

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan hal terpenting dalam kehidupan manusia. Setiap orang Indonesia berhak atas pendidikan dan harus selalu bertumbuh dalam pendidikan. Menjadi orang yang berpendidikan sangat penting. Lingkungan pendidikan pertama yang diterima semua manusia adalah lingkungan rumah (pendidikan informal), lingkungan sekolah (pendidikan formal), dan lingkungan masyarakat (pendidikan nonformal). Pendidikan informal adalah pendidikan yang diperoleh seseorang, sadar atau tidak sadar, dari pengalaman sehari-hari sejak lahir sampai mati. Proses pendidikan ini berlangsung seumur hidup. Sekolah adalah lembaga formal yang mengemban misi pendidikan. Peran sekolah sebagai wahana pertukaran ide antar siswa sangatlah penting (Alpian dkk, 2019).

Hal ini diperkuat oleh pengertian pendidikan yang tertuang dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No.20 (2003) bahwa pendidikan adalah sebuah usaha dari peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, dan negara yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran. Makna pendidikan secara sederhana yaitu sebagai usaha manusia untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi bawaan

baik jasmani maupun rohani sesuai dengan nilai dan norma yang ada dalam masyarakat.

Terdapat beberapa jenjang pendidikan pada pendidikan formal meliputi pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi (Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional, 2003). Setelah menyelesaikan pendidikan menengah, siswa-siswi lulusan SMA/SMK sederajat bisa melanjutkan ke jenjang pendidikan selanjutnya yaitu pendidikan tinggi. Hal tersebut bisa menjadi peluang bagi seluruh perguruan tinggi yang ada. Siswa-siswi dapat melanjutkan studinya pada Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Baik PTN maupun PTS mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih.

Ketika ingin melanjutkan studi ke perguruan tinggi, mahasiswa akan melakukan beberapa pertimbangan yang disesuaikan dengan keadaan atau kondisi yang ada. Apabila keadaan atau kondisi tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka akan terjadi keraguan sehingga berakibat pada keputusan untuk tidak memilih, dalam hal ini keputusan untuk tidak melanjutkan studi di tempat yang diharapkan (Harahap dkk, 2018). Pengambilan keputusan konsumen adalah pengambilan keputusan untuk membeli produk atau jasa. Saat memilih produk atau jasa, konsumen bisa melakukan evaluasi. Dari pemilihan dan evaluasi yang dilakukan, nantinya akan menghasilkan sebuah keputusan (Firmansyah, 2018). Adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi merupakan proses awal dari pengambilan keputusan konsumen. Pemenuhan kebutuhan berkaitan dengan banyak alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk mendapatkan alternatif terbaik dari persepsi konsumen (Razak, 2016). Konsumen

dalam hal ini adalah mahasiswa, dimana mereka mempunyai kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi yaitu kebutuhan akan pendidikan. Mereka melakukan evaluasi terlebih dahulu terkait alternatif-alternatif yang ada, sebelum mereka memutuskan untuk memilih perguruan tinggi mana yang akan dijadikan tempat melanjutkan studinya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) citra merek adalah nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari penjual sehingga produk tersebut berbeda dengan produk pesaingnya. Citra merek dalam hal ini adalah citra dari suatu institusi pendidikan atau perguruan tinggi. Citra merek (*brand image*) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi sebagai tempat studi mereka (Kurniadhi, 2022). Hal ini dikarenakan, faktor utama konsumen dalam membeli produk jasa, tidak hanya sekedar membutuhkan barang atau jasa tersebut. Akan tetapi, terdapat sesuatu yang lain yang diharapkan yaitu citra merek yang terbentuk pada diri produk tersebut. Seiring dengan berjalannya waktu, produk jasa di bidang pendidikan mengalami pertumbuhan yang pesat. Maka tidak mengherankan semakin banyak bermunculan perguruan tinggi yang dapat memicu adanya persaingan di antara perguruan tinggi tersebut (Kuswardani dan Rusdianti, 2010). Oleh sebab itu, masing-masing perguruan tinggi harus meningkatkan citra mereka karena citra perguruan tinggi adalah faktor untuk mampu bersaing yang merupakan salah satu elemen kunci *intangible resources* (sumber daya tidak berwujud) yang akan menjadi sumber dari penciptaan kondisi keunggulan daya saing berkelanjutan (*sustainable competitive*

advantage) (Dirgantari, 2012). Mahasiswa akan memiliki ketertarikan khusus untuk perguruan tinggi yang memiliki citra baik. Citra baik membuat suatu perguruan tinggi akan mendapatkan nilai positif di mata konsumen. Persepsi mahasiswa yang dibentuk oleh citra positif dari suatu perguruan tinggi, dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi tertentu untuk melanjutkan studinya (Harahap dkk, 2018).

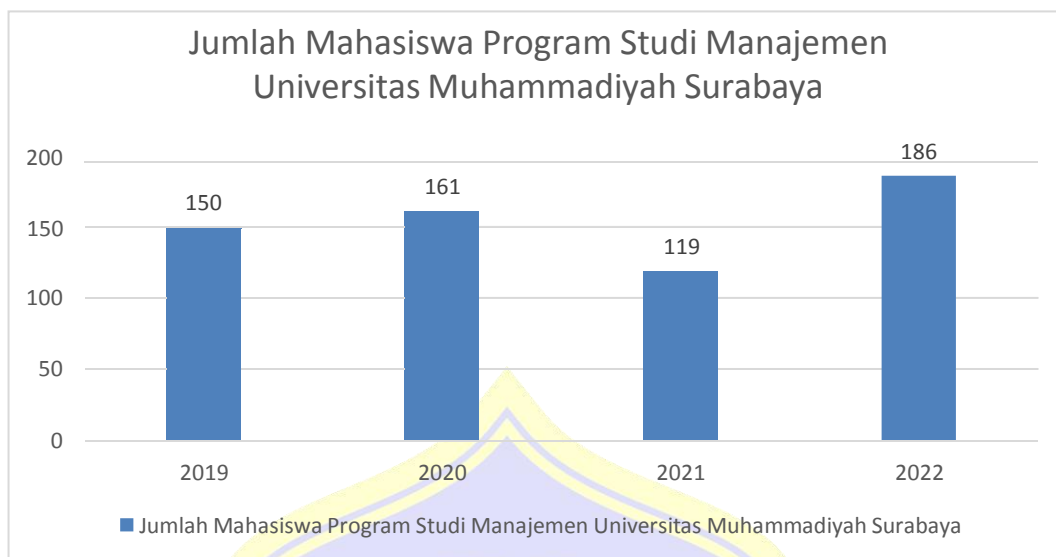
Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi pelanggan dalam menggunakan sebuah jasa sehingga kualitas pelayanan sangat penting untuk dikelola dengan baik. Pada institusi perguruan tinggi, salah satu tujuan penting yang harus dicapai yaitu memberikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh pada perguruan tinggi untuk mencapai daya saing. (Dirgantari, 2012). Di bidang jasa pendidikan, tentunya tidak terlepas dari adanya persaingan antar perguruan tinggi dalam mendapatkan mahasiswa. Dengan demikian, perguruan tinggi juga perlu untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan (Hafni dkk, 2019). Kualitas pelayanan adalah suatu tindakan yang berhubungan erat dengan produk, jasa dan sumber daya manusia serta proses dan lingkungan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar tercapai kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2005). Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perguruan tinggi harus memenuhi kriteria pendidikan tinggi sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh mahasiswa. Hal ini bertujuan agar mahasiswa dapat percaya bahwa perguruan tinggi tersebut mampu memenuhi kebutuhannya sehingga berdampak pada keputusan mahasiswa untuk memilih

melanjutkan studi di program studi perguruan tinggi tersebut (Murtiningsih dan Hendrawan, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Harahap dkk (2020) dengan judul “Pentingnya Citra Universitas dalam Memilih Studi di Perguruan Tinggi” menunjukkan hasil bahwa citra universitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih studi. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Supardin dkk (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Biaya Pendidikan dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Memilih Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi” dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa meneruskan studi.

Universitas Muhammadiyah Surabaya merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang ada di kota Surabaya di bawah naungan Amal Usaha Muhammadiyah Jawa Timur. Universitas Muhammadiyah Surabaya dikenal dengan “Kampus Sejuta Inovasi”. Dilansir melalui *website* resminya, Universitas Muhammadiyah Surabaya mempunyai beragam prestasi atau penghargaan. Salah satu penghargaan yang diperoleh yaitu pada tahun 2019, Universitas Muhammadiyah mendapatkan “Anugerah Kampus Unggul LLDIKTI Wilayah VII”. Selain itu Universitas Muhammadiyah Surabaya juga menjalin kerjasama dengan institusi lain baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Universitas Muhammadiyah Surabaya memiliki 34 Program Studi. Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan salah satu program studi di Universitas Muhammadiyah Surabaya.



Gambar 1.1 Jumlah Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya

Sumber : administrasi program studi Manajemen, diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah, mengalami pertumbuhan yang fluktuatif. Dimana pada tahun 2019 jumlah mahasiswa Program Studi Manajemen sebanyak 150 mahasiswa, tahun 2020 sebanyak 161 mahasiswa, tahun 2021 sebanyak 119 mahasiswa dan pada tahun 2022 sebanyak 186 mahasiswa. Meskipun jumlah mahasiswa Program Studi Manajemen mengalami pertumbuhan yang fluktuatif, rata-rata setiap tahunnya mengalami peningkatan. Program Studi Manajemen menyediakan fasilitas belajar yang baik, seperti ruang kelas, peralatan dan perlengkapan belajar. Terdapat juga fasilitas lain yang dapat menunjang aktivitas dan kegiatan belajar mengajar seperti perpustakaan, laboratorium, koperasi dan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), Galeri Investasi beserta laboratorium MSDM (Manajemen Sumber Daya Manusia).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya ?
3. Apakah citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya ?

C. Tujuan Penelitian

Berikut beberapa tujuan dari penelitian yang ditulis, yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya

2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya

D. Manfaat Penelitian

Berikut beberapa manfaat dari penelitian yang ditulis, yaitu :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti untuk mengembangkan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama menjalani perkuliahan dan menambah wawasan serta memperluas pandangan peneliti terkait pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya

2. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi Universitas Muhammadiyah Surabaya dan Program Studi Manajemen bahwa citra merek dan kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surabaya. Selain itu,

hasil penelitian ini bisa menjadi masukan dan pertimbangan bagi Universitas Muhammadiyah Surabaya dan Program Studi Manajemen untuk meningkatkan citra merek dan kualitas pelayanan yang berkorelasi terhadap akreditasi Universitas maupun prodi agar bisa menjadi pilihan mahasiswa sebagai tempat untuk melanjutkan studinya

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dalam menambah ilmu dan wawasan serta bisa dijadikan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih program studi

E. Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang berisikan tentang : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi uraian tentang teori-teori sebagai dasar pembahasan skripsi yang meliputi : landasan teori, temuan terdahulu, kerangka berpikir/konsep dan model analisis, hubungan antar variabel serta hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini merupakan metodologi penelitian yang berisikan tentang : pendekatan penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sampel, objek/lokasi dan waktu penelitian, metode dan teknik pengumpulan data serta teknik mengolah data

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data hasil penelitian, hasil uji hipotesis dan pembahasan

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian

