# **BAB 1**

# **PENDAHULUAN**

## **Latar Belakang**

Setiap orang membutuhkan kesehatan dikarenakan kesehatan merupakan hal yang vital bagi kehidupan. Begitu pentingnya kesehatan ini membuat banyak perusahaan yang berminat untuk membuka bisnis di bidang kesehatan diantaranya laboratorium klinik. Laboratorium klinik merupakan tempat untuk melakukan pemeriksaan seluruh anggota tubuh yang lebih spesifik. Penggunaan laboratorium klinik pada dasarnya adalah untuk memeriksa terkait organ dalam seseorang, hal ini akan mendorong masyarakat yang merupakan konsumen untuk mendapatkan hasil produk dengan keakuratan tinggi, pelayanan yang bagus, lokasi yang mudah dijangkau serta harga yang terjangkau pula serta memberikan promosi-promosi tertentu. Kualitas produk, harga, lokasi maupun promosi yang ditawarkan merupakan dimensi dari bauran pemasaran. Keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan produk identik dengan keputusan pembelian. Kotler (2016) menyebutkan yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber, seleksi terhadap alternatif pembelian dan perilaku setelah pembelian. Keputusan membeli oleh seorang konsumen terhadap suatu produk diawali dengan kesadaran pembeli akan adanya kebutuhan. Konsumen menyadari bahwa terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkan. Hal ini mengakibatkan konsumen aktif mencari informasi yang lebih banyak untuk mengetahui produk yang diminatinya. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Pada jasa pelayanan kesehatan (puskesmas, rumah sakit, klinik, apotek dan laboratorium), biaya untuk memperoleh pelanggan baru 6 -7 kali lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan artinya dengan menaikkan pelanggan loyal sebesar 6% akan menaikkan profitabilitas 36-42%, fokus menangani keluhan pelanggan loyal sebesar 5% akan menjanjikan keuntungan lebih banyak (Griffin, 2015).

Pandemi Covid-19 membuat UPT Laboratorium Kesehatan Kabupaten Mojokerto yang berdiri sejak bulan Januari 2019 cenderung naik jumlah kunjungannya setiap bulan. Pelayanan laboratorium yang meningkat adalah Laboratorium Klinik dan biologi sebesar 70%. Kunjungan pelanggan selama kurun waktu 5 bulan terakhir di UPT Laboratorium Kesehatan Kabupaten Mojokerto, pada laboratorium klinik dan biologi sebanyak 33.000 pengunjung, laboratorium Kesehatan Masyarakat dan Lingkungan sebanyak 12 pengunjung dan laboratorium Kimia, Farmasi, dan Toksikologi sebanyak 5 pengunjung.

Bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial dalam memasarkan. Strategi bauran pemasaran yang antara lain terdiri dari produk, harga, promosi, bukti fisik, proses, orang, dan tempat sangat berperan terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan akan permintaan jasa. Proses manajemen strategi yang lengkap dimulai dari identifikasi misi, tujuan dan strategi perusahaan saat ini, dilanjutkan dengan analisis lingkungan ekternal dan internal, formulasi dan memilih strategi, penerapan strategi dan evaluasi strategi (Umar, 2018). Salah satu upaya untuk menghadapi persaingan tersebut adalah dengan adanya suatu formulasi strategi pemasaran yang tepat. Formulasi strategi antar suatu perusahaan tidak akan pernah sama tergantung kepada Visi, Misi dan Tujuan dari perusahaan itu sendiri (Sujana, 2018).

Produk meliputi barang, jasa, atau ide yang ditawarkan ke pasar untuk terjadi sebuah pertukaran. Harga merupakan jumlah uang yang di minta untuk terjadi pertukaran sesuai dengan yang ditawarkan. Tempat dengan membuat peluang untuk para konsumen pada waktu dan tempat yang tepat. Orang merujuk kepada setiap orang yang datang dan berinteraksi dengan pelanggan yang dapat mempengaruhi nilai bagi pelanggan. Proses meliputi sistem yang digunakan untuk menciptakan, berkomunikasi, memberikan dan pertukaran. Promosi dengan kegiatan pemasaran untuk membentuk konsumen potensial, rekan kerja, kesadaran dan ketertarikan masyarakat pada bisnis yang ditawarkan. Bukti fisik merupakan kondisi yang digunakan sebagai sarana untuk mengevaluasi kualitas pelayanan sebelum membeli. Semua unsur diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan membentuk pelanggan loyal (Supriyanto, 2018).

Penawaran jasa (non fisik) akan memberikan keunikan tersendiri bila dibandingkan dengan penawaran produk (fisik). Meskipun kadang keputusan pembelian konsumen menunjukkan hasil yang sama, akan tetapi penawaran jasa membutuhkan pendekatan yang berbeda terhadap konsumennya agar konsumen mau menggunakan jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu dalam penelitian kali ini akan meneliti tentang bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan konsumen. Selain bauran pemasaran yang terdiri dari empat variabel di atas, penelitian ini juga turut menambahkan variabel bukti fisik dikarenakan variabel ini dapat menggambarkan bagaimana seorang konsumen mendapat-kan bukti yang nyata dari jasa yang ditawarkan.

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu “apakah bauran pemasaran berhubungan dengan keputusan Pembelian di Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Laboratorium Kesehatan Daerah Kabupaten Mojokerto?"

## **Tujuan Penelitian**

### **Tujuan Umum**

Mengetahui Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian di Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Laboratorium Kesehatan Daerah Kabupaten Mojokerto.

### **Tujuan Khusus**

1. Mengidentifikasi Bauran Pemasaran di Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Laboratorium Kesehatan Daerah Kabupaten Mojokerto.
2. Mengidentifikasi Keputusan Pembelian di Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Laboratorium Kesehatan Daerah Kabupaten Mojokerto.
3. Menganalisis Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian di Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Laboratorium Kesehatan Daerah Kabupaten Mojokerto.

## **Manfaat Penelitian**

### **Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi Unit Pelaksana Teknis Daerah Laboratorium Kesehatan Daerah Kabupaten Mojokerto dalam melaksanakan program pemasaran untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

### **Manfaat Teoritis**

Dari segi manfaat penelitian ini juga dapat membantu pengembangan teori strategi pemasaran pada organisasi jasa kesehatan milik pemerintah yang dituntut untuk selalu melakukan inovasi yang terencana dalam melayani keinginan publik.