

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Pendidikan merupakan suatu hal yang dijadikan prioritas terpenting di dalam aspek kehidupan pada periode saat ini. Pendidikan yang baik akan menjadikan seseorang memiliki modal investasi untuk masa depan, dilihat dari berbagai banyak sisi banyak manfaat yang diperoleh apabila seseorang memiliki suatu basic pendidikan yang berkualitas, dengan modal pendidikan yang baik, efeknya tidak hanya untuk jangka pendek tetapi juga untuk jangka panjang. Dampak jangka panjang yang dapat dirasakan antara lain adalah berdampak pada karir seseorang apabila sudah terjun didalam dunia kerja profesional yang benar- benar memperhatikan adanya basic pendidikan yang berkualitas, selain itu dalam jangka pendek, pendidikan dapat dijadikan suatu investasi karena salah satu alasannya adalah bahwa dengan adanya pendidikan yang baik maka ilmu yang kita peroleh tidak akan mengalami stagnansi, dengan adanya modal pendidikan yang berkualitas kita dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh ke dalam setiap aspek bidang kehidupan.

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan menjelaskan bahwa, pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, Dengan demikian, Inti permasalahan yang dapat kita

ketahui bahwa untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas, berkompeten, dan dapat dijadikan investasi masa depan, maka harus di dukung oleh suatu institusi di bidang pendidikan yang mampu memberikan pelayanan jasa pendidikan yang benar-benar mampu mewujudkan suatu pendidikan yang benar-benar berkompeten. Periode saat ini banyak universitas-universitas di Indonesia yang banyak memberikan pilihan-pilihan program studi yang sudah berstandar nasional, banyak fakultas di dalam suatu universitas yang benar-benar memberikan jaminan untuk menyelenggarakan program pendidikan yang berkompeten baik itu mulai program Diploma III, Strata 1, atau Pasca Sarjana. Indrajit dan Djokopranoto (2018), menjelaskan ada 5 dimensi makna pada perguruan tinggi atau institusi di bidang pendidikan yaitu: dimensi keilmuan (ilmu dan teknologi), dimensi pendidikan (pendidikan tinggi), dimensi sosial (kehidupan masyarakat), dimensi korporasi (satuan pendidikan dan penyelenggaraan) dan dimensi etis.

Pada kondisi global seperti saat ini, Reinartz, Kraff, dan Hoyer (2017), menjelaskan bahwa preferensi konsumen sering kali berubah-ubah sehingga tiap perusahaan atau lembaga tak terkecuali perguruan tinggi di tuntut untuk dapat mengikuti perubahan preferensi konsumen secara terus menerus. Konsep pelayanan jasa benar-benar harus di perhatikan dalam institusi pendidikan, karena pelanggan di sini memiliki hak untuk memilih alternatif dan menentukan mana pelayanan jasa di bidang pendidikan yang terbaik. Kampus tentu memiliki pilihan-pilihan fakultas sesuai dengan jurusan basic ilmu masing-masing yang diinginkan mahasiswa, selain itu

spesifikasi program studi pun juga telah dipaparkan mulai dari program Diploma III, S1, atau Pasca Sarjana. Inti dari fakta di atas adalah tergantung pada minat dari konsumen itu sendiri, konsumen menginginkan spesifikasi institusi pendidikan yang seperti apa, kualifikasi layanan jasa pendidikan yang bagaimana, yang pada akhirnya kembali pada minat konsumen itu sendiri.

Upaya untuk memperoleh Pendidikan formal merupakan salah satu upaya bagi setiap individu untuk memaksimalkan potensi diri dengan harapan akan mendapatkan kehidupan yang lebih baik ditengah semakin besarnya tingkat persaingan dalam mendapatkan berbagai peluang yang ada. Kondisi yang seperti ini merupakan salah satu faktor yang mendorong meningkatnya kesadaran para orang tua akan pentingnya memberikan pendidikan bagi anak-anak mereka hingga jenjang perguruan tinggi. Fenomena meningkatnya minat memperoleh pendidikan hingga ke jenjang perguruan tinggi ini juga diikuti oleh penambahan jumlah lembaga perguruan tinggi yang menawarkan berbagai program studi baik yang berbentuk universitas, sekolah tinggi dan akademi baik berupa PTN maupun PTS hingga ke daerah kota kabupaten. Hal ini mengakibatkan persaingan antar perguruan tinggi untuk mendapatkan sejumlah mahasiswa semakin tinggi demikian juga dengan perguruan tinggi swasta yang pada umumnya menjadi alternatif pilihan kedua setelah para calon mahasiswa baru tidak memperoleh kesempatan untuk menuntut ilmu di perguruan tinggi negeri yang menjadi sasaran pilihannya.

Persaingan yang semakin ketat menyebabkan perguruan tinggi harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan/mahasiswa Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, maka perguruan tinggi harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan apa yang diinginkan konsumen, memahami perilaku konsumen pada pasar sasarnya, karena kelangsungan hidup suatu usaha sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2019). Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perguruan tinggi dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada. Memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan merupakan tugas penting bagi pemasar.

Keberhasilan kebijakan Strategi pemasaran sangat erat kaitannya dengan strategi bauran pemasaran dan strategi bauran itu sendiri sangat dipengaruhi oleh bauran pemasaran dalam hal ini tentunya bauran pemasaran jasa. Keterkaitan hubungan antara strategi bauran pemasaran dengan pemasaran jasa perguruan tinggi tidak terlepas bauran-bauran berikut: produk (Program Studi), harga (Biaya Pendidikan), promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik.

Hal lain yang harus diperhatikan adalah kualitas pelayan. Pada dasarnya Kualitas pelayanan merupakan tingkat kesesuaian dengan persyaratan, dalam hal ini persyaratan pelanggan. Total *quality service* merupakan konsep tentang bagaimana menanamkan kualitas pelayanan pada fase penyelenggaraan jasa yang melibatkan semua personel yang ada dalam organisasi (Handriana, 2017). Wyckoff (2019), mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai derajat sejauh mana produk memenuhi spesifikasinya.

Bauran pemasaran yang dipadukan dengan kualitas pelayanan yang baik diperkirakan akan membawa dampak positif pada minat/keputusan pembelian yang baik pula. Loudon (2016) mendefinisikan minat/keputusan pembelian sebagai hasil suatu pemikiran seseorang dimana setelah melihat tentang spesifikasi suatu produk atau jasa, dan memiliki keinginan untuk mencoba untuk dapat memenuhi suatu kebutuhan, di dalam hal ini konsumen akan cenderung benar-benar memilih, menimbang dan menilai apakah suatu produk atau jasa yang dianggap belum diketahui konsumen, sehingga apabila produk atau jasa tersebut benar-benar mampu memenuhi ekspektasi pelanggan, maka konsumen timbul suatu minat untuk mencoba produk atau jasa tersebut.

STAI Sabili merupakan salah satu kampus yang cukup dikenal luas oleh masyarakat kota Bandung. Kampus ini dikenal sebagai kampus yang mampu mencetak wisudawan dengan kemampuan kerja yang sangat praktis dan aplikatif. Guna mempertahankan reputasinya dihadapan masyarakat luas maka tentunya pihak manajemen kampus harus dapat menjaga kinerja kampus yang selama ini telah dicapai. Banyak faktor yang akan mempengaruhi keputusan mahasiswa didalam memilih kuliah di STAI Sabili, salah satunya adalah bauran pemasaran dan kualitas pelayanan. Semakin baik bauran pemasaran dan kualitas pelayanan yang dilakukan maka diperkirakan mahasiswa yang memiliki minat dan mengambil keputusan untuk berkuliah di STAI Sabili akan semakin tinggi pula.

Fenomena menarik berkaitan dengan jumlah mahasiswa yang mendaftar di STAI Sabili dapat disajikan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel. 2.1 Jumlah Mahasiswa Yang Mendaftar di STAI Sabili Periode Tahun 2019-2021**

No	Tahun	Jumlah Mahasiswa Yang Mendaftar	
		Ganjil	Genap
1	2019	1065	1063
2	2020	945	948
3	2021	751	793

Sumber: Bagian kemahasiswaan

Berdasarkan tabel diatas tentang jumlah mahasiswa yang mendaftar di STAI Sabili Periode tahun 2019-2021 menyatakan bahwa pada tahun 2019 jumlah mahasiswa yang mendaftar sebanyak 1065 orang pada semester ganjil dan sebanyak 1063 orang. Pada tahun 2020 jumlah mahasiswa yang mendaftar sebanyak 945 pada semester ganjil dan 948 pada semester genap. Dan pada tahun 2021 jumlah mahasiswa yang mendaftar sebanyak 751 orang pada semester ganjil dan 793 pada semester genap. Dari pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dari tahun ke tahun jumlah mahasiswa yang mendaftar mengalami penurunan yang signifikan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Kuliah STAI Sabili”** yang hasilnya akan disajikan dalam karya tulis ilmiah berupa skripsi.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Kuliah STAI Sabili?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Kuliah STAI Sabili?
3. Bagaimana Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Kuliah STAI Sabili?



### **C. Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengungkap Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Kuliah di STAI SABILI Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Kuliah STAI Sabili.
2. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Kuliah STAI Sabili.

3. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Kuliah STAI Sabili.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian yang dilakukan harus di yakini kegunaannya dalam pengembangan umum pengetahuan dan pemecahan masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono (2019:65) sebuah penelitian pasti mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian yaitu agar data dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan. Sedangkan kegunaan atau hasil dari penelitian akan memperoleh suatu pengetahuan baru sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Oleh sebab itu, perlu dirumuskan secara jelas tujuan penelitian yang bertitik tolak dari permasalahan yang harus diungkap. Suatu penelitian setidaknya harus mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik kegunaan secara teoritis maupun kegunaan praktis

##### **1. Manfaat Secara Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan atau secara khusus berkaitan mengenai Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Kuliah STAI Sabili.



## **2. Manfaat Secara Praktis**

### **2.1 Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Memilih Kuliah di STAI Sabili

### **2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Diharapkan penelitian ini dapat semakin memperluas wawasan dan referensi serta kemampuan menganalisis masalah-masalah aktual yang berhubungan dengan Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian.

### **2.3 Bagi Universitas**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan serta menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain.

