

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan memainkan peran penting dalam menjamin pembangunan dan keberlangsungan kehidupan bangsa. Sesuai dengan ketentuan UUD 1945, pemerintah harus bekerja keras untuk menerapkan metode pendidikan yang sesuai dengan undang-undang dalam mendidik rakyatnya. Pendidikan tinggi memegang peranan penting sebagai sarana untuk mencapai tujuan program Pendidikan. Oleh karena itu, memberdayakan perguruan tinggi perlu dilakukan sebagai satuan pendidikan yang secara langsung mengelola peserta didik secara efektif dan efisien. Hal ini terkait dengan persaingan era global yang sangat kompetitif, maka semakin besar dan beragam adanya tuntutan untuk pemenuhan kebutuhan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dan juga usaha untuk meningkatkan status sosial di masyarakat.

Perguruan tinggi merupakan tempat untuk membentuk sumber daya manusia untuk menghasilkan lulusan yang bermutu melalui aktivitas pembelajaran perguruan tinggi. Prosedur belajar mengajar akan mengaitkan berbagai macam unsur antara lain dosen, mahasiswa, orang tua, pemerintah, sarana dan prasarana, yang akan menentukan sejauh mana pendidikan tinggi menciptakan lulusan berkualitas yang memenuhi ketentuan dan kemajuan zaman. Perguruan tinggi di Indonesia berkembang pesat, baik perguruan tinggi negeri maupun swasta selalu berupaya untuk meningkatkan keunggulannya agar dapat terus bersaing di sektor Pendidikan. Berikut ini data jumlah perguruan tinggi di Indonesia berdasarkan kategori yang dapat dilihat melalui gambar 1.1.



Sumber: databoks.katadata.co.id/, 2023

Gambar 1.1 Data Jumlah Perguruan Tinggi Di Indonesia Berdasarkan Kategori

Berdasarkan Gambar 1.1 menjelaskan bahwa jumlah total perguruan tinggi di Indonesia sebanyak 3.107 yang terdiri dari perguruan tinggi negeri sebanyak 125 atau 4% dan perguruan tinggi swasta sebanyak 2.982 atau 96%. Banyak perguruan tinggi di Indonesia akan membuat persaingan semakin ketat, Perguruan Tinggi Swasta sebagai sarana alternatif dari perguruan tinggi negeri memungkinkan persaingan lebih terjadi dibandingkan dengan di perguruan tinggi negeri. Persaingan perguruan tinggi swasta terjadi di seluruh provinsi maupun kota yang ada di Indonesia termasuk Bandar Lampung.

Semakin banyak perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung, tentunya hal ini berdampak besar terhadap daya saing dan juga menentukan status perguruan tinggi tersebut. Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu mengantisipasi tantangan terkait persaingan yang dihadapi, yaitu cara pengelolaan perguruan tinggi, seiring dengan semakin selektif calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi yang sesuai dengan kebutuhan dan harapannya di bidang pendidikan. Perkembangan jumlah mahasiswa dapat menentukan

keberlangsungan eksistensi perguruan tinggi swasta Bandar Lampung. Berikut ini tabel 1.1 jumlah mahasiswa perguruan tinggi swasta Swasta Bandar Lampung

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Bandar Lampung

NO	Nama Universitas	Jumlah Mahasiswa		
		2020	2021	2022
1	Universitas Bandar Lampung	9251	7048	6838
2	Universitas Malahayati	4817	4610	5673
3	Universitas Mitra Indonesia	2760	2317	2506
4	Universitas Muhammadiyah Lampung	1984	1857	1960
5	Universitas Satu Nusa Lampung	325	460	545
6	Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai	3184	3489	3133
7	Universitas Teknokrat Indonesia	6536	6544	6269
8	Universitas Tulang Bawang	2731	2614	1990
9	Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya	4918	4930	4930
10	Institut Maritim Prasetya Mandiri	623	695	730
11	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gentiaras	380	391	371
12	Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Surya Dharma	582	201	161
15	STKIP PGRI Bandar Lampung	2310	2,233	2,338
16	Akademi Kebidanan Panca Bhakti	236	407	341
17	STIKES Adila	355	407	433
18	Akademi Pariwisata Satu Nusa	52	51	60
19	AMIK Lampung	66	42	11
20	AMIK Master Lampung	69	37	41
Total		41179	38333	38330

Sumber: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa secara keseluruhan perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung telah mengalami penurunan jumlah mahasiswa, permasalahan tersebut akan berdampak besar pada keberadaan perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung di masa yang akan datang. Oleh karena itu sangat penting bagi perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan jumlah mahasiswa yang mendaftar ke perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung. Dalam penelitian ini berfokus pada tiga perguruan tinggi yaitu Universitas Bandar Lampung, Universitas Teknokrat Indonesia dan Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, ketiga perguruan tinggi tersebut dipilih berdasarkan kesamaan lokasi dan fokus pada inovasi dan teknologi.

Loyalitas konsumen memegang peranan yang sangat penting dalam kelangsungan suatu perusahaan atau bisnis dalam persaingan. Loyalitas adalah komitmen yang kuat untuk membeli atau mendukung kembali produk atau layanan yang disukai di masa mendatang, meskipun hal tersebut dipengaruhi oleh keadaan dan upaya pemasaran yang menyebabkan peralihan konsumen. Loyalitas mahasiswa adalah kesediaan mahasiswa dalam merekomendasikan perguruan tinggi yang bersangkutan kepada orang lain. (Saputra dan Putri, 2023). Loyalitas mahasiswa adalah salah satu tujuan utama lembaga pendidikan tinggi. Sebab mahasiswa yang loyal pada almamaternya umumnya akan menyebarkan informasi yang positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*) tentang almamater mereka, serta mereferensikan almamater mereka pada orang lain yang hendak kuliah di perguruan tinggi (Agam dan Mahdi, 2022) Loyalitas bisa ditunjukkan dengan beberapa jalan seperti merekomendasikan perguruan tinggi kepada pihak lain, akan membeli kembali untuk meningkatkan perguruan tinggi dimasa yang akan datang (Hafni, Chandra, dan Chandra, 2019). Dengan demikian sangat penting bagi perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa. Untuk mengetahui tingkat loyalitas perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung, peneliti melakukan pra survey kepada 30 responden, berikut ini tabel 1.1 hasil pra survey tingkat loyalitas perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung.

Tabel 1.2 Hasil Pra Survey Tingkat Loyalitas Perguruan Tinggi Swasta Di Bandar Lampung

No	Pertanyaan	Jumlah		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Bersedia menjadi rekomendator bagi Perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung yang dipilih kepada orang lain	8	22	27%	73%
2	Merasa nyaman berkuliah di Perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung	12	18	40%	60%
3	Perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung yang dipilih merupakan pilihan pribadi	15	15	50%	50%
Rata-Rata		12	18	39%	61%

Sumber: Hasil Pra Survei, 2024

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas bahwa rata-rata konsumen menjawab Ya mengenai pertanyaan tingkat loyalitas perguruan tinggi swasta sebesar 39%, sedangkan yang menjawab Tidak sebesar 61%. Dengan demikian dapat dikatakan mahasiswa memiliki tingkat loyalitas yang rendah pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung dikarenakan mahasiswa kurang bersedia merekomendasikan perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung yang dipilih kepada orang lain dan tidak merasa nyaman berkuliah di perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung. oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk memahami faktor yang tepat untuk menentukan strategi agar loyalitas mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung meningkatkan.

Memberikan kepuasan kepada mahasiswa merupakan salah satu bentuk upaya untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada atau menarik konsumen baru. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang (Darmadi, Silitonga, dan Kristiadi, 2021). Menurut Ifa (2018) menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa merupakan persepsi, kesan, sikap serta perbandingan mahasiswa terhadap jasa pendidikan dari perguruan tinggi yang telah digunakan atau dirasakan dengan harapan yang diinginkan terhadap jasa pendidikan tersebut. Amin (2018) kepuasan mahasiswa akan berdampak pada loyalitasnya terhadap perguruan tinggi tersebut. Seorang pengguna jasa (mahasiswa) yang loyal akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi suatu perguruan tinggi, karena mahasiswa akan bersedia mempromosikan perguruan tinggi tersebut kepada orang lain, memberikan umpan balik positif terhadap institusi pendidikan, mengurangi pengaruh serangan dari para kompetitor institusi sejenis (bergaining position), serta meningkatkan citra positif dari institusi tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Rohana (2022) serta Chandra. (2019) menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas.

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang dapat membangun loyalitas mahasiswa. Kualitas pelayanan yang tinggi bisa meningkatkan kepuasan konsumen dan menghasilkan *benefit* jangka panjang dalam bentuk *market share* dan *profitability* (Hafni, Chandra, dan Chandra, 2019). Layanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada mahasiswa. Kepuasan mahasiswa ditunjukkan dengan adanya kelayakan mahasiswa dan mahasiswa akan menceritakan mengenai layanan yang memuaskan kepada orang lain. Loyalitas konsumen dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan oleh konsumen (Hendri dan Robyardi, 2019). Karunia (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai persepsi pengguna layanan mengenai baik buruknya suatu layanan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Juandi (2018) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan, kemudian penelitian Zulkarnaini dan Fatmasari (2021) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas dan menurut penelitian yang dilakukan oleh Subandi dan Tarigan (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan.

Dalam membentuk loyalitas pelanggan, perusahaan diharapkan mampu membangun citra yang dikenal baik agar konsumen memiliki pemikiran yang positif dan tidak ragu untuk kembali membeli produk atau jasa dari perusahaan (Ifa, 2018). Pengelolaan perguruan tinggi yang unggul, dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa yang terlihat dari adanya kepuasan ketika menjadi mahasiswa di perguruan tinggi. Kepuasan mahasiswa akan mempengaruhi loyalitas, dan loyalitas akan mendorong mahasiswa untuk merekomendasikan kepada orang lain, sehingga citra terhadap loyalitas akan berdampak lebih tinggi karena adanya kepuasan (Agam dan Mahdi, 2022). Darmadi, Silitonga, dan Kristiadi (2021) menjelaskan bahwa citra merek adalah akumulasi dalam benak mahasiswa yang memberikan persepsi terhadap perguruan tinggi baik asosiasi, atribut, manfaat dan sikap mahasiswa terhadap jasa pendidikan dari perguruan tinggi tersebut. Hasil penelitian yang

dilakukan Syamsuddinnor (2021) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan, kemudian penelitian Saputra dan Putri (2023) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas dan menurut penelitian yang dilakukan oleh Ifa (2018) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan.

Kepercayaan dipandang sebagai cerminan dari kesan mahasiswa perguruan tinggi secara keseluruhan. Selama perguruan tinggi dapat secara konsisten memberikan nilai tambah kepada mahasiswanya maka akan terbentuk kepercayaan pada perguruan tinggi. Peningkatan rasa percaya terhadap perguruan tinggi dapat membentuk sikap loyal terhadap mahasiswa (Lewa, 2020). Kepercayaan mahasiswa terhadap perguruan tinggi akan berdampak di masa yang akan datang. Selama sebuah perguruan tinggi mampu menjaga kredibilitasnya, maka hal tersebut membantu mempromosikan perguruan tinggi tersebut kepada publik. Kemampuan perguruan tinggi dalam membangun kepercayaan akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas mahasiswa (Martin dan Nasib, 2021). Menurut Azizan dan Yusr (2019) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan kejujuran perguruan tinggi akan memberikan produk atau layanan yang diharapkan sesuai dengan yang mahasiswa butuhkan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ambartiasari, Lubis, dan Chan (2018) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan, kemudian penelitian Azizan dan Yusr (2019) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas dan menurut penelitian yang dilakukan oleh Agam dan Mahdi (2022) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan.

Telah dilakukan penelitian mengenai loyalitas mahasiswa oleh Saputra dan Putri (2023) yang berjudul Strategi Peningkatan Loyalitas Mahasiswa Perguruan Tinggi IIB Darmajaya Bandar Lampung yang menyatakan bahwa kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa perguruan tinggi IIB Darmajaya Bandar Lampung, sedangkan citra

merek berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa perguruan tinggi IIB Darmajaya Bandar Lampung. Hasil penelitian tersebut menjadi acuan penulis melakukan penelitian selanjutnya dengan melakukan perbedaan pada objek penelitian dan metode analisis data yang digunakan. Berdasarkan latar belakang fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan loyalitas mahasiswa, dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA MELALUI KEPUASAN PADA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI BANDAR LAMPUNG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dan uraian pada latar belakang diatas , maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung ?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung ?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung ?
5. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung ?
6. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung ?
7. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung ?
8. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung ?
9. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung ?

10. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah kualitas pelayanan, citra merek, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang Lingkup Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan November 2023 sampai selesai.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah Manajemen Pemasaran yang meliputi kualitas pelayanan, citra merek, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah. maka peneliti menetapkan tujuan penelitian yaitu.

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung

3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung.
5. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung
6. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung .
8. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung.
9. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung.
10. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan pada perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan terutama di bidang pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan citra merek, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas.

1.5.2 Bagi Pasca Sarjana Institut Informatika & Bisnis Darmajaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian yang dijadikan referensi bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama serta diharapkan dapat menambah wawasan bagi para mahasiswa/mahasiswi

Pasca Sarjana Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, terutama bagi mahasiswa/mahasiswi yang mengambil konsentrasi pemasaran

1.5.3 Bagi Perguruan Tinggi Swasta Di Bandar Lampung

Mampu memberikan implikasi bagi para pengelola di perusahaan yang nantinya akan dijadikan strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas mahasiswa perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung

1.6 Sistem Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang ada dalam perusahaan dan dirumuskan dalam perumusan masalah. ruang lingkup dari penelitian. tujuan penelitian. manfaat dari penelitian dan sistematika dari penelitian.

Bab II Landasan Teori

Bab ini menguraikan landasan teori dan tinjauan empiris yang relevan dengan permasalahan yang diteliti berdasarkan kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian. populasi dan sampel. sumber data. variabel penelitian. operasional variabel. teknik analisis data. uji persyaratan instrumen. metode analisis data. teknik analisis data. dan pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan III.

Bab V Simpulan dan Saran

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

Daftar Pustaka**Lampiran**