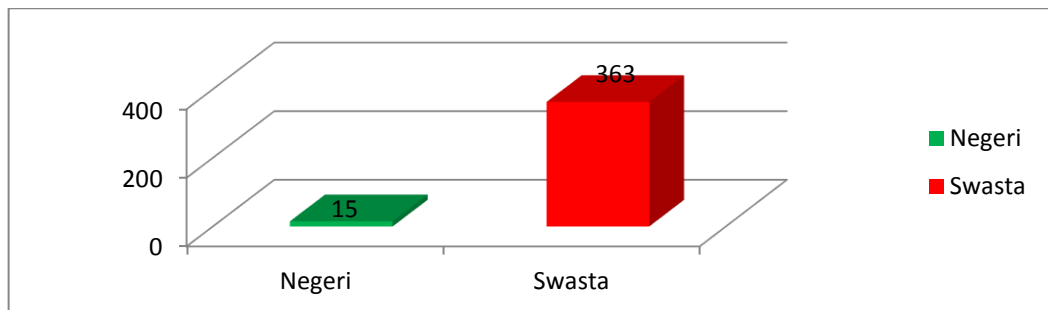


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Pendidikan merupakan suatu aspek yang bisa mencerdaskan kehidupan masyarakat dalam berbagai bangsa, pendidikan menjadi hak bagi setiap warga negara untuk memperolehnya. Dalam kemajuan peradaban dan untuk memperbaiki tatanan masyarakat, pendidikan menjadi hal penting yang harus diperoleh dan dijalani oleh masing – masing individu. Dewasa ini pendidikan tidak hanya menjadi tuntutan, namun pendidikan menjadi kesadaran yang harus diperhatikan dan disikapi dengan baik oleh masyarakat, pemerintah dan institusi pendidikan itu sendiri.

Universitas adalah Perguruan Tinggi yang menyelenggarakan pendidikan akademik dan pendidikan vokasi yang mengajarkan dan melakukan penelitian dengan berbagai disiplin keilmuan. Berikut ini adalah gambar 1.1, yang menggambarkan tentang jumlah Perguruan Tinggi Swasta lebih dari pada Perguruan Tinggi Negeri.



Sumber :<http://bps.go.id> (Diolah sendiri)

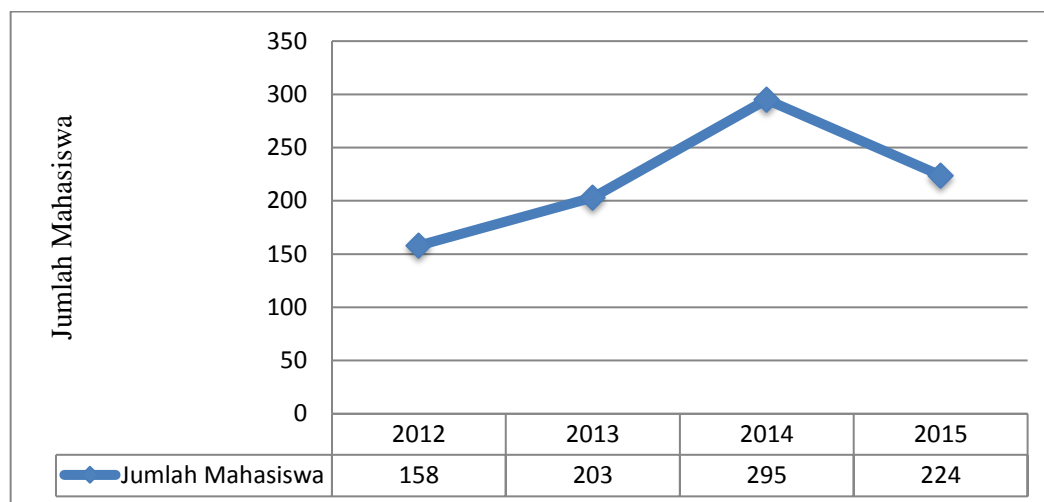
**Gambar 1.1**  
**Jumlah Perguruan Tinggi Negeri Dan Swasta Jawa Timur**  
**Tahun 2013/2014**

Berkembang dan semakin banyak perguruan tinggi swasta (PTS) yang berdiri tentunya menjadi sebuah ancaman dan persaingan bagi PTS dalam merebut pelanggan yaitu mahasiswa. Perguruan Tinggi atau Universitas memerlukan input untuk mendukung dan meningkatkan kualitas, kinerja manajemen dan proses pendidikan yang diberikan.

Semakin ketatnya persaingan dan semakin kritisnya mahasiswa untuk mendapatkan pelayanan. Mahasiswa dapat memilih banyak alternatif pendidikan sehingga mereka memperhatikan mutu dan prospek kerja setelah lulus kuliah. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan memilih atau memilih alternatif lainnya.

Universitas Muhammadiyah Gresik merupakan salah satu perguruan tinggi yang berada di kota Gresik yang menawarkan beberapa Fakultas antara lain, Fakultas Ekonomi, Fakultas Pendidikan, Fakultas Teknik, Fakultas Psychologi, Fakultas Pertanian dan Fakultas Agama. Universitas Muhammadiyah Gresik (UMG) menjadi perguruan tinggi yang cukup diminati di kota Gresik.

Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen merupakan salah satu program studi yang ditawarkan oleh Universitas Muhammadiyah Gresik yang dari tahun ketahun jumlah mahasiswanya mengalami peningkatan. Berikut ini adalah gambar 1.2, yang menggambarkan tentang jumlah mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik menunjukkan peningkatan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2015.



Sumber :BAA Universitas Muhammadiyah Gresik (Diolah sendiri)

**Gambar 1.2**  
**Jumlah Mahasiswa Program Studi Manajemen**  
**Universitas Muhammadiyah Gresik Tahun 2012-2015**

Keputusan pembelian adalah dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Amirullah dalam Panduasih dkk, 2014). Keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi dan program studi dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah faktor *marketing mix* yang terdiri dari 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*). Menurut Zeithaml dalam Alma dan Hurriyati (2008;154) bauran pemasaran jasa 7P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik / fasilitas fisik) dan *process* (proses).

Produk jasa adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan untuk konsumsi, yang mungkin dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pasar (Kotler dalam Wijaya,2012;80).

Jasa pendidikan tinggi, produk atau jasa yang ditawarkan kepada mahasiswa adalah reputasi atau mutu pendidikan, prospek setelah mahasiswa lulus kuliah dan pilihan konsentrasi yang bervariasi (Alma dan Hurriyati, 2008;303). Program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik memiliki akreditasi B dengan menawarkan beberapa konsentrasi, manajemen pemasaran, manajemen sumberdaya manusia, manajemen operasional, manajemen keuangan dan manajemen strategi.

Alma & Hurriyati (2008;159) menyatakan jika mutu produk tinggi, maka calon pelanggan pun tidak akan segan-segan untuk membayar lebih mahal, selama masih berada dalam batas keterjangkaun mereka. Fenomena menarik di lapangan biaya kuliah di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik relatif mahal dibandingkan Perguruan Tinggi Swasta Lain di Gresik namun jumlah mahasiswa mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Penentuan lokasi jasa pendidikan akan mempengaruhi pilihan calon pelanggan jasa pendidikan untuk menentukan pilihannya (Wijaya, 2012;141). Lokasi menjadi pertimbangan mahasiswa karena berhubungan dengan kemudahan akses dan jarak yang akan ditempuh. Maka dari itu lokasi yang mudah dijangkau dan strategis menjadi pertimbangan dalam menentukan pilihan. Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik Jl. Sumatera No. 101 Kompleks Gresik Kota Baru (GKB) Gresik.

Agar bisa menarik mahasiswa maka universitas dan program studi menggunakan beberapa alat promosi antara lain ; periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Alma dan Hurriyati (2008;162) menyatakan promosi

merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasar. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengar dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Selain itu upaya untuk memperkenalkan dan meningkatkan kualitas pembelajaran, Program studi manajemen melakukan program rutin tahunan *exhibition* berupa menampilkan hasil kreatifitas mahasiswa prodi manajemen yang dilakukan di Wahana Ekspresi Puspongoro (WEP). Alma & Hurrayati (2008;165) menyatakan semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa. Saat ini Progam Studi Manajemen memiliki empat karyawan dan 15 dosen.

Aktivitas perkuliahan selain proses pembelajaran mahasiswa membutuhkan ketersediaan fasilitas fisik (*physical evidence*) sebagai sarana yang akan menunjang dan meningkatkan kualitas belajar mengajar. Alma dan Hurriyati (2008;166) sarana fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Untuk menunjang aktifitas perkuliahan Progam Studi Manajemen memiliki delapan ruang kelas dan disetiap ruang kelas dilengkapi proyektor dan kursi.

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme dan hal rutin lainnya, di mana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen (Lupiyoadi, 2014;98).

Sehubungan dengan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat dalam suatu tulisan ilmiah sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi dengan mengambil judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Di Universitas Muhammadiyah Gresik”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan judul dan latar belakang yang telah dikemukakan diatas. Maka yang menjadi pokok permasalahan dan pembahasan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *product* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik ?
2. Apakah *price* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik ?
3. Apakah *place* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik ?
4. Apakah *promotion* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik ?
5. Apakah *people* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik ?
6. Apakah *physical evidence* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik ?
7. Apakah *proses* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik ?

8. Apakah *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini diharapkan dapat :

1. Untuk mengetahui pengaruh *product* secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh *price* secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh *place* secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh *promotion* secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik.
5. Untuk mengetahui pengaruh *people* secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik.

6. Untuk mengetahui pengaruh *physical evidence* secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik.
7. Untuk mengetahui pengaruh *process* secara parsial terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik.
8. Untuk mengetahui pengaruh *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* secara simultan terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Sesuai dari tujuan penelitian sebagai mana dikemukakan di atas, maka dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini peneliti mendapatkan manfaat berupa penambahan wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* terhadap keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik

2. Bagi Program Studi Manajemen dan Universitas

Sebagai masukan bagi Program Studi Manajemen dan Universitas Muhammadiyah Gresik faktor bauran pemasaran jasa manakah yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih program studi manajemen di Universitas Muhammadiyah Gresik.