

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini kita berada di era global yang begitu ketat dalam pembangunan maupun persaingan yang ada di sekitar kita. Tidak hanya terjadi dalam dunia bisnis, melainkan persaingan seperti ini juga terjadi pada setiap instansi, dimana mereka berlomba untuk memberikan yang terbaik bagi instansi maupun masyarakat yang memakai jasa atau pelayanan (Mongkaren et al., 2013). Persaingan tidak bakal terlepas dari pemasaran yang tersedapat di dalam dunia bisnis. persaingan yaitu usaha- usaha dari 2 pihak maupun lebih industri yang masing- masing bergiat “mendapatkan pesanan” dengan menawarkan harga maupun ketentuan yang sangat menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga iklan atau promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar menurut Ii & Bisnis, (2015), hal ini menyebabkan persaingan antara pelayanan praktek gigi di Lumajang semakin meningkat, salah satu cara yang bisa dilakukan dokter praktek gigi swasta untuk menarik minat konsumen terhadap produknya adalah dengan melakukan kegiatan promosi, Menurut *Kotler dan Keller* (2016: 27) *marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others*. Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan

ingin menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain

Sebagai penyedia jasa yang memberikan berbagai macam pelayanan bagi konsumen, maka kepuasan konsumen merupakan tujuan utama yang harus dipenuhi perusahaan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi, untuk meningkatkan kepuasan pasiennya harus memberikan kualitas pelayanan terbaik, peranan dokter dan perawat baik medis dan non medis sangat menentukan persepsi pasien terhadap pelayanan yang diberikan (Supartiningsih, 2017).

Kepuasan pelanggan merupakan cerminan kualitas pelayanan kesehatan yang mereka terima. Kualitas pelayanan kesehatan merujuk pada tingkatan kesempurnaan pelayanan kesehatan dalam memunculkan rasa puas pada diri tiap pasien. Makin sempurna kepuasan tersebut, makin baik pula kualitas pelayanan kesehatan. Tetapi demikian, mutu pelayanan yang relatif baik belum pasti dapat memuaskan pasien. Pada biasanya pasien tidak bisa memperhitungkan kompetensi teknis, sehingga mereka memperkirakan kualitas layanan dari ciri nonteknis ataupun ikatan interpersonal serta kenyamanan pelayanan.

Kepuasan merupakan ungkapan dari perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari perbandingan hasil kinerja suatu produk dengan harapan yang diyakini tersebut (Kotler dan Keller, 2009). Sedangkan menurut Lovelock dan Wright (2007) mendefinisikan bahwa kepuasan adalah respon seorang pascapembelian suatu produk ataupun keadaan emosional yang ditunjukkan berbentuk kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan serta kesenangan,

Sehingga bisa disimpulkan jika kepuasan pelanggan ialah suasana kognitif pembeli yang berhubungan dengan kesepadan( kesesuaian/ kesenangan) ataupun ketidak sepadanan( tidak bahagia) dari hasil yang diperoleh dengan dibanding pengorbanan yang sudah dicoba (Tjiptono, 2014) dalam (Ibrahim & Thawil, 2019).

Promosi sangat bermanfaat untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang keunggulan jasa yang ditawarkan suatu pelayanan jasa kesehatan , dengan harapan menjadi preferensi masyarakat untuk melakukan pengobatan dan perawatan kesehatan. Upaya untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dan meningkatkan pemanfaatan jasa layanan, setiap praktek kesehatan dituntut untuk mempunyai usaha meningkatkan kualitas produk pelayanan kesehatan yang dimilikinya dan rencana strategi promosi yang tepat, seiring dengan perkembangan dunia kesehatan yang berdampak terhadap jasa layanan rumah sakit, dimana setiap rumah sakit berlombalomba untuk menawarkan jasa yang terbaik bagi calon pasien (Mongkaren et al., 2013). Sedangkan menurut Lupiyoadi (2014:92) mendefinisikan pengertian promosi yaitu “Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan”.

Dengan beragamnya pilihan untuk pelayanan kesehatan terutama perawatan gigi maka Praktek gigi ( drg. Ruci Arum Astuti) Sukodono melakukan kegiatan promosi seputar fasilitas dan pelayanan kesehatan yang dimiliki oleh tempat praktek gigi kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui dan memilah-milah tempat pelayanan kesehatan sesuai dengan keinginan serta kebutuhannya, kegiatan

promosi yang telah dilakukan oleh Praktek gigi (drg. Ruci Arum Astuti) antara lain melalui media sosial instagram (@rucidentalcare) sejak tahun 2017

Hubungan antara promosi dan kepuasan pelanggan pernah dilakukan penelitian oleh Fardina S (2016) yang mengatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Fardna S (2016) dengan judul “Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah cantik almanda” hasilnya Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Alamanda Surabaya. Hasil ini menunjukkan adanya dampak positif promosi terhadap kepuasan pelanggan.

Industri jasa pelayanan kesehatan juga tidak terlepas dari persaingan antar pelaku usaha dibidang tersebut. Berbagai pelayanan jasa kesehatan yang ada berupaya memperoleh kepercayaan masyarakat dengan mengemukakan pelayanan yang efisien dan berkualitas. Persaingan yang terus menjadi ketat akhir-akhir ini menuntut suatu usaha pelayanan jasa buat senantiasa memanjakan pelanggan dengan membagikan pelayanan terbaik. Para pelanggan mencari produk berbentuk barang maupun jasa dari industri yang bisa memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Supartiningsih, 2017).

Kualitas pelayanan adalah sebuah prestasi atau pencapaian dalam layanan pelanggan. Hal ini sangat mencerminkan pada setiap pertemuan sebuah pelayanan. Pelanggan biasanya membentuk harapan dari sebuah layanan berasal dari sebuah pengalaman masa lalu, dari mulut ke mulut maupun iklan. Secara umum, pelanggan membandingkan layanan yang dirasakannya dengan pelayanan

yang diharapkan di mana jika layanan yang sebelumnya kurang memuaskan maka pelanggan yang akan kecewa (Islami, 2018). Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen karena tujuan dari kualitas pelayanan itu sendiri dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan yang diinginkan konsumen, kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau yang mereka peroleh.

Praktek gigi (drg. Ruci Arum Asruti) Sukodono Lumajang merupakan salah satu pelayanan kesehatan gigi yang menyediakan pelayanan kesehatan gigi bagi masyarakat Wilayah Lumajang dan sekitarnya. Praktek Gigi (Drg Ruci arum astuti) berusaha untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan pasien dan menggunakan tenaga medis ahli yang benar benar memahami tentang perawatan gigi. Hal ini dilakukan agar praktek gigi (drg. Ruci Arum Astuti) dapat menjadi pilihan masyarakat Lumajang dalam mencari pelayanan kesehatan gigi yang terbaik, dan juga bisa memberikan kepuasan pelayanan kepada setiap masyarakat yang melakukan pelayanan jasa di Praktek Gigi (drg. Ruci Arum Astuti) Sukodono Lumajang.

Hubungan antara promosi dan kepuasan pelanggan pernah dilakukan penelitian oleh (Ibrahim & Thawil, 2019) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mongkaren S (2013) dengan judul fasilitas dan pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa rumahsakit advent manado , hasil penelitiannya kualitas pelayanan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang di lakukan oleh (Mongkaren et al., 2013). dengan judul fasilitas dan pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa rumahsakit advent manado , hasil penelitiannya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pasien.

Penelitian yang dilakukan oleh (Supartiningsih, 2017) dengan judul kualitas pelayanan kepuasan pasien rumah sakit : kasus pada pasien rawat jalan, hasil penelitiannya kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang di lakukan oleh (Komarudin H, 2020) dengan judul pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT sumber alfaria trinajaya (Alfamart) wilayah Tangerang Selatan, hasil penelitiannya promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan Uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN STUDY KASUS (PRAKTEK GIGI drg. RUCI ARUM ASTUTI) SUKODONO LUMAJANG” Agar dapat memperoleh informasi manfaat promosi terhadap meningkatnya pasien dan kualitas pelayanan untuk menjaga kepuasan pelanggan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat di temukan permasalahan sebagai berikut :

- a. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di praktek gigi (drg. Ruci Arum Astuti) Sukodono Lumajang ?

- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada praktek gigi (drg. Ruci Arum Astuti) Sukodono Lumajang
- c. Apakah promosi dan Kualitas pelayanan secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada praktek gigi (drg. Ruci Arum Astuti) Sukodono Lumajang ?

### 1.3 Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah promosi mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan di Praktek gigi (drg. Ruci Arum Astuti) Sukodono Lumajang.
- b. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan praktek gigi (drg. Ruci Arum Astuti) Sukodono Lumajang.
- c. Untuk mengetahui apakah promosi dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan praktek gigi (drg. Ruci Arum Astuti) Sukodono Lumajang.

### 1.4 Manfaat penelitian

Adapun penelitian yang akan dilakukan ini memiliki manfaat antara lain sebagai berikut :

- a. Manfaat teoritis

- 1) Bagi peneliti

Mendapatkan informasi tentang pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Manajemen strata 1 (S1) di STIE WIDYA GAMA LUMAJANG

- 2) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi refrensi dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya dan memperbaiki penelitian ini

b. Manfaat Praktis

1) Bagi konsumen

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi konsumen dalam memilih suatu layanan jasa terutama dalam perawatan gigi

2) Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan peran tambahan refrensi kepada kalangan akademik, terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian tentang pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Praktek gigi

