

BAB I

PENDAHULUAN

E. Latar Belakang Penelitian

Pada era sekarang ini banyak masyarakat yang menyadari akan pentingnya pendidikan. Dengan adanya pendidikan dapat meningkatkan potensi diri seseorang untuk terbentuknya kepribadian. Setiap manusia memerlukan pendidikan, baik pendidikan formal maupun pendidikan nonformal. Pendidikan formal dapat diperoleh seseorang di bangku sekolah, sedangkan pendidikan nonformal diperoleh seseorang dari keluarganya maupun lingkungan tempat tinggalnya. Seiring pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat mengakibatkan persaingan sekolah yang semakin ketat pula. Untuk itu, sekolah dituntut untuk mampu bersaing dan menetapkan strategi yang tepat untuk memasarkan jasa pendidikannya.

Saat ini kebutuhan masyarakat akan pendidikan semakin meningkat. Masyarakat telah menyadari betapa pentingnya pendidikan saat ini, dengan memiliki pendidikan yang berkualitas baik maka masyarakat akan mampu mengembangkan potensi diri sendiri. Tingginya kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan dibutuhkan sekolah yang memiliki jasa pelayanan pendidikan yang berkualitas.

Adapun permasalahan pendidikan yang terjadi tak lain disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Pendidikan internal merupakan faktor yang terdapat dari dalam diri sendiri, karena kurangnya kesadaran dan kepedulian terhadap

pendidikan, sehingga kurangnya pengetahuan serta mahalnya biaya pendidikan. Faktor eksternal faktor yang berasal dari luar diri seseorang.

Tabel 1.1
Rekapitulasi Jumlah Siswa SMP Yadika 3

Tahun	Jumlah Penurunan Siswa
2015-2016	49 Siswa
2016-2017	29 Siswa

Sumber : SMP Yadika 3

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa terjadi penurunan siswa pada SMP Yadika 3 Karang Tengah – Tangerang dimana pada tahun 2015 -2016 sebanyak 49 Siswa, pada tahun 2016 – 2017 menurun sebanyak 29 siswa.

SMP Yadika 3 Karang Tengah merupakan salah satu lembaga pendidikan yang bersaing secara kompetitif dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan agar dapat mencapai kepuasan siswa yang maksimal. Munculnya sekolah swasta lain yang menawarkan program – program unggulan ditambah banyaknya Sekolah Menengah Pertama yang dibangun dan dikelola pihak pemerintah, menjadikan suatu tantangan bagi SMP Yadika 3. Hal ini tentu semakin memicu sekolah untuk bisa bersaing memberikan tawaran program pendidikan yang tidak kalah bersaing dengan Sekolah Menengah Pertama Negeri dan Swasta lainnya. Perusahaan dalam memberikan kepuasan konsumen harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan konsumen saat ini dan yang akan datang.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau

hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan siswa memiliki kaitan yang sangat erat dengan harapan siswa atas kualitas pelayanan yang diberikan sekolah. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.

Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. SMP Yadika 3 memiliki jumlah karyawan yang cukup memadai, setiap karyawan cepat dan sigap dalam menangani masalah serta cepat dan sigap dalam menerima kritik dan saran, selain itu juga SMP Yadika 3 memiliki fasilitas yang memadai dan ruang tunggu serta fasilitas perlengkapan yang nyaman dan menunjang, guna proses belajar mengajar yang efektif dan efisien sehingga siswa mendapatkan kepuasan dalam segi pelayanan belajar mengajar. SMP Yadika 3 memberikan suasana yang aman dan nyaman sehingga siswa yang berada di dalam lingkungan sekolah merasa aman dan nyaman. Kualitas (*quality*) totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Selain pada kualitas pelayanan atau *service* yang diinginkan setiap pelanggan, faktor harga juga menjadi salah satu pertimbangan bagi para pelanggan. Harga yang diberikan oleh SMP Yadika 3 masih cukup terjangkau oleh setiap masyarakat, setiap pembayar uang gedung, seragam dan buku dapat

dicicil sehingga meringankan setiap orang tua yang mendaftarkan anak – anaknya di SMP Yadika 3, selain itu juga SMP Yadika 3 memberikan diskon kepada setiap murid yang melakukan pendaftaran pada gelombang pertama dan kedua, pada saat tim penerimaan murid baru datang berkunjung ke Sekolah Dasar tertentu serta berlangsungnya perlombaan antar Sekolah Dasar di lokasi SMP Yadika 3 dan memberikan diskon juga kepada setiap siswa yang lulus dari SD Yadika. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran bahkan komunikasi membutuhkan banyak biaya.

Selain Kualitas Pelayanan dan Harga, Promosi juga berperan penting dalam hal ini. Promosi yang diberikan membuat masyarakat lebih mudah untuk mendapatkan informasi tentang SMP Yadika 3, salah satu cara yang sering dilakukan SMP Yadika 3 untuk menarik dan membujuk para calon siswa adalah dengan cara mendatangi beberapa Sekolah Dasar untuk melakukan promosi secara langsung, mengadakan perlombaan antar Sekolah Dasar di lokasi SMP Yadika 3, memasang spanduk pada tepi jalan, dan memberikan brosur pada masyarakat setempat.

Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membeli produk tersebut.

Tabel 1.2
Research Gap

VARIABEL	PENELITI	HASIL PENELITIAN
Kualitas Pelayanan	Rendy Gulla, G. Orroh, Ferdy Roring (2015)	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan
	Im Mardizal, Hayu Yolanda Utami, Dina Amalusi (2016)	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan
	Haily dan Sri Yanti (2016)	Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan
Harga	Rendy Gulla, G. Orroh, Ferdy Roring (2015)	Harga berpengaruh signifikan
	Im Mardizal, Hayu Yolanda Utami, Dina Amalusi (2016)	Harga berpengaruh positif dan signifikan
	Haily dan Sri Yanti (2016)	Harga berpengaruh signifikan
	Ana Fitriyatul Bilgies (2016)	Harga tidak berpengaruh signifikan
Promosi	Rendy Gulla, G. Orroh, Ferdy Roring (2015)	Promosi tidak berpengaruh signifikan
	Im Mardizal, Hayu Yolanda Utami, Dina Amalusi (2016)	Promosi berpengaruh positif dan signifikan
	Haily dan Sri Yanti (2016)	Promosi berpengaruh secara signifikan

Sumber : data di olah Penulis dari Jurnal 2018

Berdasarkan Latar Belakang penelitian dan beberapa hasil dari riset gap diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di SMP Yadika 3 Karang Tengah Tangerang.**

F. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang akan dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?

G. Pembatasan Masalah

- a. Karena keterbatasan waktu dan dana maka, penelitian ini hanya membahas mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.
- b. Penelitian dilakukan hanya pada SMP Yadika 3 Karang Tengah Tangerang.

H. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah di uraikan diatas, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan.

2. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Sekolah

Penelitian ini dapat mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan menambah informasi kepada sekolah tentang Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi.

2. Bagi Penulis

Dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan guna mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pembandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

