

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan dalam dunia pendidikan Indonesia, kini telah hadir banyak sekali perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta yang bersaing begitu ketat dalam memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik untuk mencetak lulusan-lulusan yang berkualitas.

Di samping itu dengan banyaknya jumlah perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta menyebabkan adanya persaingan antar perguruan tinggi menjadi semakin tinggi pula dalam mendapatkan mahasiswa. Maka dari itu pihak perguruan tinggi harus berupaya keras untuk meningkatkan kualitas dan fasilitas untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya atau mahasiswanya.

Baik perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta saling bersaing satu sama lain untuk mendapatkan kepercayaan dari calon mahasiswa agar menjadi pilihan tempat belajar dari mahasiswanya.

Mahasiswa berhak untuk mengetahui bagaimana kualitas dan fasilitas yang dimiliki oleh perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta yang akan dipilihnya untuk mempertimbangkan perguruan tinggi mana dan prodi apa yang akan mereka pilih untuk melanjutkan pendidikan. Iskandar & Rizal (2018) bahwa PTS harus melakukan berbagai upaya untuk menarik calon mahasiswa, diantaranya melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia atau yang lebih dikenal dengan LP3I merupakan pendidikan tinggi vokasi bagi mahasiswa yang ingin cepat tepat kerja dengan desain kurikulum selaras dengan standard kompetensi dunia kerja dan industri.

LP3I adalah sebuah lembaga pendidikan yang berfokus pada program vokasi yang bertujuan untuk menghasilkan lulusan-lulusan yang siap kerja atau siap berwirausaha. LP3I memiliki dua sub institusi yaitu college yang menaungi program pendidikan 2 tahun siap kerja, dan politeknik yang menaungi pendidikan jenjang D3 dan D4

LP3I memiliki fokus kepada latihan yang berbasis dengan praktek (70% praktek 30% teori) magang dan penempatan kerja. Bagi lulusan yang sesuai dengan persyaratan akan dibantu untuk mendapatkan kerja di perusahaan atau memulai berwirausaha.

Latar belakang berdirinya LP3I sendiri itu disebabkan adanya keresahan masyarakat yang berkaitan dengan banyaknya lulusan pendidikan tinggi namun tidak tertampung di dunia kerja. Maka dari itu LP3I didirikan pada tanggal 29 Maret 1989 dan berlokasi di pasar Minggu Jakarta Selatan.

Bermula dari program khusus 6 bulan LP3I kemudian mengembangkan sayapnya menjadi lembaga pendidikan profesi 1 sampai 2 tahun yang berorientasi pada dunia kerja. Setelah berhasil meluluskan lulusan yang banyak diterima di dunia kerja maka LP3I membuka cabang-cabang hampir di seluruh kota-kota besar di Indonesia termasuk di Lampung.

LP3I Lampung sendiri saat ini memiliki tiga jurusan yang, tiga jurusan yang dapat ditawarkan kepada calon mahasiswanya yaitu jurusan yang pertama yaitu Digital Bisnis Manajemen sebelumnya bernama Bisnis Administrasi jurusan yang kedua Office Administration Automatization, jurusan ini sebelumnya bernama Office Management, dan jurusan yang terakhir yaitu Accounting Information System yang sebelumnya bernama Computerized Accounting

Pada prosesnya dalam 5 tahun terakhir pemasaran LP3I tidak berjalan baik dalam artian mengalami penurunan jumlah siswa yang signifikan selama tahun 2018 sampai dengan tahun 2022. Dimana fenomena penurunan jumlah mahasiswa ini menjadi dasar bagi peneliti untuk mengetahui apa faktor yang menyebabkan konsumen memilih LP3I sebagai tempatnya melanjutkan pendidikan.

Tabel 1. 1 Data Penerimaan Mahasiswa LP3I Lampung

Tahun Ajaran	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Jumlah Siswa	82	60	51	75	92	45	62	33	35

Sumber: LP3I Lampung

Dalam tabel 1.1 ini dapat diketahui bahwa adanya perubahan yaitu penurunan sebesar 62% dari penerimaan jumlah siswa pada tahun 2022 dibandingkan tahun 2018.

Pengambilan keputusan untuk memilih jasa dalam hal ini memilih di LP3I Lampung, konsumen memiliki pertimbangan yang akan mempengaruhi apakah konsumen akan menggunakan jasa tersebut atau tidak. Variabel pengambilan keputusan oleh konsumen ini dapat dikontrol oleh produsen.

Menurut Kotler (2002) pembeli akan melewati proses pembelajaran sebelum mengembangkan keyakinan untuk membeli produk. Apabila sebuah lembaga atau penyedia jasa memberikan nilai lebih terhadap nilai yang konsumen pilih maka sebuah lembaga atau penyedia jasa dapat mendapatkan kepercayaan lebih dari calon konsumennya.

Survey adalah pemeriksaan atau penelitian secara komprehensif. Survey yang dilakukan dalam melakukan penelitian itu biasanya dilakukan dengan menyebarkan

kuesioner atau wawancara, dengan tujuan untuk mengetahui: siapa mereka, apa yang mereka pikir, rasakan, atau kecendrungan suatu tindakan. Menurut Webster, pengertian survey adalah suatu kondisi tertentu yang menghendaki kepastian informasi, terutama bagi orang-orang yang bertanggung jawab atau yang tertarik.

Setiap pemasar layanan pendidikan berlomba-lomba untuk mendapatkan kesuksesan dalam persaingan dengan meningkatkan kualitas dari produk yang mereka berikan kepada konsumen dengan tujuan akhir berupa keputusan untuk membeli dari pihak konsumen, yang nantinya akan berdampak besar atas perilaku keputusan pembelian dari para konsumen untuk menjadi mahasiswa di penyedia layanan pendidikan tertentu.

Keputusan pembelian merupakan proses interaksi antara sikap afektif, sikap kognitif, sikap behavioral dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupannya, Nitisusastro (2012). Keputusan pembelian adalah pertimbangan di mana individu mengevaluasi pilihan yang berbeda dan memilih produk di antara beberapa pilihan. Menurut Kotler & Armstrong, Putra & Gumanti (2017), keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.

Pada tahapan keputusan pembelian, konsumen dipengaruhi oleh dua faktor utama yang terdapat diantara niat pembelian dan keputusan pembelian. Usaha-usaha yang dilakukan seperti promosi dan sosialisasi ke calon calon konsumen dalam hal ini siswa- siswa SMK/SLTA kelas XII, adalah upaya bagaimana akhirnya konsumen untuk dapat mengambil keputusan memilih kuliah di LP3I Lampung, keputusan memilih kuliah di LP3I Lampung yang berkurang inilah menjadi adanya penurunan jumlah mahasiswa di LP3I Lampung, penurunan jumlah mahasiswa yang masuk ke LP3I Lampung tiap tahunnya, hal ini diduga disebabkan faktor Citra Merek dan Fasilitas.

Citra Merek dapat positif maupun negatif, tergantung pada persepsi seseorang terhadap merek menurut Sangadji & Sopiah, (2013). Tingginya tingkat persaingan, mengindikasikan banyaknya brand produk dengan jenis yang sama, yang beredar di pasaran. Hal itu menyebabkan persaingan antar brand menjadi sangat tinggi. Oleh karena itu, perlunya untuk menciptakan Citra Merek yang baik dimata konsumen menjadi sangat penting. Citra Merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu menurut Tjiptono & Chandra (2016). Maka semakin baik Citra Merek produk yang dijual, maka semakin tinggi keputusan pembelian oleh konsumen. Citra Merek produk yang baik tentulah tidak didapat dengan mudah oleh pemasar pada masa kini. Begitu pula membangun Citra Merek sebuah Lembaga Pendidikan yang juga dipengaruhi oleh kepuasan mahasiswa dan lulusannya.

Menurut Kotler dan Armstrong ( 2012 )”Citra Merek adalah kepercayaan terhadap merek tertentu “seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi pada memori konsumen. Semakin mudahnya masyarakat mengakses internet maka semakin mudah mendapatkan berbagai sumber hiburan, pendidikan, serta informasi secara online untuk mengisi waktu luang termasuk dalam mencari tahu tentang pendidikan dan kampus penyedia layanan pendidikan.

Adanya penurunan mahasiswa yang berkuliah di LP3I Lampung selama 5 (lima) tahun terakhir karena Citra Merek yang belum dilakukan secara maksimal dari LP3I. Mahasiswa yang sekarang menempuh pendidikan di LP3I Lampung, tentu saja memiliki berbagai pertimbangan dalam memutuskan pilihanya kuliah di Lembaga Pendidikan ini. Citra Merek yang baik tentunya bisa meningkatkan konsumen namun Citra Merek sendiri di LP3I belum baik, dimana nama LP3I Lampung sendiri belum banyak dikenal masyarakat Lampung, tidak sedikit yang menanyakan apa itu LP3I, banyak yang tidak mengetahui bahwa Lp3I sendiri merupakan singkatan dari Lembaga Pendidikan Pengembangan Profesi Indonesia hal ini menunjukkan brand LP3I Lampung belum banyak dikenal masyarakat Lampung .

Citra memainkan peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan dalam pengambilan keputusan konsumen karena sifatnya yang mewakili nilai-nilai dan kualitas produk atau ornasasi. Penurunan jumlah siswa LP3I Lampung karena Identitas citra LP3I Lampung yang belum banyak diketahui oleh masyarakat Lampung. Semakin kuat identitas citra, semakin besar kemungkinannya konsumen memilih produk tersebut semakin lebih besar, Selain citra merek, Fasilitas juga menjadi penting bagi mahasiswa dalam menentukan pilihannya untuk kuliah di LP3I Lampung

Menurut Setyawati, Rifa'i, & Sasmito, (2018) Fasilitas adalah segala sesuatu dimana fungsinya untuk dapat mendukung atau menyelaraskan kenyamanan konsumen yang telah disediakan/disiapkan oleh penjual jasa/instansi yaitu berupa peralatan fisik. Maka fasilitas juga disebut faktor penting dalam menunjang pembelajaran berlangsung maupun tidak langsung.

Menurut Hariyani & Sartana (2015 ) Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus tersedia sebelum suatu jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Jadi konsumen dalam hal ini adalah mahasiswa untuk memutuskan memilih kuliah dipengerahi oleh fasiitas yang ada atau tersedia. Sehingga dalam hal ini fasilitas yang ada di kampus LP3I Lampung, mempengaruhi konsumen dalam memilih kuliah di LP3I Lampung. Penurunan jumlah siswa yang memilih kuliah di LP3I Lampung dikarenakan juga fasilitas yang kurang memadai, diantaranya adalah tempat parkir yang terbatas, dan mushola yang letaknya tidak strategis.

Penelitian sebelumnya oleh Ali Alfarizi, Juahini Alie dan Tien Yustini ( 2022 ) menguatkan bahwa bahwa Kampus yang memiliki dukungan fasilitas seperti tempat parkir yang luas, kursi ruang tunggu yang tersedia, toilet yang bersih, musholah yang nyaman dan property yang lengkap dan keamanan yang terjamin pasti memberikan nilai plus tersendiri bagi perguruan tinggi tersebut, hal ini akan

menambah jumlah minat dan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih PTS di kota Palembang.

Definisi kepuasan pelanggan menurut Zeithaml, Bitner dan Dwayne (2009) adalah penilaian pelanggan atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2018 ) kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan yang puas atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) dengan ekspektasi pelanggan. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan tidak akan puas. Hal sebaliknya akan terjadi, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas.

Penurunan jumlah mahasiswa yang kuliah di LP3I Lampung dari ketidakpuasan mahasiswa LP3I Lampung yang membangun Citra Merek yang negatif yang dapat membentuk keputusan memilih tidak kuliah di LP3I Lampung.

Kepuasan konsumen merupakan respon terhadap perilaku konsumen berupa evaluasi pasca pembelian terhadap perasaan produk atau jasa (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen. Menurut teori Suward Kottler (2011), kepuasan pelanggan adalah kunci untuk mempertahankan pelanggan. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa citra merek yang positif selalu membantu meningkatkan kepuasan pelanggan atau menciptakan loyalitas pelanggan, Koo (2003).

Uraian diatas menunjukkan, bahwa *Citra Merek* (citra merek) dan Fasilitas adalah faktor penting dalam membentuk keputusan memilih melalui kepuasan konsumen. Asumsi yang dipakai peneliti adalah semakin melekatnya Citra Merek dan Fasilitas terhadap keputusan kuliah di LP3I Lampung, maka akan dapat menarik konsumen lain untuk kuliah di LP3I Lampung.

Oleh karena itu, Berdasarkan fenomena diatas, maka perlu adanya penelitian lebih lanjut dengan judul : “Pengaruh Citra Merek dan Fasilitas Terhadap Keputusan Memilih Kuliah di LP3I Lampung dengan Kepuasan Mahasiswa sebagai Variabel Intervening”.

## 1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan memilih kuliah di LP3I Lampung ?
2. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan memilih kuliah di LP3I Lampung?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
4. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan memilih kuliah di LP3I Lampung?
6. Apakah Citra Merek berpengaruh tidak langsung terhadap keputusan memilih kuliah di LP3I Lampung melalui kepuasan konsumen?
7. Apakah Fasilitas berpengaruh tidak langsung terhadap keputusan memilih kuliah di LP3I Lampung melalui kepuasan konsumen?

## 1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah Kampus LP3I Lampung yang beralamatkan di Jalan Gajah Mada No.9 Kotabaru, Bandar Lampung.



#### 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dan kegunaan yang ingin di capai dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap keputusan memilih kuliah di LP3I Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap keputusan memilih kuliah di LP3I Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan memilih kuliah di LP3I Lampung.
6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung Citra Merek terhadap keputusan memilih kuliah di LP3I Lampung melalui kepuasan konsumen.
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung Fasilitas terhadap keputusan memilih kuliah di LP3I Lampung melalui kepuasan konsumen.

#### 1.5. Manfaat Penelitian

##### 1.5.1. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta memberikan kesempatan baik untuk menerapkan teori – teori yang didapat saat di bangku kuliah, sehingga peneliti lain dapat melanjutkan penelitian tentang “Pengaruh Citra Merek dan Fasilitas Terhadap Keputusan Memilih Kuliah Di LP3I Lampung Dengan Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening”.

### 1.5.2. Bagi Institut Infomatika dan Bisnis Darmajaya

Bagi institusi bisa menambah refrensi perpustakaan, dan bisa berguna sebagai mahasiswa mencari bahan atau refrensi tambahan pengetahuan.

### 1.5.3. Bagi Perusahaan

Dapat bermanfaat untuk pengembangan perusahaan melalui saran-saran pada penelitian ini.

## 1.6. Sistematika Penulisan

### 1.6.1. Bab I Pendahuluan

Bab I menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

### 1.6.2. Bab II Landasan Teori

Bab II menguraikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang di pilih, yang akan di jadikan landasan dalam penulisan skripsi ini. Selain itu di bab ini juga akan dipaparkan mengenai penelitian terdahulu yang mendorong untuk dilakukannya penelitian selanjutnya, disamping itu juga dijelaskan mengenai kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis penelitian ini.

### 1.6.3. Bab III Metodologi Penelitian

Bab III menguraikan tentang lokasi dan objek penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data yang di gunakan serta dijelaskan mengenai metode analisis data yang di gunakan untuk melakukan pengolahan data.

### 1.6.4. Bab IV Hasil Pembahasan

Bab IV membahas gambaran umum responden, dan hasil analisis yang di teliti oleh peneliti.

### 1.6.5. Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab V membahas tentang kesimpulan yang di peroleh dari penelitian dan saran yang di berikan oleh penelitian.