

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada awal abad 20an persaingan layanan jasa semakin terasa salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran seringkali dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran (Siregar, 2004). Selain itu kepuasan pelanggan juga menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan. Menurut Fornell (1992), kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Peranan pendidikan dalam era globalisasi ini sangatlah penting. Pendidikan menjadi kebutuhan bagi setiap manusia, sehingga manusia berusaha untuk mendapatkan pendidikan yang setinggi-tingginya sebagai bekal untuk bersaing di dunia kerja. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Nasional, “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, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.”

Dalam Undang-Undang Dasar 1945 diamanatkan setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan, pengajaran dan pemerintah berusaha untuk menyelenggarakan suatu sistem pendidikan nasional yang pelaksanaannya diatur dalam undang-undang. Selanjutnya jika kualitas pelayanan dikaitkan dalam penyelenggaraan pendidikan maka dapat berpedoman pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional dan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang “Standar Nasional Pendidikan yang menyatakan bahwa penjaminan mutu adalah wajib baik internal maupun eksternal.”

Standar pendidikan telah diatur dalam undang-undang, maka kualitas pendidikan menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh para pelaku pendidikan. Bimbingan belajar LSC juga menjadi salah satu bimbel yang memperhatikan kualitas pendidikan di Kota Bandung dengan adanya berbagai macam produk layanan jasa yang ditawarkan bagi para konsumen. Produk layanan jasa yang tersedia seperti ketersediaan layanan bimbel secara *private* maupun *group*, layanan *character building* melalui kegiatan *camping* tiap semesternya. Namun bimbel LSC belum merasakan pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan maupun loyalitas pelanggan karena setiap bulannya terdapat sekitar 10% konsumen yang mengundurkan diri dari program belajar LSC.

Kualitas pelayanan diukur dengan membandingkan harapan atau kepentingan pelanggan atas layanan yang ideal dengan layanan yang benar-benar mereka terima.

Kualitas merupakan kekuatan penting yang dapat membuahkan keberhasilan baik di dalam organisasi maupun bagi pertumbuhan lembaga yang mana hal ini juga bisa diterapkan di dalam penyelenggaraan pelayanan kualitas pendidikan.

Subroto dan Nasution (2001) menyatakan dari hasil penelitian tentang pengukuran tingkat kepuasan pelanggan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh dimensi layanan (dimensi empati, kecepatan-tanggapan dan jaminan). Sedangkan Lee dkk. (2000), menyatakan bahwa, “determinan-determinan *service quality* yang diterima konsumen ternyata mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.” Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen (Elu, 2005).

Penulis ingin membuktikan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan maupun loyalitas pelanggan terutama di bimbel LSC melalui hasil penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Kualitas pelayanan yang ditawarkan pada pelanggan berupa program unggulan yang dimiliki Link Study Center seperti program belajar secara *private* maupun *group*, program belajar untuk menghadapi ujian nasional maupun masuk ke sekolah lanjutan, program ekstrakurikuler seperti menggambar dan desain, program *character building* dalam bentuk *camping* .

Persaingan bimbingan belajar yang ketat terjadi di Kota Bandung tidak dapat dipungkiri. LSC ternyata belum mampu bersaing dengan bimbel lainnya walaupun

telah memiliki berbagai program unggulan. Menurut data dari majalah marketing tahun 2013 GO menguasai pasar konsumen sebesar 33,7%; Primagama yang menguasai pasar sebesar 22%; SSC yang menguasai pasar sebesar 6,2%; Kumon yang menguasai pasar sebesar 5,7%; Neutron yang menguasai pasar sebesar 5%; Edulab dan Medica yang menguasai pasar sebesar 3,2%; dan Tridaya yang menguasai pasar sebesar 2,9%. Data tersebut belum termasuk sisa 21,3% pasar yang dikuasai oleh ratusan bimbingan belajar lainnya termasuk LSC (Marketing, 2013).

Keadaan persaingan seperti inilah yang mendorong LSC berupaya untuk selalu mempertahankan keunggulannya dibandingkan dengan para pesaing dan berharap para pelanggan LSC merasa puas serta dapat loyal. Upaya mempertahankan keunggulan ini akan efektif bila didasari oleh suatu kajian yang menyeluruh khususnya pada kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, serta loyalitas pelanggan.

Masalah utama di lembaga LSC ini adalah dalam setiap bulan sekitar 2,1% siswa yang mengundurkan diri dari LSC tanpa memberi alasan, 4,8% mengambil program bimbingan belajar selain di LSC, dan 3,1% tidak melanjutkan bimbingan belajar di semester baru maupun di tahun ajaran baru. Lembaga LSC selama ini belum mengetahui secara jelas mengenai kualitas pelayanan bagi pelanggannya. Selain itu kepuasan dan tingkat loyalitas di lembaga LSC juga belum terungkap dengan jelas. Karena itu menarik dikaji mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya pada Loyalitas Pelanggan”** (Studi Kasus: Bimbingan Belajar pada Link Study Center di Bandung)

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Selama ini LSC terus berupaya memberikan layanan berkualitas, namun belum diketahui pengaruh persepsi pelanggan (siswa bimbingan) antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, baik untuk keberwujudan, empati, tanggapan, keandalan, maupun jaminan pelayanan
2. Adanya beberapa keluhan terhadap layanan di LSC yang jika diabaikan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (siswa bimbingan)
3. Adanya pelanggan (siswa bimbingan) yang mengikuti program bimbingan namun tidak sampai tuntas atau tidak berkesinambungan
4. Makin banyaknya lembaga yang menyediakan layanan bimbingan belajar di Bandung sehingga terjadinya persaingan dalam memberikan kualitas pelayanan

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan keberwujudan, empati, ketanggapan, keandalan, dan jaminan layanan secara parsial maupun serempak terhadap kepuasan pelanggan

2. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di LSC

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui adanya pengaruh layanan keberwujudan, empati, ketanggapan, keandalan, dan jaminan layanan secara parsial maupun serempak terhadap kepuasan pelanggan
2. Mengetahui adanya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di LSC

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Bagi Lembaga Bimbingan Belajar LSC
Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan di bimbel LSC
2. Bagi Lembaga Bimbel Lainnya
Sebagai sarana dan bahan pertimbangan untuk memberikan layanan dengan kualitas yang baik untuk menjadikan para pelanggan merasa puas dan loyal
3. Bagi Penulis
Dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan dan menyosialisasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi wahana pengetahuan mengenai kualitas, kepuasan, serta loyalitas pelanggan di dalam bimbingan belajar

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari enam bab, yaitu:

Bab 1: latar belakang penelitian, identifikasi dan perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian

Bab 2: penelitian terdahulu, teori-teori, serta hubungan antar variabel

Bab 3: rerangka pemikiran, model dan hipotesis penelitian

Bab 4: populasi dan sampel, metode penelitian yang digunakan, teknik analisis, serta operasionalisasi variabel

Bab 5: deskripsi responden, analisis statistik deskriptif, pengujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian dan implikasi manajerial

Bab 6: kesimpulan dan saran