

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan jasa pendidikan di Daerah Istimewa Yogyakarta dewasa ini berkembang dengan pesat. Hal ini dapat dikarenakan Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar dan memiliki beragam Institusi Pendidikan Tinggi seperti: Universitas, akademi, sekolah tinggi yang berdampak terhadap ketatnya persaingan. Ketatnya persaingan tersebut mendorong penyelenggaraan pendidikan tinggi untuk meningkatkan kualitas pendidikan sehingga diharapkan akan menarik minat calon mahasiswa dan meningkatkan kepuasan mahasiswa. Adapun perkembangan jasa pendidikan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sampai dengan tahun 2019 terdapat 84 perguruan tinggi, yang terdiri dari 6 Perguruan Tinggi Negeri dan 78 Perguruan Tinggi Swasta. (<http://www.dikpora.jogjaprov.go.id>)

Banyaknya penyelenggara jasa pendidikan tinggi mendorong tingginya tingkat persaingan di dunia pendidikan. Untuk itu penyedia jasa pendidikan perlu memperhatikan pentingnya penciptaan kepuasan pengguna jasa pendidikan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu jasa dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di

bawah harapan, konsumen akan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas dan senang. Adapun manfaat terciptanya kepuasan konsumen antara lain menjadikan hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi konsumen, dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan dan dapat meningkatkan laba perusahaan (Tjiptono, 2014).

Penciptaan kepuasan konsumen bagi jasa pendidikan memiliki peran penting guna menjaga keberlangsungan usaha. Kepuasan konsumen berfungsi sebagai pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi ke arah pemenuhan kebutuhan konsumen sehingga menjadi sumber dari keunggulan daya saing yang berkelanjutan (Sukanti, 2009). Upaya untuk memenuhi kepentingan dan kepuasan konsumen, perlu dilakukan evaluasi terhadap kinerja pelayanan melalui permintaan umpan balik dari konsumen. Evaluasi dilakukan guna mengetahui kelemahan atau kekurangan dari kinerja pelayanan proses pembelajaran, yang diukur melalui atribut-atribut pelayanan. Dengan terciptanya kepuasan konsumen maka akan memberikan dampak positif bagi perusahaan antara lain hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, terciptanya promosi dari mulut ke mulut oleh konsumen, dan terciptanya loyalitas konsumen (Sunyoto, 2013). Sebaliknya dampak negatif apabila konsumen tidak puas antara lain konsumen kecewa dan menyesal, sehingga konsumen meninggalkan perusahaan dan beralih ke pesaing, selain itu konsumen dapat menceritakan

keburukan layanan yang diterimanya pada orang lain. Dampak ini dapat membuat citra buruk dan akan melekat dalam *image* perusahaan. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan, citra perusahaan dan harga. (Nuvriasari, 2017; Widiono, 2014; Purnamasari, 2015).

Kualitas layanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan keinginan konsumen. Kualitas layanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono dkk, 2011). Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan (Parasuraman, 2011). *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas layanan yang mereka terima. Dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas layanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Definisi mutu jasa berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi konsumen. Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian konsumen tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi layanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi layanan.

Pernyataan ini dikuatkan oleh hasil-hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan diantara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. (Nuvriasari, 2017; Lumentut dan Palandeng, 2014).

Disamping kualitas layanan, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah citra perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2009) citra perusahaan harus dibangun oleh perusahaan guna memberikan kesan dan persepsi positif terhadap kepuasan konsumen. Bagi perusahaan citra juga dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Persepsi seseorang terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Dengan citra perusahaan yang kuat maka posisi perusahaan di dalam persaingan akan menjadi lebih baik. Citra perusahaan yang dipersepsikan konsumen sangat menentukan kesuksesan sebuah perusahaan. Citra yang baik dari sebuah perusahaan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas layanan dari perusahaan, kepuasan dan loyalitas konsumen (Sembiring, 2018). Tingginya citra perusahaan yang dipersepsikan oleh konsumen dan masyarakat, akan mengakibatkan konsumen merasa telah memilih perusahaan yang tepat. Perasaan yang dipersepsikan konsumen ini dapat berupa kebanggaan, eksklusifitas dan kenyamanan. Citra perusahaan dapat digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan kepercayaan, kepuasan dan loyalitas konsumen agar tidak berpindah ke penyedia jasa lainnya. Pernyataan ini didukung oleh sejumlah penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan

diantara citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen. (Diyanthini dan Seminari, 2013; Widiono, 2014).

Faktor terakhir dalam penelitian ini yang dipertimbangkan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen (Buchari, 2011). Harga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan menjadi tolak ukur untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan harga merupakan salah satu bahan pertimbangan bagi konsumen untuk menggunakan suatu layanan jasa. Harga yang terjangkau diimbangi dengan kualitas yang baik akan memberikan kepuasan konsumen. Penetapan harga hendaknya didasarkan pada persepsi konsumen terhadap nilai yang mereka terima, bukan pada biaya pelayanan atau produsen (Kotler dan Amstrong, 2012). Oleh karna itu, perusahaan dituntut untuk dapat menentukan harga dan seluruh pengeluaran lain yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari jasa. Pernyataan ini didukung oleh hasil-hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan diantara harga terhadap kepuasan konsumen. (Bailia dkk, 2014; Purnamasari, 2015).

Kajian mengenai kepuasan konsumen dalam penelitian ini diimplementasikan pada jasa pendidikan tinggi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Universitas Mercu Buana Yogyakarta merupakan salah satu perguruan tinggi di Yogyakarta yang telah

bergerak dalam bidang pendidikan selama 35 tahun. Untuk itu sangat penting bagi jasa pendidikan dalam mengkaji kepuasan mahasiswa selaku pengguna jasa pendidikan dengan memperhatikan faktor-faktor seperti kualitas layanan, citra perusahaan dan harga.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY)”**.

1.2. Batasan Masalah

Agar penelitian ini fokus sesuai dengan bidang kajian, maka diberikan batasan yaitu, responden dalam penelitian ini dibatasi pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta di Kampus III.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang dan arti penting kajian di bidang kepuasan konsumen, maka dalam penelitian ini dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta?

3. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan harga secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta?
5. Diantara variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan harga manakah yang berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan harga secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

5. Untuk menganalisis diantara variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan harga manakah yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai kualitas layanan, citra perusahaan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

1. Bagi UMBY, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pengelola Universitas Mercu Buana Yogyakarta tentang pentingnya kualitas layanan, citra perusahaan dan harga guna meningkatkan rancangan strategi penciptaan kepuasan mahasiswa.
2. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi dan pengembangan ilmu pemasaran serta memperluas ilmu pengetahuan khususnya di bidang ekonomi dalam memahami pentingnya kualitas layanan, citra perusahaan dan harga terhadap kepuasan mahasiswa.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi penelitian khususnya yang mengkaji bidang kepuasan mahasiswa.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka, disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab.

Adapun penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama merupakan bab pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua akan membahas mengenai penjelasan dasar-dasar teori yang digunakan pada penelitian ini, *review* mengenai penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran sebagai landasan teoritik untuk mendukung penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga menguraikan mengenai metode penelitian yang berisikan variabel dan definisi operasional, penetapan sampel yang digunakan, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan menjelaskan mengenai hasil dari penelitian yang telah diolah dan dianalisis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri atas kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang merupakan anjuran yang disampaikan kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian ini.