

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Pada saat ini faktor persaingan dalam meningkatkan mutu produk atau jasa yang dapat diterapkan dalam pelayanan kesehatan semakin sulit. Untuk meningkatkan mutu pelayanan/jasa perusahaan harus menerapkan sistem mutu atau kualitas yang baik, oleh karena itu perusahaan harus berusaha dalam mempromosikan atau memasarkan produknya maupun pelayanannya, agar masyarakat umum dapat mengetahui secara pasti. Upaya ini mahal dan membebani perusahaan, terutama dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara maksimal namun upaya ini perlu dilakukan jika perusahaan ingin sukses dalam menjalankan usahanya.

Keberhasilan pemasaran suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut (Tjiptono, 2008;10). Dalam pemasaran dikenal bahwa setelah konsumen melakukan keputusan pembelian, ada proses yang dinamakan tingkah laku setelah membeli yang didasarkan pada rasa puas dan tidak puas. Rasa puas dan tidak puas konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dengan kinerja yang diterima dari produk/jasa. Bila produk/jasa tidak memenuhi harapan konsumen, konsumen merasa tidak puas, sehingga pada masa yang akan datang konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang. Di lain pihak

# **BABI**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Pada saat ini faktor persaingan dalam meningkatkan mutu produk atau jasa yang dapat diterapkan dalam pelayanan kesehatan semakin sulit. Untuk meningkatkan mutu pelayanan/jasa perusahaan harus menerapkan sistem mutu atau kualitas yang baik, oleh karena itu perusahaan harus berusaha dalam mempromosikan atau memasarkan produknya maupun pelayanannya, agar masyarakat umum dapat mengetahui secara pasti. Upaya ini mahal dan membebani perusahaan, terutama dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara maksimal namun upaya ini perlu dilakukan jika perusahaan ingin sukses dalam menjalankan usahanya.

Keberhasilan pemasaran suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut (Tjiptono, 2008;10). Dalam pemasaran dikenal bahwa setelah konsumen melakukan keputusan pembelian, ada proses yang dinamakan tingkah laku setelah membeli yang didasarkan pada rasa puas dan tidak puas. Rasa puas dan tidak puas konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dengan kinerja yang diterima dari produk/jasa. Bila produk/jasa tidak memenuhi harapan konsumen, konsumen merasa tidak puas, sehingga pada masa yang akan datang konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang. Di lain pihak

apabila sebuah produk/jasa melebihi harapan konsumen, konsumen akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang.

Pada umumnya setiap perusahaan jasa pelayanan kesehatan yang banyak pesaingnya adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan pasien/konsumen atau belum? Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan pasien dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pasiennya meningkat. Perusahaan perlu secara cermat menentukan kebutuhan pasien/pelanggan sebagai upaya untuk memenuhi harapan/keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan.

Baik buruknya citra perusahaan dimata pelanggan tergantung pada pelayanan sehari-hari. Oleh karenanya pelayanan dapat ditingkatkan melalui pengembangan dan penciptaan prosedur yang bersahabat, relevan, hemat waktu dan tidak berbelit-belit. Penyelesaian masalah yang cepat dan kreatif serta menghadapi pelanggan secara bijaksana dalam situasi yang sulit sekalipun adalah juga merupakan satu point yang positif dari pelanggan tentang penilaiannya terhadap perusahaan.

Dengan adanya penilaian yang positif dari pelanggan terhadap perusahaan akan menjadikan pelanggan tersebut tetap bertahan menjadi pelanggan yang setia. Mempertahankan seorang pelanggan adalah jauh lebih sulit dibandingkan mencari pelanggan yang baru. Citra perusahaan sedikit banyaknya berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan untuk memakai jasa suatu perusahaan.