetik

dengan tingkat *engagement* sosial media yang tinggi pada media tiktok dan Instagram, dengan pengguna berusia 18-34 tahun dapat meningkatkan dan memiliki dampak positif terhadap keinginan untuk membeli dan merekomendasikan sebuah layanan (Vaharani & Halim, 2024). Klinik dengan dokter spesialis yang memberikan pelayanan dengan adekuat, *price* yang sesuai dan waktu konsultasi yang cukup juga memiliki tingkat ITR yang tinggi, selaras dengan kepuasan pasien dan loyalitas pasien (Rifa & Bernarto, 2023).

Penelitian klinik ini memiliki tujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk merekomendasikan layanan dari suatu klinik estetik.

## 1.2. Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan fenomena latar belakang masalah dan model penelitian yang diajukan dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- A. Apakah *price* memiliki hubungan positif dengan *patient satisfaction (PS)* di Klinik Estetika XYZ?
- B. Apakah *Clinic Image* suatu klinik kecantikan memiliki korelasi dengan *patient satisfaction (PS)*?
- C. Apakah *Social Media Engagement* memiliki hubungan positif dengan dengan *patient satisfaction (PS)* di Klinik Estetika XYZ?
- D. Apakah *physician behaviour* memiliki hubungan positif dengan *patient satisfaction (PS)* di Klinik Estetika XYZ?
- E. Apakah *patient satisfaction (PS)* memiliki hubungan positif dengan *Intention to Recommend (ITR)* di Klinik Estetika XYZ?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- A. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *price* pada *Patient Satisfaction* (PS) di Klinik Estetika XYZ
- B. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Clinic image* pada *Patient Satisfaction* (PS) di Klinik Estetika XYZ
- C. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif Promosi pada *Patient Satisfaction* (PS)
- D. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Social Media Engagement* pada *Patient Satisfaction* (PS) di Klinik Estetika XYZ
- E. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *physician behaviour* suatu klinik kecantikan pada *Patient Satisfaction* (PS) Untuk di Klinik Estetika XYZ

### 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk akademisi serta praktisi klinik mengenai peningkatan kualitas layanan dan strategi manajemen pemasaran klinik estetik

Bagi akademisi, Sebagai literatur atau referensi di dalam keilmuan yang nantinya dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan penelitian di masa selanjutnya. Bagi praktisi dan manajemen klinik XYZ, penelitian ini dapat memengaruhi pengambilan keputusan dan pengembangan pemasaran yang lebih baik

### 1.5. Sistematika Penelitian

Tesis penelitian survei kuantitatif dalam bidang manajemen rumah sakit ini ditulis secara sistematis. Tujuannya adalah agar alur, urutan, dan keterkaitan kelima bab membentuk naskah akademis yang komprehensif dan mudah dipahami. Pembagian naskah penelitian ini terdiri dari lima bab sebagai berikut:

#### BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan topik penelitian, urgensi, fenomena atau masalah terkait kinerja klinik estetika. Bab ini juga memberikan tinjauan singkat mengenai penelitian sebelumnya, meliputi teori yang digunakan dan alasan variabel yang diteliti.

#### BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas kerangka teoritis yang dipilih untuk penelitian ini. Diberikan juga penjelasan tentang variabel dan definisinya disertai dengan tinjauan singkat atas penelitian empiris sebelumnya yang relevan. Bab ini juga mengembangkan hipotesis penelitian berdasarkan sintesis teori dan referensi yang relevan

#### BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini, diberikan informasi mengenai metode penelitian, meliputi paradigma, objek, unit analisis, tipe penelitian dan cara mengukur variabel dengan skala. Terdapat juga penjelasan mengenai populasi penelitian, jumlah sampel dan proses pengambilan sampel, serta langkah analisis data multivariat

#### BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan hasil analisis deskriptif dan inferensial dari pengolahan data penelitian, mulai dari profil responden. Dilakukan analisis inferensial menggunakan metode PLS-SEM. Terdapat pula penyajian hasil uji statistik, meliputi uji reliabilitas dan validitas, kualitas prediksi model dan hasil uji hipotesis serta diskusi hasil tersebut.

## BAB V: KESIMPULAN

Bab penutup ini menjelaskan kesimpulan dari hasil analisis statistik penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dilakukan juga implikasi teoritis bagi akademisi dan implikasi manajerial dalam bentuk saran berdasarkan temuan penelitian. Pada bab ini dituliskan juga mengenai keterbatasan penelitian dan rekomendasi untuk penelitian sebelumnya

