

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) telah dilaksanakan sejak 1 Januari 2014 berdasarkan amanat Undang-Undang no. 40 tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional pasal 5 ayat (1) dan pasal 52 dan Undang-Undang Nomor 24 tahun 2011 Tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). Pada tanggal 1 Januari 2014 PT. ASKES Indonesia berubah menjadi BPJS-Kesehatan. Setiap warga negara Indonesia dan warga asing yang sudah berdiam di Indonesia selama minimal enam bulan wajib menjadi anggota BPJS (UU BPJS pasal 14). Aspek pelayanan kesehatan merupakan aspek yang perlu diperhatikan, dimana pelayanan kesehatan merupakan kunci keberhasilan kedua dalam penyelenggaraan JKN selain aspek regulasi, kepesertaan, manfaat, keuangan dan kelembagaan (DJSN, 2008).

Setiap perusahaan wajib mendaftarkan pekerjanya sebagai anggota BPJS. Setiap peserta BPJS akan ditarik iuran yang besarnya telah ditentukan, sedangkan bagi warga miskin, iuran BPJS ditanggung pemerintah melalui Program Bantuan Iuran (PBI). Menjadi peserta BPJS tidak hanya wajib bagi pekerja di sektor formal, namun juga pekerja informal. Para pekerja wajib membayar iuran sesuai dengan tingkatan manfaat yang diinginkan (Kemenkes RI, 2013).

Jaminan secara universal dimulai secara bertahap sejak tahun 2014 dan diharapkan pada tahun 2019 seluruh warga Indonesia sudah memiliki jaminan kesehatan tersebut. Menteri kesehatan (Nafsiah Mboi, 2014) menyatakan bahwa : “BPJS Kesehatan akan diupayakan untuk menanggung segala jenis penyakit, namun dengan melakukan berbagai upaya efisiensi” (sumber : <http://id.m.wikipedia.org/wiki/BPJS>).

Penyelenggaraan pelayanan kesehatan di era JKN meliputi semua fasilitas kesehatan yang bekerjasama dengan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan berupa Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) dan Fasilitas Kesehatan Rujukan Tingkat Lanjut (FKRTL), dimana FKTP berupa Puskesmas atau yang setara, praktek dokter umum, praktek dokter gigi, klinik pratama atau yang setara dan rumah sakit kelas D Pratama atau yang setara yang harus menyelenggarakan pelayanan kesehatan secara komprehensif (Kemenkes RI, 2013).

Kebijakan pemerintah tersebut di atas berpengaruh besar kepada masyarakat dalam mendapatkan jaminan kesehatan. Jaminan kesehatan adalah jaminan berupa perlindungan kesehatan agar peserta memperoleh pemeliharaan kesehatan dan perlindungan dalam memenuhi kebutuhan dasar kesehatan yang diberikan kepada setiap orang yang telah membayar iuran atau iurannya dibayar oleh pemerintah (Peraturan BPJS, pasal 1).

Sistem kerjasama antara BPJS Kesehatan dengan FKTP atau faskes 1 dilakukan dengan sistem kapitasi. Kapitasi merupakan sebuah sistem pembayaran kepada provider. Sistem kapitasi adalah cara pembayaran oleh

pengelola dana (BPJS Kesehatan) kepada penyelenggara pelayanan kesehatan primer (*primary health provider*) untuk pelayanan yang diselenggarakannya, yang besar biayanya tidak dihitung berdasarkan jenis dan ataupun jumlah pelayanan kesehatan yang diselenggarakan untuk tiap pasien, melainkan berdasarkan jumlah pasien yang menjadi tanggungannya.

Sejak dilayaninya peserta BPJS Kesehatan tanggal 1 Januari 2014 di Klinik Mutiara 1, peserta yang memilih dan terdaftar pada faskes Klinik Mutiara 1 mengalami pertumbuhan/ peningkatan. Pertumbuhan peserta BPJS Kesehatan yang memilih FKTP Klinik Mutiara 1 ini memberikan harapan besar kepada manajemen Klinik Mutiara 1 untuk terus meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih FKTP Klinik Mutiara 1 sebagai fasilitas kesehatannya.

Berdasarkan data kependudukan dari Badan Statistik Kabupaten Bekasi tahun 2014 jumlah penduduk di wilayah kecamatan Tambun Selatan sebanyak 417.008 jiwa dan wilayah kecamatan Cibitung sebanyak 251.494 jiwa sehingga total menjadi 668.502 jiwa. Jumlah Fasilitas Kesehatan Tingkat Primer (FKTP) atau Klinik Pratama yang bekerjasama dengan BPJS Kesehatan sebanyak 8 Klinik yaitu : Klinik Mutiara 1, Klinik Wiratama, Klinik Husada, Klinik Diponogoro, Klinik Harapan Sehat, Klinik Mahadina, Klinik Handayani, dan Klinik Yadika. Lokasi Klinik Mutiara 1 berada di perbatasan antara dua kecamatan tersebut yaitu kecamatan Tambun Selatan dan kecamatan Cibitung. Oleh Karena itu manajemen Klinik Mutiara 1 membuat target pencapaian

peserta BPJS Kesehatan yang diharapkan memilih Klinik Mutiara 1 sebagai fasilitas kesehatan (FKTP) sebagai berikut :

Tabel 1.1
Target peserta BPJS Kesehatan pada Klinik Mutiara 1

Tahun	2014	2015	2016	2017	2018
Peserta	10.000	20.000	30.000	40.000	50.000

Sumber : Data Klinik Mutiara 1 (2014)

Dari tabel 1.1 dijelaskan bahwa target kepesertaan BPJS Kesehatan pada Klinik Mutiara 1 pada tahun 2014 adalah 10.000 peserta, pada tahun 2015 sebanyak 20.000 peserta, pada tahun 2016 sebanyak 30.000 peserta, pada tahun 2017 sebanyak 40.000 peserta dan pada tahun 2018 sebanyak 50.000 peserta.

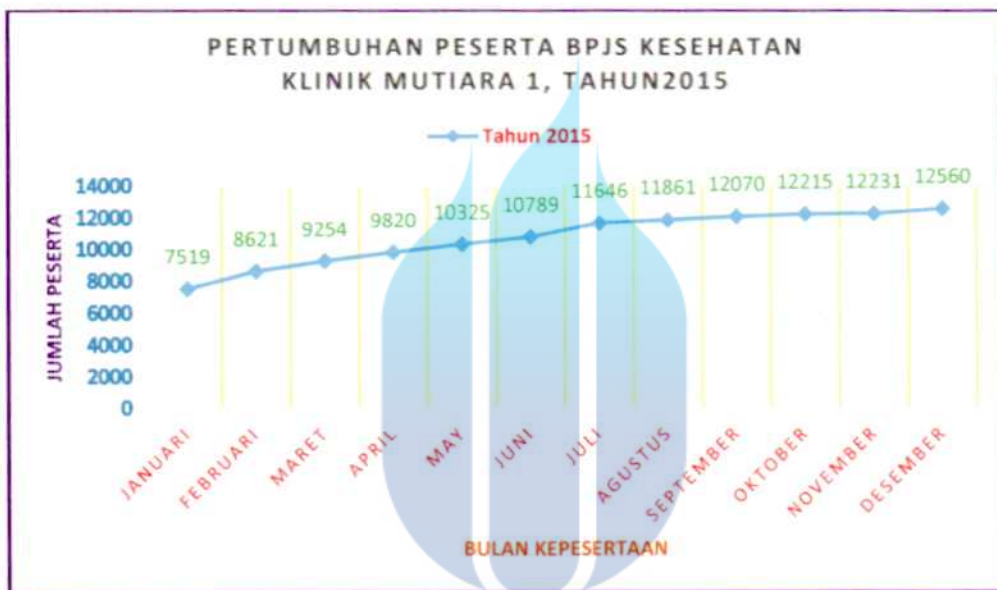


Gambar 1.1
Grafik Pertumbuhan Peserta BPJS Kesehatan pada Klinik Mutiara 1 Tahun 2014
Sumber : Data Klinik Mutiara 1, 2014

Dari data kepesertaan BPJS Kesehatan di Klinik Mutiara 1 tahun 2014, peserta BPJS Kesehatan yang memilih Klinik Mutiara 1 sebagai pilihan faskes 1 telah terjadi

peningkatan 1.057 persen atau terjadi peningkatan lebih dari 10 kali lipat selama tahun 2014.

Pada tahun 2015 peserta BPJS Kesehatan yang memilih Klinik Mutiara 1 sebagai fasilitas kesehatannya juga tetap mengalami pertumbuhan, namun pertumbuhan pada tahun 2015 tidak sebesar pertumbuhan tahun sebelumnya. Hal ini dapat kita lihat pada data pada tabel 1.2 dibawah ini.



Gambar 1.2

Grafik Pertumbuhan Peserta BPJS Kesehatan di Klinik Mutiara 1 Tahun 2015

Sumber : Data Klinik Mutiara 1, 2015

Dari data kepesertaan BPJS Kesehatan di Klinik Mutiara 1 tahun 2015, peserta BPJS Kesehatan yang memilih Klinik Mutiara 1 sebagai pilihan fasilitas kesehatannya terjadi peningkatan sebesar 167,2 persen selama tahun 2015.

Peserta BPJS Kesehatan yang memilih Klinik Mutiara 1 pada tahun 2014 terjadi peningkatan sebesar 1.057 % sedangkan pada tahun 2015 peserta BPJS Kesehatan yang memilih Klinik Mutiara 1 meningkat sebesar 167,2 %. Dari data

tersebut peneliti melihat terjadi fenomena penurunan pertumbuhan peserta yang dapat diasumsikan sebagai penurunan Keputusan Memilih yang di deskripsikan sebagai penurunan Keputusan Membeli dalam teori Ilmu Pemasaran.

Tabel 1.2
Pencapaian Target Kepesertaan BPJS Kesehatan pada Klinik Mutiara 1

Tahun	2014	2015
Pencapaian		
Target Peserta	10.000	20.000
Jumlah Peserta per Desember	6.791	12.560
Persentase	67,9 %	62,8 %

Sumber : Klinik Mutiara 1 (2016)

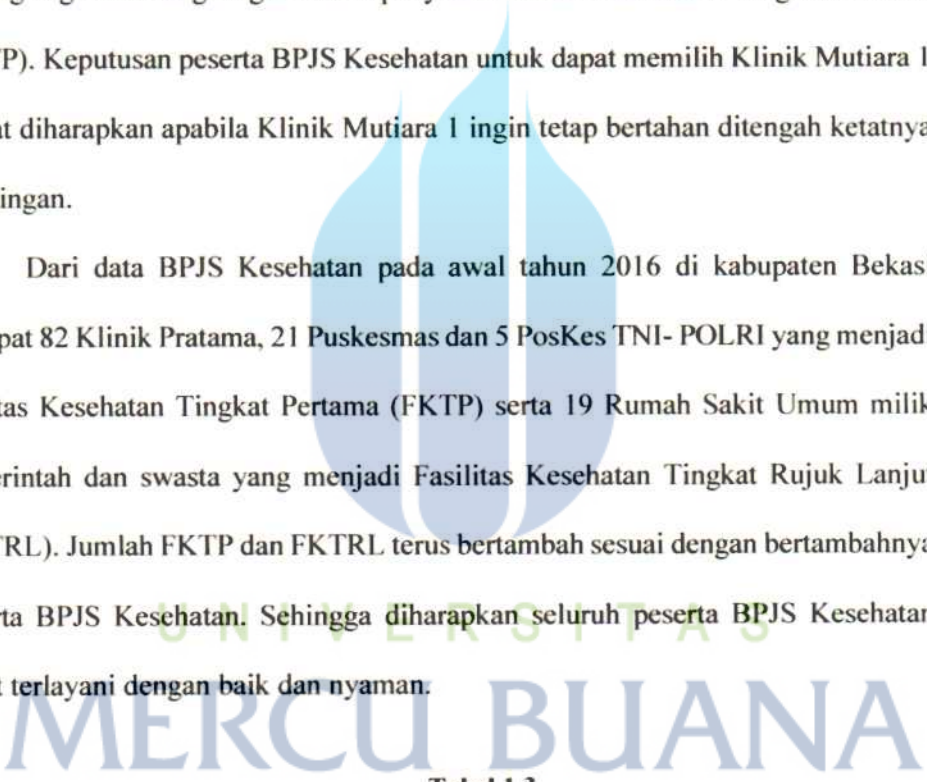
Dari data tabel 1.2 tersebut dapat dilihat pencapaian target kepesertaan BPJS Kesehatan pada Klinik Mutiara 1 pada bulan Desember 2014 mencapai 67,9 persen dan bulan Desember 2015 pencapaiannya menurun yaitu sebesar 62,8 persen. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa target kepesertaan peserta BPJS Kesehatan yang mendaftar pada Klinik Mutiara 1 tidak tercapai. Persentase pencapaian target kepesertaan juga mengalami penurunan sebesar 5,1 % pada tahun 2015 bila dibandingkan dengan tahun 2014. Dari data pencapaian target kepesertaan yang tidak dapat tercapai dan cenderung menurun tersebut peneliti melihat terjadi permasalahan dan fenomena terhadap Keputusan Memilih bagi peserta BPJS Kesehatan pada Klinik Mutiara 1 yang dideskripsikan sebagai penurunan Keputusan Membeli dalam teori Ilmu Pemasaran.

Jika konsumen telah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin penggantinya jika diperlukan, maka ia akan melakukan pembelian. Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya (Ujang

Sumarwan, 2011). Keputusan membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsur yang melekat pada diri individu konsumen yang disebut behavior dimana ia merujuk kepada tindakan fisik yang nyata dapat dilihat dan diukur oleh orang lain (Nitisusastro, 2012)

Keputusan memilih fasilitas kesehatan yang dideskripsikan sebagai Keputusan Pembelian dalam teori Ilmu Pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi keberlangsungan bisnis penyedia Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP). Keputusan peserta BPJS Kesehatan untuk dapat memilih Klinik Mutiara 1 sangat diharapkan apabila Klinik Mutiara 1 ingin tetap bertahan ditengah ketatnya persaingan.

Dari data BPJS Kesehatan pada awal tahun 2016 di kabupaten Bekasi terdapat 82 Klinik Pratama, 21 Puskesmas dan 5 PosKes TNI- POLRI yang menjadi Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) serta 19 Rumah Sakit Umum milik pemerintah dan swasta yang menjadi Fasilitas Kesehatan Tingkat Rujuk Lanjut (FKTRL). Jumlah FKTP dan FKTRL terus bertambah sesuai dengan bertambahnya peserta BPJS Kesehatan. Sehingga diharapkan seluruh peserta BPJS Kesehatan dapat terlayani dengan baik dan nyaman.



Tabel 1.3

Data Jumlah FKTP dan FKTRL BPJS -Kesehatan di Kab.Bekasi

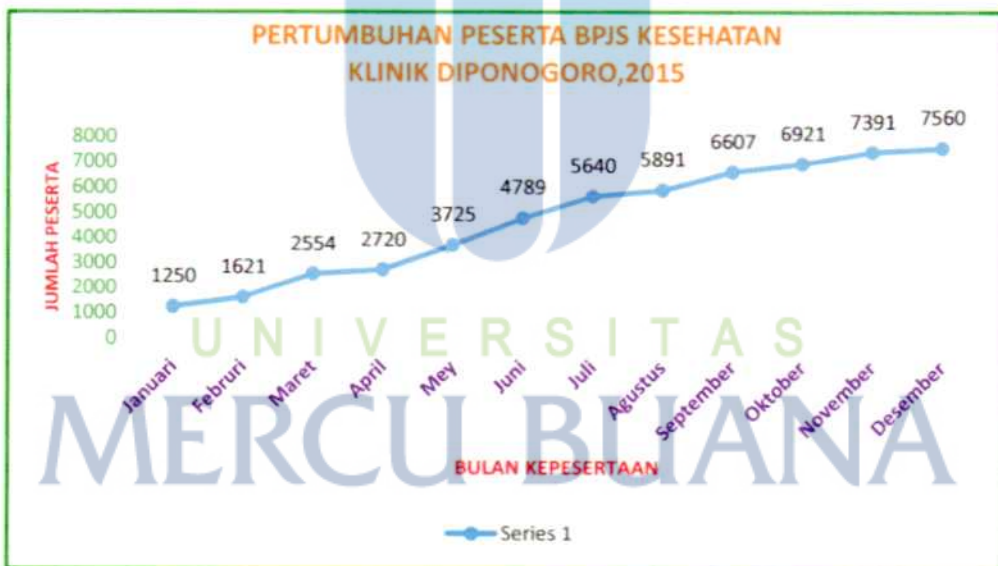
FKTP			FKTRL
Klinik	Puskesmas	Pos Kes TNI/ POLRI	Rumah Sakit
82	21	5	19

Sumber : BPJS-Kesehatan Bekasi, 2016

Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) yang berada di kabupaten Bekasi terdiri dari Klinik Pratama 82, Puskesmas 21, Pos Kes TNI/POLRI 5 dan FKTRL bejumlah 19 Rumah Sakit.

Beberapa klinik yang juga merupakan Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) yang lokasi berdekatan dengan Klinik Mutiara1 yang dapat dikatakan merupakan pesaing dalam bisnis ini adalah Klinik Diponogoro yang berjarak 5 km dari lokasi Klinik Mutiara 1 dan Klinik Husada yang lokasinya berjarak 3 km dari Klinik Mutiara1.

Bersumber dari data kepesertaan pada BPJS Kesehatan diperoleh data sebagai berikut :



Gambar 1.3

Grafik Pertumbuhan Peserta BPJS Kesehatan pada Klinik Diponogoro (2015)

Sumber : Data BPJS Kesehatan, 2015

Dari data kepesertaan BPJS Kesehatan pada Klinik Diponogoro yang beralamat di jalan Diponogoro no.26 kecamatan Tambun Selatan kabupaten Bekasi tahun 2015, peserta BPJS Kesehatan yang memilih Klinik Diponogoro sebagai pilihan fasilitas kesehatan terjadi peningkatan sebesar 604,8 persen selama tahun 2015.

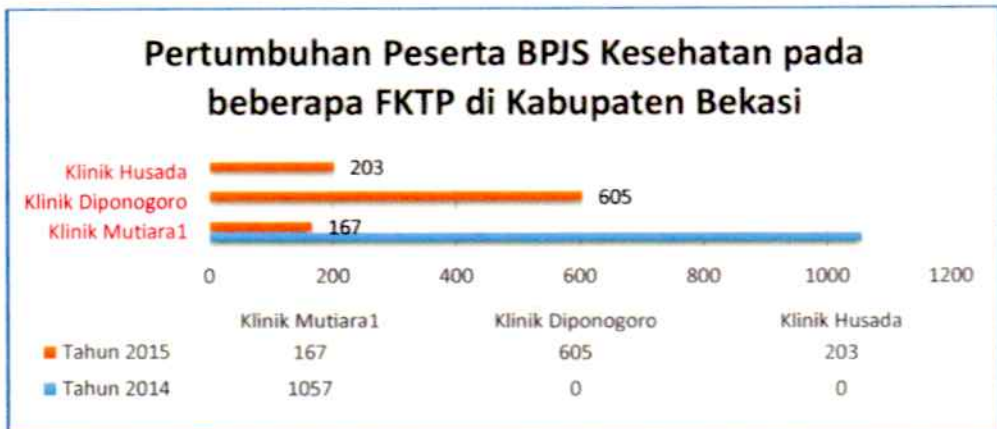


Gambar 1.4
Grafik Pertumbuhan Peserta BPJS Kesehatan pada Klinik Husada (2015)

Sumber : Data BPJS Kesehatan, 2015

Sedangkan data kepesertaan BPJS Kesehatan pada Klinik Husada yang beralamat di Jalan Sultan Hasanudin no.72 Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi tahun 2015, Peserta yang memilih Klinik Husada sebagai pilihan fasilitas kesehatan terjadi peningkatan sebesar 202,5 persen selama tahun 2015.

Dari data - data tersebut maka data pertumbuhan peserta BPJS Kesehatan pada Klinik Mutiara 1, Klinik Diponogoro dan Klinik Hudasa pada tahun 2015 dapat di lihat pada gambar 1.5 berikut :



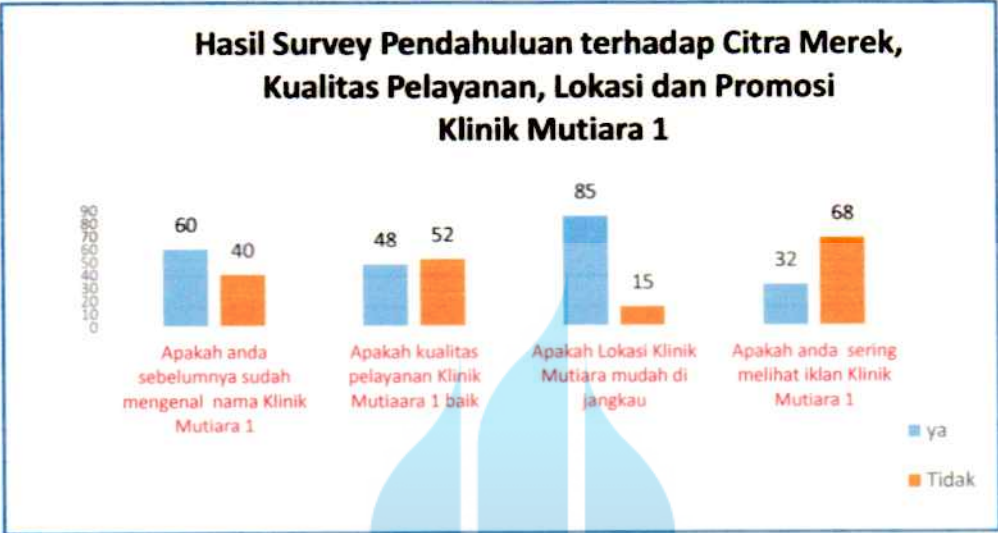
Gambar 1.5
Grafik Pertumbuhan Peserta BPJS Kesehatan di FKTP Klinik Mutiara 1,
Klinik Diponogoro dan Klinik Husada Tahun 2015

Sumber : Pengolahan Data Primer (2016)

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pertumbuhan peserta BPJS Kesehatan pada tahun 2015 pada Klinik Mutiara 1 sebesar 167 persen, pertumbuhan peserta BPJS Kesehatan pada Klinik Diponogoro sebesar 605 persen dan pertumbuhan peserta BPJS Kesehatan pada Klinik Husada sebesar 203 persen. Sehingga dapat diindikasikan terjadi penurunan pertumbuhan peserta BPJS Kesehatan yang memilih Klinik Mutiara 1 sebagai fasilitas kesehatannya.

Untuk mengetahui penyebab penurunan Keputusan Memilih pada peserta BPJS Kesehatan tersebut maka peneliti melakukan survey pendahuluan dengan membuat kuisioner kepada pasien peserta BPJS Kesehatan yang telah memilih Klinik Mutiara 1 sebagai FKTP dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Beberapa faktor yang ditanyakan peneliti kepada responden adalah faktor citra merek, kualitas pelayanan, lokasi, dan promosi. Dari hasil survey pendahuluan variabel citra merek, kualitas pelayanan (*service quality*), lokasi (*place*) dan promosi (*promotion*) dinilai sangat dominan mempengaruhi keputusan memilih

FKTP bagi peserta BPJS Kesehatan pada Klinik Mutiara 1. Data hasil survey pendahuluan sebagai berikut :

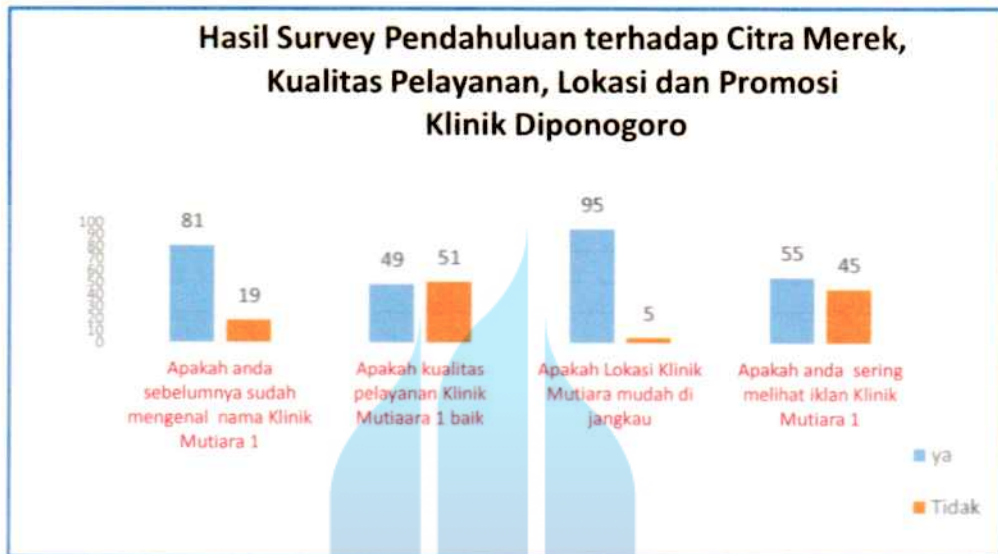


Gambar.1.6
Grafik Hasil Survey Pendahuluan Klinik Mutiara 1

Sumber : Hasil pengolahan data primer (2016)

Hasil survey pendahuluan seperti yang terlihat pada gambar 1.6 menjelaskan bahwa sebanyak 60 % responden mengenal nama Klinik Mutiara 1 sebelumnya yang merupakan indikator dari citra merek , 48 % responden menyatakan kualitas pelayanan Klinik Mutiara 1 baik yang merupakan dari indikator kualitas pelayanan, 85% responden menyatakan lokasi pelayanan mudah diakses yang merupakan indikator lokasi, 32% responden menyatakan sering melihat atau menemukan iklan Klinik Mutiara 1 yang merupakan indikator promosi.

Kemudian dilakukan juga survey pendahuluan yang sama pada Klinik Diponogoro dengan mengambil 30 responden peserta BPJS Kesehatan yang terdaftar pada Klinik Diponogoro dengan hasil seperti pada grafik dibawah ini.

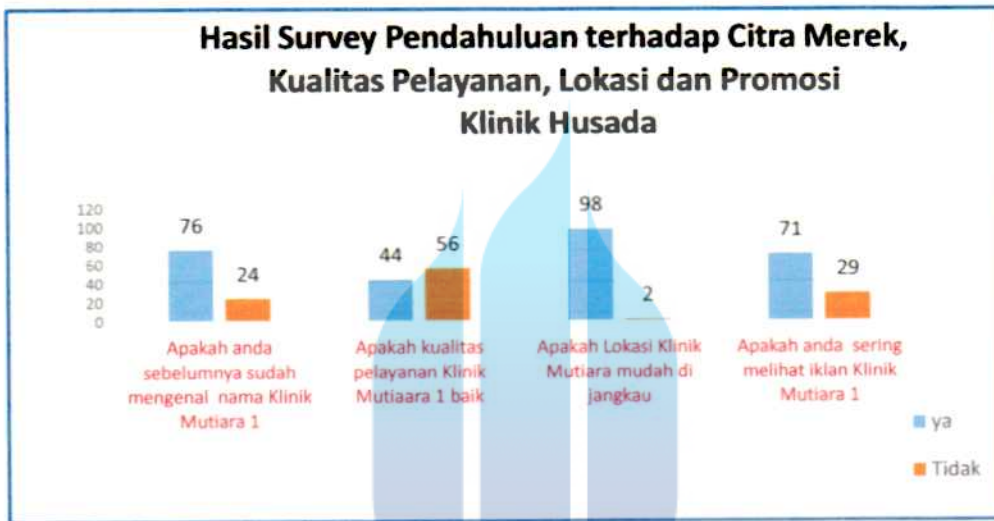


Gambar.1.7
Hasil Survey Pendahuluan Klinik Diponogoro

Sumber : Hasil pengolahan data primer (2016)

Hasil survey pendahuluan seperti yang terlihat pada gambar 1.7 menjelaskan bahwa sebanyak 81% responden mengenal nama Klinik Diponogoro sebelumnya yang merupakan indikator dari citra merek, 49 % responden menyatakan kualitas pelayanan Klinik Diponogoro baik yang merupakan dari indikator kualitas pelayanan, 95% responden menyatakan lokasi pelayanan mudah diakses yang merupakan indikator lokasi, 55% responden menyatakan sering melihat atau menemukan iklan Klinik Diponogoro yang merupakan indikator promosi.

Kemudian dilakukan juga survey pendahuluan dengan item pernyataan yang sama seperti pernyataan pada klinik Mutiara1 dan pernyataan pada Klinik Diponogoro dengan mengambil 50 responden peserta BPJS Kesehatan yang terdaftar pada Klinik Husada secara eksidentil pada pasien yang datang berkunjung pada klinik Husada dengan hasil seperti pada grafik dibawah ini.



Gambar.1.8
Hasil Survey Pendahuluan Klinik Husada

Sumber : Hasil pengolahan data primer (2016)

Hasil survey pendahuluan seperti yang terlihat pada gambar 1.8 menjelaskan bahwa sebanyak 76% responden mengenal nama Klinik Husada sebelumnya yang merupakan indikator dari citra merek, 44% responden menyatakan kualitas pelayanan Klinik Husada baik yang merupakan dari indikator kualitas pelayanan, 98% responden menyatakan lokasi pelayanan mudah diakses yang merupakan indikator lokasi, 71% responden menyatakan sering melihat atau menemukan iklan Klinik Husada yang merupakan indikator promosi.

Dari data survey pendahuluan pada Klinik Mutiara 1, data survey pendahuluan Klinik Diponogoro dan data survey pendahuluan Klinik Husada tersebut dapat memberikan gambaran yang jelas akan posisi klinik Mutiara 1 yang digambarkan pada penyajian tabel berikut :

Tabel 1.4
Hasil Suvey Pendahuluan Klinik : Mutiara 1, Diponogoro dan Husada

Variabel	Item Pernyataan	Klinik Mutiara 1 (Ya) %	Klinik Diponogoro (Ya) %	Klinik Husada (Ya) %
Citra Merek	Apakah anda sebelumnya sudah mengenal nama klinik : Mutiara 1/ Diponogoro/ Husada.	60	76	81
Variabel	Item Pernyataan	Klinik Mutiara 1 (Ya) %	Klinik Diponogoro (Ya) %	Klinik Husada (Ya) %
Kualitas Pelayanan	Apakah menurut anda pelayanan di Klinik :Mutiara1/Diponogoro/ Husada sudah baik.	48	44	49
Lokasi	Apakah Lokasi Klinik: Mutiara1/Diponogoro/ Husada mudah dijangkau	85	98	95
Promosi	Apakah anda sering melihat promosi Klinik: Mutiara1/ Diponogoro/ Husada	32	71	55
Skor		225	298	280

Sumber : Hasil pengolahan data primer (2016)

Dari data hasil survey pendahuluan pada Klinik Mutiara1, Klinik Diponogoro dan Klinik Husada diperoleh penilaian responden sebagai berikut : Penilaian variabel citra merek terbesar Klinik Husada sebesar 81 %, terkecil Klinik Mutiara 1 sebesar 60 %. Penilaian variabel kualitas pelayanan terbesar Klinik Husada sebesar 49 % dan terkecil Klinik Diponogoro sebesar 44%. Penilaian variabel lokasi terbesar Klinik Diponogoro dan terkecil Klinik Mutiara 1 dan penilaian variabel promosi terbesar Klinik Diponogoro sebesar 71% dan terkecil

Klinik mutiara 1 sebesar 31%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penilaian konsumen terhadap citra merek, kualitas pelayanan, lokasi dan promosi pada Klinik Mutiara 1 relatif masih rendah dibandingkan klinik lain yang menjadi pesaingnya.

Dari data hasil penelitian sebelumnya tentang bauran pemasaran dan kualitas pelayanan didapatkan hasil penelitian yang tidak konstan seperti hasil penelitian Vilanri Ferdinand (2015) yang berjudul *Analyzing the effect of marketing mix, service quality and brand equity on consumer buying decision in Indomart Manado* memberikan hasil penelitian sebagai berikut : *Marketing Mix does not have significant effect on Consumer Buying Decision. Service Quality does not have significant effect on Consumer Buying. Brand Equity has significant effect on Online Impulse Buying. Marketing Mix, Service Quality and Brand Equity have significant effect on Consumer Buying Decision in Indomaret Manado*. Sedangkan pada penelitian lain seperti penelitian yang dilakukan oleh Aries Antoni (2015) dengan judul penelitian Pengaruh lokasi ,harga, promosi terhadap citra merek serta implikasinya terhadap minat menginap di hotel Patra Anyer memberikan hasil penelitian yang berbeda, yaitu Lokasi, harga, promosi (secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap citra merek, lokasi, harga, promosi secara simultan berpengaruh positif terhadap minat beli. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap minat menginap. Adanya hasil penelitian yang tidak konstan pada keputusan pembelian menurut peneliti juga merupakan sebuah fenomena untuk melanjutkan penelitian tentang keputusan pembelian.

Untuk dapat terus meningkatkan dan mengembangkan bisnisnya, Klinik Mutiara 1 sebagai unit usaha dalam bidang pelayanan kesehatan senantiasa

melakukan perbaikan sistem dan manajemen pemasaran, oleh sebab itu, dari fenomena dan permasalahan di atas perlu diketahui faktor-faktor apa sajakah yang berpengaruh terhadap keputusan memilih yang dideskripsikan sebagai keputusan membeli dalam teori Ilmu Pemasaran bagi peserta BPJS Kesehatan di Klinik Mutiara 1, sehingga Klinik Mutiara 1 dapat membuat perbaikan dalam strategi pemasaran.

Citra merek, kualitas pelayanan, lokasi, dan promosi diketahui sebagai salah satu faktor utama yang berperan penting dalam keputusan memilih fasilitas kesehatan. Untuk itu dengan tujuan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh signifikan diantara citra merek, kualitas pelayanan, lokasi dan promosi dalam rangka meningkatkan keputusan memilih fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan pada Klinik Mutiara 1, maka perlu dilakukannya penelitian mengenai **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi terhadap Keputusan Memilih Fasilitas Kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan Pada Klinik Mutiara 1.”**

1.2 Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah, dan Batasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka permasalahan dapat di identifikasikan sebagai berikut :

1. Tidak tercapainya target pencapaian kepesertaan peserta BPJS Kesehatan di Klinik Mutiara 1.

2. Penurunan pertumbuhan peserta BPJS Kesehatan yang memilih Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) di Klinik Mutiara 1, di tengah meningkatnya pertumbuhan pemilih peserta BPJS Kesehatan di Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) lain.
3. Adanya penurunan dan ketidakstabilan keputusan memilih peserta BPJS Kesehatan di Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1 pada tahun 2015 dibandingkan tahun 2014.
4. Adanya hasil penelitian sebelumnya yang tidak konstan tentang pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian.
5. Melalui survey pendahuluan, diperoleh informasi tentang rendahnya penilaian konsumen terhadap citra merek, kualitas pelayanan, lokasi dan promosi di Klinik Mutiara 1.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan memilih fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1?
- 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan memilih fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1?

- 3) Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan memilih fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1?
- 4) Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1?
- 5) Apakah citra merek, kualitas pelayanan, lokasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan memilih fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1.

1.2.3 Batasan Masalah

Pada penelitian ini peneliti membatasi masalah agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Penelitian ini dibuat untuk melihat pengaruh antar citra merek, kualitas pelayanan, lokasi dan promosi terhadap keputusan memilih yang dideskripsikan sebagai Keputusan Pembelian (dalam teori Pemasaran) fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1. Oleh karena itu peneliti memfokuskan kepada pembahasan atas masalah-masalah pokok yang dibatasi dalam konteks permasalahan yang terdiri dari :

1. Responden untuk pengambilan data primer minimal berumur 17 tahun, dengan pertimbangan responden memahami secara benar pertanyaan yang harus dijawab dalam kuisioner penelitian.

2. Pada penelitian ini penulis membatasi permasalahan hanya pada citra merek, kualitas pelayanan, lokasi dan promosi serta keputusan memilih yang di deskripsikan sebagai keputusan pembelian dalam teori ilmu Pemasaran.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah mempelajari, menganalisis, dan mengetahui secara rinci tentang pengaruh citra merek (*brand image*), kualitas pelayanan (*service quality*), lokasi (*place*) dan promosi (*promotion*) terhadap keputusan memilih fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis kuat pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap keputusan memilih fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1.
2. Mengetahui dan menganalisis kuat pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap keputusan memilih fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1.
3. Mengetahui dan menganalisis kuat pengaruh lokasi (*place*) terhadap keputusan memilih fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan

pada Kesehatan pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1.

4. Mengetahui dan menganalisis kuat pengaruh promosi (*promotion*) terhadap keputusan memilih fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan pada Kesehatan pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1.
5. Mengetahui dan menganalisis kuat pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, lokasi dan promosi secara simultan terhadap keputusan memilih fasilitas kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan pada Kesehatan pada Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (FKTP) Klinik Mutiara 1.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat untuk peneliti

Memberikan penegertian yang lebih baik dalam bidang manajemen pemasaran dan mengimplementasikan teori yang didapatkan di bangku kuliah dengan kondisi pekerjaan di dunia nyata sehingga dapat dilihat hubungan antara keduanya serta sebagai wadah untuk melatih berfikir dan menulis secara ilmiah dengan bersumber pada disiplin ilmu khususnya lingkup manajemen pemasaran. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan variable yang berbeda.

1.4.2 Manfaat untuk perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai evaluasi untuk menentukan kebijakan yang akan di tempuh oleh manajemen Klinik Mutiara 1.





UNIVERSITAS
MERCU BUANA