

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

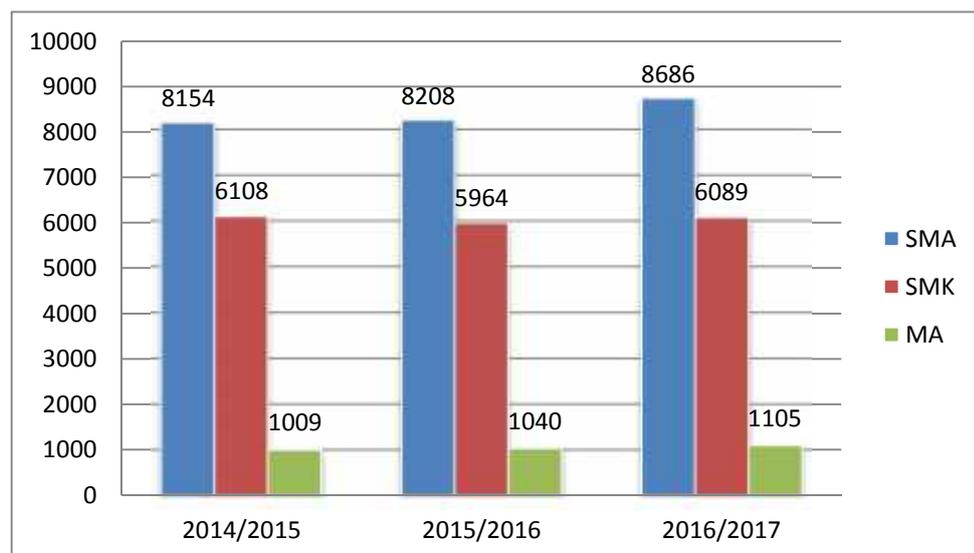
Perguruan Tinggi swasta merupakan bisnis jasa pendidikan yang potensial, sehingga berkembang sangat pesat dan menimbulkan persaingan bisnis yang ketat. Persaingan bisnis semakin dinamis, kompleks, dan tidak dapat di perkirakan sehingga mamacu para pengelola bisnis dan perusahaan untuk dapat berfikir secara kreatif, inovatif, serta mengetahui kebutuhan. Kebutuhan kosumen merupakan hal yang sangat penting bagi pelaku bisnis. Setelah adanya suatu kebutuhan maka akan muncul perilaku memilih produk baik barang maupun jasa yang tersedia di pasar. Melihat kondisi tersebut menejemen perusahaan harus menciptakan strategi sehingga konsumen memilih produk baik barang maupun jasa yang di tawarkan perusahaan.

Perilaku memilih di pengaruhi oleh faktor-faktor antara lain, Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor pribadi, dan Faktor Psikologis. Faktor budaya (*culture*) merupakan keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang di pelajari yang membantu mengarahkan perilaku konsumen para anggota masyarah tertentu. Faktor budaya terdiri dari sub budaya (*subculture*) dan kelas sosial (*social class*), Faktor Sosial merupakan faktor faktor yang mempunyai pengaruh langsung dalam perilaku konsumen. Faktor sosial terdiri dari dari Kelompok Refrensi (*reference group*), Keluarga (*family*), Peran dan Status, Faktor Pribadi merupakan karakteristik yang sangat berdampak secara langsung terhadap keputusan konsumen. Faktor Pribadi yang terdiri dari Usia dan Tahap Siklus Hidup, Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi, Kepribadian dan Konsep Diri, Gaya Hidup dan Nilai. Faktor Psikologis merupakan pilihan atau keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, presepi, pembelajaran, dan memori”. (Kotler, 2009 p:166).

Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung yang menjadi pusat pendidikan di Provinsi Lampung. Di Bandar Lampung terdapat beberapa sekolah negeri dan swasta antara lain, 62 sekolah menengah atas (SMA), 59 sekolah menengah kejuruan (SMK), 16 madrasah aliyah (MA) yang terdapat di Bandar Lampung. Setiap tahunnya SMA, SMK, MA meluluskan siswa siswinya yang kemudian menjadi target pasar Perguruan Tinggi swasta di Bandar Lampung. Berikut data jumlah lulusan SMA, SMK, MA tahun pelajaran 2014/2015, 2015/2016, dan 2016/2017.

Gambar 1.1

Grafik jumlah lulusan SMA, SMK, MA



Sumber : Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Lampung

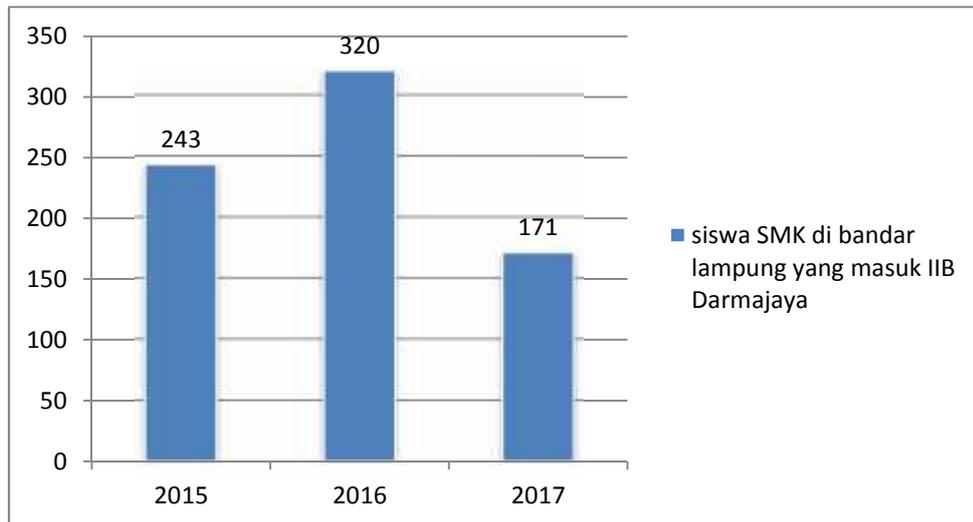
Pada grafik 1.1 pada tahun pelajaran 2014/2015 tingkat kelulusan SMA sebesar 8154 siswa/i yang terdiri dari 4865 siswa perempuan dan 3289 siswa laki-laki, tingkat kelulusan SMK sebesar 6108 siswa/i yang terdiri 2231 siswa perempuan dan 3877 siswa laki-laki, dan tingkat kelulusan MA sebesar 1009 siswa/i yang terdiri dari 623 siswa perempuan dan 386 siswa laki-laki, pada tahun 2015/2016 tingkat kelulusan SMA sebesar 8208 siswa/i yang terdiri dari 5294 siswa perempuan dan 2914 siswa laki-laki, tingkat kelulusan SMK

sebesar 5964 siswa/i yang terdiri dari 2958 siswa perempuan dan 3006 siswa laki-laki, dan tingkat kelulusan MA sebesar 1040 siswa/i yang terdiri 623 siswa perempuan dan 417 siswa laki-laki, pada tahun 2016/2017 jumlah lulusan SMA sebesar 8686 siswa/i yang terdiri dari 4759 siswa perempuan dan 3927 siswa laki-laki, tingkat lulusan SMK sebesar 6089 siswa/i yang terdiri dari 2068 siswa perempuan dan 4021 siswa laki-laki, dan pada tahun tingkat kelulusan MA sebesar 1105 siswa/i yang terdiri dari 687 siswa perempuan 418 siswa laki-laki. Lulusan SMK merupakan pangsa pasar yang potensial setelah SMA bagi Perguruan Tinggi swasta Bandar Lampung, dimana lulusan SMK pada tahun 2016/2017 mencapai 6089 siswa/i. Orientasi pembelajaran oleh siswa berorientasi pada lulusan yang siap pada dunia kerja. Oleh karena itu Perguruan Tinggi swasta perlu memiliki strategi untuk menarik lulusan SMK untuk melanjutkan studi di Perguruan Tinggi.

IIB Darmajaya merupakan salah satu Perguruan Tinggi swasta dengan target pasar siswa lulusan sekolah menengah atas (SMA), sekolah menengah kejuruan (SMK), madrasah aliyah (MA) di Bandar Lampung. Tingginya sebuah persaingan memacu IIB Darmajaya untuk terus berinovasi dan menyusun strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan. Siswa sekolah menengah kejuruan (SMK) merupakan salah satu target pasar IIB Darmajaya. Berikut data jumlah siswa SMK yang masuk ke IIB Darmajaya pada periode 2015-2017.

Gambar 1.2

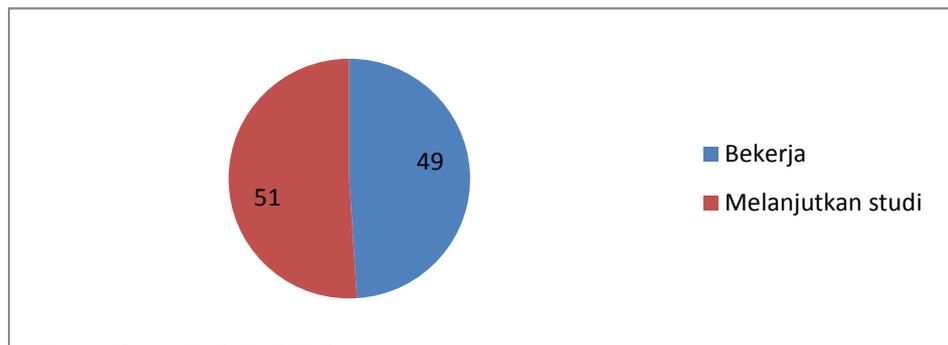
Grafik siswa SMK di Bandar Lampung yang masuk IIB darmajaya



Sumber : penerimaan mahasiswa baru IIB Darmajaya

Berdasarkan grafik 1.2 jumlah siswa SMK yang masuk IIB Darmajaya pada tahun 2015 sebesar 243 siswa SMK, pada tahun 2016 sebesar 320 siswa SMK, dan pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 171 siswa SMK, turun nya jumlah siswa SMK yang mendaftar di IIB Darmajaya dikarenakan siswa/i SMK tersebut tidak melakukan pendaftaran ulang di IIB Darmajaya dan masuk ke Perguruan Tinggi negeri atau memilih Perguruan Tinggi lainnya. Melihat fenomena turunnya jumlah siswa SMK di Bandar Lampung yang masuk Perguruan Tinggi IIB Darmajaya penulis tertarik melakukan survey lapangan dengan melakukan penyebaran kuesioner ke 100 responden siswa SMK di Bandar Lampung secara random dengan sub pertanyaan apa yang anda lakukan apa yang anda lakukan setelah lulus dari SMK dengan sub jawaban melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi atau bekerja, Di dapatkan data sebagai berikut:

Grafik 1.3



Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan hasil kuesioner yang di sebutkan pada grafik 1.3 di dapatkan gep atau kesenjangan dimana orientasi jumlah siswa lulusan SMK saat ini berdasarkan hasil kuesioner yang di dapatkan secara random dengan jawaban 51% dari total keseluruhan jawaban responden siswa/i SMK memilih melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi namun jumlah mahasiswa IIB Darmajaya yang berasal dari SMK mengalami tren penurunan dari tahun sebelumnya, banyak faktor yang di pertimbangkan konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan mungkin akan di mulai dengan penetapan tujuan lalu mengembangkan alterative dan akhirnya menentukan pilihan terbaik. Sebagian orang mungkin akan melakukan pilihan secara spontan tanpa perencanaan. Saat ini lulusan SMK berpeluang menjadi target pasar yang potensial. Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin meneliti lebih lanjut dengan judul **“ANALISIS FAKTOR FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI SISWA SMK DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI DI BANDAR LAMPUNG”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Menganalisis faktor faktor perilaku konsumen baru yang mempengaruhi siswa SMK dalam memilih Perguruan Tinggi di Bandar Lampung.”

1.3 RUANG LINGKUP PENELITIAN

1.3.1 Ruang lingkup subjek

Ruang lingkup subjek pada penelitian ini adalah siswa smk di Bandar Lampung

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek pada penelitian ini adalah siswa smk di Bandar Lampung

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Tempat penelitian ini dilakukan di JL.Zainal Abidin Pagar Alam NO 93A Kedaton Bandar Lampung

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu penelitian ini di lakukan pada bulan mei 2018 sampai bulan juli 2018

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Peneliti

Ilmu penelitian yang di ambil adalah menejemen pemasaran mengenai Analisis faktor faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi siswa SMK dalam memilih Perguruan Tinggi di Bandar Lampung.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah: “Menganalisis faktor faktor perilaku konsumen baru yang mempengaruhi siswa SMK dalam memilih Perguruan Tinggi di Bandar Lampung.”

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Peneliti

Bagi peneliti dengan melakukan penelitian ini penulis dapat memperoleh kesempatan untuk mencoba menerapkan pengetahuan yang di dapat selama mengikuti perkuliahan dengan praktek nyata khususnya dalam bidang menejemen pemasaran.

1.5.2 Bagi Insitusi IIB Darmajaya

Menambah referensi perpustakaan Fakultas Bisnis Dan Ekonomi IIB Darmajaya sebagai refrensi dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka penulis menyusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang terbatas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang mendukung penelitian yaitu tentang perilaku konsumen.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang jenis penelitian, sumber data penelitian, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang deskriptif data dari responden dan variable penelitian, hasil uji persyaratan analisis data, hasil

analisis data dan pembahasan.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN