

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Yogyakarta merupakan kota yang sudah lama terkenal sebagai kota pelajar. Banyak orang dari berbagai daerah datang mengunjungi kota Yogyakarta dengan berbagai tujuan, salah satunya adalah untuk menuntut ilmu. Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang berada di Yogyakarta merupakan organisasi yang bergerak dalam jasa pendidikan bagi seluruh masyarakat Indonesia yang tidak tergantung oleh keberadaan serta kapasitas Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Aktivitas yang dilakukan perguruan tinggi selalu mengacu kepada Tridharma perguruan tinggi yang meliputi pendidikan, penelitian, serta pengabdian pada masyarakat. Sebagai bagian dari sistem pendidikan nasional yang berada di bawah naungan Departemen Pendidikan Nasional, tujuan perguruan tinggi harus selaras dengan tujuan pendidikan nasional yaitu: Pendidikan Nasional Indonesia berdasarkan Pancasila bertujuan untuk meningkatkan kualitas mahasiswa Indonesia, yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berbudi pekerti luhur, berkepribadian, berdisiplin, bekerja keras, tangguh, bertanggungjawab, mandiri, cerdas, dan terampil, sehat jasmani dan rohani.

Untuk mencapai tujuan di atas, tentu saja perguruan tinggi harus mempunyai kualitas yang baik dalam proses penyelenggaraan ^{pendidikannya} pendidikannya, serta perlu ada

.....

yang ada di sebuah perguruan tinggi, untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan nasional di atas.

Melihat daya tampung perguruan tinggi negeri yang terbatas serta tetap meningkatnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa perguruan tinggi swasta dari tahun ke tahun, maka peluang perguruan tinggi swasta sebagai alternatif untuk memberikan ilmu setara perguruan tinggi negeri menjadi sangat besar. Akibat dari kondisi tersebut maka mulai bermunculan perguruan tinggi swasta di Yogyakarta untuk menjaring calon mahasiswa agar bersedia belajar di perguruan tinggi yang mereka dirikan. Perguruan tinggi swasta yang berhasil nantinya adalah perguruan tinggi yang mampu meningkatkan kualitas proses belajar mengajarnya serta perguruan tinggi yang dilengkapi dengan fasilitas belajar dan mengajar yang lengkap dan mendukung, karena dalam rangka menyongsong era globalisasi tidak menutup kemungkinan akan munculnya perguruan tinggi swasta lain yang diselenggarakan oleh pihak luar negeri.

Jika sebuah perguruan tinggi tidak diminati calon mahasiswa, maka dapat menyebabkan kebangkrutan hingga tutupnya perguruan tinggi tersebut dan juga sebaliknya apabila suatu perguruan tinggi mampu memberikan apa yang diharapkan dan dibutuhkan oleh konsumen maka kemungkinan besar perguruan tinggi tersebut akan semakin maju dan semakin diminati oleh konsumen.

Untuk menjadi perguruan tinggi yang diminati dan sukses dalam manajemennya maka pemasar harus memahami keragaman yang terjadi dalam pasar konsumen agar mereka mampu memasarkan produk atau jasa mereka

dengan baik. Pemasar yang mengetahui dengan baik perilaku konsumen mereka maka pemasar dapat mempengaruhi perilaku konsumen mereka sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pemasar. Sebelum melakukan program pemasaran, produsen harus melakukan riset pemasaran guna memahami dengan benar apa yang menjadi pasar sasaran. Definisi riset pemasaran adalah desain, koleksi, analisis dan pelaporan data dan temuan-temuan yang sistematis relevan dengan situasi pemasaran yang spesifik yang dihadapi produsen (Kotler dan Keller, 2006, hal. 96)

Oleh karena itu perguruan tinggi harus menawarkan program pendidikan sesuai kebutuhan pasar dan selalu memperbaiki kurikulum yang ada dari waktu ke waktu yang disertai peningkatan kualitas pelayanan dan perbaikan fasilitas fisik, sehingga hal ini dapat menimbulkan citra yang positif/baik dimata masyarakat. Karena citra merupakan faktor yang penting bagi keberhasilan suatu program pemasaran karena citra dapat mempengaruhi loyalitas konsumen baik yang terwujud dalam pembelian ulang maupun merekomendasikannya kepada orang lain. Pembentukan citra ini dilakukan perguruan tinggi ini guna tetap menarik dimata masyarakat dan mampu bersaing dengan perguruan tinggi yang lain sehingga lebih diminati oleh konsumen.

Kondisi antar perguruan tinggi yang memiliki perbedaan fasilitas, kemampuan mengelola dan lain-lain mengakibatkan beberapa perguruan tinggi memiliki kondisi yang berbeda-beda, kemampuan perguruan tinggi yang berbeda-beda dapat diketahui dari beberapa indikator. Perbedaan kemampuan nada tion

perguruan tinggi ini dimulai dari kemampuan menampung mahasiswa, jumlah fakultas yang ditawarkan, jumlah tenaga pengajar yang dimiliki dan lain-lain. Selain itu setiap perguruan tinggi mempunyai reputasi yang berbeda-beda, baik dari pengelolaan maupun dari pengajaran. Konsumen cenderung akan memilih perguruan tinggi yang mempunyai reputasi/citra yang baik. Citra inilah yang menjadikan setiap perguruan tinggi berbeda dibenak masyarakat terutama konsumen yang akan menggunakan jasa tersebut. Penelitian empiris membuktikan evaluasi citra serta tindakan pembelian sampai evaluasi kepuasan penggunaan produk yang dibeli, yang secara langsung berdampak langsung pada sikap dan kemungkinan dilakukannya pembelian ulang/loyalitas (Alba et al, 1991 dalam Dharmmesta, 2003).

Hasil penelitian sebelumnya oleh Nugroho (2007) yang berjudul Pengaruh Citra Bengkel, Kepuasan konsumen dan Sikap konsumen Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor Yogyakarta). Pada penelitian ini didapatkan variabel citra, kepuasan dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen yang berupa kemauan untuk merekomendasi kepada orang lain, kemauan untuk tetap dalam menggunakan merek tertentu dan kemauan untuk mendorong orang lain. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan dan kepuasan pelanggan adalah dua prediktor penting bagi perilaku konsumen

Citra yang begitu penting bagi keberlangsungan hidup sebuah perguruan tinggi, maka hal ini menjadi tanggung jawab sebuah perguruan tinggi untuk dapat

memperhatikan dan mengelola citra baik yang sudah dimiliki agar dapat terus dipertahankan dan bahkan nantinya akan dapat ditingkatkan dan dipergunakan untuk mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa perguruan tinggi tersebut. Dalam penelitian ini, dilakukan guna meneliti tentang citra perguruan tinggi, sikap dan kepuasan konsumen pada perilaku konsumen, yang berwujud kemauan konsumen untuk menggunakan jasa pendidikan di Yogyakarta.

B. Perumusan masalah

Agar permasalahan dalam penelitian ini tidak terlalu melebar maka peneliti menyusun perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra perguruan tinggi berpengaruh positif pada perilaku konsumen?
2. Apakah sikap konsumen berpengaruh positif pada perilaku konsumen?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif pada perilaku konsumen?
4. Apakah citra perguruan tinggi, sikap konsumen dan kepuasan konsumen berpengaruh positif pada perilaku konsumen?

C. Tujuan penelitian

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui beberapa hal diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh citra perguruan tinggi pada perilaku konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh sikap konsumen pada perilaku konsumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen pada perilaku konsumen.

4. Untuk menganalisis pengaruh citra perguruan tinggi, sikap konsumen dan kepuasan konsumen pada perilaku konsumen

D. Lingkup penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menguji mengenai pengaruh citra perguruan tinggi, sikap konsumen dan kepuasan konsumen pada perilaku konsumen dalam menggunakan jasa pendidikan di Yogyakarta, yaitu pada Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

E. Manfaat penelitian

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi perguruan tinggi untuk memprediksi pengaruh citra, sikap konsumen dan kepuasan konsumen pada perilaku konsumen yang nantinya dapat digunakan dengan maksimal oleh perguruan tinggi guna kepentingan pemasaran
2. Memberi masukan bagi perguruan tinggi dalam mengenali, memahami dan memprediksi sikap calon konsumen yang akan menggunakan jasa perguruan tinggi
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi peneliti lain yang akan meneliti mengenai pengaruh citra perguruan tinggi, sikap konsumen, kepuasan konsumen pada perilaku konsumen.