

BAB I

PENDAHULUAN A

A. Latar Belakang Penelitian /

Perkembangan Era Globalisasi selalu menuntut sumber daya manusia yang berkualitas tinggi. Hal ini juga menjadikan kompetisi global dalam dunia pendidikan menjadi semakin ketat. Perguruan Tinggi yang merupakan salah satu lembaga pendidikan pun dituntut untuk selalu memberikan pelayanan dan kualitas yang terbaik. Dalam Peraturan Pemerintah No 60 tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi, menjelaskan bahwa tujuan dari pendidikan tinggi adalah :

- (1) Menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan, atau memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian,
- (2) Mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional (PP/No. 60/99/Tentang Pendidikan Tinggi).

Fenomena dalam dunia pendidikan harus dilihat sebagai sebuah kemungkinan dan kesempatan yang positif. Perguruan Tinggi (PT) berpeluang melebarkan sayapnya kewilayah yang lebih luas. Bukan hanya berkisar pada persoalan proses, sarana dan metode pendidikan serta persoalan konvensional,

berorientasi global sudah pasti menuntut pengelolaan yang lebih serius, serta berkemampuan membangun *brand* dan mengkomunikasikannya ke publik. Kurikulum, pengajar, dan metode pengajaran tidak lagi dipandang sebagai bahan generik, melainkan bagian dari konsep *positioning* lembaga. Dengan demikian, Perguruan Tinggi ataupun lembaga pendidikan lainnya harus mampu memenuhi kebutuhan dan permintaan pasar baik dari sisi harga maupun *availability*-nya (SWA/Edisi 17/Agustus/2005).

Konsumen membeli barang dan jasa adalah untuk memuaskan berbagai kebutuhan dan keinginan. Ada berbagai macam faktor yang mempengaruhi mengapa seseorang membeli suatu produk tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Selain jenis produk, faktor ekonomi, faktor psikologis, faktor sosiologis dan faktor anthropologis juga menentukan perilaku pembelian seseorang. Termasuk faktor psikologis ini adalah : motif, sikap, kepribadian dan sebagainya. Manajemen perlu mempelajari faktor-faktor tersebut agar program pemasarannya dapat lebih berhasil. Selain itu, keadaan keluarga dan kelompok lain juga perlu dipelajari karena hal ini sangat mempengaruhi perilaku konsumen (Dharmmesta dan Handoko, 2000, hal. 26).

Menurut *American Marketing Association* dalam Dharmmesta (1993), perilaku konsumen diartikan sebagai interaksi yang dinamis antara kesadaran/pengertian (*cognition*), perilaku, dan peristiwa lingkungan dengan

Dalam pengertian tersebut paling sedikit ada tiga hal penting, yaitu : (1) Perilaku konsumen itu bersifat dinamis, (2) Perilaku konsumen itu melibatkan interaksi antara perasaan dan kesadaran, perilaku dan peristiwa-peristiwa lingkungan, dan (3) Perilaku konsumen itu melibatkan pertukaran. Dari ketiga hal ini tersirat bahwa perilaku konsumen itu sangat kompleks dan selalu berubah-ubah baik secara individual, kelompok maupun keseluruhan (Dharmmesta, 1993, hal. 30).

Sikap dan perilaku konsumen selalu menjadi topik yang hangat dibidang pemasaran. Definisi sikap menurut Allport (1935) adalah bahwa sikap merupakan suasana mental dan neural tentang kesiapan diorganisasi melalui pengalaman, menggunakan pengaruh yang terarah dan dinamis terhadap tanggapan individu pada semua obyek dan situasi yang terkait. Sedangkan perilaku menurut Martin dan Pear (1996) diartikan sebagai segala sesuatu yang dikatakan atau dilakukan oleh seseorang (Dharmmesta, 1997, hal. 1).

Sikap didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh. Intensitas, dukungan dan kepercayaan adalah sifat penting dari sikap. Masing-masing sikap akan tergantung pada kualitas pengalaman konsumen sebelumnya dengan obyek sikap. Sementara konsumen mengakumulasi pengalaman baru, sikap dapat berubah. Sejauh mana sikap dapat memberikan ramalan yang akurat mengenai perilaku akan bergantung pada sejumlah faktor. Hubungan sikap - perilaku seharusnya bertumbuh lebih kuat bila (1) Pengukuran sikap menetapkan

waktu antara pengukuran sikap dan perilaku menjadi lebih singkat, (3) Sikap didasarkan pada pengalaman langsung, dan (4) Perilaku menjadi kurang dipengaruhi oleh pengaruh sosial (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994, hal. 361).

Menurut *theory of reasoned action* model perilaku seseorang bergantung pada niat berperilaku, sedangkan niat untuk berperilaku bergantung pada sikap dan norma sosial atas perilaku. Sedangkan keyakinan terhadap akibat perilaku dan evaluasi akibat akan menentukan sikap perilaku seseorang. Keyakinan normatif dan motivasi untuk memenuhi orang lain akan menentukan norma sosialnya. Biasanya perilaku konsumen tertentu akan dilakukan bila kondisinya memang menguntungkan yaitu: (1) Sikap terhadap perilaku konsumen tersebut positif dan menguntungkan, (2) Norma sosialnya yang menguntungkan, dan (3) Jenjang kontrol keperilakuan yang cukup tinggi (*theory of planned behavior*) (Dharmmesta, 1998, hal. 89).

Prediksi mengenai perilaku konsumen yang diperoleh dari pengukuran sikap banyak menjadi pertentangan peneliti, hal ini disebabkan kecilnya korelasi positif antara sikap dan perilaku. dari beberapa penelitian korelasi antara sikap dan perilaku jarang mencapai 0,30 (jika dikuadratkan menunjukkan hanya 9 persen variabilitas dalam perilaku disebabkan oleh sikap). Sehingga keputusan manajerial yang memfokuskan pada sikap

Setelah mengalami penyempurnaan dalam hal defenisi, pengukuran dan model konseptualnya, maka saat ini penelitian tentang sikap telah dapat menjadi prediktor yang akurat terhadap perillaku (Dharmmesta, 1998, hal.87).

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ajzen dalam Dharmmesta (1998) untuk kasus menurunkan berat badan terlihat adanya peningkatan hasil koefisien regresi berganda setelah variabel kontrol keperilakuan yang dirasakan ditambahkan kedalam persamaan yaitu dari 0,65 menjadi 0,72. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut memang memberikan kontribusi yang independen terhadap prediksi niat melakukan tindakan dalam kasus-kasus yang diteliti tersebut.

Sehubungan dengan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian khusus guna menganalisis pendekatan *theory of planned behavior* pada niat mengikuti Program Magister Manajemen-Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

B. Batasan Penelitian 2

Dengan melihat banyaknya penyelenggaraan Program Magister Manajemen di Lembaga Perguruan Tinggi baik Negeri maupun Swasta serta adanya keterbatasan peneliti baik dalam hal jangka waktu penelitian, dana penelitian, kerangka teori serta data penelitian, maka peneliti membatasi lingkup penelitian ini pada Program Magister Manajemen Universitas

terbatas pada analisis pendekatan *theory of planned behavior* pada niat mengikuti Program MM-UMY.

C. Rumusan Masalah 3

Teori sikap seperti *theory of planned behavior* (TPB) merupakan teori yang menggunakan konstruk-konstruk yang spesifik, misalnya sikap, norma subyektif, kontrol berperilaku dan niat dalam memprediksi perilaku seseorang. Dengan demikian, berdasarkan latar belakang yang ada, masalah yang diteliti adalah: Adakah pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol berperilaku pada niat mengikuti Program MM-UMY ?

D. Tujuan Penelitian 4

Berdasarkan masalah penelitian yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh :

1. Keyakinan berperilaku dan evaluasi akibat dianggap mempengaruhi sikap terhadap perilaku.
2. Keyakinan normatif menggambarkan sebagai determinan norma subyektif.
3. Keyakinan kontrol menjadi basis bagi persepsi tentang kontrol berperilaku.

E. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat dipakai bagi Universitas sebagai dasar dalam pengembangan strategi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan kontribusi bagi Universitas dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan upaya peningkatan kualitas dan pelayanan terutama upaya untuk menarik konsumen dalam berperilaku.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memprediksi seberapa besar atau kecilnya niat untuk mengikuti Program MM-UMY yang dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif dan kontrol berperilaku yang dirasakan serta untuk menambah referensi bagi