

# **BAB I**

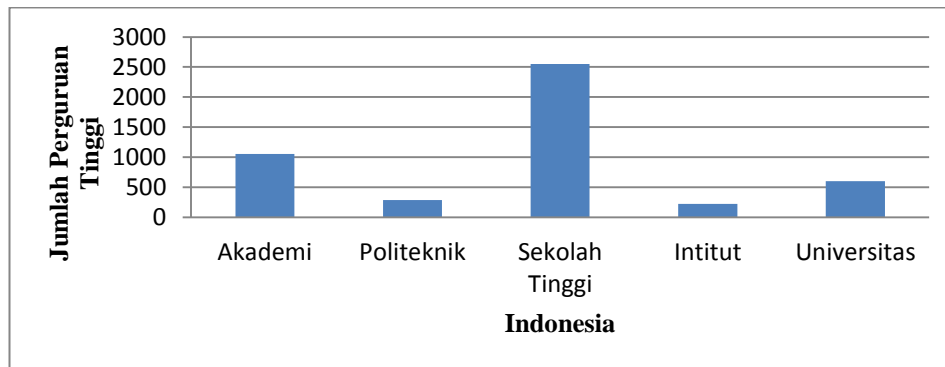
## **PENDAHULUAN**

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

Peningkatan persaingan yang semakin tajam memaksa sebuah organisasi memusatkan perhatian pada peningkatan kompetensi, dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar berkompeten dalam menghadapi persaingan guna memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Peningkatan kualitas sumber daya manusia hanya dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan yang berkualitas juga. Lembaga pendidikan merupakan sebuah wadah pembentukan kualitas sumber daya manusia untuk mempersiapkan pembangunan dimasa depan melalui proses pendidikan. Dalam proses pendidikan melibatkan berbagai unsur seperti mahasiswa, tenaga kerja, orang tua, sarana dan prasarana, serta pihak-pihak lain yang membantu dalam hal pendidikan sehingga nantinya akan menghasilkan generasi muda yang berkualitas sesuai dengan kemajuan zaman.

Pendidikan merupakan keadaan yang berkaitan langsung dengan kemajuan dan kemampuan masyarakat. Pendidikan juga mampu membentuk pola berfikir masyarakat kearah yang lebih baik, semakin tinggi pendidikan masyarakat maka dapat mendorong tingkat pembangunan dan perkembangan nasional. Di era globalisasi ini pendidikan disadari menjadi salah satu faktor penting bagi Indonesia agar mampu bersaing bersama negara-negara lainnya. Saat ini, banyak lembaga pendidikan tinggi yang telah berdiri baik formal maupun non formal. Menurut data yang didapat dari Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan (Ristek Dikti)

pada Grafik 1.1, jumlah perguruan tinggi yang terdaftar di Indonesia mencapai 4.734 unit.



Sumber: Kementerian Riset Teknologi dan pendidikan tinggi

### Grafik 2.1 Jumlah Perguruan Tinggi Wilayah Indonesia

Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan formal yang semakin meningkat menyebabkan perguruan tinggi menjadi sektor yang diharapkan dapat menghasilkan sumber daya manusia yang bermutu. Dalam kondisi seperti yang dijelaskan tentunya menimbulkan persaingan cukup kompetitif antar perguruan tinggi sehingga membuat perguruan tinggi dituntut untuk memperhatikan mutu pendidikan dan kelebihannya. Menurut Kotler dan Fox (1985) mengemukakan bahwa salah satu cara untuk meningkatkan daya saing pada industri jasa yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga mampu memuaskan pelanggannya, yang nantinya berujung pada peningkatan loyalitas.

Dengan meningkatnya persaingan lembaga pendidikan tinggi membuat setiap lembaga pendidikan tinggi memiliki tantangan untuk membentuk citra yang positif bagi masyarakat luas yang ingin melanjutkan pendidikannya di sebuah perguruan tinggi. Perguruan tinggi yang sukses membangun citra, tidak hanya akan

meningkatkan kepuasan dan kepercayaan dari khalayak, tetapi juga akan memiliki kesempatan yang lebih baik untuk menarik mahasiswa dari seluruh pelosok tanah air dan akan memberikan ciri atau karakter yang membedakan dengan para pesaingnya. Dari penelitian Herizon dan Maylina (2003) menjelaskan bahwa loyalitas konsumen terbentuk oleh citra yang melekat pada produk baik jasa maupun barang perusahaan tersebut. Selain itu, disebabkan oleh kepuasan yang diperoleh konsumen selama mengkonsumsi produk dan berhubungan dengan perusahaan.

Membangun loyalitas terhadap *brand* yang kuat idealnya adalah pengalaman yang dikumpulkan dari pasar sasaran sehingga tingkat kepuasan konsumen lebih besar dari sebelumnya. Tingkat kepuasan yang tinggi akan mendorong konsumen melakukan pembelian secara berulang-ulang atau bisa disebut dengan loyal. Untuk membangun loyalitas konsumen tersebut hal yang perlu dilakukan adalah meningkatkan nilai konsumen sepanjang waktu yang membantu kelancaran pembelian berulang-ulang melalui peningkatan komunikasi yang baik dengan *customer* guna terciptanya *engagement*. Intinya adalah membuat konsumen lebih aktif lagi dalam berinteraksi dengan sebuah produsen atau perusahaan, misalnya dengan sering mengecek *website* perusahaan atau yang lagi maraknya sekarang ini interaksi melalui media sosial. Namun hal itu membuat loyalitas konsumen di era media sosial saat sekarang ini menjadi tidak lebih sulit menetap jika tidak memiliki komunikasi dua arah pada media sosial. Sebab dengan tekanan masyarakat yang kuat ataupun komplain berkali-kali tersebar dengan begitu mudahnya melalui media sosial yang akan membuat

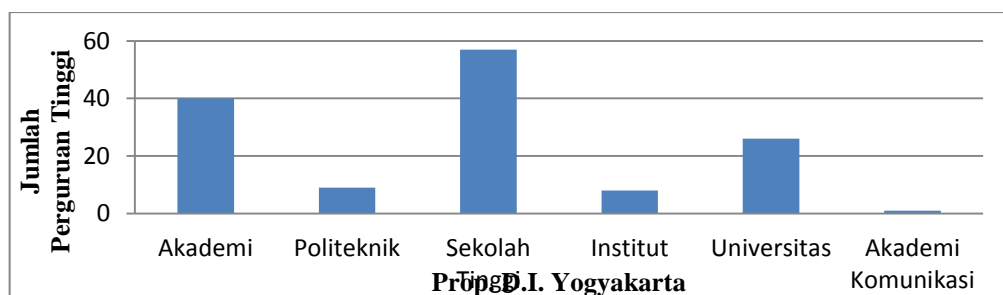
kemajuan perusahaan menjadi lamban jika tidak segera berbenah diri. Keinginan konsumen dalam hal ketersediaan produk baik barang dan jasa selalu berubah dengan cepat, perubahan tersebut mengarah pada tersedianya produk baik barang dan jasa dengan kualitas yang semakin baik. Hal inilah yang memotivasi para produsen untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dalam menghasilkan produk baik barang maupun jasa yang sesuai dengan harapan konsumen.

Dari fenomena yang terjadi berkaitan dengan loyalitas konsumen, penulis menghubungkan dengan berkembangnya perusahaan jasa di Indonesia terutama dalam bidang pendidikan. Perguruan tinggi adalah lembaga pemberi jasa dibidang pendidikan, walaupun dalam operasionalnya tidak mengedepankan profit sebagai tujuan utama, memberikan pelayanan prima kepada mahasiswa merupakan keharusan seperti lembaga berorientasi profit. Perguruan tinggi dalam memberikan pelayanan memiliki ciri khusus yang tidak bisa disamakan dengan lembaga jasa lain diluar perguruan tinggi.

Kepuasan dalam menggunakan jasa juga menjadi tolak ukur keberhasilan lembaga pendidikan tinggi. Salah satu tanggung jawab lembaga pendidikan khususnya perguruan tinggi terhadap pengguna jasa tersebut adalah menjaga kualitas pendidikan melalui pengakuan dari sebuah Badan Akreditasi Nasional (BAN). Kutipan dalam Akreditasi Program Studi pada Perguruan Tinggi Pasal 7 Keputusan Mendiknas RI No.004/U/2002 menyatakan bahwa “Akreditasi terhadap program studi merupakan bentuk pertanggungjawaban Perguruan Tinggi terhadap Publik”. Dalam penelitian Wantara (2008) bahwa masyarakat yang menggunakan lembaga pendidikan tinggi yang telah terakreditasi berarti ia

mengikuti suatu program pendidikan yang kualitasnya telah dinilai oleh suatu kelompok pakar dan dinyatakan memenuhi syarat.

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) adalah salah satu perguruan tinggi di Yogyakarta yang sudah terakreditasi A dengan SK BAN PT No.061/SK/BAN-PT/Ak-IV/PT/II/2013. Sehingga dengan diraihnya akreditasi A maka kualitas pendidikan di kampus tersebut telah diakui oleh pemerintah dan kepercayaan oleh masyarakat terhadap semua pelaksanaan pengelolaan PT secara professional dan bertanggungjawab. Setelah diraihnya akreditasi A UMY kembali meraih prestasi dalam peningkatan kualitas sebagai sebuah institut pendidikan tinggi. Hal tersebut berdasarkan pencapaian UMY yang berhasil menaikkan rangkingnya dalam pemeringkatan yang dilakukan oleh UniRank<sup>TM</sup> (*4 International Colleges & Universities*) dan *Webometrics Ranking of World Universities*. Dalam hasil pemeringkatan perguruan tinggi se-Indonesia UMY berhasil naik dari peringkat 27 ke 23 di UniRank<sup>TM</sup> dan berhasil naik 7 peringkat ke ranking 38 di *Webometrics*. Untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, UMY mengirim sekitar 20 hingga 30 tenaga pengajar (dosen) untuk melanjutkan studinya seperti studi lanjut, S2 dan S3.



Sumber: Kementerian Riset Teknologi dan pendidikan tinggi

**Grafik 1.2 Jumlah Perguruan Tinggi Wilayah Prop. D.I. Yogyakarta**

Menurut data yang didapat dari Kementrian Riset Teknologi dan Pendidikan (Ristek Dikti) pada Grafik 1.2, menunjukkan bahwa jumlah perguruan tinggi di Yogyakarta berjumlah 141. Hal tersebut menunjukkan bahwa persaingan antar perguruan tinggi di Yogyakarta sangatlah ketat sehingga perguruan tinggi harus mempunyai strategi saing yang mampu menarik calon mahasiswa. Maka dari itu selain meningkatkan kualitas sumber daya manusia, UMY perlu meningkatkan sumber daya saing juga dengan adanya pencarian informasi sampai sejauh mana tingkat kualitas layanan, citra merek, kepuasan mempengaruhi loyalitas sehingga dapat bersaing dengan perguruan tinggi lainnya. Maka dalam hal tersebut peneliti bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Parengki Susanto pada tahun 2012. Berdasarkan dari penelitian tersebut, maka peneliti mengangkat topik, yaitu Kualitas layanan, Citra merek, Kepuasan dan Loyalitas.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan ?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas ?
4. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas ?
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas ?
6. Apakah kepuasan memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas ?
7. Apakah kepuasan memediasi citra merek terhadap loyalitas .

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian yang ada, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas.
4. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas.
6. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas.

7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan memediasi citra merek terhadap loyalitas.

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

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak.

Pihak- pihak yang dimaksudkan antara lain adalah :

1. Bagi Teoritis:

Diharapkan hasil penelitian ini nantinya memberikan kontribusi pada penelitian mendatang dan juga mengembangkan ilmu pengetahuan terutama dalam variabel-variabel penelitian diatas.

2. Bagi Praktis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat diaplikasikan oleh praktisi institusi untuk mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan institusi dalam membangun loyalitas pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan.