

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan pasar global yang berkembang pesat mempengaruhi kebutuhan perusahaan akan tenaga kerja yang lebih berkualitas. Akibatnya perguruan tinggi yang menghasilkan lulusan berkualitas menjadi alternatif perusahaan-perusahaan di Indonesia dalam mencari calon tenaga kerja baru bagi perusahaannya. Hal ini mengakibatkan perguruan tinggi di Indonesia berlomba-lomba untuk meningkatkan fasilitas dan kualitas sebagai sarana untuk menciptakan lulusan yang kreatif, inovatif dan memiliki kompetensi tinggi.

Perguruan tinggi yang berkualitas dan memudahkan lulusannya untuk mencari pekerjaan menjadi pertimbangan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi yang akan dimasukinya. Sebelum memilih perguruan tinggi, para calon mahasiswa baru juga mencari informasi tentang perguruan tinggi dan menurut (Kotler, 2009:399) bahwa konsumen mendapatkan *service expectation* dari banyak sumber, yaitu *past experiences*, *word of mouth* dan *advertising*.

Kualitas mempunyai hubungan langsung dengan loyalitas konsumen didukung pernyataan (Zeithaml dkk., 1996) bahwa kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung. Kualitas yang baik dan memenuhi harapan konsumen atau melebihi harapan mereka akan membuat mereka menjadi loyal. Konsumen yang loyal akan senantiasa merekomendasikan perusahaan

Bab I – Pendahuluan

kepada orang lain, dengan demikian jumlah konsumen juga akan ikut meningkat. Penurunan kualitas pelayanan dalam sebuah perusahaan dapat berakibat pada buruknya *service expectation* serta kehilangan loyalitas konsumennya. Konsumen yang tidak loyal akan memperlihatkan sikap yang tidak loyal. Konsumen tersebut akan kehilangan minat untuk menggunakan produk/jasa perusahaan atau akan memberikan informasi yang *negative* kepada orang lain melalui *word of mouth*. Kualitas yang rendah akan menempatkan perusahaan pada posisi yang kurang menguntungkan. Untuk itu perusahaan perlu melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis, dimana tindakan tersebut merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen (Elu, 2005). Perbaikan kualitas pelayanan tersebut mencakup bukti fisik (*Tangible*), perhatian (*Empathy*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), dan jaminan (*Assurance*).

Kualitas layanan yang baik memiliki pengaruh besar dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert dkk., 2004). Kualitas layanan yang baik juga dapat menumbuhkan sikap loyal terhadap sebuah produk atau jasa.

Caruana dan Msida (2002) menggambarkan konsep loyalitas sebagai derajat di mana seorang pelanggan memperlihatkan perilaku pembelian ulang, memberikan sikap positif, dan mempertimbangkan menggunakan hanya penyedia jasa ini. Loyalitas mahasiswa merupakan suatu hal yang penting dalam pengembangan institusi perguruan tinggi, karena mahasiswa yang loyal dapat memberikan

Bab I – Pendahuluan

kontribusi dalam menyampaikan informasi tentang perguruan tinggi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, citra serta reputasi perguruan tinggi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga menarik pelanggan baru (Beerli dkk., 2004). Jadi selain menyampaikan informasi, mahasiswa yang loyal juga dapat membantu perguruan tinggi dalam merekomendasikan perguruan tinggi itu sendiri kepada saudara, teman-teman dan publik untuk menarik calon-calon mahasiswa baru.

Objek penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah TU (Tata usaha) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung. Tata Usaha merupakan salah satu bagian yang memiliki fungsi pendukung terwujudnya misi institusi. TU Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung memiliki peran penting dalam memberi pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung. Tugas dari TU Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung sendiri adalah memberi layanan kepada mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung, terutama dalam membantu mahasiswa untuk kelancaran perkuliahan serta keperluan informasi yang berhubungan dengan perkuliahan dan administrasi. Akan tetapi pelayanan jasa TU Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung saat ini tidak luput dari keluhan mahasiswa tentang keramahan karyawan, kecepatan dalam memberikan pelayanan, terlalu sibuk untuk merespon permintaan pelanggan, antrian pengunjung dan ruangan yang kurang memadai.

Bab I – Pendahuluan

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian:

**“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan TU Jurusan Manajemen Fakultas
Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung Terhadap Loyalitas
Mahasiswa”**

Bab I – Pendahuluan

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- Apakah kualitas pelayan yang diberikan TU Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas mahasiswa?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud melakukan penelitian di dalam penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana S-1 dalam bidang ekonomi jurusan manajemen di Universitas Kristen Maranatha Bandung dan untuk membandingkan antara teori yang diperoleh pada saat kuliah dengan penerapan-penerapan yang sebenarnya di lapangan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

- Menguji dan menganalisa apakah kualitas pelayan yang diberikan TU Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.

Bab I – Pendahuluan

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaatnya kepada pihak:

1. Manfaat bagi akademisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi suatu referensi dan menambah pengetahuan kepada peneliti-peneliti lain, khususnya yang ingin meneliti lebih jauh atas masalah yang sama.

2. Manfaat perusahaan

Hasil simpulan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh TU Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung, sehingga diharapkan dapat menciptakan kualitas serta kinerja pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya.