

# **BAB I**

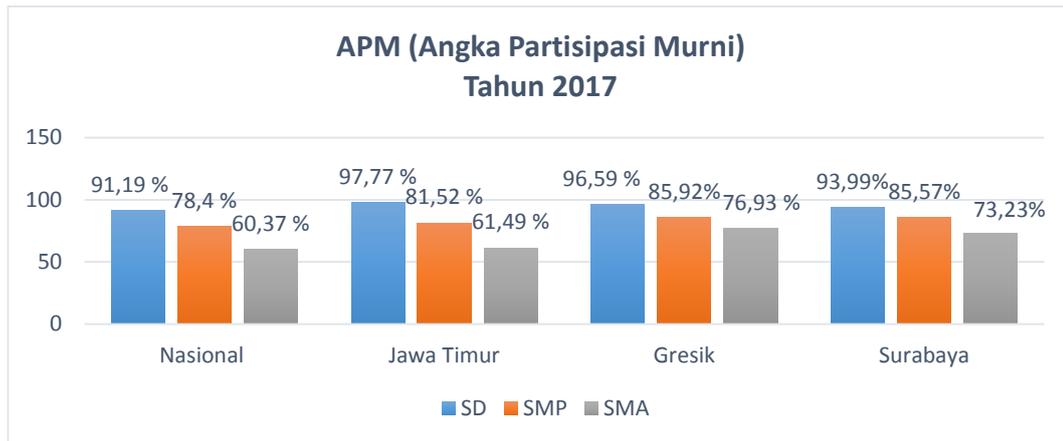
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Tugas konstitusi pemerintahan NKRI tertuang dalam alinea ke-empat pembukaan UUD 1945 yang berbunyi “untuk membentuk suatu pemerintahan negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial”. Sehingga salah satu tugas negara secara jelas mengatakan mencerdaskan kehidupan bangsa berarti negara harus hadir dalam segala pembangunan pendidikan nasional. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 yang dimaksud Pendidikan Nasional adalah pendidikan yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang berakar pada nilai-nilai agama, kebudayaan nasional Indonesia dan tanggap terhadap tuntutan perubahan zaman.

Pemerintah dalam penyelenggaraan pendidikan diatur dalam Undang-Undang Dasar tahun 1945 yaitu Pasal 31 ayat 1 berbunyi: “Tiap-tiap warga negara berhak mendapatkan pengajaran”, Ayat 2 pasal ini berbunyi: “Setiap warga negara wajib mengikuti pendidikan dasar dan pemerintah wajib membiayainya“, Ayat 3 pasal ini berbunyi: “Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional”. Pendidikan merupakan hal terpenting dalam kemajuan sebuah bangsa termasuk Indonesia terbukti dengan peningkatan alokasi dana dari

tahun 2017 sebesar Rp 419,8 T meningkat menjadi Rp 444,1 T atau 20% dari alokasi belanja APBN tahun 2018 ([www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id) ;2017) untuk kepentingan pendidikan sehingga anak-anak Indonesia dapat bersekolah di umur yang sesuai jenjangnya.

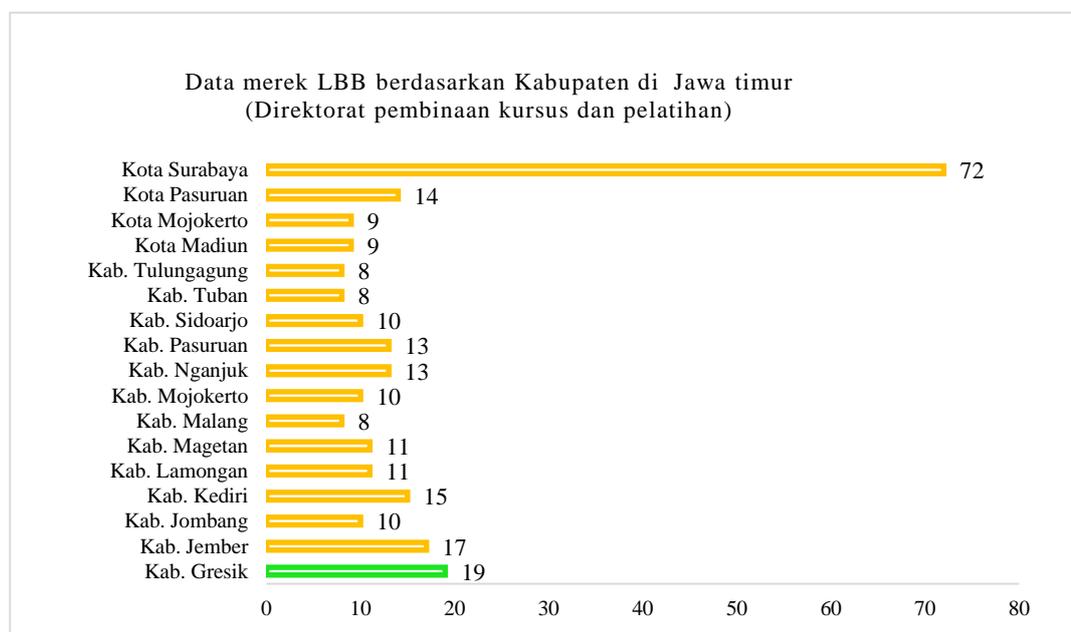


*Sumber data : data sekunder di olah dari BPS.go.id tahun 2017*

**Gambar 1.1**  
**APM tahun 2016**

Gambar diatas menunjukkan APM (Angka Partisipasi Murni) secara nasional mencatatkan angka 97.19% untuk SD/ sederajat, 78.40% untuk SMP/ sederajat, 60.37% SMA/ sederajat, dibandingkan dengan Provinsi Jawa Timur yaitu SD/ sederajat 97.77%, SMP/ sederajat 81.52%, SMA/ sederajat 61.49%. Kota surabaya memiliki APM untuk SD/ sederajat 93,99%, SMP/ sederajat 85,57%, dan SMA/ sederajat 73,23%. Sedangkan untuk persentase APM kabupaten Gresik di tingkat SD/ sederajat 96,59%, SMP/ sederajat 85,92%, SMA/ sederajat 76,93%. gambar diagram diatas menunjukkan bahwa APM (Angka Partisipasi Murni) Kabupaten Gresik lebih tinggi dari rata-rata APM secara Nasional dan Daerah (BPS.go.id; 2017).

Penyelenggaraan pendidikan siswa di sekolah mengalami berbagai kendala. Diantaranya pemahaman pelajaran antar siswa yang di sampaikan oleh guru tidak seluruhnya dimengerti, sistem pendidikan yang kurang modern, jumlah siswa didalam kelas serta dikarenakan keterbatasan waktu setiap mata pelajaran. Terbukti berdasarkan indeks pembangunan pendidikan atau *Education Development Index* (EDI) tahun 2014 menempatkan Indonesia di posisi ke-57 dari 115 negara di dunia. Indonesia berada di bawah level (EDI) negara Thailand, Malaysia, Brunei dan Singapura (sumber: [www.kemendikbud.go.id](http://www.kemendikbud.go.id); 2014). Sehingga selain pendidikan yang berlangsung di meja sekolah orang tua dalam usaha meningkatkan pengetahuan dan kecakapan dalam memecahkan suatu permasalahan atau soal pelajaran mengikut sertakan anaknya di dalam LBB (Lembaga Bimbingan Belajar).



Sumber data: data sekunder diolah dari [kursus.kemdikbud.go.id](http://kursus.kemdikbud.go.id) tahun 2016

**Gambar 1.2**  
**Data merek LBB berdasarkan Kabupaten di Jawa timur**

Gambar diatas menunjukkan Bisnis bimbingan belajar di Indonesia tercatat menurut data Direktorat Pembinaan Kursus & Pelatihan Ditjen Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat - Kementerian Pendidikan & Kebudayaan terdapat 1.866 lembaga bimbingan belajar tersebar seluruh Indonesia. Provinsi Jawa Timur terdapat 342 LBB dan Kabupaten Gresik menempati urutan ke 2 dengan jumlah 19 merek bimbingan belajar (Kemendikbud 2017, diakses 14/04/18). Dilihat dari APM kabupaten Gresik memiliki nilai lebih tinggi dari pada kota Surabaya di tingkat SD dan SMA. Namun jumlah merek bimbel yang ada di Kabupaten Gresik lebih sedikit. Sehingga bimbingan belajar yang banyak tersebar di Kabupaten Gresik menjadikan sangat menarik untuk dilakukan penelitian.

Penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh *Onbee Marketing Research* (anak perusahaan *Octovate Consulting Group*) yang bekerjasama dengan Majalah SWA temuan Indonesia menunjukkan bahwa 89% konsumen Indonesia lebih mempercayai rekomendasi dari teman dan keluarga pada saat memutuskan untuk membeli sebuah produk, Survei dilakukan secara tatap muka menggunakan kuisisioner terstruktur pada Maret- April 2014 di tujuh kota utama di tanah air: Jabodetabek, Surabaya, Semarang, Bandung, Denpasar, Makassar dan Medan dengan jumlah responden 1799 orang (www.swa.co.id ;2014). Sehingga *Word Of Mouth* dalam mempengaruhi sebuah keputusan pembelian sangat menarik untuk diteliti .

Menurut Peter dan Olson (2013;162) menyatakan suatu keputusan pembelian (*decision*) mencakup suatu pilihan diantara dua atau lebih tindakan

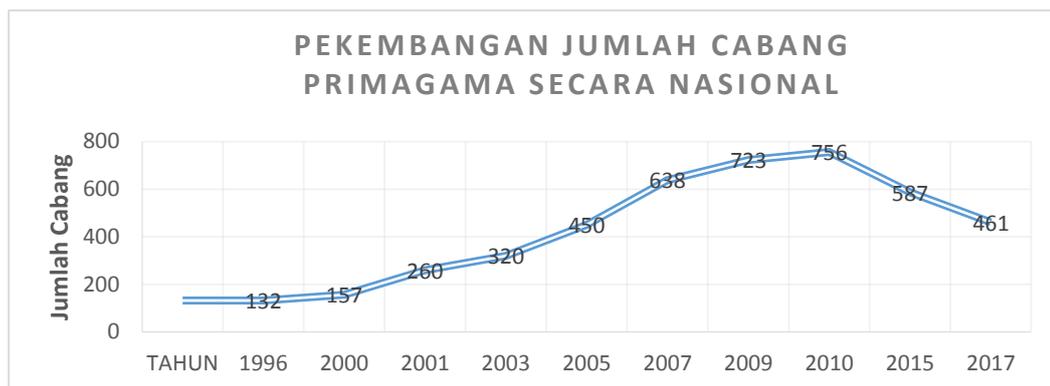
(atau perilaku) alternatif. Menurut Alma (2013:149) citra merek bertujuan menyakinkan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dari merek perusahaan yang dikehendakinya, yang cocok dengan selera, keinginannya dan juga kemampuannya. Citra Merek yang dianggap baik akan memudahkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Sehingga semakin baik citra merek suatu perusahaan maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat. Hal tersebut sesuai dengan yang dilakukan Khakim (2014), Fitria (2018), Mohammad Hasyim, Dkk (2017) yang menyatakan citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Selanjutnya, konsumen sangat sensitif terhadap suatu harga yang ditawarkan. Konsumen akan membandingkan harga salah satu produk dengan produk lainnya yang dipertimbangkan dari sisi keterjangkauan dan manfaat yang didapatkan dari produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2009;173) pilihan produk atau jasa sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi: Penghasilan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan aset, utang, kekuatan pinjaman, dan sikap terhadap pengeluaran dan tabungan. Harga yang dibayarkan oleh konsumen pada sebuah produk atau jasa yang dibeli apakah sudah sebanding dengan manfaat yang akan diterima, oleh karena itu harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Mohammad Hasyim, Dkk (2017), Riyono dan Budhiharja (2016), Lubis dan Hidayat (2017) yang menyatakan Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian..

Aktivitas lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah informasi yang didapat dari mulut ke mulut. Menurut Silverman (2011:52) Komunikasi mulut ke mulut merupakan percakapan atau testimonial satu arah. Secara langsung atau tidak langsung. Mereka bisa secara pribadi, melalui telepon, oleh email, di blog, atau dengan sarana komunikasi lainnya. Antar individu, satu ke banyak (siaran), atau diskusi kelompok.

Menurut Schuller (2008) *Word Of Mouth* tidak hanya mengurangi waktu yang dibutuhkan konsumen untuk memperoleh informasi yang diperlukan, tetapi juga memberikan rekomendasi yang dapat diandalkan untuk memecahkan masalah produk yang semakin kompleks dan mengurangi resiko terkait membuat keputusan pembelian yang salah. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan Fitria (2018), Hasyim.,Dkk (2017), Rahayu dan Edward (2013) menyatakan *Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Primagama adalah Lembaga bimbingan belajar yang populer di Indonesia dan termasuk top 5 bimbel terpopuler di Indonesia ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com); 19 juni 2013). Primagama adalah bimbingan belajar yang berdiri tahun 1982 tepatnya pada tanggal 10 maret 1982 di Jogjakarta dengan target pendidikan meningkatkan prestasi akademik di sekolah, Ujian Akhir Sekolah, Ujian Nasional dan sukses masuk perguruan tinggi favorit. Primagama melayani Program bimbingan belajar pada tingkat sekolah yakni kelas 3,4,5,6 SD, kelas 7,8,9 SMP dan 10,11,12 SMA.



Sumber data diolah: *Primagama.co.id*

**Gambar 1.3**  
**Pekembangan jumlah cabang Primagama**

Primagama mengalami penutupan cabang Bimbel 295 buah diseluruh Indonesia. Penutupan sejumlah cabang terjadi sejak tahun 2010 memiliki cabang 756 buah, pada tahun 2015 menurun 587 buah, selanjutnya pada 2017 tercatat hanya 461 cabang dengan siswa aktif 90.000 siswa. Primagama area Kabupaten Gresik terdapat 8 cabang yang tersebar di beberapa kecamatan namun pada tahun 2018 hanya 4 cabang yang beroperasi dalam kegiatan bimbingan belajar di Kabupaten Gresik yakni cabang GKB berdasarkan hasil wawancara dengan owner Primagama GKB bapak.H.Agung Pambudi, M.Pd. pada tanggal 20 maret 2018.



Sumber : data sekunder diolah 2018

**Gambar 1.4**  
**Perbandingan harga LBB di GKB**

Gambar diatas merupakan perbandingan harga antar Bimbel Primagama, *Sony Sugema College* dan *Ganesha Operation* yang beroperasi di area GKB. Berdasarkan gambar diatas Bimbel Primagama memiliki harga yang paling rendah dalam setiap tingkatan jenjang pendidikan dengan harga yang sama disetiap jenjang pendidikan dibandingkan dengan Bimbel pesaing yakni *Sony Sugema College* dan *Ganesha Operation*.



Sumber : *Primagama.com*

**Gambar 1.5**  
**Piagam penghargaan tahun 2017**

Primagama setiap tahun mendapatkan berbagai penghargaan diantaranya IFMA 2017, *Top Brand for kids* 2017 dan *Top Brand for Teens* 2017. Penghargaan tersebut merupakan pengakuan Eksistensi merek Primagama merupakan salah satu Bimbel yang dipercaya oleh konsumen Indonesia sebagai tempat siswa dalam meningkatkan prestasi akademik di sekolah. Sehingga dapat dikatakan bahwa citra merek Primagama bagus oleh Konsumen.

Selanjutnya Primagama telah melakukan kegiatan testimoni dari pengajar, orang tua, alumni serta siswanya. Bentuk testimoni primagama adalah mencetakan cerita sukses siswanya yang terima di kampus favorit di indonesia atau prestasi siswanya menjuarai perlombaan. Kegiatan testimoni selain dimedia cetak primagama juga mengunggahnya di media sosial di *Facebook*, *Youtube*,

serta *Instagram*. Kegiatan testimoni tersebut sebagai upaya menunjukkan kualitas bimbingan belajar serta menarik minat siswa agar memilih Primagama .

Namun ironisnya banyak cabang Primagama yang ditutup. Meskipun harga yang ditetapkan relatif lebih rendah dari bimbel yang lain dan penghargaan eksistensi bimbel serta yang diberikan Primagama serta banyak testimoni kesuksesan siswanya dimedia. Nampak adanya fenomena kontradiksi sehingga peneliti termotivasi untuk mengadakan penelitian mengenai perusahaan jasa yakni “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan *Word of Mouth* terhadap keputusan memilih jasa bimbingan belajar Primagama GKB Gresik”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, Peneliti dalam melakukan penelitian ini merumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa bimbingan belajar Primagama GKB Gresik?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa bimbingan belajar Primagama GKB Gresik?
3. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa bimbingan belajar Primagama GKB Gresik?

## **1.3 Tujuan penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan memilih jasa bimbingan belajar Primagama GKB Gresik.

2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan Harga terhadap keputusan memilih jasa bimbingan belajar Primagama GKB Gresik.
3. Untuk menganalisis pengaruh signifikan *Word of mouth* terhadap keputusan memilih jasa bimbingan belajar Primagama GKB Gresik.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

##### 1. Bagi peneliti

Peneliti dapat mengetahui pengaruh yang dominan antara Citra Merek, Harga dan *Word of Mouth* Terhadap terhadap pertimbangan dalam mengambil keputusan memilih suatu jasa bimbingan belajar.

##### 2. Bagi LBB Primagama GKB Gresik

Penelitian ini diharapkan akan memberikan informasi yang bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengambil keputusan dengan mengetahui bagaimana pengaruh Pengaruh Citra Merek, Harga Dan *Word of Mouth* terhadap keputusan memilih jasa bimbingan belajar di Primagama GKB. Sehingga diharapkan dapat menemukan strategi baru agar konsumen tertarik dengan jasa bimbingan belajar Primagma.